

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



COMERCIO INTERNACIONAL DE LA MIEL DE ABEJA

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
PRESENTAN:

MARIA CANDELARIA JARAMILLO ZAMARRIPA

Y

JORGE EDUARDO RIVERA CERVANTES
DIRECTOR DEL SEMINARIO DE INVESTIGACION
C.P. M.B.A. ALFONSO AGUILAR ALVAREZ DE ALBA
MEXICO, D.F.

1983



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PROLOGO

El Comercio Exterior es un aspecto decisivo en el desarrollo económico de cada país, por lo que cada nación debe diseñar políticas económicas para estimular y promover las exportaciones, que le permitan la canalización de más productos al exterior.

Por lo tanto, para establecer intercambios comerciales, cada país debe determinar sus normas comerciales que le permitan el acceso al mercado internacional, cotizando sus productos a los mejores precios, y así mismo, le permitan competir con los principales exportadores mundiales.

Conscientes de la imperiosa necesidad que tiene nuestro país para la captación de divisas, realizamos la investigación del "Comercio Internacional de la Miel", la que lleva como finalidad, conocer en un producto específico, la capacidad de México para poderse desarrollar en un ámbito de comercio internacional y así poder ocupar uno de los primeros lugares tanto en producción como en exportación, y observando como se ha venido desarrollando, cuáles han sido sus deficiencias y sus más acérrimos competidores en el mercado, lo que nos da una pauta para poder ayudar a nuestro país a canalizar no un producto, sino una gran variedad de ellos, hacia el exterior.

a) "Para el fomento de la producción agrícola, el banco no haría préstamos, sino daría su aval para facilitar y garantizar al banco regional respectivo el préstamo de avío al productor.

b) Para estimular la exportación, objeto principal del nuevo organismo, se limitaría a otorgar créditos para apoyar los productos que ya se exportaban y a otros susceptibles de poder exportarse, con la mira de que su producción se hiciera en condiciones favorables; pero no extendería su acción al otorgamiento de créditos para la producción de artículos deficitarios para no invadir campos en que ya operaban otras instituciones oficiales y privadas.

c) El banco efectuaría el descuento de letras documentarias para transporte de mercancía dentro o fuera del país y eventualmente para facilitar el almacenamiento de dichas mercancías cuando esto fuera un acto conexo a la exportación.

d) Facilitaría a los bancos regionales el redescuento de los documentos de avío sirviendo como intermediario entre ellos y el Banco de México, por ejemplo, cuando la línea de crédito del banco local estuviera agotada y necesitara pasar los documentos por una institución de mayores recursos.

e) Suministraría a sus clientes amplia información comercial sobre los mercados extranjeros, precios, embalajes, presentación de la mercancía, etc.

f) Expediría certificación pericial sobre la calidad de los embarques, los cuales en tal caso vigilaría directamente a fin de acreditar las mercancías mexicanas en el exterior.

g) Podría ofrecer seguros de crédito contra la insolvencia del comprador extranjero o contra el bloqueo de fondos".

También existía el Consejo Nacional de Comercio Exterior cuya función era determinar la política del comercio exterior de México y estaba integrado por los Secretarios de Estado de las siguientes dependencias: Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Industria y Comercio, Agricultura y Ganadería, Comunicaciones y Transportes y de la Marina, incluyéndose los Directores del banco de México y del Banco Nacional de Comercio Exterior.

El Comité de la Promoción del Comercio Exterior de México, organismo coordinador, tenía como función impulsar una amplia promoción que planteaba la solución de problemas de nuestras exportaciones.

INTRODUCCION

Conociendo de antemano la problemática económica de México, y la imperiosa necesidad de una nivelación de la balanza comercial, a través de las exportaciones, nos hemos fijado como objetivo esclarecer como nuestro país ha sido capaz de poderse desarrollar en el campo del comercio internacional, en una forma tal vez no muy renombrada, pero que ha destacado con algunos productos en este campo al grado de poderse ubicar dentro de los primeros lugares, esto es, ocupar un nivel predominante en el comercio internacional.

Por lo que, en el Capítulo I, analizamos dos puntos, el primero es un breve bosquejo histórico de como se ha venido desarrollando el comercio internacional, desde la época independiente hasta la actualidad; el segundo punto es una breve reseña histórica del origen y desarrollo de la apicultura en México.

En el Capítulo II, se analizan por separado las cualidades de la miel, lo cual lleva a determinar la calidad de la misma, así como los usos y derivados de ésta.

En el siguiente Capítulo III, se mencionan las normas que rigen el comercio internacional de la miel de abeja para su clasificación y descripción de la misma.

En el Capítulo IV, se tratan dos aspectos fundamentales como es la situación del mercado nacional con respecto al comercio exterior, y en segundo término el aspecto del mercado mundial, y como se ha desarrollado éste en demandas y quienes han sido los principales exportadores de la miel de abeja, y un análisis de la situación mundial en 1981.

Posteriormente, en el Capítulo V mencionamos todas las fórmulas que existen para el comercio internacional, tomando en cuenta que para cada producto existe una cotización diferente, asimismo, considerando los beneficios que de ésta se quieran obtener.

En el Capítulo VI, se marcan los requisitos que debe cumplir un producto que será comercializado a nivel internacional como son el marcado, etiquetado, envasado y embalaje.

Por último, en el Capítulo VII se mencionan los estímulos promocionales y fiscales que otorga el Gobierno Federal a los exportadores y los beneficios a que son acreedores.

CAPITULO I

LA HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN MEXICO Y NACIMIENTO DE LA APICULTURA

1. DEFINICION

El comercio internacional es un fenómeno de extrema complejidad, ya que, actualmente se basa en la política económica de los Estados, orientada hacia la satisfacción de las necesidades internas de un país mediante la producción propia, o por la importación de satisfactores de otros países.

En nuestros días, el comercio internacional enriquece a los hombres y a los pueblos, y por ello, se debe vigilar que el desequilibrio de la balanza comercial no agote los recursos naturales, para evitar comprometer su independencia, no sólo económica, sino también en lo político, y así mismo, evitar nacionalismo estimulados por el alto grado de desarrollo tecnológico.

1.1 Etapa independiente

En su constitución como República Representativa Popular Federal.

Al iniciar México su vida independiente, abrió las puertas a todas las naciones que quisieran comerciar con ella, abolidas prácticamente las disposiciones, leyes y medidas que la unían en monopolio a España.

Por lo que, el inicio del Comercio Exterior en México, solamente lo podemos considerar en el momento que en el país se da una Constitución Política como Estado Independiente a partir de la fecha, aunque sea aproximada, en la que adquiere la personalidad jurídica un pueblo, esto es, cuando se convierte en sujeto de Contratación, con la autonomía que le permite su capacidad económica.

Sin embargo, no debe considerarse como comercio exterior lo realizado por la Colonia Española a la Nueva España, sino a partir de la Consumación de la Independencia, cuando el Congreso Cons-

tituyente de la República aprueba el Acta Constituyente de la Federación el 31 de enero de 1824.

Al formarse el México Independiente se da el fenómeno económico del Comercio Exterior, y éste se presenta como consecuencia de las especiales condiciones que impone la geografía a los pueblos. Estas aparecen en el proceso de nuestra historia, al convertirse la Nueva España en Estado Independiente.

Entonces, la repercusión del Movimiento de los Insurgentes que tenía lugar en el centro de la Nueva España, llegó hasta las tierras de Texas y las Californias, por el Norte, y a Centro América por el Sur.

Por otro lado, al surgir el grado de desarrollo de los Países Europeos y de los Estados Unidos, durante el siglo XIX, con cuyos crecimientos se provocó la explotación y aseguramiento de las fuentes y lugares de aprovisionamiento de recursos naturales, que consolidó el colonialismo en unos casos y desató el imperialismo en otros. Su integración nacional del potencial económico, llegó a constituir un peligro para la paz y tranquilidad de otros Estados.

Con lo referente a los pueblos de Latinoamérica, las diferencias raciales, económicas y culturales de los grupos que integran sus entidades políticas, pueblos que han recibido la influencia de estructuras coloniales de las que no han podido emanciparse totalmente, y que en algunos casos se mantienen fuertemente arraigadas en las oligarquías, las autocracias y las dictaduras, a las que no llega el sentido de solidaridad humana ni el imperio del derecho. Por lo consiguiente, México no podría ser una excepción.

En el último tercio del siglo XIX, México tenía una estructura jurídica sólida emanada de su Constitución de 1857 y las Leyes de Reforma que hacían desaparecer a la iglesia como poder político y creaban una conciencia nacional.

En cincuenta años muy lentos habían sido los procesos de la industria, en una época en que los inventos y las conquistas de la fuerza, hacían avanzar al mundo en vertiginoso proceso industrializador.

De esa enorme extensión, que se transfiere al México Independiente por la Nueva España, que habría delimitado los territorios en un Movimiento Colonizador que pobló Texas, Nuevo México y la Alta California. A partir de esto se promulga el Decreto sobre Colonización el 18 de agosto de 1824.

Surge la guerra de 1847, en la que México entrega su territorio de Texas, Nuevo México y la Alta California a los Estados Unidos,

en virtud de los Tratados de Guadalupe de 1848, y precisa, en la forma actual sus fronteras con el país vecino, así como el establecimiento de los puertos terrestres y aduanas fronterizas en donde se controlan las operaciones del comercio exterior por ese lado del país.

Con el Tratado de Guadalupe y los Tratados de Límites con Guatemala, por el sur, se delimitaron las fronteras del territorio mexicano.

Con lo que respecta a los puertos, por donde se realizaba el comercio del México Independiente, según la memoria de 1827, fueron:

Acapulco, Alvarado, Bacalar, Campeche, Coatzacoalcos, Guaymas, Huatulco, Islas del Carmen, Matamoros, Mazatlán, Pueblo Viejo, San Blas, Sisal, Soto la Marina, Tabasco, Tampico, Tuxpan y Veracruz, que se conservan en la actualidad para la navegación de altura, aunque algunos han cambiado de nombre, y siendo más los que funcionan y tienen perspectivas de navegación para el comercio de cabotaje.

Las antiguas actividades económicas se mantenían en niveles muy bajos, la minería, los hilados y tejidos era la industria más desarrollada, pero nada próspera para la nación.

En los años siguientes, se inició conscientemente el período constructivo del país, no con hombres intuitivos que manejaran a base de intereses particulares la economía nacional, sino con técnicos y estadistas incipientes, a quienes se les llamó por tal motivo los científicos, pero de cuya acción surgiría con hondos y trascendentales efectos la economía nacional tratando de resolver los problemas del país, a la vez con proyecciones al extranjero.

Bajo el Porfiriato se darían los primeros pasos a la integración económica, se encauzaría la vida económica del país en el que adquiere el comercio exterior su forma histórica definitiva.

1.2 Etapa actual

A fines del siglo XIX, se desarrolla la economía, al establecerse la Banca, y a su vez, la tranquilidad pública al crearse leyes especiales sobre esta materia.

El comercio exterior en México entró en un período de crecimiento a partir del siglo XX gracias a la expansión de los medios de comunicación ferroviaria y marítima, a la inversión extranjera y al establecimiento de nuevas industrias de transformación, que a

emplearse mejor tecnología influyeron a bajar los costos de producción.

En la rama de la minería, su desarrollo se debe al empleo de nuevas técnicas y al uso de energía eléctrica, México afirmó su posición de país exportador de oro, plata y otros minerales.

A partir de la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos empieza a ser el mercado más importante de nuestros productos, al grado de absorber el 64% de ellos. Por otra parte, Latinoamérica absorbía el 5% del total de nuestras ventas en artículos como calzado, telas y tejidos, muebles de madera, algunos tipos de herramientas y algunas manufacturas metálicas.

Durante la Segunda Guerra Mundial, debido al desquiciamiento del transporte marítimo, los Estados Unidos, pasan a ser el único mercado para nuestras exportaciones e importaciones.

En la década de los 40's, crecieron considerablemente las exportaciones de los productos agrícolas, como resultado de las condiciones externas más favorables a los productos primarios, a las industrias alimenticias y también a que los crecientes excedentes podían venderse.

Los bienes manufacturados consistían básicamente en textiles que aportaban a principios del período, el 11.1% de los ingresos totales de exportación y a consecuencia de la guerra lograron incrementarse hasta el 39% , al cubrir los mercados libres que dejaron los países en conflicto, cuya producción se había desviado a una economía de guerra, y una parte del mercado latinoamericano empezó a demandar de México, en forma más elevada, productos tales como: telas y tejidos de algodón, lana y seda artificial, vajillas y loza de cristal, artículos de materiales plásticos, artefactos metálicos y herramientas para la agricultura, además los productos que con anterioridad nos compraban y que alcanzaron un 28% de nuestras exportaciones. Al finalizar el conflicto, otros países más industrializados nos desplazaron de esos mercados.

En dicha década, las exportaciones crecieron de 1,865.0 a 3,277.5 millones de pesos incrementándose un 74,3% en 4 años. Este aumento se generó principalmente por la demanda de Estados Unidos de Norteamérica, de materias primas necesarias para alimentar su economía de guerra. De esta forma, las ventas de productos agrícolas, metálicos y minerales crecieron a una tasa bastante rápida, además el país utilizó en mayor grado la capacidad productiva de la industria textil y ganó entre otros los mercados latinoamericanos para hilados y tejidos de algodón.

Terminado el conflicto mundial, las exportaciones siguieron cre-

ciendo a una tasa menor, elevándose de 3,277.5 millones de pesos en 1945 a 5,331.3 millones de pesos en 1948, es decir, un 63.9% de incremento. La venta de hilados y algodón cayó en forma sensible, sin embargo, los países europeos y el Japón empezaron a demandar fuertes cantidades de dicha fibra y el país inició la venta de ésta en volúmenes considerables.

En el período de 1949-1953 la exportación creció un 37% en cuyo lapso hubo dos estímulos diferentes que impulsaron la venta de mercancías: los efectos de la devaluación del peso en 1948-1949, y la guerra de Corea.

Los productos cuyo valor de exportación aumentó a tasas más rápidas que el total, fueron de origen agropecuario, el café cuyos precios y volúmenes crecieron, así como el tomate, azúcar y el ganado.

De 1953 a 1956 las exportaciones aumentaron a 44% pasando de 6,987.5 millones de pesos a 10,104.3 millones. Dicho aumento se debió a la fuerte recuperación de la economía de Estados Unidos de Norteamérica, y en 1954 y 1955 a una nueva devaluación del peso mexicano. Las exportaciones de algodón se elevaron de 1,902.5 millones de pesos hasta más de 3,125 millones de pesos en sólo dos años.

En los metales también, hubo aumentos, principalmente de cobre y de zinc; sin embargo, la participación del grupo de bienes de producción no aumentó dentro del total exportado, debido a que en el sector de consumo hubo productos cuyo valor absoluto aumentó en gran medida como el café, jitomate y el camarón.

De 1957 a 1961, las ventas al exterior permanecieron estancadas a un nivel más bajo del alcanzado en 1956, no obstante, la estructura de las exportaciones tuvo fuertes modificaciones en el valor de los productos mineros como el plomo, cobre y zinc, éstos ya no ejercer fuerte presión sobre el nivel global de la exportación; sucedió lo mismo con el algodón y el café y así surgieron, productos tendientes al crecimiento, abarcaban desde los bienes primarios tales como el camarón y el azufre, a los elaborados como el azúcar, carnes enlatadas, hilados y tejidos de henequén e ixtle, ganado, carne y textiles de algodón, así como, una gran variedad de productos con un alto grado de elaboración como son las hormonas, insecticidas, partes y piezas de refacciones de maquinaria y otros, que se iniciaron debido a las exportaciones de bienes industriales.

Los productos con proceso de elaboración, se estimó que en 1962 representaron el 21.9% de las exportaciones con un valor de

2,475 millones de pesos, algunos son el azúcar, mieles no cristalizables, telas de algodón y henequén, hormonas naturales y sintéticas y otros de menor significancia como libros, películas, calzado y herramientas.

No obstante, México ha realizado grandes esfuerzos para su desarrollo, las actividades primarias aún ocupan un papel importante como generadores de ingresos y ocupación; consecuentemente son el renglón donde se absorben mayores divisas.

Las exportaciones de productos agropecuarios representan aproximadamente 3/4 partes del total de las ventas del país al exterior y en 1968 aumentaron a 14,750 millones de pesos.

La industria ocupa un papel importante en la actividad económica, lo que ha permitido exportar los excedentes de algunos renglones, de tal forma que en 1968, las ventas de productos manufacturados llegaron casi a un 25% del total exportado.

Posteriormente, México adoptó una política económica que le permitió establecer procedimientos para la producción y exportación de mayor número de productos, tanto primarios como manufacturados, es decir, establecer mecanismos de promoción de las exportaciones, lo cual se inició con políticas de industrialización y de producción agropecuaria, por lo que, al crearse nuevas industrias, debían contar con capacidad adicional que les permitiera satisfacer totalmente el mercado interno actual a corto plazo y a largo plazo, más un excedente exportable contando con calidad y precios competitivos. Por otra parte, se procuró orientar la producción agrícola hacia renglones con mercado internacional.

Dichas actividades promocionales fueron desarrolladas por varios organismos entre los cuales destacaron principalmente: la Secretaría de Industria y Comercio, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de Relaciones Exteriores; en el sector paraestatal el Banco de México y el Banco Nacional de Comercio Exterior.

En estos organismos se concentra la actividad promocional de las exportaciones, también existían otros que tenían intervención en el comercio exterior, su acción era más bien de consulta, o decisión particular respecto a algún producto.

El Banco de Comercio Exterior se creó el 8 de junio de 1937, se firma el acta constitutiva, y el 2 de julio del mismo año, abrió sus puertas al público teniendo las siguientes funciones: (1)

¹ "Historia de un Esfuerzo", Editorial Departamento de Publicaciones del Banco Nacional de Comercio Exterior; julio de 1962.

Además existía el Comité Coordinador de las Actividades de los Consejeros Comerciales en el exterior; cuya fundación fue debido a que en 1959, México había establecido sus dos primeras Conserjerías Comerciales (Francia e Italia), y no existía un organismo que coordinara sus funciones con las de los sectores gubernamental y privado, el anterior Comité fue creado en 1960 por acuerdo de la Secretaría de Industria y Comercio y el Banco Nacional de Comercio Exterior.

En 1965 la Secretaría de Industria y Comercio, aportó los recursos necesarios para sostener el Departamento de Ferias y Exposiciones, cuyas funciones fueron organizar las fases que correspondían a la participación oficial en ferias.

En el sector privado se preocuparon por regular sus actividades en comercio exterior, naciendo así la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM), cuya finalidad es la de mediar entre el sector oficial y empresarial para lograr la armonía necesaria en políticas y actividades relacionadas con el comercio exterior de México.

Surgieron otros organismos cuyo objetivo era cooperar al desarrollo del comercio exterior consiguiendo incrementar las exportaciones, elevando el porcentaje correspondiente a productos manufacturados. Estos organismos fueron: Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO), la Cámara Nacional de Comercio (CANACO), y la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN).

Con el transcurso del tiempo, México se preocupa por la creación de mecanismos de promoción para las exportaciones, tales como: incentivos fiscales, financiamiento a las exportaciones, información sobre mercados, calidad, empaque, selección de canales de distribución, medios adecuados de transporte, participación en ferias y exposiciones, contribuyendo finalmente a la organización de misiones comerciales.

En consecuencia, el 29 de diciembre de 1970, se instituyó un organismo descentralizado denominado: Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), cuya finalidad es promover las actividades de comercio exterior de México.

En la actualidad, la actividad de exportación es considerada como un factor fundamental para el desarrollo económico del país, ya que, incrementando el volumen de exportaciones se logrará crear una mayor oferta de trabajo lo que permite producir más a menores costos.

2. ANTECEDENTES DE LA APICULTURA

El término de apicultura tiene sus raíces en el latín *Apis* —abeja, y *Cultura*— cultivo, esto es, el cultivo de las abejas, (*apis mellifera*).

La apicultura data de miles de años antes de Cristo, la practicaron los antiguos griegos, egipcios, israelitas y romanos que utilizaban troncos de árboles huecos.

Se cree que en España la apicultura aparece al igual que sus pobladores. Dentro de los egipcios la apicultura era altamente estimada, sus colmenas eran de barro y cañamo. El valor de la miel fue creciendo hasta llegar a llamarle “El néctar de los Dioses”.

En Europa, los fósiles encontrados arrojan el valor estimativo que le tenían a la miel antes de la edad de bronce, de la paleolítica, se encuentran restos donde se transportaban bebidas alcohólicas elaboradas a base de miel de abeja.

2.1 Nacimiento en México

Antes de la llegada de los españoles, algunas tribus primitivas que habitaban el Golfo de México ya consumían la miel de abeja, producida por las colonias de abejas sin aguijón.

En el siglo IV se inicia en Yucatán el desarrollo de la Cultura Maya, pueblo extremadamente religioso politeísta y con una organización política en forma de estados teocráticos, el que incrementó y seleccionó las especies más productivas, como la *Fulnipes*—*Quer*. Estos insectos, que a su vez, eran acomodados dentro de una choza o apiario.

El pueblo maya tenía un dios de la apicultura llamado “*Ha-Muzen—Cab*” o “El dios que Cae”, representado en pinturas sobre el estuco, en Tulum y Cob, y en piedra en Zayil y aparece en Códices Mayas como el “*Pareciano*” y el “*Trocorticiano*”. Los mayas utilizaban la miel para la elaboración de un vino llamado “*Balche*” y otro llamado “*Choca*” que tomaban en las festividades religiosas.

En el período colonial, la llegada de los conquistadores al continente, las abejas sin aguijón fueron explotadas y exterminadas por el poco cuidado que se le brindó, para obtener cera, la cual se enviaba a España por el puerto de Campeche.

A mediados del siglo XVIII, los españoles introdujeron nuevamente abejas del género italiano “*Apis—Mellifera*” con aguijón,

alcanzando al poco tiempo gran florecimiento, ocasionando que los reyes españoles prohibieran esta actividad, con el objeto de proteger la economía española, que produjo la destrucción de la mayoría de las colmenas.

En el período independiente, al alcanzar México su libertad, existían en el país algunas colonias de abejas, cuya producción era insuficiente para la demanda nacional de miel, fue necesario importarla de España. A partir de esta fecha, la península de Yucatán incrementó nuevamente la apicultura, llegando a ser el primer productor de la República por varios años.

2.2 Desarrollo de la Apicultura

La apicultura comienza a desarrollarse tanto en el campo teórico, como en el práctico y comercial a inicios del siglo XIX. Esto ha sido con la finalidad de crear e inventar nuevas formas para aumentar la productividad y bajar los costos, y así aumentar el comercio entre los países productores y los consumidores.

Algunos de los que han aportado algo importante encontramos al suizo F. Huber, el que desarrolló un sistema para crear reinas más eficaces y con esto aumentar la producción.

Los norteamericanos Johannes Hunter y Langshoth, implantan métodos para extraer, por medio de la centrifugación, la miel de las plantas y reduciendo un 50% de la cosecha al poder utilizar nuevamente los panales construídos por los insectos.

Se crean industrias farmacéuticas, de cosméticos, alimenticias, de bebidas alcohólicas, a base de miel. En Estados Unidos, Alemania y Francia, crean mejores productos, para satisfacer adecuadamente la demanda.

En México en el año de 1930 se crea la primera Asociación Apícola en la península de Yucatán, con más de 1000 socios, los que su producción es para la misma.

En la actualidad Yucatán conserva uno de los primeros lugares en la producción de miel en el país, secundándole otros Estados como son: Morelos, Michoacán, Jalisco, Querétaro, Guanajuato, Guerrero, Veracruz, Chiapas y otros.

Estos han sido clasificados en 5 zonas apícolas atendiendo al medio ambiente e intensidad de producción, tomando en cuenta el sistema empleado en las crías y explotación de las abejas. Dichas zonas abarcan:

- a) Zona Norte: Baja California Norte y Sur, norte de Sonora, Chihuahua, Coahuila, norte de Nuevo León y norte de Durango.
- b) Zona Centro: Durango, Zacatecas, sur de Nuevo León, San Luis Potosí, Aguascalientes, parte de Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, parte de Michoacán, Edo de México, Morelos, Tlaxcala, parte de Puebla, Oaxaca y el D.F.
- c) Zona Pacífico: Sur de Sonora, Sinaloa, Nayarit, resto de Jalisco, Colima, Michoacán, Guerrero, resto de Oaxaca y Chiapas.
- d) Zona Golfo: Tamaulipas, Veracruz y Tabasco.
- e) Zona Sur: Yucatán, Campeche y Quintana Roo.

CAPITULO II

CUALIDADES, USOS Y DERIVADOS DE LA MIEL DE ABEJA

1. CUALIDADES

La miel es una substancia dulce y viscosa, resultado de la transformación del néctar recolectado por las abejas de las plantas melíferas.

Cabe señalar, que determinar por separado las cualidades de la miel, no ha sido cosa fácil para los Biólogos, así como para los Químicos. Los apicultores conocen de sus cualidades también, pero se les dificulta igualmente que a los anteriores.

El néctar consiste esencialmente en una solución de azúcares con pequeñas porciones de sales minerales, sustancias albuminoides, aceites aromáticos, vitaminas y pigmentos que hacen que cada néctar tenga propiedades particulares que luego encontramos en las mieles, por lo que, algunas veces es clara y otras obscura, el olor puede variar y el sabor también, habiendo desde un sabor dulce hasta un sabor ácido, toda esta gama de propiedades depende de la región donde se cosecha, siendo sus factores determinantes la flora y el medio ambiente climatológico.

El tipo de mieles que no alcanzan las condiciones normales aceptadas por la Norma Regional Europea FAO/OMS, establecida por la Comisión Internacional del Codex Alimentarius, las han tratado de uniformar por medio de mezclas científicas sin que pierdan sus particularidades.

El mercado exterior exige que la miel sea de excelente calidad y se podría decir que las mieles de México han sido aceptadas en un 39% por los países importadores, basándose en las condiciones establecidas por la Norma Regional Europea.

La calidad de la miel reviste gran importancia, para verificar su calidad se valoran tres factores expresados numéricamente en una escala de 100 puntos:

FACTORES	Puntos
Sabor	50
Ausencia de Defectos	40
Claridad	10
Total	100

Lo anterior se refiere a:

1.1 Sabor

Nos dice que el grado de importancia del sabor de la miel, el aroma y su similitud con la fuente floral predominante o en caso de orígenes de varias fuentes florales con el sabor típico de la mezcla de dichas flores, la miel deberá estar libre del sabor caramelizado u objetable, causado por fermentación. Humo, sustancias químicas y otras causas, con excepción del debido a la fuente floral.

1.2 Ausencia de defectos

Se refiere al grado de limpieza y al grado de ausencia de partículas del panal, madera y otros defectos que se encontraran en suspensión o depositados como sedimentos en el envase, esto es, que no deberá mantener elementos que afecten la apariencia o calidad comestible del producto.

1.3 Claridad

Nos indica el grado de ausencia de burbujas de aire, granos de polen o pequeñas partículas de cualquier material que pudiesen estar en suspensión en el producto.

Otras cualidades de la miel es su alto valor alimenticio y nutricional que depende del grado de adulteración, con el objeto de darnos una idea de las mejores mieles. en cuanto a sus cualidades se refiere, es como sigue:

- I. Miel en Panal
- II. Miel Virgen Cristalizada
- III. Miel Líquida

Mencionaremos que las mieles citadas anteriormente son conocidas como mieles florales, más existe otra llamada miel de rocío,

diferenciándose de la primera, porque es extraída no precisamente del néctar de las flores, sino esencialmente del excremento y secreciones de ciertos insectos que se nutren del jugo de las plantas, este excremento son gotas dulces que quedan en las hojas de los árboles.

Este tipo de miel, aunque tiene el mismo sabor de la miel floral, no es aceptada en los mercados por ser un producto que carece de buena calidad y por tener escasas cualidades; la miel aceptada por los principales mercados es la que se extrae del néctar de las flores y que entre sus componentes importantes tenemos:

Minerales, vitaminas, ácidos, inhibinas, aminoácidos, hormonas, aromatizantes y fermentos, siendo el centro de sus compuestos la glucosa en un 30%, levulosa un 40%, sacarosa y destrinas un 7%, y humedad el 17% aproximadamente.

En la gráfica siguiente se muestra el contenido de la miel:

2. USOS Y DERIVADOS DE LA MIEL

2.1 Usos

Por ser un producto totalmente terminado que no requiere de procesos posteriores, la miel puede utilizarse directamente en la dieta alimenticia, puesto que, aproximadamente un 80% de sus componentes son azúcares, aunque esto no significa relación alguna con el azúcar común de consumo; también puede emplearse mezclándola con agua, como un refresco y como edulcorante de bebidas o alimentos.

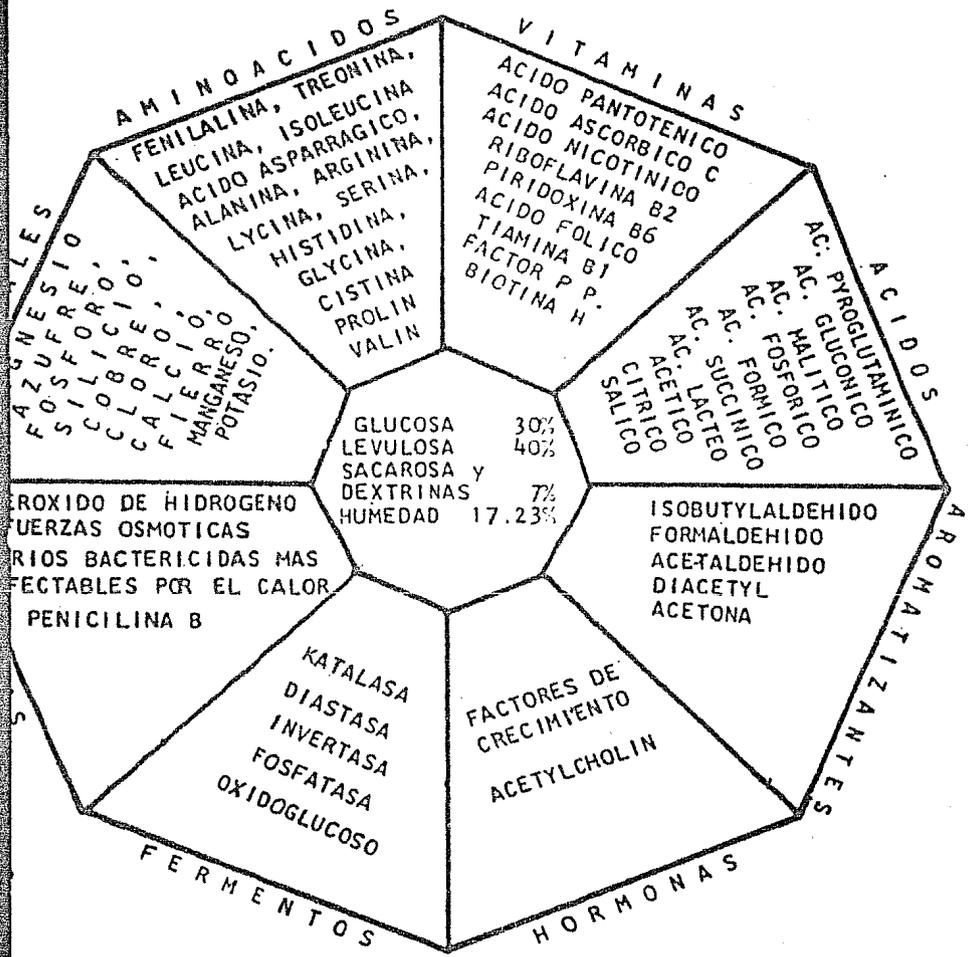
En la industria se le da distinta forma de empleo, como puede ser:

1. Como producto alimenticio
2. En la preparación de productos farmacéuticos
3. En la terapéutica de heridas supurantes, osteomielitis, quemaduras y como desinfectante.
4. En la fabricación de cosméticos y perfumes
5. En la industria cigarrera
6. En la industria de aguas gaseosas embotelladas

2.2 Derivados

Como podemos ver, la miel tiene una gran aplicación como materia prima en la industria. Existen también sub-productos de origen apícola como son:

CONTENIDO DE LA MIEL



La jalea real, cera, el polen, veneno y el propóleo que la industria aprovecha al igual que la miel, produciendo artículos de consumo.

2.2.1 Miel de abeja

La miel de abeja es la sustancia dulce, que es producida por las abejas obreras a partir del néctar de las flores o de exudaciones de otras partes vivas de las flores o presentes en ellas, dichas abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas que almacenan después en panales.

La miel se compone esencialmente, de diferentes azúcares, predominantemente glucosa y fructuosa, la miel contiene proteínas, aminoácidos, encimas, ácidos orgánicos, sustancias minerales, polen y otras sustancias que pueden contener:

Sacarosa, maltosa, melicitosa y otros, oligosacáridos (incluidas las dexuinas), así como, vestigios de hongos, algas, levaduras y otras partículas sólidas, resultantes de la miel.

Con la miel se producen:

- a) Jabón
- b) Licores
- c) Humectantes
- d) Productos de repostería y cocina

2.2.2 Jalea real

La jalea real es el alimento de las larvas reales y de las reinas, constituido en una secreción de las glándulas faringeadas de las abejas jóvenes. Es una sustancia fluida, con apariencia de leche condensada y color blanquisco, sabor ácido que se espesa al contacto con el aire, solidificándose y oxidándose rápidamente.

La jalea real contiene:

- a) Vitaminas
- b) Biotina
- c) Acido fólico
- d) Acido pantotémico

- e) Niacina o P.P.
- f) Tiamina o B₁
- g) Piridoxina o B₆
- h) Riboflavina o B₂

Con la jalea real se producen:

1. Productos de consumo terapéutico
2. Reconstituyentes
3. Mascarillas y cremas faciales

2.2.3 Cera

La cera, en su mayoría, la usan lo mismo apicultores en hojas estampadas con dibujos del fondo de las celdas de las obreras, con lo que se les ahorra mucho su trabajo.

La cera pura de abeja es de un sólo tipo en cuanto a su color se refiere, siendo éste, blanco con cierta transparencia, sin olor y sin sabor.

El contenido principal de la cera es:

- a) Acido cerótico
- b) Acido pamítico
- c) Acido melísico
- d) Hidrocarburos
- e) Alcohól cerílico libre

Las industrias usan la cera de abeja principalmente por su impermeabilidad al agua; si se mezcla con trementina se obtiene un producto para dar brillo a pisos y muebles.

En la industria de cosméticos es la base para lápices labiales y cremas faciales; la industria metalúrgica embarra sus moldes finos, de madera o de cartón con cera de abeja; los dentistas la usan para hacer sus impresiones de dentaduras, la industria eléctrica la usa por ser un excelente aislante y los artistas dedicados a la ceroplástica trabajan con cera de abeja, también se industrializa para elaborar velas y otros.

Todas éstas aplicaciones quedan englobadas dentro de los siguientes incisos:

- a) Cosméticos
- b) Ceromagía

- c) Cirugía dental
- d) Betún
- e) Impermeabilizador

2.2.4 Polen

El polen es un alimento completo en sí mismo, rico en toda clase de elementos necesarios para el metabolismo del cuerpo humano, como complemento dietético se usa como reconstituyente general.

El polen que es transportado por los insectos contiene únicamente un 12% de sustancias no asimilables por el organismo humano, en comparación con el que es llevado por el viento, que tiene un 48% de esas sustancias.

El polen tiene un promedio de:

- 35% de proteínas, la mitad consiste aproximadamente de aminoácidos libres, o sea, proteínas.
- 40% de azúcares diversos
- 5% de grasas
- 3% de minerales
- 3 a 4% de agua
- 14% formado por ácidos, vitaminas y otros

El polen es usado como:

- a) Renovador vitamínico, principalmente de la flora intestinal.
- b) Complemento dietético

2.2.5. Propoleo

El propóleo es una especie de cera producida en la colmena, secretada por las abejas, es una masa pegajosa como resina de color café verdusco y negra al sacarse, las abejas lo usan como protector, para evitar que entre la humedad o aire en la colmena o en las celdas de sus crías.

Los propóleos se componen de un 5.09% de bálsamos y 83.25% de cera, aproximadamente, el resto son sustancias de otra índole. Con éstos se producen lacas finas, principalmente.

2.2.6 Veneno

Es una sustancia líquida de color transparente que contiene magnesio, fósforo, calcio, azúfre, oxígeno, proteínas, ácido asparrágico, ácido glutámico, triptófano, argina procin, alamina, leusina, cerina, anhídrido carbónico, nitrógeno, histidina y otros.

Con el veneno se produce:

- a) Pomadas
- b) Inyecciones, como son las antirreumáticas y las artríticas.

CAPITULO III

NORMAS PARA CLASIFICAR Y DESCRIBIR LA MIEL DE ABEJA

*Standars Estadounidenses para los grados de miel
extraida (En vigencia desde marzo 15 de 1943). (1)*

1. MIEL EXTRAIDA

Es la que ha sido separada de panales triturados o no triturados, por fuerza centrífuga, gravedad, filtración u otros medios.

Existen tres tipos de miel extraida que son:

1.1 Miel líquida (liquid honey)

Es la miel que no tiene cristales visibles.

1.2 Miel cristalizada (crystalized honey)

Es la miel que está sólidamente granulada o cristalizada, y hay varios tipos: endulzada (candied), tierna (fondant), cremosa (creamed) o untable (spread).

1.3 Miel parcialmente cristalizada

Es una mezcla de miel líquida y miel cristalizada.

¹ *ABC y XYZ de la apicultura*, Amos Ives, Root; Librería Hachette, S.A., Buenos Aires, 1976.

2. ESCALA DE COLORES DE USO COMUN A NIVEL INTERNACIONAL

Los certificados de inspección federal indicarán el color de la miel, determinado con el comparador colorimétrico de PFUND.

2.1 Blanca agua (water white)

Para miel de color blanco agua o más clara que el estándar para este color.

2.2 Extra blanca (extra white)

Para miel que es más oscura que la blanca agua, pero no más que el estándar para el color extra blanco.

2.3 Blanca (white)

Para miel que es más oscura que la extra blanca, pero no más que el estándar para el color blanco.

2.4 Ambar extra clara (extra light amber)

Para miel que es más oscura que la blanca, pero no más que el estándar para el color ámbar extra claro.

2.5 Ambar clara (light amber)

Para miel que es más oscura que la ámbar extra clara, pero no más que el estándar para el color ámbar claro.

2.6 Ambar (amber)

Para miel que es más oscura que la ámbar clara, pero no más que el estándar para el color ámbar.

2.7 Ambar oscura (dark amber)

Para miel que es más oscura que el estándar para el color ámbar.

Lecturas de la Escala de PFUND (en milímetros):

Blanca Agua	de 1 a 8
Extra Blanca	de 8 a 16.5
Blanca	de 16.5 a 34
Ambar Extra Clara	de 34 a 50
Ambar Clara	de 50 a 85
Ambar	de 85 a 114
Ambar Oscura	de 114 en adelante.

Las muestras de miel serán consideradas de un color, si no más del 5% de los recipientes examinados contienen miel de color diferente, siempre que ninguna muestra señale una lectura por debajo del color siguiente inmediato.

3. LLENADO DE LOS ENVASES

Los envases de miel estarán lo más llenos posibles, en los de un galón o menos, la miel ocupará como mínimo el 95% de la capacidad en volumen del recipiente.

4. GRADACION DE MIEL

4.1 GRADO A: FANCY

Puede ser miel de cualquier color. Será limpia y libre de deterioros ocasionados por turbiedad, sobrecalentamiento, fermentación, mielada, sabores y olores objetables u otras causas.

La miel será bien madura y pesará no menos de 11 libras y 12 onzas el galón de 231 pulgadas cúbicas a 20 grados centígrados (1,412 9 kg. por litro a 20 grados centígrados).

La miel expresada en otros equivalentes, responderá a las siguientes constantes físicas:

Grados Brix	No menos de 79° 8 a 20°C
Grados Baume	No menos de 42° 49 a 15°C

Índice de Refracción
Peso Específico

No menos de 1,490 0 a 20° C
No menos de 1,412 9 a 20° C

La miel tipo cristalizada de este grado será uniformemente granulada, de textura fina y pareja, y cuando se la licua a 54 grados centígrados responderá a todos los requisitos del grado A o Faney.

4.2 Grado B

Puede ser miel de cualquier color. Será bastante limpia y libre de deterioros ocasionados por turbiedad, sobrecalentamiento, fermentación, mielada, sabores y olores objetables u otras causas.

La miel será bien madura y pesará no menos de 11 libras y 12 onzas por galón de 231 pulgadas cúbicas a 20 grados centígrados (1,412 9 kgs por litro a 20 grados centígrados).

Expresada en otros equivalentes, la miel responderá a las siguientes constantes físicas:

Grados Brix
Grados Baume
Índice de Refracción
Peso Específico

No menos de 79° 8 a 20° C
No menos de 42° 49 a 15° C
No menos de 1,490 0 a 20° C
No menos de 1,412 9 a 20° C

La miel tipo cristalizada de este grado será uniformemente granulada, de textura medio fina y bastante pareja, y cuando se la licua a 54 grados centígrados responderá a todos los requisitos del grado B.

4.3 Sin clasificar

Es la miel extraída que no alcanza a responder a los requisitos del grado B.

5. MIEL EN PANAL²

Es la contenida en celdas de panal.

Esta clasificación es totalmente distinta a la de miel extraída.

² Normas estadounidenses para la miel de abeja, Instituto Mexicano de Comercio Exterior; tercera edición, noviembre de 1975.

Aparte de la calidad de la miel en sí, esta el panal, el color de los opérculos, el peso y el aspecto en general.

5.1 Clasificación

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), establece condiciones para la gradación de la miel y de acuerdo con su calidad se presenta la siguiente clasificación:

5.1.1 *MIEL EN PANAL EN SECCION DE MADERA*
(*comb Section Honey*)

5.1.2 *MIEL EN PANAL EN BASTIDOR LIGERO*
(*Shallow Frame Comb Honey*)

5.1.3 *MIEL EN PANAL CORTADO Y ENVUELTO*
(*Wrapped Cut Comb Honey*)

5.1.4 *MIEL EN PANAL EN BRUTO*
(*Chunk or Bulk Comb Honey*)

5.2 Categorías

La clasificación en Estados Unidos se realiza de acuerdo con la circular núm. 24 del Departamento de Agricultura, titulada "United States Grades, Color Standards and Packing Requirements for Honey", en la cual se incluyen 3 categorías que son: Francy, Grado núm. 1 y Grado núm. 2.

La miel en panal en secciones destinadas al comercio mayorista debe ser de calidad Fancy o Grado núm. 1, a menos que haya disposiciones especiales que permitan entregar mercadería de otra calidad.

5.2.1 *Fancy*

La miel Fancy es un producto de rigurosa alta calidad e incluye, de acuerdo con la marcha de la temporada y de la habilidad del apicultor, del 25 al 60% de la miel comerciable, perteneciendo al Grado núm. 1 del 40 al 75% restante.

5.2.2 *Grado núm. 1*

La miel Grado núm. 1 pesa menos que la Fancy y es ligeramente inferior en terminación, pero en lo que se refiere a la calidad comestible ambas son exactamente iguales.

5.2.3 *Grado núm. 2*

La miel Grado núm. 2 es decididamente inferior a la Fancy o la Grado núm. 1; nunca se le debe remitir a los mercados mayoristas, sino que se le venderá en la misma localidad.

En los mercados locales se puede lograr por ella un precio razonable, mientras que los precios al por mayor rara vez son lo suficiente altos para pagar el costo de producción.

CAPITULO IV

ASPECTOS DEL MERCADO

1. Situación del mercado nacional

El desarrollo económico de México en los últimos años, ha llamado la atención en muchos sectores, especialmente en el extranjero. Tiene algo ciertamente de asombro, particularmente si se recuerda que los intercambios comerciales a escala internacional no acostumbran operar a favor de los países de menor desarrollo.

Cada país tiene la necesidad de diseñar, estructurar y poner en ejecución las políticas de comercio exterior que mejor se adapten a sus objetivos de desarrollo. Desde este punto de vista, resulta muy legítimo dejar aquí constancia de los formidables esfuerzos desplegados por México en este campo de acción.

Sin embargo, es mucho lo que nos queda por hacer en este campo y que cada vez se vuelven más difíciles —por el endurecimiento de la competencia— las condiciones de nuestra penetración en los mercados del exterior. Es igualmente cierto por otro lado, que el comercio exterior sigue cumpliendo una función cada vez más importante en el desarrollo de nuestro país.

1.1 Comercio exterior de México

México tiene actualmente una capacidad de generar una oferta exportable de 68,000 toneladas, y necesita incrementar sus panales y florestas para no permitir que China lo desplace en el mercado mundial. (Ver gráfica 1).

Hasta 1977, las exportaciones mexicanas de miel de abeja considerada por su alta calidad, la mejor en el mundo alcanzaron en valor 677,768.126 pesos mexicanos, 76,052.675 más que en 1978 y fueron dirigidas a Estados Unidos de Norteamérica, Alemania Federal, Bélgica, Reino Unido, Italia, Dinamarca, Francia, Japón, Suiza, Países Bajos y otros países. (Gráfica 2).

Los mayores importadores de miel mexicana fueron Estados Unidos de Norteamérica, Alemania Federal, Reino Unido y otros. (Gráfica 2a y 2b).

1.2 Exportaciones de miel de abeja por empresas

En 1977, las exportaciones de miel de abeja alcanzaron un volumen de 53,242.994 kgs brutos, 31 empresas realizaron el total de las ventas. En 1978 algunas incrementaron su exportación, pero algunas dejaron de exportar por lo que disminuyó el volumen total exportado.

Se hace notar que en 1978 y 1979 empezaron a figurar como exportadoras, otras empresas que no lo habían hecho anteriormente. La exportación en 1978 fue de 45,141.977 kgs brutos y 8,101 kgs brutos, menos que en 1977, siendo 32 empresas las que realizaron las ventas.

En 1979 disminuyó aún más el volumen exportado, 13,517.834 kgs brutos, menos que en 1978.

En el período 1977-1979 figuraron un total de 48 empresas exportadoras, habiéndose integrado algunas hasta este último año.

En general en el período de 1980 la tendencia descendente que se registró en comparación con el mismo período de 1979 disminuyó en volumen 26% y en valor 35%. Esta situación tan crítica de la disminución de las exportaciones se ha debido a una mayor oferta y precios bajos por parte de China, ya que mientras que México vende su miel de baja calidad de 850 dólares-tonelada FOB; a 950 dólares-tonelada, la calidad media, y a 1,050 dólares-tonelada la de primera calidad; China vende su miel CIF a 600 dólares-tonelada con un 2% de descuento a los países que le compren grandes cantidades, aún cuando su miel es de baja calidad.

La situación definitivamente está perjudicando bastante el comercio de la miel de México, ya que aproximadamente el 85% de este producto se exporta al exterior contándose con una calidad satisfactoria para los países demandantes. Sin embargo algunos de los principales países importadores prefieren comprarle más miel a China y menos a México, para mezclar una con otra y mejorar la calidad de la miel China.

Por otra parte no es sólo este problema el que afecta a la exportación, existen otros de carácter productivo, administrativo, financiero y de comercialización que definitivamente estancan la exportación de la miel.

Aquí podemos mencionar un hecho registrado en 1976 en el que la situación de México con respecto al mercado en Alemania Federal se vió desfavorecido; el informe es el siguiente:

“Informe sobre la situación del Mercado de Miel de Yucatán.

1. Es lamentable registrar que durante los dos últimos años hasta la fecha el prestigio de la miel de Yucatán, que anteriormente era magnífico, se ha deteriorado enormemente.

La razón de ello es que cada vez con mayor frecuencia se han enviado partidas de miel que no han correspondido a las normas de calidad exigidas, debido a que han sido mezcladas con partidas de cosechas de miel de años anteriores.

Prácticamente sin excepción los importadores y envasadores alemanes con que se ha tenido contacto coincidieron, en que hasta 1973 se podía confiar plenamente en la calidad de los envíos de miel de Yucatán. En la actualidad, sin embargo se ha llegado a una situación en que los compradores sustituyen en forma creciente la miel de Yucatán por la de otras provincias y de precio inferior (Cuba, Centroamérica).

2. La miel de Yucatán ha sido, y sigue siendo una miel que ha tenido mucha demanda, debido a las cualidades de color, aroma y sabor que la hacen muy propicia para ser mezclada con mieles de otras proveniencias”.

Otro problema es que, los productores no cuentan con suficientes caminos para aumentar el número de sus colmenas, los apicultores de Guanajuato, Aguascalientes y la península de Yucatán no cuentan con una fábrica laminadora para la fabricación de tambos, por lo que tienen que transportarse a otras zonas a buscarlos.

Esto afecta los niveles de costos y como consecuencia reduce las ganancias. En cuanto a financiamiento que otorgan los diferentes organismos encargados del fomento de este tipo de producto, en sí no les beneficia ya que las tasas de interés son muy altas, como es el caso de FIRA. Este fideicomiso otorga préstamos a tasas del 20 al 25% prácticamente a las mismas tasas de cualquier banco privado.

El apicultor no recurre a éstas instituciones ya que muchas veces les tiene que ofrecer como garantía sus bienes inmuebles. Por lo que respecta al precio de venta, estos están sujetos a las condiciones de los intermediarios y con el agravante de que desconocen los precios en el mercado nacional.

En cuanto a los costos de producción en las zonas de Yucatán,

Golfo y Pacífico que tienen un potencial de producción que cubre de noviembre a junio, son de 15 pesos el kg, aproximadamente, ya sea en colmena rústica o moderna, como es el caso de la península de Yucatán, que todas sus colmenas son modernas y los apicultores hacen o compran sus equipos.

Por lo que respecta a la zona central, sólo existe producción en noviembre y por consecuencia los costos de producción son más altos, aproximadamente 19 pesos kg, mucho tiene que ver en el precio, el envase de vidrio que se utiliza ya que, el monopolio que surte este producto es el (Grupo Vitro) con un precio de ocho a diez pesos la unidad.

Por otro lado, México cuenta en la actualidad con varios puertos y aduanas para exportación de miel y sus derivados hacia otros países, éstos revisten gran importancia por la fluidez que le den al producto a exportar.

En la gráfica 3 se muestra cuales fueron en 1979 los principales puertos y fronteras que tuvieron las mayores salidas, éstos fueron Progreso con un total de 18,045.271; Veracruz con 9,376.510 y Mexicali con 3,054.005. En el primer semestre de 1980 las principales salidas fueron por los puertos de Tuxpan con un total de 3,122.805; Coahuila con 3,002.476; y Veracruz con 2,306.432.

1.3 Distribución y comercialización

La miel es comercializada de varias formas en México, de acuerdo a las dos formas de producción; la de apicultores que tienen métodos modernos de producción operativos y eficaces; y la de los pequeños productores que tienen que explotar la mano de obra barata, ya que sus recursos son muy bajos, por otro lado, los grandes productores tienen sus propias normas de calidad y venden en base a muestras; los pequeños productores lo hacen generalmente a través de un distribuidor de ventas al menudeo, o si pertenece a alguna asociación, por lo regular permite que ésta negocie el precio.

En cuanto a la forma de cobro puede ser con letras de crédito o pagos de contado.

En Guanajuato y Aguascalientes, las asociaciones de apicultores que representan a éstos Estados, realizan la comercialización de la miel por medio de intermediarios.

En Jalisco, venden la miel a grandes intermediarios de Guadalajara, que son los que la exportan.

En Morelos, existe un grupo ejidal de productores de miel de abeja que son aproximadamente 40 integrantes. Este grupo vende su miel en el exterior, por medio de un intermediario.

En el caso de la península de Yucatán, los apicultores pertenecen a cooperativas, por lo que el gobierno realiza la comercialización en gran parte; sólo una o dos cooperativas realizan su propia comercialización.

Como se ha visto, en los estados de Guanajuato, Aguascalientes, Jalisco y Morelos, la exportación es por medio de intermediarios (asociaciones o exportadores privados), ya que los apicultores no están bien organizados.

En base a las misiones comerciales promovidas por el IMCE, se ha logrado vender a algunos envasadores de la Unión Americana.

Los canales de distribución y comercialización en el mercado mundial varían de mercado a mercado. En Estados Unidos de Norteamérica la mayor parte de las importaciones es manejada por intermediario.

En Europa el comercio de la miel todavía está dominado por agentes e intermediarios como el (Grupo Tuchel), pero un número creciente de mayoristas (que son los que envasan y distribuyen la miel en el país comprador), prefieren importar directamente algunas cantidades por lo menos. La fuerte posición de agentes e intermediarios posiblemente radique en su conocimiento del mercado, el cual les permite seguir influyendo con sus condiciones en el suministro y la demanda.

Los vendedores de miel deben tomar en cuenta también los requisitos jurídicos y sanitarios de las autoridades aduanales de México y de cada país como los que establecen los importadores mayoristas. Por ejemplo se prefiere importar en tambores de 300 kgr y la mayor parte del comercio se realiza en este tipo de envases. En menor escala se usan frascos de cristal que pueden contener de 450 a 500 gramos de miel, también llegan a usarse latas alcoholeras de 20 litros.

Las características en el caso de los tambores son: capacidad 300 kgs de miel; lámina núm. 18; de abertura boca angosta; recubrimiento resina fenólica; característica en el caso de la lata alcoholera con una capacidad de 20 litros; abertura boca ancha; recubrimiento externo pintura negra; recubrimiento interno resina fenólica; cara superior tirante.

No obstante que no hay información detallada de los precios a que se exporta la miel envasada para la venta al menudeo (frasco de 450 a 500 gramos), que deben ser considerablemente mayores.

PRODUCCION DE MIEL
1971-1982

ESTADOS	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Aguascalientes	86.8	99.0	104.5	113.7	112.1	115.8	114.8	100.5	122.1	144.1	82.4
Baja California N.	80.8	88.9	94.6	102.5	104.3	107.7	107.4	112.0	139.9	139.9	75.4
Baja California S.	40.8	44.7	47.8	52.4	53.5	55.3	55.1	56.5	60.8	66.8	38.6
Campeche	6 572.6	7 954.5	8 014.9	8 706.4	8 916.2	9 374.2	9 982.6	10 680.0	10 971.6	11 702.4	7 686.9
Coahuila	255.4	275.5	286.8	305.7	306.1	312.4	337.5	378.4	399.1	428.2	268.5
Colima	384.6	423.5	452.1	480.8	481.9	488.3	502.4	557.5	980.7	625.3	410.3
Chiapas	647.2	717.6	787.6	870.7	884.3	915.8	976.6	1 076.4	1 167.0	1 268.6	824.6
Chihuahua	455.4	501.5	527.3	563.9	564.4	571.2	611.4	650.1	699.9	748.2	461.6
Distrito Federal	72.3	70.6	71.9	69.5	57.8	50.1	51.4	50.6	42.8	66.8	27.9
Durango	336.7	370.5	389.6	418.4	419.5	426.8	438.6	422.3	463.2	500.2	311.6
Guanajuato	475.0	519.7	547.4	590.5	596.4	604.1	584.4	574.1	608.5	665.6	420.8
Guerrero	1 567.6	1 744.0	1 857.0	1 961.5	1 967.9	1 987.1	2 044.8	2 417.4	2 450.3	2 645.3	1 713.7
Hidalgo	785.9	864.8	916.9	973.9	941.9	458.9	986.8	1 074.5	1 120.8	1 367.2	785.5
Jalisco	3 320.9	3 660.1	3 923.7	4 207.0	4 177.3	4 242.0	4 189.0	3 239.5	4 072.5	4 347.3	2 727.1
México	1 865.8	2 041.1	2 173.0	2 336.0	2 359.2	2 394.3	2 454.9	2 603.0	2 704.7	2 931.4	1 843.8
Michoacán	2 332.0	2 608.4	2 738.3	2 948.1	2 957.9	3 007.9	3 104.5	3 061.1	3 345.5	3 550.5	2 334.9
Morelos	972.5	1 026.9	1 071.2	1 104.1	1 098.0	1 087.2	1 124.5	1 262.8	1 323.3	1 425.4	929.9
Nayarit	314.6	343.3	363.4	393.3	402.6	412.8	380.4	354.8	458.3	489.6	321.4
Nuevo León	329.3	368.9	384.8	411.8	413.3	421.4	432.1	464.0	495.6	536.3	326.5
Oaxaca	1 100.1	1 212.6	1 278.8	1 370.4	1 384.1	1 403.5	1 444.0	1 599.7	1 678.2	1 809.1	1 155.2
Puebla	1 275.5	1 408.5	1 495.0	1 599.0	1 602.5	1 633.9	1 596.2	1 657.7	1 784.8	1 909.8	1 267.3
Querétaro	329.8	367.3	388.0	419.8	419.2	434.0	456.9	499.1	520.8	565.8	364.1
Quintana Roo	3 122.7	3 514.2	3 889.6	4 115.1	4 113.1	4 197.6	4 416.9	5 064.5	5 265.5	5 658.3	3 669.3
San Luis Potosí	1 073.2	1 178.9	1 237.2	1 318.2	1 313.3	1 341.3	1 377.1	1 367.5	1 500.6	1 677.7	1 027.2
Sinaloa	513.7	562.5	589.7	626.9	680.5	628.6	652.8	700.0	779.6	842.6	534.5
Sonora	370.6	405.8	427.3	453.5	458.2	466.4	478.9	476.6	530.4	631.6	365.4
Tabasco	533.0	611.1	623.0	598.1	603.3	609.2	654.0	736.0	789.1	636.9	553.7
Tamaulipas	593.3	652.9	682.0	726.0	719.0	724.6	742.2	778.7	810.6	873.3	552.2
Tlaxcala	175.6	196.7	213.5	228.6	217.9	219.2	216.3	223.1	234.3	262.8	164.3
Veracruz	5 369.5	5 875.2	6 218.8	6 851.8	6 843.3	6 787.8	6 965.0	7 689.2	8 026.1	8 605.7	5 654.0
Yucatán	8 037.2	8 423.9	9 105.4	9 590.7	9 502.2	9 549.6	9 657.2	10 340.0	10 719.0	11 751.2	7 556.5
Zacatecas	1 045.8	1 087.4	1 143.4	1 224.7	1 191.2	1 202.8	1 241.0	1 204.0	1 388.9	1 683.0	906.0

11 611.0 12 220.5 12 991.5 13 730.0 13 513.1 13 781.0 13 957.7 14 171.7 14 944.0 15 712.0 15 861.1

EXPORTACION MEXICANA DE MIEL DE ABEJA
(KG. B.)

GRAFICA 2

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973
E.U.A.	4 765 916	4 698 806	4 095 514	6 387 837	5 077 954	3 168 796	2 294 445	10 462 441	4 060 585
R.F.A.	14 389 468	17 578 176	15 117 388	17 809 710	15 971 833	16 972 713	12 175 131	17 587 453	15 256 114
BELGICA	874 273	711 785	428 957	287 552	856 909	498 599	793 207	146 189	405 115
DINAMARCA	57 900	279 056	101 025	53 219	110 712	--	122 114	64 897	107 261
FRANCIA	375 415	308 154	165 550	--	--	--	--	69 298	257 839
JAPON	10	77 026	6 266	28 016	--	13 421	39 711	1 590 516	2 622 420
PAISES BAJOS	1 122 163	1 328 762	546 711	970 213	420 107	150 320	250 529	121 432	274 760
REINO UNIDO	152 472	1 226 625	1 810 404	2 188 883	1 658 849	243 184	805 639	584 776	948 988
ITALIA	351 374	258 779	--	793 564	113 149	53 659	31 700	--	19 500
SUIZA	1 199 019	1 167 861	1 264 837	1 753 633	1 709 292	1 492 620	739 818	433 701	701 317
OTROS PAISES	114 580	81 989	86 618	119 660	62 407	42 846	103 056	35 572	605 499
T O T A L	25 622 630	27 716 421	23 625 290	30 392 087	25 989 212	22 636 158	17 355 350	31 096 275	25 259 398

FUENTE: BANCO DE MEXICO.

	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
5 283 315	5 366 149	15 493 535	17 428 980	8 465 871	2 642 223	975 703	
13 662 259	22 389 179	29 275 884	28 462 760	30 676 406	7 917 253	8 548 472	
646 572	548 326	589 094	614 555	662 371	878 231	449 809	
123 766	--	--	1 596	1 596	1 596	1 596	
119 653	187 210	448 647	566 080	476 945	480 984	747 770	
402 618	39 720	153 840	690 950	155 177	--	143 798	
239 032	53 765	124 101	35 261	40 602	--	--	
764 182	1 042 005	1 700 513	3 092 796	4 173 640	899 213	596 422	
--	--	423 512	797 963	10 435	532 962	42 427	
910 788	911 247	753 238	918 520	475 434	47 006	1 426 899	
16 062	29 397	--	632 533	3 500	118 364	4 857 499	
22 168 247	30 566 998	48 962 364	53 242 994	45 141 977	13 517 834	19 790 395	

IMPORTACION MEXICANA DE MIEL DE ABEJA
(KILOGRAMOS LIBRES)

GRAFICA 2-A

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
E.U.A.	12	1897	53	5	11	2	6	15939	121	77	14852	19070	22729	10	3037	542
R.F.A.	2	73														
GRECIA		1														
ESPAÑA			2	197												
LIBANO				6												
CUBA						1										
CANADA									2							
NVA. ZELANDIA									1							
REINO UNIDO										2						
IMPORTACIONES AL INTERIOR									124	79	14852	19070	22729	10		
PERIMETROS LIBRES									15665	10692	58528	50085	26687	21230		
TOTAL	14	1971	55	208	11	3	6	15939	15789	10771	73380	69155	49416	21246	3037	542

FUENTE: BANCO DE MEXICO.

GRAFICA 2-B

SECRETARIA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS
DIRECCION GENERAL DE GANADERIA

*Exportaciones comparativas (en Kg.) por producto, Pafs,
Enero-Diciembre 80/81 (Dlts.)*

MIEL DE ABEJA

<i>P A I S</i>	<i>Vol. 1980</i>	<i>Vol. 1981</i>	<i>Valor 1981</i>
Alemania Occ (Rep. Fed.)	14'452,735	27'626,840	19'625,734
Alemania Oriente (Rep. Dem.)	11'209,985	2'486,667	2'055,878
Austria	108,715	25,274	30,294
Bélgica-Luxemburgo	977,328	484,546	362,180
Dinamarca	1,596	1,275	1,790
España	757,224	60,181	31,654
U.S.A.	3'655,394	12'359,510	8'591,459
Francia	1'220,230	79,650	57,943
Grecia	42'557
Holanda	920,280	139,581	118,637
Italia	248,965	72,928	32,783
Japón	240,760	69,328	48,324
Puerto Rico		45,644	35,192
Reino Unido	3'612,718	2'727,544	1'432,624
Suiza	1'954,026	437,314	378,756
T O T A L	39'402,512	46'616,283	32'801,248

FUENTE: Micro Fichas / IMCE.

EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA DURANTE 1979

GRAFICA-3

	Coahuacalcos	Manzanillo	Matamoros	Mexicali	Nogales	Nvo. Laredo	Progreso	Reynosa	Tampico	Tuxpan	Veracruz	Total
Enero	90,182			107,628								
Febrero	184,473			456,114			2,721,939		593,270		1,349,783	2,740,863
Marzo	162,471			345,867		24,550	3,490,512	18,600	786,816		1,427,452	5,995,394
Abril	549,113			212,673		25,173	3,684,701		227,625		885,297	5,136,322
Mayo	87,991	14,420	50,400	303,626		104,178	1,752,453	20,400		471,675	580,439	5,344,174
Junio	510,200	12,000		461,964	126,900	144,512	3,174,660	20,400			1,157,457	3,490,905
Julio	219,059			417,723			1,617,730		162,900		1,081,675	5,674,811
Agosto	152,232			553,830	109,053,200			20,400		151,762	598,523	3,025,197
Septiembre	147,232			6,746	22,063	5,497	336,975		10,200	117,866,800	690,292	1,433,474
Octubre				57,180	42,935	74,340	982,185	38,320	31,338		12,732	750,903
Noviembre	156,909			145,204				7,680		23,750	374,501	1,062,571
Diciembre				95,450	19,390		284,116		25,200	21,240	326,861	875,414
										488,635,500	691,518	1,579,309
Total:	2,239,862	26,420	50,400	3,054,005	350,541,200	408,250	18,045,271	125,800	1,837,349	1,274,929,200	9,376,510	36,789,337
												500

DEPARTAMENTO DE CONTROL ZOOSANITARIO EN PUERTOS Y FRONTERAS.

EXPORTACION DE MIEL DURANTE 1980

GRAFICA 3-A

	COÁTZACOALCOS	MATAMOROS	MEXICALI	NOGALES	PROGRESO	TAMPICO	TUXPAN	VERACRUZ	TOTAL
ENERO	192,000.300		39,415					304,048	1'008,044
FEBRERO	61,427		96,694		491,700	5,000	520,312	304,534	1'479,667
MARZO	227,919		96,469			54,495		438,147	817,030
ABRIL	569,776		38,587			20,400	701,619	191,517	1'521,899
MAYO	721,851.300		96,845	82,459	1'268,649	88,893	1'428,293	707,219	4'394,209.300
JUNIO	1'229,503	71,456	175,569	89,837		44,438		360,967	1'971,700
TOTAL:	3'002,476	71,456	543,579	172,296	1'760,349	213,226	3'122,805	2,306,432	11'192,619.300

DEPARTAMENTO DE CONTROL ZOOSANITARIO EN PUERTOS Y FRONTERAS.

PRODUCCION, EXPORTACION Y CONSUMO NAL. DE MIEL

AÑO	PRODUCCION: ¹	EXPORTACION: ²	CONSUMO NACIONAL: ³
1955	9'675,062 Kgs.	8'062,552 Kgs.	1'612,510 Kgs.
1956	11'427,674 "	9'523,062 "	1'904,612 "
1957	15'777,933 "	13'148,279 "	2'629,654 "
1958	13'304,468 "	11'087,058 "	2'217,410 "
1959	19'935,149 "	16'612,625 "	3'322,524 "
1960	19'005,560 "	15'837,968 "	3'167,592 "
1961	20'989,650 "	17'491,376 "	3'498,274 "
1962	26'221,798 "	21'843,166 "	4'368,632 "
1963	22'182,780 "	18'485,484 "	3'697,296 "
1964	27'464,400 "	22'887,000 "	4'577,400 "
1965	28'247,156 "	23'522,630 "	4'724,526 "
1966	33'080,644 "	27'567,204 "	5'513,440 "
1967	28'415,894 "	23'679,290 "	4'734,604 "
1968	36'473,078 "	30'594,232 "	6'078,846 "
1969	32'620,102 "	25'994,160 "	6'625,942 "
1970	29'923,606 "	22'701,330 "	7'222,276 "
1971	24'789,703 "	17'315,648 "	7'474,055 "
1972	38'596,275 "	31'096,275 "	7'500,000 "
1973	33'259,395 "	25'259,395 "	8'000,000 "
1974	41'967,629 "	22'067,629 "	8'400,000 "
1975	38'599,281 "	30'099,281 "	8'500,000 "
1976	58'418,711 "	49'917,711 "	8'500,000 "
1977	62'013,484 "	53'013,484 "	9'000,000 "
1978	53'959,775 "	44'959,775 "	9'500,000 "

¹ Suma de la exportación y el Consumo Nacional.

² Dato exacto proporcionado por la Dirección General de Estadística de la Secretaría de Industria y Comercio.

³ Estimación de la Dirección General de Avicultura y Especies Menores.

NOTA: Se estima que al final de cada uno de estos años exista miel almacenada, entre 2,000 a 5,000 toneladas.

Se estima, en cuanto a la venta FOB por tonelada un precio de 1.05 dólares, por kilo, algunos estados la venden también FOB de 0.76 a 0.83 dólares, en puerto Tuxpan Veracruz, Progreso y Tampico generalmente.

La comercialización en el mercado nacional, se efectúa a través de (Comercializadora Apícola Mexicana, S.A.), COMSA, con las marcas "Mielitas" y "Oro Maya".

A instancias del IMCE los integrantes de COMIEXPOS, han participado en la Exportación de SIAL'80 y en la Misión efectuada a diversos estados de la Unión Americana, en épocas anteriores no hacían ningún tipo de promoción a su producto.

A nivel nacional como integrantes de Unión Nacional de Envasadores de Miel de Abeja (UNEMA), se ha iniciado una campaña publicitaria encaminada al incremento del consumo de este producto en el país, utilizando la prensa, radio, televisión, siendo la publicidad pobre en su contenido, por no contar con una compañía especializada, y en el caso de la televisión, emplean tiempos oficiales que tienen por el horario poco auditorio.

Podemos mencionar que el consumo nacional es mínimo, ya que en el año de 1955 el consumo era aproximadamente de 1.6% y en 1978 es de 17.6 aproximadamente, el cual fue creciendo a un ritmo de 4.04% anual en el lapso de 23 años, lo que nos indica una tasa de crecimiento muy baja en el consumo de la miel. (Gráfica 4).

2. ASPECTOS DEL MERCADO MUNDIAL

2.1 Producción mundial de miel

Las estadísticas sobre la producción mundial de miel son contradictorias según la fuente de que se obtenga. Así según la publicación de la FAO "Production Yearbook 1980", la producción mundial de miel en los últimos años fue del orden de las 950,000 toneladas métricas anuales rebasándose, ya en 1979 la cifra de un millón de toneladas.

Por su parte en la publicación "Foreign Agriculture Circular", del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de Norteamérica, las cifras de producción mundial son, para el mismo período de una media de 700,000 toneladas (en 1975; 737 mil toneladas).

Es lógico que estas cifras sean todas aproximadas, ya que muchos países no poseen estadísticas al respecto y otros no las publican.

En el cuadro 1 se reproducen las estadísticas de producción

mundial de miel en los últimos 5 años y el promedio correspondiente a los años 1971-1975, y la proyección hasta 1991. Por otra parte en el cuadro 1A, se ven las exportaciones mundiales por países y su proyección hasta 1991.

Del mismo cuadro se desprende que en Norteamérica, se produjeron en 1980 aproximadamente el 24% del total mundial seguidos por Asia (16.8% sin contar la URSS), y Europa (6.83%).

En los últimos años, la producción mundial de miel ha continuado aumentando. Según el cuadro mencionado, en 1976 se cosecharon unas mil toneladas y en 1980, 732,000; lo que supone un incremento del 8.9% en 4 años.

Se estima que con el proceso de desarrollo económico de la mayoría de los países productores, la tendencia a la creciente producción mundial perdurará a pesar de las fluctuaciones en la producción de la miel.

Ocurre que una mala cosecha en una parte del mundo suele verse compensada por otra buena en el resto, siendo la tendencia global creciente, por el proceso de industrialización de la producción de miel.

Muchos países productores tienen dificultades para recoger la miel de los apiarios, para transportarla al puerto de embarque y para almacenarlas.

Estos y otros problemas relacionados no pueden ser fácilmente resueltos por los exportadores potenciales. El equipo es con frecuencia inadecuado. En países con potencial exportador inexplorado no existe la capacidad suficiente para manejar los apiarios.

Cabe esperar sin embargo una oferta creciente de miel debido a que diversos países en desarrollo están tratando de incrementar su industria apícola frecuentemente con asistencia técnica y financiera de los países industrializados. Sin embargo dadas las dificultades señaladas, tal expansión no será sencilla y requerirá de tiempo y esfuerzos considerables.

La oferta mundial, por tanto no se incrementará significativamente a corto plazo, sino más bien en los próximos 5 o 10 años.

Los 4 principales productores mundiales de miel son la República Popular China, Estados Unidos de Norteamérica, Argentina y México.

Estos países produjeron, conjuntamente el 37.4% del total mundial. En 1981, aún sin contar con los datos definitivos se puede decir que el primer productor mundial de miel es la República Popular China.

Por ser el principal competidor de México en el mercado mun-

dial de la miel, se incluye un breve análisis sobre la situación actual de la apicultura en ese país.

En los últimos 5 años la industria china de miel, se desarrolló rápidamente, pasando la producción nacional de 55 mil toneladas en 1976, a 105,000 en 1980. Por su parte, las exportaciones pasaron de 22,117 toneladas en 1976, a 26,870 en 1979, duplicando así el volumen colocado en el exterior.

En 1979, los principales países compradores de miel china fueron Alemania Federal y Japón, adquiriendo cada una más de 13 mil toneladas, aunque el "gran paso adelante" en la producción de miel comenzó en 1978, las exportaciones masivas se registraron a partir de 1979, al consolidarse los mercados de exportación de miel china.

Las nuevas políticas liberalizadoras se introdujeron en las áreas rurales del país, alentaron las actividades secundarias, como es la apicultura, a pesar que el consumo interno de miel aumentó, hay un gran excedente para la exportación.

La miel es para la República Popular China, una fuente generadora de divisas importantes, así como un producto complementario de la producción, en muchos casos escasa de azúcar.

2.2 Demanda mundial de miel

La demanda mundial aumentó considerablemente en los últimos años, debido a los siguientes factores:

- a) Nivel de vida más alto de los países industrializados.
- b) Mayor interés del consumidor por productos alimenticios naturales y dietéticos.
- c) La aparición de nuevos países importadores, como los países árabes productores de petróleo y el Japón.
- d) Políticas de mercado más agresivas por parte de envasadores, distribuidores y cadenas de venta al menudeo en algunos grandes mercados.

Aunque la demanda mundial de miel se haya incrementado notablemente, la oferta de miel para la exportación no se ha desarrollado al mismo ritmo. Por esta razón los precios mundiales de la miel han aumentado considerablemente en los últimos años. Debe tenerse en cuenta que la demanda proviene, fundamentalmente de los países desarrollados de occidente y que el alza de los precios no ha provocado una restricción de la demanda, especialmente en los principales países importadores.

Entre los problemas que impiden incrementar la oferta mundial de miel a corto plazo, se encuentran las siguientes:

- a) Las normas de calidad restrictivas que imponen a la miel de importación los principales países consumidores.
- b) Las preferencias específicas de los consumidores por mieles de determinado sabor y consistencia.
- c) Problemas de recolección, transporte y almacenamiento de la miel por falta de material adecuado.
- d) Escasez de personal calificado en apicultura.
- e) Deficiente conocimiento de los mercados e insuficiente experiencia comercializadora.

Además, de éstos, están los problemas inherentes al producto, por depender su producción de la población de abejas, sus enfermedades, las condiciones meteorológicas y de contaminación, etc.

Las importaciones mundiales de miel de abeja se representan en el /cuadro núm. 2/. Se observa que en los 4 últimos años las importaciones totales han aumentado, de 149,943 toneladas en 1975 se pasó a 180,284 toneladas en 1978.

Los principales importadores son los países Europeos, Estados Unidos de Norteamérica y el Japón.

De la comparación internacional por países importadores se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- a) El principal país importador mundial es Alemania Federal que absorbe por sí sola el 31.98% de la importancia mundial de miel en 1978.
- b) Cuatro países, Alemania Federal, Reino Unido, Japón y Estados Unidos de Norteamérica, importan conjuntamente el 69.06% del total mundial, lo que los convierte en los mercados más importantes de miel.
- c) Prácticamente la totalidad de países importadores son los económicamente desarrollados.

2.3 Exportaciones mundiales de miel

Según la publicación de la FAO, las exportaciones mundiales en el período 1975-1978 oscilaron entre 150,499 y 180,284 toneladas anuales (cuadro núm. 3).

Por lo general, se calcula que las regiones abastecedoras exportan de un 10 a un 50% de su producción. La proporción exportada de

la producción de cada país depende no solamente de la demanda mundial sino también de factores tales como la demanda interna, la calidad de la miel, el conocimiento del mercado y la experiencia en materia de comercialización. En los últimos años hubo escasez de miel, a pesar que la producción mundial fue 4 veces mayor que la cantidad que ingresó en el comercio mundial.

Como se puede observar, en 1978, a los 9 principales países les corresponde aproximadamente el 73% de las exportaciones mundiales de miel. La mayor parte procede, tradicionalmente de México, China y Argentina (56%).

México y Argentina, habían sido siempre los dos exportadores más importantes. La miel de estos países se exporta a todo el mundo; la miel mexicana principalmente a Alemania federal, Estados Unidos de Norteamérica y el Reino Unido; y la de Argentina a Alemania Federal, el Japón y los Estados Unidos de Norteamérica.

Las exportaciones de miel tienden a crecer año con año, aunque el ritmo de su crecimiento sea algo inferior al de la demanda mundial de este producto.

2.4 Comercio exterior mundial

Hasta 1978 la exportación mundial de miel fue de 180,466 toneladas con un valor de 187,702.000 dólares (cuadro 3).

El 73% correspondió a 9 países, casi la mitad de ellos, son países en desarrollo. (Cuadro núm. 1).

Se espera que para 1982 la exportación de este producto sea de 216,488 toneladas, aproximadamente, debido a la fuerte presencia de China como país exportador, se estima que podrá dominar el mercado mundial no sólo de miel sino también de cera, y poner en peligro las cotizaciones de los países productores del mundo, con sus acciones especulativas, ya que mientras que los demás países a principios del año estuvieron vendiendo a 950 dólares la tonelada, en días pasados bajó el precio a 830 dólares; México sin embargo, mantuvo el precio a 1,050 la tonelada, debido a la calidad del producto.

Por lo que respecta a otros países, Australia poco a poco ha ido mejorando como productor y exportador de miel, aunque en 1978 sólo exportó 4,274 toneladas, la mayoría de su miel; proviene de varias especies de eucalipto y tiene un sabor característico. (Cuadro núm. 1 y 3).

Su principal cliente es el Reino Unido, Alemania Occidental y

PRODUCCION MUNDIAL DE MIEL DE ABEJA
(MILES DE TONELADAS)

CUADRO 1

	71/75	76	77	78	79	80	81*	82*	83*	84*	85*	86*	87*	88*	89*	90*	91*
CANADA	22.7	25.4	25.4	30.6	33.0	29.2	35.2	38.4	42.3	47.0	52.9	60.5	70.6	84.8	106.1	141.7	213.4
MEXICO	35.2	49.9	60.0	54.0	36.0	61.1	59.8	67.2	70.9	74.7	78.7	82.8	87.1	91.6	96.2	101.0	106.0
U.S.A.	95.6	90.0	81.0	104.5	107.6	91.0	100.9	102.7	104.6	106.4	108.2	110.0	111.8	115.6	115.4	117.2	119.0
ARGENTINA	22.3	28.0	22.0	35.0	26.0	24.0	27.3	27.8	28.4	28.9	29.5	30.2	30.8	31.5	32.2	32.9	33.7
R.F.A.	12.5	22.0	20.0	15.0	9.0	14.0	11.8	10.7	9.7	8.6	7.6	6.6	5.5	4.5	3.4	2.4	1.3
ESPAÑA	9.5	11.0	12.0	11.0	12.0	13.0	13.4	13.9	14.5	15.0	15.6	16.2	16.7	17.5	17.8	18.4	18.9
ETIOPIA	18.7	19.4	19.0	20.0	20.0	20.5	20.8	21.1	21.5	21.8	22.1	22.5	22.8	23.1	23.5	23.8	24.2
CHINA	31.2	55.0	60.0	75.0	100.0	105.0	122.9	137.8	152.6	167.4	182.2	197.1	211.9	226.7	241.6	256.4	271.2
INDIA	12.0	18.0	17.0	18.5	16.0	18.0	20.3	21.8	23.6	25.8	28.3	31.4	35.3	40.3	47.0	56.3	70.1
TURQUIA	17.2	24.1	21.7	21.7	23.7	23.0	25.6	27.0	28.5	30.3	32.3	34.5	37.1	40.2	43.8	48.0	53.2
AUSTRALIA	19.8	21.4	14.9	18.6	18.3	21.5	19.1	19.2	19.3	19.4	19.5	19.7	19.8	19.9	20.0	20.0	20.2
OTROS PAISES	306.3	313.8	314.3	304.9	319.5	314.8	317.3	318.7	320.2	321.6	323.0	324.5	325.9	327.3	328.8	330.2	331.6
PRODUCCION MUNDIAL	601.0	670.0	667.6	708.8	721.1	735.1	774.4	806.3	836.1	866.9	899.9	936.0	975.3	1020.8	1075.8	1148.3	1262.8

FUENTE: ANUARIOS ESTADISTICOS DE PAISES PRODUCTORES.
PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS, REPORTES DEL DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA Y OFICINAS DE SERVICIOS AL
EXTRANJERO.

LOS DATOS PARA MEXICO SE OBTUVIERON DE S.A.R.H.

* PROYECCIONES REALIZADAS EN EL DEPARTAMENTO DE ANALISIS DE LA DIRECCION DE DESARROLLO DE
PRODUCCION -I.M.C.E.

PROYECCION MUNDIAL DE LAS EXPORTACIONES DE MIEL DE ABEJA CUADRO No. 1-A
(TONELADAS)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
CANADA	7.595	8.059	8.545	9.053	9.585	10.142	10.723	11.331	11.965	12.627	13.318	14.038	14.788
MEXICO	45.112	47.725	50.337	52.950	55.563	58.175	60.788	63.401	66.013	68.626	71.239	73.851	76.464
E.U.A.	2.406	2.336	2.270	2.207	2.148	2.091	2.038	1.987	1.939	1.893	1.849	1.806	1.768
ARGENTINA	28.698	30.150	31.601	33.053	34.505	35.957	37.409	38.860	40.312	41.764	43.216	44.667	46.119
CHINA	26.870	27.150	31.601	33.053	34.505	35.957	37.409	38.860	40.312	41.764	43.216	44.667	46.119
HUNGRIA	7.432	7.629	7.826	8.022	8.219	8.416	8.613	8.810	9.006	9.203	9.400	9.597	9.793
RUMANIA	3.244	3.191	3.139	3.089	3.041	2.994	2.948	2.904	2.861	2.819	2.779	2.740	2.702
ESPAÑA	7.131	7.470	7.821	8.183	8.557	8.944	9.343	9.756	10.181	10.620	11.072	11.538	12.018
AUSTRALIA	7.945	8.055	8.165	8.275	8.385	8.495	8.604	8.714	8.824	8.934	9.044	9.154	9.263
OTROS	50.964	54.963	59.275	63.926	68.942	74.352	80.186	86.477	93.263	100.580	108.472	116.984	126.162
T O T A L	187.397	196.728	206.416	216.488	226.974	237.900	249.298	261.206	273.656	286.692	300.357	314.694	329.752

PROYECCION REALIZADA POR EL DEPARTAMENTO DE ANALISIS DE LA DIRECCION DE DESARROLLO DE PRODUCCION - I.M.C.E.

IMPORTACION MUNDIAL DE MIEL DE ABEJA
(TONELADAS)

CUADRO No. 2

	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
E.U.A.	7.665	6.680	4.021	5.192	17.672	5.413	11.518	21.158	30.119	28.980	25.446
JAPON	11.186	11.661	14.537	16.358	23.604	25.655	14.925	18.091	23.749	24.838	24.448
FRANCIA	5.461	5.608	4.982	5.191	4.452	5.788	3.263	5.770	5.620	5.074	7.395
R.D.A.	2.707	2.167	7.033	11.418	19.228	19.400	3.882	5.210	2.843	3.100	3.000
R.F.A.	47.645	45.150	43.056	46.766	44.795	46.199	42.251	50.761	50.078	51.241	57.656
SUECIA	4.144	3.595	3.664	3.493	3.731	4.916	5.134	4.241	4.707	4.009	4.369
REINO UNIDO	14.780	15.281	17.130	20.142	16.460	17.492	10.284	17.476	13.693	17.216	16.962
OTROS	19.614	23.864	20.438	21.441	23.150	21.405	22.721	27.236	52.035	42.571	41.008
IMPORTACION MUNDIAL	113.202	114.006	114.861	130.001	153.092	146.268	113.978	149.943	182.844	177.029	180.284

FUENTE: F.A.O.

EXPORTACION MUNDIAL DE MIEL DE ABEJA
(TONELADAS)

CUADRO No. 3

	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
MEXICO	30.393	25.989	22.636	17.355	31.096	25.259	22.169	30.566	48.962	52.243	45.141
CHINA	22.019	24.011	20.021	30.018	35.020	35.020	20.066	27.083	22.117	25.120	28.120
ARGENTINA	9.918	16.100	21.016	14.265	19.352	19.400	15.487	22.639	29.877	24.805	27.000
HUNGRIA	5.775	5.592	5.707	6.614	6.616	973	7.595	8.167	7.974	6.751	7.000
CANADA	3.681	2.175	4.080	10.981	4.919	9.844	3.265	4.703	4.784	9.005	6.701
ESPAÑA	3.117	2.698	3.480	5.796	10.914	11.200	6.311	5.695	5.240	4.748	5.100
AUSTRALIA	4.600	5.555	6.667	9.907	8.817	8.000	4.692	9.610	11.455	6.572	4.274
E.U.A.	3.676	4.476	3.698	3.431	1.861	7.228	2.349	1.820	2.644	2.534	3.777
RUMANIA	3.935	3.017	3.070	5.700	4.500	5.000	4.176	3.743	2.077	3.746	3.500
OTROS	25.414	23.645	22.419	27.028	31.867	34.707	28.736	36.936	47.714	40.505	49.853
EXPORTACION MUNDIAL	112.528	113.258	112.794	131.095	154.962	156.631	114.846	150.962	182.844	177.029	180.466

FUENTE: F.A.O.

LOS DATOS PARA MEXICO SE OBTUVIERON A TRAVES DEL BANCO DE MEXICO.

Estados Unidos de Norteamérica, pero siguen siendo grandes importadores de varrios países del mundo, siendo México su principal proveedor, Hungría, Rumanía y Bulgaria, que son los principales exportadores de Europa; también lo era España, pero se vió obligada a importar más miel debido a que los precios internos eran más altos que los precios internacionales. Hungría, Rumanía y Bulgaria producen mieles de gran calidad y son especialmente conocidos por un tipo cuyo origen es la acasia; también exportan mieles oscuras que provienen de bosques; Europa Oriental y Japón son sus principales. (Unidad de Información y Estadística de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público) SHCP, julio de 1980).

Los mayores exportadores de América, han sido tradicionalmente México y Argentina. La miel argentina es generalmente clara, proviene de la alfalfa, trébol blanco y cardor. México proporciona mieles de alta calidad y la variedad más conocida es la que se produce en la península de Yucatán.

Canadá, fue el quinto exportador mundial en 1978 (cuadro núm. 3).

La mayoría de los países tienen requisitos de calidad muy estrictos, que las naciones en desarrollo les resulta difícil de cumplir especialmente a los exportadores nuevos.

3. SITUACION MUNDIAL DE LA MIEL EN 1981¹

En 1981 la cosecha mundial de miel se estimó en 884,300 toneladas métricas, 6% arriba de la revisión de 1980. El consumo fue estimado en 867,300 toneladas resultando de este modo un incremento en las existencias de 17,000 toneladas.

La producción mundial de miel, el consumo, y las existencias fueron estimadas durante los 5 años anteriores como sigue:

La producción en 1981 ascendió significativamente en América del Sur donde Argentina y Brasil produjeron 21 y 20% más respectivamente, que en 1980.

En China, la producción total fue casi 44% arriba del nivel, considerando que 1980 fue un año escaso; aunque sólo 4% arriba del nivel de 1979.

La producción australiana también se recuperó un poco con 17% sobre el incremento de 1980, sin embargo, aún 16% abajo de 1979.

El superávit de la producción en 1981 fue resultado de precios más bajos. Los precios promedio de todas las importaciones de

Años	Inicio Reservas	Producción	Consumo ²	Balances Extranjeros ³	Final Reservas	Final de
						Reservas
				1,000 toneladas métricas	Porcentaje	
1976	167.4	798.3	803.4	2.2	160.1	19.9
1978	160.1	827.7	835.4	5.3	147.1	17.6
1979	147.1	880.1	847.0	3.4	176.8	20.9
1980	176.8	833.2	865.9	8.5	135.6	15.7
1981 3/	135.6	884.3	867.3	0	152.6	17.6

¹ Basado en 3 años el movimiento promedio de la producción.

² Menos signos indicados, las importaciones fueron más grandes que las exportaciones.

³ Preliminares.

miel dentro de los Estados Unidos de Norteamérica fueron de 91.7 centavos por kilogramo en 1981 comparado con 94.8 centavos en 1980. Las exportaciones de miel promediaron en 1.71 dólares por kilogramo en 1981, contra 1.70 dólares en 1980.

3.1 Producción

En 1981 la cosecha mundial de miel se estimó en 884,300 toneladas métricas, 6% arriba de la revisión de 1980. La producción en el mundo aumentó, reflejada en parte por los grandes campos que se encuentran en la URSS y China, las cuales juntas ocuparon el tercer lugar de la producción total mundial. La producción también fue buena en 1981 en Canadá, México, Argentina y Brasil.

La producción de la Unión Soviética en 1981, en ambos sectores socialistas y privado, fue estimada en 193,000 toneladas, 2% arriba del año anterior. No obstante el nivel del néctar fue bajo en el verano, porque hubo una sequía que se inicio en varias partes de Europa, particularmente en la RSFSR (la más grande de las 15 repúblicas de la Unión Soviética), esta parte normalmente ocupa alrededor del 60% de la comercialización de la miel, previendo que sea extenso el control de enfermedades. Como la Varroasis, que es una enfermedad en las abejas causada por el varroa jacobsoni, la cual hizo que la producción bajara en 1980, causando considerables daños nuevamente en 1981 en varias repúblicas, especialmente en el norte del Cáucaso.

Según datos estadísticos china tuvo una excelente cosecha en 1981 produciendo cerca de 115,000 toneladas; esto considerando que su producción de 1980 fue muy pobre. China, en años recientes, ha expandido su producción potencial significativamente aumentando el número de colonias. Los expertos apicultores chinos estiman que el número de colonias ha crecido de 3 millones en 1976 a 5.3 millones en 1980.

La producción de Canadá se ha estimado en un total de 32,900 toneladas en 1981, 13% arriba de 1980. Por debajo del promedio de los campos en la provincia de Alberta, la cual normalmente produce cerca de la tercera parte de la producción total del Canadá, ésta fue compensada por el mayor promedio en los campos de Columbia Británica, la provincia de Ontario y Quebec. En todas partes las buenas condiciones del clima y el desarrollo de los recursos del néctar principalmente alfalfa y el trébol dulce, están combinados para aumentar las grandes cosechas de producción .

La producción de miel para 1981 en México, es estimada en 62,000 toneladas, provenientes de 2.3 millones de colonias. Debiendo mejorar el clima, en la parte sureste de México la producción de miel ha sido mayor que en 1980, acercándose a la tercera parte de la producción total del país.

La parte alta de México y otras regiones deberían de contar con una advertencia para los problemas de clima. En años recientes el soporte crediticio y técnico del gobierno a ayudado a los productores, para facilitarles en México, el aumento del número de sus colonias. Regularmente, México posee 1.8 millones de colonias modernas o 78% del total del país; indicándose la tendencia ascendente en la modernización de esta industria tradicional.

3.2 Reservas

Las reservas se han estimado en los inicos de 1982, donde Estados Unidos es uno de los mayores poseedores de la producción. Sin embargo, los datos no están a disposición de China y de la Unión Soviética, los mayores productores.

La siguiente gráfica nos indica los niveles de algunos de los mayores comercializadores de miel (en toneladas métricas):

País	1979	1980	1981	1982
Argentina	3,575	3,986	5,986	1,986
Australia	5,838	8,371	5,957	5,500
Canadá	11,987	12,091	12,000	11,775
Francia	3,000	6,900	6,435	3,935
Japón	3,500	5,000	2,000	4,000
México	500	500	7,500	11,500
Reino Unido	500	650	400	400
Estados Unidos de Norteamérica	14,623	17,235	18,379	22,055

Estados Unidos de Norteamérica importa miel por arriba de la barrera en 35,000 toneladas en 1981 con los principales suministros en orden de embarques procedentes de México, China, Argentina y Canadá. Las importaciones procedentes de Argentina fueron de 623 toneladas en 1980 y de 5,531 toneladas en 1981, México surtió 11,308 toneladas, comparadas con 3,822 toneladas en 1980, mientras que los embarques de China totalizaron 8,636 toneladas, un

9% por arriba de 1980. Las importaciones de Canadá, el segundo surtidor en 1980, cayeron 35% en 1981.

Los datos de comercio para 1981 no están a disposición para el resto del mundo. En 1980, los importadores de miel estimaron que ésta decayó un 2%, mientras que las exportaciones en el mundo fueron descuidadas.

Las importaciones decayeron principalmente en Estados Unidos de Norteamérica, la Comunidad Europea y Japón. Las exportaciones fueron subiendo en Canadá, Alemania Occidental, Australia y China; pero decayendo en México, los Estados Unidos y el este de Europa.

Las exportaciones de China fueron más del doble entre los años de 1976 y 1980 con Japón y Alemania Occidental como principales destinatarios. Las Importaciones de Estados Unidos procedentes de China han crecido de 300 toneladas en 1979 a un promedio de 8,000 toneladas desde esa fecha.

El aumento en las importaciones de China vinieron después de la garantía de Estados Unidos denominada la "Más Favorable Nación" (MFN), que es un convenio para esa ciudad.

3.3 Precios

Las importaciones dentro de Estados Unidos durante 1981 se originaron de 35 ciudades. El promedio del valor unitario (FOB) de embarques procedentes de los 10 principales proveedores fueron los siguientes:

País de Origen	Valor Unitario	
	Centavos/Kilogramo:	Centavos/Libra
México	82.5	37.4
China	85.3	38.7
Argentina	92.2	41.8
Canada	118.8	53.9
Australia	72.5	32.9
Brasil	84.6	38.4
República Dominicana	82.7 1/	37.5
El Salvador	75.1	34.1
Guatemala	79.2	35.9
Honduras	87.6	39.7

1/ Promedio de 11 meses.

3.4 Tarifas

Los Estados Unidos tienen una tarifa (MFN) a razón de 1 centavo por libra en miel natural (BTN 04.06). Las tarifas de importación son comparables en algunos otros países comercializadores de miel, estos son: 1/

Hong Kong	0
Canadá	1.5 centavos por libra
Australia	2% ad valorem
Arabia Saudita	3% ad valorem
Kuwait	3% ad valorem
Malasia	(aproximadamente) 11 centavos de dólar por libra.
Singapur	(aproximadamente) 11 centavos de dólar por libra.
Comunidad Europea	27% ad valorem
Argentina	28% ad valorem
Hungría	30% ad valorem
Japón	30% ad valorem
Bahamas	32.5% ad valorem
Turquía	50% ad valorem
Rumania	50% ad valorem
México	50% ad valorem más 2% de sobrecargo en la promoción de exportaciones, más 1.50% de sobrecargo por mejor puerto.
Venezuela	60% ad valorem más 3.5% de sobrecargo si arriva por barco o 5.5% si arriva por vía aérea.
China	80% ad valorem
Bulgaria	100% ad valorem
Brasil	Prohibido

¹ Las tarifas cambian de tiempo en tiempo, así es que esta lista no debería ser considerada definitivamente. La tarifa actual cambiará y puede estar determinada sólo por los países importadores.

¹ *Foreign agriculture circular*, United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, Washington, D.C. FHON 1-82. March 1982.

MIEL: PRODUCCION EN PAISES ESPECIFICOS, ANUARIO 1976-81¹
(1.000 TONELADAS METRICAS)

Región y País	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Norte América						
Canadá	25.4	25.4	30.6	32.9	29.2	32.9
México	44.0	60.0	54.0	52.0	60.0	62.0
Estados Unidos	90.0	81.0	104.5	107.8	90.5	81.6
Total Norte América	159.4	166.4	189.1	192.7	179.7	176.5
Centro América						
Costa Rica	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9
El Salvador	2.5	2.5	2.3	2.3	2.2	2.2
Guatemala	3.4	3.8	3.8	3.3	4.0	4.0
Honduras	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	1.0
Total Centro América	7.3	7.8	7.7	7.2	7.9	8.1
Caribe						
Cuba	6.2	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5
República Dominicana	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0
Jamaica	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0
Total Caribe	8.6	7.9	7.9	7.8	7.8	7.8
América del Sur						
Argentina	28.0	22.0	35.0	30.0	28.0	34.0
Bolivia	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4
Brasil ²	12.0	14.0	16.0	18.0	20.0	24.0
Chile	7.5	8.0	6.0	5.0	6.0	6.0
Colombia	10.2	10.5	10.7	10.7	10.8	11.0
Ecuador	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0
Uruguay	1.6	1.0	1.5	1.5	1.5	1.5
Venezuela	0.7	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0
Total América del Sur	62.0	58.6	72.4	68.6	69.7	79.9
Europa Occidental						
Austria	6.0	6.0	6.0	5.5	5.0	5.0
Bélgica-Luxemburgo	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
Francia	14.5	8.2	9.5	14.4	12.0	10.0
Alemania Occidental	22.0	20.0	15.0	9.9	11.0	13.0
Grecia	9.9	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
Italia	6.4	6.7	6.9	6.5	6.7	6.7
Irlanda	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Países Bajos	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Noruega	1.0	0.9	1.0	1.1	1.1	1.0
Portugal	2.8	2.9	2.9	2.8	2.9	3.0
España	11.0	12.0	11.0	12.0	13.0	13.0
Suecia	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.8
Suiza	6.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
Reino Unido	2.9	3.7	0.9	2.0	1.2	1.5
Total Europa Occidental	86.6	76.5	69.4	70.5	69.2	69.5

**CONTINUACION-MIEL: PRODUCCION EN PAISES ESPECIFICOS,
ANUARIO 1976-81¹
(1,000 TONELADAS METRICAS)**

Región y País	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Europa Oriental						
Bulgaria	6.5	7.0	7.0	6.0	7.0	7.0
Checoslovaquia	5.5	6.0	6.0	5.0	6.0	6.0
Rep. Democrática Alemana	5.0	5.5	5.5	6.0	6.0	6.0
Hungría	9.5	8.5	8.0	9.5	9.0	9.0
Polonia	9.6	10.0	12.0	13.0	10.0	10.0
Rumania	9.8	9.5	10.0	10.0	10.0	10.0
Yugoslavia	5.2	5.5	6.0	6.0	6.0	6.0
Total Europa Oriental	51.1	52.0	54.5	55.5	54.0	54.0
Total Europa	137.7	128.5	123.9	126.0	123.2	123.5
Unión Soviética	188.0	208.0	179.0	189.0	190.0	193.0
Africa						
Argelia	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
Angola	11.0	11.5	12.0	13.0	13.5	13.5
Rep. Central Africana	5.1	5.3	5.5	5.6	5.7	5.9
Egipto	9.3	9.5	9.8	9.0	10.0	10.0
Etiopía	19.4	19.0	20.0	20.0	20.5	21.0
Kenia	8.0	8.5	9.0	9.5	10.0	10.0
Rep. Malagasy	11.4	11.5	12.0	12.2	12.5	12.5
Marruecos	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.3
Rep. Africana del Sur	1.9	2.0	2.0	2.1	2.2	2.2
Total Africa	77.2	79.0	82.5	84.3	87.7	88.4
Medio Oriente						
Irán	5.7	6.0	6.0	5.5	5.0	5.0
Israel	2.0	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2
Turquía	24.1	21.7	21.7	23.7	23.0	23.0
Total Medio Oriente	31.8	29.7	29.8	31.3	30.2	30.2
Asia						
Afganistán	3.5	3.5	3.6	3.6	3.0	3.0
China	55.0	60.0	75.0	110.0	80.0	115.0
India	18.0	17.0	18.5	16.0	18.0	18.0
Japón	6.1	6.2	8.5	7.5	6.2	8.0
Rep. de Corea	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2
Taiwán	0.6	2.5	2.3	2.6	2.7	2.7
Total Asia	84.8	91.0	109.8	141.7	112.0	148.9
Oceanía						
Australia	21.4	14.9	18.6	25.0	18.0	21.0
Nueva Zelanda	6.0	6.5	7.0	6.5	7.0	7.0
Total Oceanía	27.4	21.4	25.6	31.5	25.0	28.0
GRAN TOTAL	784.2	798.3	827.7	880.1	833.2	884.3

Las estimaciones se refieren al calendario anual, excepto Australia en donde la cosecha anual es de Julio/Junio. ²Basado en las nuevas series de producción previstas por el Consulado de Agricultura en Brasilia y Moscú respectivamente. La Unión Soviética incluye series de ambos sectores de la producción, Socialista y Privado.

MIEL: IMPORTACION ESPECIFICA POR PAIS
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Continente y País	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Norte América:					
Canadá	1.813	201	249	256	276
Estados Unidos	30.120	28.981	25.385	26.571	22.247
	31.933	29.182	25.634	26.827	22.523
Europa:					
Austria	4.131	3.936	3.617	5.123	6.664
Bélgica-Luxemburgo	3.555	4.084	4.711	5.373	5.760
Dinamarca	1.223	1.388	1.994	2.428	2.129
Finlandia	116	121	386	583	561
Francia	5.618	5.071	7.395	7.667	6.873
Alemania Occidental	50.078	51.241	57.656	62.146	65.597
Irlanda	411	690	663	769	949
Italia	1.109	2.850	3.714	10.100	8.647
Países Bajos	5.885	4.288	5.554	6.641	6.078
Portugal	597	621	543	600	520
Suecia	1.478	1.944	1.986	3.492	3.523
Suiza	4.707	4.009	4.369	4.444	5.180
Reino Unido	13.693	17.216	16.962	17.973	17.223
Yugoslavia	4.814	3.000	3.000	2.600	4.874
Total	97.415	100.459	112.350	129.939	134.578
Otros países:					
Argelia	—	543	600	400	510
Hong Kong	1.091	1.073	924	843	998
Japón	23.749	24.838	24.448	24.624	20.104
Singapur	461	549	572	602	570
Total	25.301	27.003	26.544	26.469	22.182
Gran Total	154.649	156.644	164.528	183.235	179.283

— Nótese que no están a disposición, se desconocen o no son aplicables.

¹ Preliminar

ORIGEN: Preparado o estimado en las bases de estadísticas oficiales de Gobiernos extranjeros, otros materiales de origen extranjero, de los reportes de las Conexiones Agrícolas y de los Oficios de Servicio Extranjero de E.U.
 Resultados de las oficinas de Investigación y de la Información conexas.

EXPORTACION DE MIEL POR PAISES ESPECIFICOS
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Continente y País	1976	1977	1978	1979	1980
Norte América:					
Canadá	4.743	8.968	6.680	8.183	10.864
Costa Rica	342	400	305	179	202
Cuba ²	6.324	5.005	4.906	3.034	916
Rep. Dominicana	587	784	772	793	815
El Salvador	2.496	2.000	1.700	1.500	1.755
Guatemala	3.618	3.114	3.367	2.800	3.070
Honduras	671	700	600	500	400
México	47.837	53.231	45.102	41.772	39.402
Estados Unidos	2.129	2.504	3.649	4.010	3.877
Total	68.747	76.706	67.081	62.771	61.301
América del Sur:					
Argentina	29.725	21.724	35.886	24.996	19.638
Brasil	908	1.427	3.712	1.806	1.130
Chile	2.500	844	297	2.300	665
Total	33.133	23.995	39.895	29.102	21.433
Rusia: (Europa y Asia)	7.205	8.940	10.144	10.993	12.607
Europa:					
Bélgica y Luxemburgo	435	1.304	1.401	2.022	2.054
Bulgaria ²	2.778	2.494	3.263	3.490	2.409
Checoslovaquia ²	780	1.197	1.328	1.587	933
Francia	941	1.073	1.068	1.179	1.346
Alemania Occidental	1.999	2.441	3.800	6.341	8.295
Grecia	2.458	1.496	604	2.250	1.416
Hungría ²	7.031	7.359	6.879	8.658	7.449
Países Bajos	2.176	892	1.184	983	623
Polonia	103	23	28	21	98
España	5.240	4.748	4.594	1.768	3.700
Rumanía ²	2.272	1.943	3.142	4.599	4.380
Yugoslavia	150	200	200	160	109
Total	26.363	25.170	27.491	32.858	32.812
Otros Países:					
Australia ³	11.457	6.567	4.274	7.422	11.427
China, Continente ²	20.054	16.327	19.128	40.964	46.135
Israel	756	117	300	350	350
Nueva Zelandia ³	2.471	993	1.500	2.215	1.760
Total	34.738	24.004	25.202	50.951	59.672
Gran Total	170.186	158.815	169.813	186.675	187.825

¹ Preliminar ² Basado sobre las importaciones de los mayores países importadores ³ La cosecha anual finalizando el 30 de junio de los años mostrados.

ORIGEN: Preparado o estimado en las bases de estadísticas oficiales de Gobiernos extranjeros, otros materiales de origen extranjero, de los reportes de las conexiones Agrícolas y de los Oficios de Servicio Extranjero de E.U., resultados de las oficinas de Investigación y de la información conexa.

ESTADOS UNIDOS: EXPORTACION DE MIEL POR DESTINO DE PAIS
1977-1981
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de Destino	1977	1978	1979	1980	1981 ¹
Bélgica	23	28	68	20	68
Canadá	140	210	161	206	175
Francia	50	135	262	104	86
Alemania Occidental	712	808	707	811	948
Irán	64	151	148	---	---
Japón	235	304	269	223	231
Malasia	21	25	26	50	22
Países Bajos	241	614	759	448	623
Arabia Saudita	470	621	668	937	696
Singapur	38	62	80	41	42
Suecia	29	25	26	23	16
	24	36	82	131	181
Reino Unido	59	130	165	116	94
Otros	398	500	609	767	991
2.504	3.649	4.010	3.877	4.173	

¹ Preliminares

ORIGEN: Departamento de Comercio de E.U.

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACION DE MIEL
POR PAISES DE ORIGEN
1977-1981
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de Destino	1977	1978	1979	1980	1981 ¹
Argentina	4.144	6.982	400	623	5.531
Australia	20	23	242	22	857
Brasil	1.003	3.982	2.110	826	807
Canadá	6.830	3.972	4.314	7.889	5.066
China, Continente	289	301	8.182	7.919	8.636
Rep. Dominicana	351	576	581	438	533
El Salvador	439	155	300	38	505
Guatemala	523	76	293	1	343
Honduras	112	164	242	59	315
Hong Kong	1	2	127	103	171
México	14.839	8.322	9.222	3.822	11.308
Nueva Zelandia	36	39	9	36	18
Otros	394	791	549	471	981
Total	29.981	25.385	26.571	22.247	35.071

¹ Preliminares

ORIGEN: Departamento de Comercio de E.U.

JAPON: IMPORTACION DE MIEL POR PAISES DE ORIGEN
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de origen	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Argentina	10.678	11.853	11.853	7.150	2.399
Australia	193	201	54	225	57
Canadá	336	314	48	245	154
China, Continente	8.881	8.410	8.403	13.366	14.805
Cuba	51	203	0	0	0
Hungría	915	636	616	412	553
Rumania	83	428	320	221	82
México	171	674	181	199	98
Nueva Zelanda	698	422	504	568	333
Unión Soviética	1.003	1.301	1.853	1.855	1.337
España	233	294	52	0	0
Estados Unidos	281	301	348	268	222
Otros	226	334	216	115	64
Total	23.749	24.838	24.448	24.624	24.104

¹ Preliminar

ORIGEN: Estadísticas oficiales del Comercio de Japón.

ALEMANIA OCCIDENTAL: IMPORTACION DE MIEL
POR PAISES DE ORIGEN
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de origen	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Argentina	8.155	6.158	10.338	7.877	7.954
Bulgaria	737	409	849	395	266
Canadá	729	874	1.079	1.362	1.571
Chile	1.319	925	936	1.007	609
China, Continente	7.450	4.673	7.006	13.133	14.884
Cuba	2.971	1.266	1.897	812	1.344
Checoslovaquia	450	632	680	690	350
El Salvador	1.544	1.406	1.368	1.315	1.672
Francia	604	557	676	547	586
Guatemala	2.173	2.333	2.455	2.104	2.224
Hungría	1.707	1.550	1.446	1.767	1.751
México	13.041	20.938	19.926	20.363	19.054
Rumania	1.466	649	1.305	2.612	2.596
Unión Soviética	701	1.205	1.667	2.061	2.760
España	732	677	1.145	674	541
Estados Unidos	1.664	2.997	2.459	2.492	2.170
Otros	4.635	3.652	2.424	2.935	5.265
Total	50.078	51.241	57.656	62.146	65.597

¹ Preliminar

ORIGEN: Estadísticas Oficiales del Comercio de Alemania Occidental.

REINO UNIDO: IMPORTACION DE MIEL POR PAISES DE ORIGEN
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de origen	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Argentina	863	1.747	1.467	1.787	1.443
Australia	4.913	2.512	2.090	3.562	4.598
Canadá	316	—	—	—	—
China, Continente	275	—	—	1.287	3.247
Cuba	568	1.411	1.212	1.070	51
Alemania Occidental	2.226	1.714	263	—	—
Hungría	545	857	1.047	756	—
México	1.674	6.217	7.517	5.461	4.280
Nueva Zelanda	183	—	—	—	—
Otros	2.130	2.758	3.366	4.050	3.604
Total	13.693	17.216	16.962	17.973	17.223

— No está disponible

¹ Preliminar

ORIGEN: Estadísticas oficiales del Reino Unido

AUSTRALIA: IMPORTACION DE MIEL POR PAISES DE ORIGEN
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de origen	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Alemania Occidental	1.105	708	125	417	1.971
Indonesia	58	123	118	—	110
Irán	50	177	651	580	820
Japón	326	277	92	148	58
Malasia	174	275	282	281	286
Portugal	—	52	17	322	1.093
Singapur	193	279	193	188	447
Reino Unido	6.154	3.765	1.739	3.903	4.631
Estados Unidos	1.463	88	—	137	79
Otros	1.934	823	1.057	1.446	1.932
Total	11.457	6.567	4.274	7.422	11.427

— Se desconocen

¹ La cosecha anual finalizada el 30 de junio de los años mostrados.

² Preliminar

ORIGEN: Estadísticas oficiales de Australia.

MEXICO: EXPORTACIONES DE MIEL POR PAISES DE DESTINO
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de Destino	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Bélgica-Luxemburgo	589	614	658	1.195	977
Francia	449	566	474	1.208	1.220
Rep. Democrática de Alemania	—	104	—	—	11.209
Alemania Occidental	27.251	28.451	30.670	23.036	14.452
Italia	424	797	10—	1.456	248
Japón	—	690	151	141	240
España	—	213	—	1.307	757
Suiza	753	918	472	635	1.954
Reino Unido	1.701	3.092	4.169	2.584	3.612
Estados Unidos	16.392	17.430	8.458	10.029	3.655
Otros	278	356	40	181	1.078 ²
Total	47.857	53.231	45.102	41.772	39.402

— No están disponibles, se desconocen, o no son aplicables.

¹ Preliminar

² Incluidas 920 toneladas a los países bajos.

ORIGEN: Estadísticas Oficiales del Comercio de México.

ARGENTINA: EXPORTACIONES DE MIEL
POR PAISES DE DESTINO
1976-1980
(EN TONELADAS METRICAS)

Países de origen	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Bélgica y Luxemburgo	296	279	579	184	353
Canadá	667	4	81	8	0
Francia	40	0	153	255	60
Alemania Occidental	6.929	4.966	11.363	7.877	7.150
Italia	1.013	914	3.119	6.443	4.818
Japón	12.051	9.915	11.093	7.130	2.078
Países Bajos	305	259	329	243	345
España	—	—	—	—	2.205
Reino Unido	1.588	1.339	2.021	1.783	1.190
Estados Unidos	6.370	3.784	5.942	400	792
Otros	466	264	1.206	673	647
Total	29.725	21.724	35.886	24.996	19.638

— No están disponibles, se desconocen, o no son aplicables.

¹ Preliminar

ORIGEN: Estadísticas oficiales del Comercio de Argentina.

CHINA, CONTINENTE: EXPORTACIONES DE MIEL
 POR PAISES DE DESTINO
 1976-1980
 (EN TONELADAS METRICAS)

Países de Destino	1976	1977	1978	1979	1980 ¹
Bélgica y Luxemburgo	111	140	246	234	340
Dinamarca	42	46	44	247	449
Francia	628	135	333	1.220	929
Alemania Occidental	7.450	4.673	7.006	13.133	14.884
Hong Kong	987	931	789	737	872
Japón	8.881	8.410	8.403	13.366	14.805
Países Bajos	427	218	399	918	853
Singapur	122	181	204	183	200
Suiza	449	375	552	473	537
Reino Unido	275	—	—	1.287	3.247
Estados Unidos	254	289	301	8.182	7.919
Otros	428	929	851	984	1.100
Total	20.054	16.327	19.128	40.964	46.135

-- No están disponibles, se desconocen, o no son aplicables.

¹ Basado en datos de importación de países específicos

² Preliminar

CAPITULO V

FORMULAS CONTRACTUALES DE COTIZACION¹

En Comercio Exterior se aplican diversas fórmulas contractuales para fijar las condiciones de transferencia de las mercancías negociadas y establecer los derechos y obligaciones que competen a exportador e importador, no sólo en lo que se refiere al pago de los costos provenientes de la operación comercial en sí, como en lo tocante a la responsabilidad de uno y otro por las pérdidas o daños que pueda sufrir el producto durante su transporte.

Si bien es cierto que cada país tiene sus propios ordenamientos legales que pueden regir en esta materia, en un esfuerzo para unificar los usos y costumbres que para contratar se requiere en Comercio Internacional, la Cámara Internacional de Comercio con sede en París, Francia, se avocó en el año de 1936, a la tarea de unificar esos usos y costumbres emitiendo desde esa fecha la recopilación que conocemos con el nombre de "Reglas Internacionales para la Interpretación de los Términos Comerciales INCOTERMS".

No obstante esas tentativas de unificación de interpretaciones, persisten aún ciertas divergencias en la materia, por lo que es aconsejable que las partes desde el inicio de su relación comercial convengan que su contratación se regirá por los INCOTERMS 53 y sus modificaciones y revisiones hasta la efectuada en el año de 1980 que se incluyen en el presente trabajo, renunciando expresamente a la aplicación de la ley comercial local.

**LAS FORMULAS CONTRACTUALES DE COTIZACION SON:
EX WORKS — En Fábrica
FREE ON RAIL (FOR) / FREE ON TRUCK (FOT)**

¹ Para mayor información consultar al Departamento de Transportes, Cotizaciones y Seguros del Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), o directamente en la edición oficial de 1980 de la Cámara Internacional de Comercio.

Libre a Bordo del Vagón — Libre a Bordo del Camión
FREE CARRIER — Libre de Transporte
FREE ALONGSIDE SHIP (FAS) — Libre a Costado del Buque
FREE ON BOARD (FOB) — Libre a Bordo
FREE ON BOARD AIRPORT (FOB AIRPORT)
Libre a Bordo Aeropuerto
DELIVERED AT FRONTIER — Entregado en Frontera
EX SHIP — Libre en el Buque
COST AND FREIGHT (C & F) — Costo y Flete
FREIGHT CARRIAGE PAID TO
Flete de Transporte Pagado Hasta
COST INSURANCE AND FREIGHT (CIF)
Costo, Seguro y Flete
FREIGHT CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO
Flete de Transporte y Seguro Pagado Hasta
EX QUAY — En Muelle
DELIVERED DUTY PAID — Entregado Impuestos Pagados.

1. EX WORKS EN FABRICA

En este término, la responsabilidad para el vendedor es mínima puesto que su obligación se circunscribe a depositar el embarque debidamente embalado, marcado, numerado, etiquetado e identificado en su almacén; salvo que se hubiere acordado en el contrato cargar los productos en las unidades de transporte contratadas por el comprador.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Notificar al comprador con anticipación la fecha y lugar de entrega.
- Cubrir los gastos de verificación (calidad, medida, peso, etc.)
- Proveerla de embalaje, numerado, marcado y etiquetado adecuado.
- Ayudar al comprador a tramitar en el país de origen, los documentos necesarios para su exportación, tránsito por terceros países e importación.
- Entregarla con las características estipuladas en la fecha y lugar convenidos, anexando los documentos exigidos en el contrato.

- Sufragar gastos y responsabilidades, dejarla a disposición del comprador debidamente separada e identificada en el lugar de entrega.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones en la fecha y lugar convenidos pagando el precio estipulado.
- Asumir riesgos y gastos de todo tipo desde el lugar convenido.
- Sufragar los derechos e impuestos de exportación e importación así como obtener los permisos y documentos necesarios para estas operaciones.
- Cubrir todos los gastos y riesgos adicionales cuando no haya sido recogida en el lugar y fecha estipulados.

2. FREEN ON RAIL (FOR) FREE ON TRUCK (FOT) LIBRE A BORDO VAGON LIBRE A BORDO CAMION

En esta operación la obligación del vendedor termina al entregar la mercancía al transportista; si por el volumen del embarque se pueden obtener fletes más económicos, cargarlas a la unidad de transporte.

Estos términos únicamente se usarán cuando el embarque sea enviado por ferrocarril o camión.

El comprador correrá con todos los riesgos y gastos a partir del momento en que los productos estén bajo custodia del transportista.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización Ex Works más cubrir gastos y riesgos hasta ponerla bajo la custodia del transportista.
- Cuando por su volumen el embarque pueda beneficiarse con tarifas económicas reservará y cargará por su cuenta y riesgo la unidad.
- Si el volumen no es considerable entregarla en depósito a la estación, a menos que el flete incluya su cargaduría o las normas de esta le obligen a ello.
- Notificar de inmediato al comprador que ha sido entregada a la empresa de transporte o cargada en la unidad.
- Si hubiere varias estaciones, elegirá la más conveniente y proporcionará la carta de porte o talón.

- Ayudar al comprador a tramitar en el país de origen los documentos necesarios para su exportación e importación así como el certificado de origen.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Dar al vendedor oportunamente las instrucciones necesarias para su envío.
- Recibirla con las características estipuladas, en la fecha y lugar convenidos pagando el precio establecido.
- Asumir riesgos y gastos a partir del momento en que haya sido entregada a la empresa porteadora.
- Sufragar los derechos e impuestos de exportación e importación, así como obtener los permisos y documentos necesarios en estas operaciones.
- Cubrir todos los gastos y riesgos adicionales cuando no hubiere girado las instrucciones de reexpedición oportunamente.

3. FREE CARRIER (NAMED POINT) LIBRE DE TRANSPORTE (PUNTO CONVENIDO)

A fin de cumplir con los requisitos del transporte moderno particularmente el "Multimodal" "Transporte en Contenedores" o "Roll on Roll off" (Tráfico de Trailers y Transbordadores) fue diseñado este término en la versión de 1980.

Su base es el mismo principio de FOB salvo que las obligaciones del vendedor finiquitan cuando éste entregue el embarque al transportista en el punto convenido y riesgo contra pérdida o daño de las mercancías se transfiera en ese momento al comprador y no cuando cruce la borda o la barandilla del buque como en el FOB.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Entregarla de acuerdo a lo establecido en el contrato, poniéndola en custodia del primer transportista en el lugar designado por el comprador.
- Si el punto de entrega no es especificado, el vendedor escogerá el que mejor convenga a sus propósitos sin lesionar los intereses del comprador.
- Obtener por su cuenta y riesgo, cualquier documento necesario para su exportación pagando los impuestos correspondientes.

- Sufragar los gastos y cubrir todos los riesgos en que se incurra hasta el momento de entregarla de acuerdo al contrato.
- Proporcionar por su cuenta el embalaje y la verificación (calidad, peso, medida, etc.)
- Avisar al comprador de inmediato por telecomunicación en caso de haber retraso en la entrega.
- Proporcionar por su cuenta al comprador el documento que confirme su entrega y la factura comercial.
- Ayudar al comprador a tramitar en el país de procedencia el certificado de origen, documentos necesarios y otros permisos para su importación.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones y pagar el precio establecido en el contrato.
- Contratar por su cuenta el transporte e indicar al vendedor el lugar, nombre del transportista y fecha de entrega.
- Sufragar todos los gastos y cubrir todos los riesgos a partir de la entrega al primer transportista.
- Cubrir gastos y riesgos adicionales resultantes por incumplimiento del transportista o por falta de instrucciones.
- Pagar por su cuenta los costos por la obtención de los documentos necesarios para la operación, tales como las visas consulares, certificados de origen, etc.
- Pagar los derechos e impuestos de importación correspondientes.

4. FREE ALONG SIDE SHIP (FAS) LIBRE A COSTADO DEL BUQUE

Las obligaciones del vendedor terminan cuando las mercancías son colocadas al costado del buque contratado en el muelle convenido, barcaza o chalán y el comprador tiene que cubrir todos los gastos y riesgos por pérdida o daños que el embarque pueda sufrir a partir de ese momento.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FOR/FOT más entregarla al costado del buque en el lugar, puerto y fecha convenido, notificando de inmediato al comprador lo anterior.

- Ayudar al comprador a tramitar todos los documentos necesarios en el país de origen para su exportación e importación (exceptuando el conocimiento de embarque y documentos consulares).
- Proveer el documento probatorio de su entrega en buenas condiciones al costado del buque designado.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Avisar oportunamente al vendedor, nombre del buque, fecha y lugar de carga convenido.
- Recibirla en buenas condiciones en la fecha y lugar convenidos, pagando el precio estipulado en el contrato así como los gastos y riesgos correspondientes.
- Cubrir todos los gastos y riesgos adicionales cuando ésta no se hubiere podido cargar en el lugar, fecha y buque convenidos por causas imputables a él.
- Pagar por la obtención de documentos necesarios para llevar a cabo tanto la exportación como la importación, así como el certificado de origen.

5. FREE ON BOARD (FOB) LIBRE A BORDO

El vendedor deberá absorber los riesgos y gastos que sufran los productos hasta colocarlos a bordo de un buque elegido por el comprador en el puerto de embarque indicado en el contrato de compra-venta. La responsabilidad es transferida al comprador en el momento en que la mercancía sobrepasa la borda o la barandilla del buque.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FAS más entregarla a bordo del buque designado por el comprador en el plazo y puerto convenidos notificando de inmediato a éste.
- Obtener los documentos para la salida del país de origen y pagar los impuestos de exportación, incluyendo el despacho aduanal.
- Cubrir gastos y riesgos hasta que haya pasado la borda del buque.

- Proveer el documento limpio, usual de que ésta se encuentra a bordo del buque.
- Ayudar al comprador por su cuenta y riesgo de éste a obtener el conocimiento de embarque y certificado de origen u otros documentos necesarios para su importación.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Fletar y/o reservar espacio en un buque dando aviso al vendedor del nombre de éste, lugar y fecha de carga.
- Recibirla en buenas condiciones y pagar el precio pactado.
- Sufragar gastos y riesgos después de haber pasado la borda del buque en el puerto convenido.
- Cubrir los riesgos y gastos adicionales resultantes si hubiera demora de instrucciones, del buque, cancelación de escala, etc.
- Pagar los costos por la obtención de los documentos necesarios para su importación incluyendo el conocimiento de embarque, certificado de origen y documentos consulares.

6. FREE ON BOARD AIRPORT (FOB AIRPORT) LIBRE A BORDO AEROPUERTO

La responsabilidad del vendedor termina al entregar las mercancías a la línea aérea, agente o alguna otra persona designada por el comprador así como haber cubierto los trámites y pagar los impuestos necesarios para su exportación.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FOR o FOT más gastos y riesgos hasta entregarla a la línea, agente o persona designada por el comprador dentro de la fecha y lugar convenidos.
- Si no hubiera sido designada la línea aérea o agente por el comprador, el vendedor podrá elegirla.
- Conseguir la guía aérea por cuenta y riesgo del comprador y avisar a éste de su entrega a la línea o agente.
- Obtener por su cuenta y riesgo todos los documentos necesarios, así como sufragar gastos e impuestos para su exportación incluyendo despacho aduanal.
- Ayudar al comprador a tramitar el certificado de origen o

cualquier otro documento necesario para su importación así como entregar la factura comercial.

- Prestar al comprador si lo solicita y para la ayuda en reclamaciones al transportista o agente si fuere necesario.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Dar instrucciones oportunas al vendedor para llevar a cabo su transporte, indicando la línea y el aeropuerto de destino.
- En caso de que el vendedor no concluya el contrato de transporte, organizar por su cuenta y riesgo el movimiento y notificar al vendedor.
- Recibirla en buenas condiciones, pagando el precio convenido, absorber gastos y riesgos incluyendo los del transporte a partir de su entrega a la línea o agente.
- Sufragar los riesgos y gastos cuando no se haya reexpedido ya sea por falta de instrucciones o por abstención de la línea u otra persona designada.
- Cubrir los impuestos, derechos y gastos, así como el costo de los documentos necesarios para la importación incluyendo certificado de origen y factura consular.
- Sufragar todos los gastos de acciones emprendidas contra el transportista o agente.

7. DELIVERED AT FRONTIER ENTREGADO EN FRONTERA

Para este concepto la responsabilidad del vendedor termina cuando los productos se encuentran en el punto fronterizo estipulado en el contrato, debidamente legalizada su exportación, es decir, que se hayan cubierto los trámites necesarios y pagado los impuestos respectivos para su salida.

La intención de este término es usarlo cuando las mercancías utilicen transporte terrestre, pero podría usarse por cualquier otro medio.

El seguro lo puede contratar cualquiera de las partes para lo cual se deberá llegar a un acuerdo de quien cubrirá la prima correspondiente.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FOR o FOT más contratar el transporte o usar

sus propias unidades hasta el lugar de entrega en la frontera, notificándole de inmediato.

- Si no se ha especificado el punto de entrega en frontera, elegirá el más conveniente cubriendo cualquier gasto hasta ponerla a disposición del comprador.
- Asumir riesgos, cumplir con los trámites necesarios, pagar impuestos de exportación y despacho aduanal obteniendo además la documentación necesaria para ello.
- Facilitar al comprador a solicitud y riesgo de éste, un documento de transporte directo.
- Pagar las operaciones de descarga si fuesen necesarias y obtener por su cuenta la autorización de control de cambios.
- Entregarla en la frontera en la fecha y plazo convenidos creditando la carta de porte, avisando al comprador de cualquier otro documento tramitado en origen requerido en destino.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Informar al vendedor la dirección del destino final en caso de que éste lo requiera para solicitar los permisos u otros documentos.
- Pagar el envío de documentos de importación necesarios, incluso el de control de cambios que el vendedor le solicite para obtener un documento de transporte directo.
- Recibirla en buenas condiciones, absorber gastos y riesgos hasta el lugar de destino, pagando el precio convenido a partir de su entrega.
- Cubrir trámites aduanales, derechos e impuestos y documentación necesaria para la importación y pagar maniobras de descarga cuando no corran por cuenta del vendedor.
- Sufragar todos los riesgos y gastos cuando no se haya reexpedido por causas imputables a él.
- Pagar los gastos que por concepto de documentación haya tenido que erogar el vendedor incluyendo el certificado de conformidad.

8. EX SHIP SOBRE BUQUE

El vendedor deberá cubrir todos los riesgos y gastos necesarios para entregar el embarque al comprador a bordo del buque en el puerto de destino señalado en el contrato de compra-venta.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FOB más gastos y riesgos hasta colocarla a bordo del buque en el puerto de destino convenido.
- Asumir responsabilidades, gastos y riesgos hasta ponerla a disposición del comprador.
- Avisar con anticipación la fecha prevista para la llegada del buque al puerto convenido, entregándole el conocimiento de embarque y la documentación necesaria para hacerse cargo de ella.
- Ayudar al comprador a tramitar en el país de procedencia los documentos necesarios para su importación, además certificado de origen y factura consular.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla con las características convenidas pagando el precio establecido.
- Asumir los riesgos y gastos a partir del momento en que se encuentra a su disposición sobre el buque en el puerto de destino.
- Liquidar al vendedor los costos erogados en caso de que éste tramitara algún documento en el país de origen.
- Obtener los documentos necesarios para su descarga, y los permisos, autorizaciones y pago de impuestos para su importación incluyendo el despacho aduanal correspondiente.

9. COST & FREIGHT (C & F) COSTO Y FLETE

El vendedor deberá cubrir el flete y los costos necesarios para enviar la mercancía hasta el puerto de destino convenido.

Los riesgos por daños o pérdida de la mercancía y cualquier gasto adicional, son transferidos al comprador a partir del momento en que los productos pasan la borda o barandilla del buque en el puerto de embarque.

Las maniobras de descarga corren por cuenta del vendedor siempre y cuando esten incluidas en el flete; las empresas que lo aplican así son las líneas regulares bajo la denominación: LINER TERM (LINEA DE TERMINO).

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización FOB más la contratación del transporte hasta el puerto de destino, la descarga estará incluida cuando se utilice línea regular.
- Su fragar maniobras de carga en el puerto y fecha convenidos, cuando al comprador que ésta se encuentra a bordo del buque.
- Proporcionar por su cuenta la factura correspondiente y juego de conocimiento de embarque limpio y negociable, fechado dentro del período convenido.
- Si en el contrato se incluye la cláusula C&F LANDED (PUESTO EN MUELLE), cubrir los costos de descarga en el puerto de destino.
- Ayudar al comprador a obtener el certificado de origen, factura consular u otros documentos necesarios para su importación o tránsito por terceros países.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones, aceptar los documentos a su presentación y pagar el precio convenido si están de acuerdo a lo estipulado.
- Con excepción del flete, sufragar riesgos y gastos que ha sufrido durante su travesía por mar hasta el puerto de destino.
- Cubrir costos de descarga incluyendo los de gabaraje y muelle cuando se utilicen líneas irregulares (buques TRAMP y de fletamento).
- Si en el contrato incluye la cláusula C&F LANDED (PUESTO EN MUELLE), en este caso el vendedor se hará responsable de los gastos antes mencionados.
- Cubrir todos los gastos adicionales cuando no hubiere girado las instrucciones del puerto de destino oportunamente.
- Sufragar gastos para obtener certificado de origen, factura consular y cualquier otro documento necesario, así como pagar derechos e impuestos de importación.

10. FREIGHT CARRIAGE PAID TO FLETE DE TRANSPORTE PAGADO HASTA

Este término es similar al C&F, debiendo cubrir el vendedor el flete de las mercancías hasta el punto de destino convenido, sin embargo

el riesgo del embarque y los costos adicionales son transferidos al comprador a partir del momento en que las mercancías son entregadas al primer transportista, diferenciándose del C&F, ya que éste obliga al exportador a que las mercancías estén a bordo del buque.

El vendedor cumple su obligación cuando entrega a su comprador el contrato de transporte correspondiente. Este término puede ser usado por cualquier medio de transporte incluyendo el multimodal.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá.

- Cotización EX WORKS más pagar el flete hasta el punto convenido.
- Comunicarle al comprador que está bajo la custodia del primer transportista; pagar el flete y los gastos correspondientes hasta el punto convenido.
- Proveer por su cuenta el documento de transporte usual.
- Sufragar gastos para obtener toda la documentación necesaria en el despacho de exportación, así como en el tránsito por otro país.
- Proporcionar al comprador la factura comercial y ayudarle a tramitar el certificado de origen.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones, pagando el precio convenido y gastos incurridos en el trayecto excluyendo el flete.
- Cubrir todos los riesgos y gastos desde que se ponga bajo la custodia del primer transportista.
- Hacerse cargo de los costos de maniobras de descarga cuando éstos no hayan sido incluidos en el flete o no hayan sido cobrados por el transportista al embarcar.
- Sufragar riesgos y gastos adicionales resultantes si hubiera demora de instrucciones del punto de destino.
- Solventar los gastos para obtener los documentos necesarios, incluyendo visas consulares, gastos aduanales, permisos e impuestos de importación.

11. COST INSURANCE AND FREIGHT (CIF) COSTO, SEGURO Y FLETE

Este término es el mismo que C&F, pero con la adición de que el vendedor contratará el seguro marítimo de las mercancías y cubrirá la prima correspondiente.

El comprador estará consciente que la responsabilidad del exportador es adquirir el seguro con las mínimas condiciones (FPA Conditions) Free Particular Avairy Conditions.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización C&F más contratar por su cuenta el seguro cuyo valor asegurado será el precio CIF más un 10%, sin incluir riesgos especiales.
- Otorgar al comprador un juego de conocimiento de embarque limpio y negociable, fechado dentro del período convenido, factura comercial y poliza de seguro.
- Si en el contrato se incluye la cláusula CIF LANDED (PUESTO EN MUELLE), cubrir los costos de descarga en el puerto de destino.
- Ayudar al comprador a obtener los documentos necesarios para la importación o para su tránsito y derechos, así como el certificado de origen y la factura consular.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones en el puerto de destino convenido y pagar el precio estipulado en el contrato.
- Aceptar los documentos a su presentación.
- Con excepción del flete y seguro, sufragar riesgos y gastos que haya sufrido durante su travesía por mar hasta el puerto de destino.
- Cubrir costos de descarga incluidos los de cabarraje y muellaje cuando se utilicen líneas irregulares (buques TRAMP y de fletamento).
- Si en el contrato incluye la cláusula CIF LANDED (PUESTO EN MUELLE), el vendedor se hará responsable de los gastos mencionados en el punto anterior.
- Asegurarla si lo desea y por su cuenta contra riesgos de guerra.
- Cubrir todos los gastos y riesgos adicionales cuando no hubiere girado las instrucciones del puerto de destino oportunamente.
- Sufragar gastos para obtener certificado de origen, factura consular u otro documento necesario así como pagar derechos e impuestos de importación.

12. FREIGHT CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO FLETE DE TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA

Este término es igual que "Free Carriage Paid To" (Flete de Transporte Pagado Hasta. . .), condicionado además a que el vendedor deberá contratar y pagar la prima de seguro que ampare las mercancías durante el viaje contra pérdida o daño.

El vendedor con respecto a las mercancías deberá:

- Cotización FREIGHT CARRIAGE PAID TO más contratar el seguro de transporte.
- El seguro cubrirá el precio pactado más un 10% en la moneda del contrato.
- Contratar a solicitud del comprador y a su cuenta, seguro contra riesgo de guerra.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones en el lugar acordado y pagar su precio de acuerdo al contrato.
- Sufragar los gastos incurridos durante su trayecto, exceptuando el flete y el seguro de transporte.
- Pagar las maniobras de descarga a menos que estén incluidas en el flete o sean cobradas por el transportista al embarcarla.
- Cubrir todos los gastos y riesgos desde que se pone bajo la custodia del primer transportista.
- Correr con los riesgos y gastos adicionales resultantes si hubiera demora de instrucciones.
- Solventar los gastos para obtener toda la documentación necesaria, así como gastos aduanales y permisos de importación.
- Contratar por medio del vendedor el seguro contra riesgos de guerra si se requiere.

13. EX QUAY EN MUELLE

La obligación del vendedor es entregar la mercancía en el muelle de destino convenido, debiendo para ello correr con todos los riesgos y gastos necesarios.

Este término presenta dos modalidades que son: Ex Quay Duties

on Buyer's Account (sobre muelle impuestos por cuenta del comprador) en el cual éste deberá cubrir los impuestos de importación correspondientes y liberar los productos en el lugar de destino convenido.

Ex Quay Duty Paid (sobre muelle impuestos pagados) en el cual el vendedor será responsable de liberar el embarque y cubrir los impuestos de importación requeridos.

Asimismo se deberá de llegar a un común acuerdo sobre quien deberá cubrir algún otro gravamen necesario para su internación (IVA, impuestos adicionales, etc.) debiéndose especificar en el contrato.

Por tal motivo se requiere indicar la descripción completa de éste término y evitar con ello discrepancias relacionadas con el pago de impuestos de importación y la liberación de la mercancía.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá:

- Cotización CIF más entregarla por su cuenta y riesgo en el muelle del puerto convenido, dentro del plazo fijado.
- Pagar todos los impuestos, derechos y gastos así como el permiso de importación necesarios para su internación en el país de destino.
- Asumir todos los riesgos y gastos hasta que se encuentre efectivamente a disposición del comprador.
- Proveer por su cuenta la orden de entrega u otro documento que el comprador necesite para hacerse cargo de ésta y retirarla del muelle.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Recibirla en buenas condiciones tan pronto sea puesta a su disposición y pagar el precio convenido.
- Soportar los gastos y riesgos desde el momento que sea puesta a su disposición a condición de que haya sido individualizada en forma propia.

14. DELIVERED DUTY PAID ENTREGADO IMPUESTOS PAGADOS

Este término representa una obligación máxima para el vendedor, caso opuesto al Ex Works el cual implica una responsabilidad mínima para éste.

Esta regla puede ser usada independientemente del medio de transporte que se utilice para el movimiento de las mercancías.

Asimismo da la pauta para la negociación entre ambas partes en el sentido de que el vendedor liberará las mercancías a importarse, pero algunos de los gravámenes requeridos para su internación (IVA, impuestos adicionales, etc.), serán cubiertos por el comprador, de ser así, deberá de adicionarse en el contrato la cláusula respectiva, además es necesario indicar el lugar de destino en el país de importación.

El vendedor con respecto a la mercancía deberá.

- Cotización CIF más ponerla a disposición del comprador con impuestos pagados de exportación e importación en el lugar y fecha convenidos.
- Enviar el documento de transporte certificado de almacenaje, muellaje y orden de entrega, pagar trámites y despacho aduanal de exportación e importación.
- Obtener por su cuenta y riesgo los permisos de exportación e importación, autorización de control de cambios, certificados, factura consular y otros.
- Si es requerido o acostumbrado, cubrir las maniobras de descarga en el punto convenido.
- Contratar por su cuenta y riesgo el transporte o usar sus propias unidades desde el lugar de origen hasta el lugar convenido, poniéndola a disposición del comprador.
- Si no queda estipulado el lugar de destino, el vendedor es libre de escoger el que más convenga, notificando de esto al comprador.
- Realizar por su cuenta y riesgo los trámites necesarios para su tránsito por terceros países.
- El vendedor enviará al comprador un telegrama o telex con anticipación, avisándole del transporte contratado para su envío.

El comprador debe con respecto a la mercancía:

- Ricibirla en buenas condiciones y cubrir los costos y riesgos desde que haya sido puesta a su disposición así como cubrir el precio convenido.
- Sufragar gastos de descarga en el lugar de destino convenido, siempre y cuando el vendedor no se haga responsable de estas maniobras.

- Proporcionar al vendedor, si lo requiere, la dirección del destino final para que éste pueda tramitar los documentos de importación.
- Cubrir todos los gastos que haya tenido que desembolsar el vendedor para obtener por una persona experta un certificado de conformidad si este es requerido.
- Siempre que el vendedor lo solicite y corra con los riesgos y gastos, ayudarle a obtener los documentos expedidos en el país de destino.

15. COTIZACION PARA LA MIEL MEXICANA

Cuando México ofrece su producto, primero parte de la calidad de la miel, para cotizarla, se toman los indicativos de precio de los mercados de Alemania y de los Estados Unidos que son los principales centro de consumo y de los movimientos de la miel de abeja.

Así, de esta manera, se tiene información del precio que esta corriendo en el mercado para cotizar nuestro producto y la forma de realizarlo es bajo la cotización LIBRE A BORDO (FOB), esto es, puesta en el puerto de embarque y a bordo del barco o transporte que lo conducirá a su destino, que en la mayoría de los casos es Luxemburgo, Damasco, Nueva York o bien San Francisco.

También puede darse el caso de que los compradores prefieran otro medio de cotización, como puede ser el de Costo y Flete (C&F), o bien Costo, Seguro y Flete (CIF), pero como se ha venido acostumbrando es Libre a Bordo.

CAPITULO VI

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

1. MARCADO, ETIQUETADO, ENVASADO Y EMBALAJE

1.1. Marcado

La marca se va a utilizar cuando un producto o servicio ya ha sido adaptado a las necesidades de los consumidores, por lo que es necesario darle un nombre o símbolo el cual nos va a permitir identificar al producto y distinguirlo de otros que se encuentran en estrecha competencia.

Los objetivos específicos que debe perseguir la marca son: el de brindar seguridad a los consumidores en la calidad del producto, distinguirlo de otros productos, ayudar a la publicidad y crear la imagen del mismo.

Para registrar una marca en México es necesario acudir a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFIN), esto con la finalidad de cumplir con los requisitos siguientes:

- a) Una descripción por triplicado de la marca
- b) Un clisé de la marca
- c) Doce ejemplares de la impresión de dicho clisé.
- d) Fecha en la que se inicio el uso de la marca en el producto
- e) Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante
- f) Ubicación de la empresa.

De acuerdo con las Normas Oficiales Mexicanas (NOM-F36-A-1981) para la exportación de la miel de abeja, nos dice que cada envase del producto debe llevar una etiqueta o impresión permanente, visible e indeleble con los datos siguientes:

1. Denominación del producto, conforme a la clasificación de esta norma.

2. Nombre o marca comercial registrada, pudiendo aparecer el símbolo del fabricante.
3. El contenido neto de acuerdo con las disposiciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, las cuales se refieren a:
La leyenda "Contenido Neto" deberá ir seguida del dato cuantitativo y símbolo de la unidad correspondiente de acuerdo al sistema General de Unidades de Medida, expresado en minúsculas, sin pluralizar y sin punto abreviatorio, deberá presentarse en el ángulo inferior derecho o centrada en la parte inferior, de manera clara y ostensible en un tamaño que guarde proporción con el texto más sobresaliente de la información y en contraste con el fondo de la etiqueta. Este dato deberá aparecer libre de cualquier otra referencia que le reste importancia.
4. Nombre o Razón Social del fabricante o titular del registro y domicilio donde se envase el producto.
5. La leyenda "Producido en México".
6. Texto de las siglas: Reg. S.S.A. núm. ----- "A" debiendo figurar en el espacio el número de registro correspondiente.

1.2 Etiquetado

La etiqueta va adherida al envase o el empaque según sea la característica del producto, en algunos casos tendrá que ir en ambas partes.

Este etiquetado puede ser mediante un papel, un pedazo de metal o cualquier material fijado a un envase.

Los objetivos que se persiguen con el etiquetado pueden ser los siguientes:

- a) La identificación del producto.
- b) Indicar sobre el uso del producto.
- c) Dar a conocer el contenido o ingredientes del producto.
- d) Informar el costo que tiene el producto, asimismo, el registro ante las autoridades correspondientes y el número de patente.
- e) Cuando el producto pierda poder de satisfacción, dar la fecha de caducidad.

1.3 Envasado

El envase es una parte muy importante dentro de un producto.

El envase se refiere al material que encierra un producto, pero que no forma parte integral del mismo.

El envase tiene que cumplir y reunir las características que van a permitir ayudar a cumplir los objetivos del envase mismo, los cuales son:

- a) Que sea funcional
- b) Económico
- c) Atractivo
- d) Que sea maleable al producto

Las razones por las que se tiene que envasar un producto, son muchas, mencionaremos algunas:

- a) Para cubrirlo de impurezas
- b) Para identificarlo en relación con otros productos
- c) Para adherir la etiqueta
- d) Para la conservación del producto
- e) Para facilitar su manejo y transportación
- f) Para evitar la pérdida de sus cualidades
- g) Para prevenir que sea mezclado con otros productos o componentes que afecten su estado original
- h) Para ayudar a su venta
- i) Para cumplir con las disposiciones legales de higiene que lo demanden.

Porque la Norma Oficial Mexicana de Miel de Abeja especifica que, se debe envasar en un material atóxico, resistente e inocuo, que garantice la estabilidad del mismo, que evite su contaminación, y no altere su calidad ni sus especificaciones sensoriales.

Las especificaciones de envase y embalaje que deben aplicarse, serán las correspondientes a las Normas Oficiales Mexicanas de envase y embalaje especificadas para cada presentación y gramaje del producto.

1.4 Embalaje

El embalaje es cualquier material o cosa que con o sin envase guarda un artículo con la finalidad de facilitar su entrega al cliente.

Este debe ser:

- a) Ligero
- b) Económico
- c) Resistente, y
- d) De fácil manejo.

Para el embalaje final de la miel de abeja se deben usar cajas de cartón, o de algún otro material apropiado, que tenga la debida resistencia y que ofrezca la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro exterior, a la vez que faciliten su manipulación en el almacenamiento y distribución de los mismos, sin exponer a las personas que los manipulen.

El producto terminado debe almacenarse en los locales que reúnan los requisitos sanitarios que señala la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

CAPITULO VII

ESTIMULOS PROMOCIONALES A LA EXPORTACION

1. TIPOS DE ESTIMULOS

1.1 Ferias y exposiciones

Son organizadas y realizadas principalmente por el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE).

El contenido de las exhibiciones mexicanas se determina de acuerdo a las posibilidades de venta que tienen los distintos productos en cada mercado.

Con la asistencia a las ferias internacionales por parte de las empresas mexicanas se intenta eliminar intermediarios, así como ubicar en posición competitiva los productos mexicanos respecto a los similares de oferentes de otros países.

Al organizar la feria el IMCE proporciona los siguientes servicios:

- Asistencia técnica en la elaboración de la información y promoción comercial que se desarrolla durante la celebración de la feria. Asimismo envía vendedores capacitados y autorizados para negociar operaciones concretas durante la feria, cubriéndoles todos sus gastos.
- Realiza estudios de mercado en los países sede y de los que comprende la zona de influencia de la feria, referidos específicamente a cada producto.
- Orienta a los exportadores para elaborar debidamente la información técnica y comercial.
- Divulga antes de la celebración de la feria, la oferta de los productos entre segmentos del mercado idóneo del país sede, invitándolos a visitar el pabellón de México, para conocer objetivamente las muestras y negociar operaciones concretas.

- Se encarga de la recepción, empaque y transporte de muestras, seguros, maniobras, trámites aduanales, permisos de exportación temporal, permisos de importación temporal en los países sede, reexportación, etc.
- Se hace cargo de la construcción y montaje de pabellones y decoración de los locales, conforme a los proyectos del propio IMCE.
- Organiza la degustación de alimentos y bebidas.
- Proporciona a los exportadores una relación de importadores y la solvencia económica de los mismos.
- Propicia entrevistas con los compradores potenciales.
- Informa sobre oportunidades y requisitos para el establecimiento de empresas de capital mixto.
- Orienta sobre las fuentes de crédito y financiamiento en México y en el exterior, tanto de la banca privada como de la oficial, así como de los organismos internacionales para asistir a las ferias.
- Lleva a cabo la promoción comercial de los productos dentro y fuera de la feria, por personal técnico especializado.
- Contrata y entrena personal para atender al público visitante, en caso de no asistir elementos propios de las empresas que asisten a la feria.
- La oficina comercial del IMCE en la feria, se responsabiliza de promover los productos, satisfacer las consultas, tomar y clasificar las solicitudes comerciales remitiéndolas directamente a las empresas expositoras.
- Otorga apoyo y asesoramiento para gestiones en dependencias gubernamentales de México y del país extranjero relacionadas con la promoción de exportaciones a través de ferias.
- Elabora presupuestos de gastos para el financiamiento de la participación de ferias y exposiciones.
- Sostiene personal especializado en sus distintos departamentos para realizar cada una de las etapas que comprende la asistencia a ferias internacionales y proporciona gratuitamente a los expositores, todos los servicios antes mencionados.

El único trámite que se requiere para que cualquier empresa mexicana participe en las ferias y exposiciones que realiza el IMCE, a fin de explorar o consolidar nuevos mercados para sus productos o servicios, consiste en solicitar, ya sea por escrito o personalmente, su inclusión entre las empresas participantes.

En la planeación de las ferias y exposiciones se analiza el tipo

de evento más conveniente según las circunstancias, pudiendo ser éstas horizontales y verticales.

El papel de los consejeros comerciales en las ferias y exposiciones consiste en lo siguiente: fungir como directores del pabellón de México, del país o área que les corresponda, informar sobre la situación económica de México y organizar el evento en la ciudad sede.

1.2 Misiones comerciales

Este tipo de eventos son organizados por el IMCE en coordinación con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Los objetivos que pretende alcanzar son:

- Promover las exportaciones por trato directo.
- Obtener información sobre los mercados y sobre los sistemas de información de los países visitados.
- Celebrar pláticas con autoridades para eliminar obstáculos a las exportaciones en los países visitados.
- Establecer mecanismos para el intercambio de información y para la celebración de convenios.

Cualquier productor o fabricante nacional puede asistir a las misiones comerciales.

Cada miembro u organismo que participe en ellas, ya sea del sector público o privado, cubre sus propios gastos de transportación y estancia en los países que visite.

Para organizar una misión comercial, se siguen los pasos siguientes:

- Se efectúa un estudio económico y de mercados por medio del IMCE, a través del Departamento de Estudios Económicos y Planeación, y por las Consejerías.
- Se programan las misiones por áreas geográficas con un año de anticipación.
- Se reúnen la Comisión Ejecutiva del IMCE y el Comité para la Promoción del Comercio Exterior y juntos analizan el déficit en la Balanza Comercial, la posibilidad real para la producción nacional de competir en los diversos países, demandas

Fuera de Programa
IMCE

- Promoción antes y durante el evento.
- Envío de muestras.
- Renta de espacio.
- Préstamo de módulos para exhibición de los productos.

-- Envío

Muestras

-- Adquisición

1.3 Investigación y/o promoción de ventas en el mercado

Dentro de esta estrategia las funciones que realiza el IMCE son: la difusión, información y estudios de mercado del exterior.

Esta labor se lleva a efecto, a través de la Dirección de Planeación y Estudios. Los estudios de investigación de mercados se realizan después de haber sido discutidos por el IMCE, dando la orden para su realización el Director del Instituto.

Los consejeros comerciales se encargan de hacer estudios económicos de los mercados en el exterior, de acuerdo con las solicitudes que les hacen tanto los organismos del sector público como los del privado.

Este servicio es gratuito, ya que los sueldos de los consejeros comerciales, así como los gastos de oficina y personal empleado en los países objeto de estudio, son cubiertos por el sector público.

Existen una serie de medidas e instrumentos tendientes a crear y alentar condiciones internas favorables para estimular las exportaciones, tales como: cursos de capacitación, sistemas de información, reducción de fletes ferroviarios a industrias de exportación.

a) Cursos de Capacitación

En México, la Confederación de Cámaras industriales (CON-CAMIN) en coordinación con la Organización de los Estados Americanos (OEA) viene impartiendo desde hace aproximadamente 15 años cursos de técnicas de exportación; además, otra organización que imparte cursos de comercialización es: el Centro de Especialización de Comercio Internacional (CECI)

dependiente del IMCE, donde se proporcionan sistemáticamente cursos especializados en comercio exterior.

b) Sistemas de Información

En general todos los organismos tanto del sector público como del sector privado, efectúan un sistema de información y asesoramiento sobre toda la gama de actividades que tienen que realizar en la práctica del comercio exterior; además organizan congresos, asambleas, seminarios, cursos, mesas redondas, conferencias, etc., relacionados con el tema en cuestión, siendo especialistas nacionales como extranjeros los que presiden tan importantes eventos.

c) Reducción de Fletes Ferroviarios

Estas reducciones se hacen a industrias de exportación en un porcentaje mayor, cuando se trata de exportar productos de consumo final, y con un porcentaje menor cuando son de consumo industrial.

INVESTIGACION Y/O PROMOCION DE VENTAS EN EL MERCADO

- Viajes de investigación o promoción.
 - Boleto de avión clase turista.
 - Cuota de participación.
- Dentro del Programa
CECI (IMCE)

CAPACITACION

- Fuera de Programa CECI en instituciones u organismos educativos nacionales o extranjeros
 - Inscripción.
 - Colegiatura.
 - Adecuación del producto a mercados extranjeros.

ASESORIA TECNICA EN EL PROCESO DE PRODUCCION/ COMERCIALIZACION

- Estrategias de comercialización de productos en mercados extranjeros.

ESTUDIOS DE MERCADO

- Perfil básico de producto.
- Elaboración del estudio de mercado.

PUBLICACIONES

- Folletos y catálogos.
- Inserciones en revistas y/o periódicos.
- Audiovisuales.
- Documentales.
- Video cassetes.

PROYECTOS DE CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

- Proyectos de campaña de publicidad en otros mercados.

2. REQUISITOS GENERALES

- Solicitud por escrito, donde fundamente la necesidad del estímulo.
- Razón Social.
- Dirección.
- Número(s) Telefónico(s).
- Número de Telex.
- Capital Social.
- Registro Fiscal de Importadores y Exportadores.
- Registro Federal de Causantes.
- Especificación del o los estímulos IMCE que necesita para cumplir con su proyecto de exportación.

- Descripción comercial del producto.
- Exportaciones realizadas en 1982 en dólares.
- Proyección de exportaciones para 1983 en dólares.
- Anexar folletería promocional del producto.
- Informar si han establecido convenios para incrementar sus exportaciones, con alguna dependencia del Gabinete de Comercio Exterior.
- Informar si pertenecen a algún COMIEXPO o Consorcio de Exportación.
- Capital Contable.

2.1 Requisitos específicos

2.1.1 *FERIAS Y EXPOSICIONES*

- Presentar solicitud 30 días antes del cierre del evento.
- Documento que acredite aceptada su participación.
- Contar con material promocional impreso del producto (folletos, catálogos, audiovisuales).
- Nombre y puesto del representante que asistirá al evento.

2.1.2 *MUESTRAS*

- | | |
|----------------|--|
| a) Envío | <ul style="list-style-type: none"> -- Fundamentar la necesidad del envío -- Anexar costo del envío |
| b) Adquisición | <ul style="list-style-type: none"> -- Fundamentar las posibilidades de reproducción o mejoría del producto. -- Anexar costo de la adquisición. |

2.1.3 *INVESTIGACION Y/O PROMOCION DE VENTAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL*

- Presentar programa de trabajo especificando las personas y empresas a visitar.

- Nombre y puesto del representante que realizará esta investigación o promoción.
- Contar con material promocional impreso del producto (folletos, catálogos, audiovisuales).
- Presentar presupuesto.

2.1.4 *CAPACITACION*

- Nombre, duración y costo del curso.
- Aceptación de la institución que imparte este curso.
- Nombre y puesto de la persona que va a capacitarse.

2.1.5 *ASESORIA TECNICA EN EL PROCESO PRODUCCION/COMERCIALIZACION*

- Datos generales de la empresa que proporcionará la asesoría.
- Programa de trabajo a desarrollar.
- Anexar costo de la asesoría.

2.1.6 *ESTUDIO DE MERCADO*

- Capacidad de producción actual y/o potencial.
- Tema del estudio que requiere.
- Datos generales de empresas que pueden desarrollar el estudio.
- Anexar costo del estudio.

2.1.7 *PUBLICACIONES*

- Formato artístico, calidad de papel, acabado final y cantidad necesaria de ejemplares a editarse. (Idioma)
- Proyecto definitivo del guión del audiovisual o documental. (Idioma)
- Presupuesto de dos compañías que puedan realizar la impresión.

2.1.8 *PROYECTO DE CAMPAÑA DE PUBLICIDAD*

- Producción actual y/o potencial.

- Incremento estimado de ventas como resultado de esta campaña publicitaria.
- Anexar presupuesto de la compañía publicitaria.

Los estímulos promocionales IMCE están concebidos para ser otorgados a todas aquellas empresas mexicanas, pequeñas y medianas¹ que están exportando o a aquellas que inician actividades por conquistar mercados internacionales.

Se requiere que los solicitantes reúnan alguno de los siguientes requisitos:

- a) Que los productos exportables tengan alto porcentaje de contenido nacional.
- b) Empresas con productos prioritarios contenidos en la lista de IMCE.
- c) Empresas con productos y/o servicios que cuenten con un programa de exportaciones para un período determinado.
- d) Empresas que han establecido convenios para incrementar sus exportaciones con otras dependencias del Gabinete de Comercio Exterior.
- e) Empresas no incluidas en las anteriores clasificaciones pero con interés por parte del IMCE en dar continuidad y apoyo a sus esfuerzos.

3. ESTIMULOS FISCALES A LA EXPORTACION

Los estímulos fiscales son un buen medio de motivación para hacer que el empresario concurra al campo de las exportaciones, y con ello pueda competir en mejores condiciones en el mercado exterior.

De acuerdo con las políticas actuales, el estímulo en vigencia es: Devolución o Acreditamiento del Impuesto al Valor Agregado en las Exportaciones de Bienes y Servicios (I.V.A.)

La dependencia que otorga este estímulo fiscal es la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, tramitándose éste en la Dirección de Servicios al Contribuyente.

¹ Se consideran empresas pequeñas las que cuentan con un capital social de \$50,000.00 a \$7,000,000.00, empresas medianas de \$7,000,000.00 a \$60,000,000.00.

3.1 Su objeto es:

Apoyar a los exportadores de bienes y servicios a efecto de que puedan competir en mejores condiciones en el extranjero, en virtud del tratamiento preferencial del que gozan, al quedar exentos de este impuesto.

Su fundamento legal está en:

- La ley del Impuesto al Valor Agregado, en los artículos 29, 30 y 31.
- En el Reglamento a la ley del Impuesto al Valor Agregado, artículos 43, 44 y 45.

3.1.1 BENEFICIARIO

Los exportadores de bienes y servicios, causantes de este impuesto.

3.1.2 BENEFICIO

Podrán acreditar el impuesto que les haya sido trasladado, aún cuando por las exportaciones estén relevados de la obligación de pagar el impuesto o bien solicitar la devolución de hasta 15% del valor exportado, en base al impuesto pagado por la adquisición de insumos, es decir, el impuesto trasladado por sus proveedores de bienes o servicios, estrictamente indispensables para realizar la exportación.

3.2 Requisitos

- Haberse consumado la exportación en los términos del Código Aduanero, o sea, demostrar con el pedimento de exportación que el Vista Aduanal ha efectuado el reconocimiento de las mercancías, y haber otorgado la salida de las mismas, firmando y sellando el pedimento.
- Deberá constar el traslado expreso del impuesto por la adquisición de los bienes y servicios en la factura o nota de remisión, conteniendo los requisitos a que se refiere el Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta los cuales se detallan a continuación:

- a) Nombre, domicilio y número de Registro Federal de Causantes del enajenante o prestador de servicios.
 - b) Nombre y domicilio del adquirente o usuario.
 - c) Descripción de los bienes y servicios.
 - d) Precio unitario, importe y valor total.
- Haberse efectuado la declaración mensual de ingresos, para demostrar que existe saldo de impuestos a favor del exportador.

3.3 Tramite

El interesado deberá presentar su declaración de ingresos en los 20 días del mes inmediato posterior a la enajenación o prestación de servicios, demostrando que existe saldo a favor de impuestos por las exportaciones realizadas.

Una vez efectuado este trámite si se trata de devolución de impuestos el interesado deberá presentar la solicitud correspondiente ante las oficinas autorizadas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, anexando la siguiente documentación:

- a) Fotocopia de la declaración mensual en la que resultó el saldo a favor.
- b) Registro Fiscal de Importadores y Exportadores.
- c) Pedimento Aduanal que ampare la exportación.
- d) Contrato en el que se estipule el servicio y la contraprestación recibida (en exportaciones de servicios).
- e) Hoja de trabajo que sirvió de base para la formulación de la declaración en la que resultó el saldo a favor.

4. ACUERDO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL MIERCOLES 22 DE JUNIO DE 1983, EL CUAL ESTABLECE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCION DE ESTIMULOS AL COMERCIO EXTERIOR.

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL:

“Acuerdo que establece los Procedimientos para la Obtención de Estímulos al Comercio Exterior, el Dictamen de Programas

de Generación y Uso de Divisas y de Exportación de Productos, Servicios y Tecnología.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Acuerdo que establece los Procedimientos para la Obtención de Estímulos al Comercio Exterior, el Dictamen de Programas de Generación y Uso de Divisas y de Exportación de Productos, Servicios y Tecnología.

Con fundamento en los artículos 34 fracciones I, IV, V y VI y 51 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o. y 2o. de la Ley que crea el Instituto Mexicano de Comercio Exterior; 2o., 6o., 22 y 23 del Reglamento sobre Permisos de Importación o Exportación de Marcancías Sujetas a Restricciones y

CONSIDERANDO

Que de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, el fomento del comercio exterior es competencia de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y, de manera específica, lo relativo al establecimiento de los estímulos fiscales necesarios.

Que se requiere fomentar la exportación de bienes y servicios, en particular de productos manufacturados, con apoyos y estímulos convenientes a las exportaciones que deban ser congruentes con los objetivos plantados en los programas establecidos por el Gobierno Federal.

Que para dichas finalidades es necesaria la coordinación y simplificación de los trámites para la obtención de los apoyos y estímulos correspondientes a las exportaciones, con la participación del Instituto Mexicano de Comercio Exterior que dado su objeto, puede actuar como ventanilla única para dichos trámites y para el estudio y dictamen de programas de generación y uso de divisas y de exportación de productos, servicios y tecnología, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO: QUE ESTABLECE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCION DE ESTIMULOS AL COMERCIO EXTERIOR, EL DICTAMEN DE PROGRAMAS DE GENERACION Y USO DE DIVISAS Y DE EXPORTACION DE PRODUTOS, SERVICIOS Y TECNOLOGIA

Artículo 1o.

El Instituto Mexicano de Comercio Exterior, conforme a las funciones que le corresponde de acuerdo con la Ley que lo crea, ejercerá, entre otras, las siguientes:

- I. Estudiar y dictaminar las solicitudes de apoyo y estímulo para el fomento de las exportaciones de productos, servicios y tecnología.
- II. Estudiar y proponer estímulos a las empresas de comercio exterior y a otros sistemas y operaciones de comercialización internacional.
- III. Tramitar, dictaminar, registrar y llevar el seguimiento de los programas de exportación y de generación y uso de divisas, cuya aprobación soliciten las empresas exportadoras.
- IV. Dictaminar sobre la constitución de empresas de comercio exterior y llevar el registro de las mismas y de las modificaciones a su estructura.
- V. Tramitar y expedir los certificados de origen y de exportación para productos mexicanos que se soliciten así como supervisar que las Cámaras de Comercio y de Industria los expidan para los casos y en los términos que se les autoricen.
- VI. Registrar y llevar el seguimiento de los programas anuales de trabajo y de inversión en infraestructura de comercialización internacional, presentados por las empresas de comercio exterior.
- VII. Asesorar al exportador sobre los trámites de solicitudes específicas.
- VIII. Expedir autorizaciones específicas de exportación con cargo a las cuotas globales que autorice esta Secretaría, en la forma y términos que expresamente se señalen en los permisos respectivos.

Artículo 2o.

Los dictámenes y registros a que se refiere el artículo anterior se expedirán conforme a los lineamientos y criterios que aprube la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Artículo 3o.

Las solicitudes a que se refieren las fracciones I, III, IV, V, VI y VIII del artículo 1o. deberán ser presentadas en el Instituto Me-

xicano de Comercio Exterior, quien comunicará sus dictámenes y registros a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Artículo 4o.

El Instituto Mexicano de Comercio Exterior elaborará los formatos que se requieran para formular las solicitudes a que se refiere el artículo 1o., así como establecer la documentación que debe anexarse a las mismas.

Si la solicitud se presentare incompleta o sin todos los anexos correspondientes, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior concederá el plazo que considere necesario para subsanar la omisión de que se trate, transcurrido el cual, si no se satisface lo requerido se tendrá por abandonada la solicitud, sin perjuicio de que se presente una nueva que reúna todos los requisitos.

TRANSITORIOS

Primero:

El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo:

Las solicitudes a que se refiere este Acuerdo que se encuentren en trámite, serán turnadas al Instituto Mexicano de Comercio Exterior para la continuación del mismo.

México, D.F., a 20 de junio de 1983.— El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Héctor Hernández Cervantes”.

CONCLUSIONES

Una vez terminado el análisis del Comercio Internacional de la Miel, y su desarrollo en el mercado; llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Cuando México se encontraba bajo el mando de la Corona Española, sufrió un gran saqueo de sus bienes, los cuales fueron llevados a España; este acto, no puede considerarse como comercio, sino hasta la Consumación de la Independencia y al constituirse México como una nación libre y soberana.

2. Con el paso del tiempo y al estar México constituido como una nación y tener una estructura legal propia, comienza a desarrollarse verdaderamente el Comercio Internacional, estableciéndose los parámetros y lineamientos que van rigiendo el desarrollo de éste, el cual va a tener su auge en la Primera y Segunda Guerra Mundial, hasta llegar a nuestros días, donde es más organizado y ocupa un lugar importante para la economía nacional.

3. En los últimos años, México ha establecido intercambios comerciales con otros países, que le han permitido figurar entre los mejores productores, en cuanto a miel de abeja se refiere, y aunque la competencia se torna cada vez más difícil, ha conservado su posición en el mercado internacional.

4. El desplazamiento que esta sufriendo México en el mercado mundial de la miel por la República Popular China se debe a sus políticas de bajar precios ante el mercado de la miel, y no regirse estrictamente por la captación de divisas en dólares, sino el aceptar la moneda del país con el cual esta comerciando.

5. El año de 1982, fue bueno en cuanto a producción de miel, pero no lo fue con lo que respecta a precios internacionales, pues sufrió una baja considerable lo cual le ha mellado la economía a los apicultores nacionales.

6. Un problema latente es lo referente al envasado, porque existen monopolios, que en lugar de ayudar al apicultor lo perjudican; por otro lado, existen empresas productoras de tambos para miel, pero éstas se encuentran lejos de los apicultores, lo que

ocasiona que al estar distanciados, se pierda tiempo y se eleven los costos de producción.

7. La miel como es sabido contiene grandes propiedades nutritivas, lo que nos dice que una gran parte de Europa y Norteamérica, la tienen incluida en su alimentación diaria, y existe un gran consumo de este producto apícola, pero desafortunadamente, México a pesar de ocupar uno de los primeros lugares en exportación de miel, su consumo interno es demasiado bajo, esto a razón de que el mexicano desconoce todas las propiedades nutritivas y por otro lado, los precios tan altos que tiene en el mercado nacional.

8. Se dice, y no es una exageración, que las exportaciones son vitales para el desarrollo de cualquier país, Considerando esto, hemos visto, que el comercio exterior mexicano, presentó una relativa mejoría en la Balanza de Pagos, se dice que tal mejoría se debió casi exclusivamente al comportamiento del comercio exterior, por lo que creemos necesario que el Gobierno debe establecer una política de aranceles y controlar para las importaciones y las exportaciones que, integrada a otros instrumentos de política económica, respondan a las necesidades de desarrollo del país, de modo que se estimule la producción nacional competitiva.

9. Ahora bien, considerando que se debe exportar más, sobre todo aquellos productos en los que México tenga ventajas comparativas en el mercado mundial, creemos necesario que debe darse más apoyo a los apicultores, tanto financiero como técnico, a fin de que algunos productores incrementen sus exportaciones y otros puedan ingresar a las mismas, ya que la miel es un producto que no requiere de ningún proceso de elaboración para contar con la calidad requerida por los mercados del exterior, pues la calidad de la miel mexicana es de fama internacional.

10. Como vimos, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, realiza ferias y exposiciones para el exportador mexicano, los eventos elegidos para este programa son aquellos que ofrecen mejores perspectivas y beneficios prácticos a los exportadores y por lo mismo, para el comercio exterior de México. Sin embargo la participación en los eventos, está sujeta al interés que demuestren los exportadores; tomando en cuenta estos factores, consideramos que el IMCE debe promover más sus programas de capacitación y crear mejores condiciones internas favorables para estimular las exportaciones de los productores nacionales.

11. El Gobierno Federal establece estímulos, con el objeto de apoyar a los exportadores, a efecto de que puedan competir en las mejores condiciones en los mercados del exterior.

Sin embargo, debe buscar no sólo ajustar criterios que beneficien a los exportadores, sino también, incrementar el apoyo con medidas ágiles que eliminen trabas burocráticas.

12. Como es sabido, cada sexenio, en las dependencias se cambian algunas funciones, así como los nombres de éstas, y en otras ocasiones llegan a fusionarse algunas dependencias, por lo cual consideramos necesario que las autoridades federales realicen con oportunidad el registro internacional de cambios y/o nombres de las dependencias oficiales autorizadas para efectos de certificados de origen u otros acuerdos internacionales.

13. Tomando en cuenta los movimientos de precios en el mercado internacional, además de que cada país debe adaptarse a dichos cambios, es necesario que se apoye más a los consorcios de comercio exterior, entregando con oportunidad los estímulos a que se han hecho acreedores, así como elaborando una legislación clara, flexible y práctica que rija su operación y funcionamiento, y también establecer mecanismos ágiles de negociación internacional.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar Alvarez, Alfonso, Elementos de la Mercadotecnia. México, Editorial Continental, S.A., 1981.
- Angeles Vilchis, Enrique, y otros, Comercialización de la Miel de Abeja. (Tesis), UNAM, 1976.
- Apuntes principales sobre la Miel de Abeja. Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Aragón Leyva, P., Apicultura Moderna. Editorial Trucco, México, D.F. 1958.
- Diario Oficial de la Federación. México. D.F., 22 de junio de 1983.
- Enciclopedia Apícola México. Editorial Bartolomé Trucu, 1970.
- Enciclopedia Cumbre. Editorial Cumbre, México, D.F. 1978.
- Enciclopedia Temática, Editorial Grolier, México, D.F. 1980.
- Enciclopedia Universal Ilustrada, Europeo Americana, Espasa-Calpe, S.A., Tomo I.
- Espónosa Pérez, G. Salvador, Las Abejas y sus Productos. México, Impulsor Alpina, 1979.
- Estímulos Fiscales a la Exportación. Subdirección de Orientación y Apoyo, Septiembre de 1980. IMCE.
- Fernández Romero, Víctor M., y otros, La Industrialización y Comercialización de la Miel y Cera de Abeja. (Tesis), UNAM. 1975.
- Foreign Agriculture Circular. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, Washington, D.C. FHON-1-82. March, 1982.
- Honey, Editado por Eva Crane, Primera Publicación, 1975.
- Informe de Mercado, Miel en Canadá. Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1978.
- Informe de Mercado, Miel en Italia. Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1978.
- Informe de Mercado, Miel en la República Federal Alemana. Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1978.
- Langstroth, L. L., y Dadant, C. P., La Abeja y la Colmena. G. Gili, Barcelona, España, 1958.
- Maeterlinck, Mauricio, La vida de las Abejas. Editorial La Prensa, México, D. F. 1977.

- Normas Estadounidenses para la Miel de Abeja. Instituto Mexicano de Comercio Exterior, Tercera Edición, noviembre de 1975.
- Normas Oficiales Mexicanas, NOM-F-36-A-1981. Dirección General de Normas, Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial.
- Nuevos Estímulos Promocionales a la Exportación, CANACINTRA, México, Av. San Antonio 258.
- Ordex S. Gonzalo, y Espina Pérez, Darío. Las Abejas y sus Productos. Editorial Trucco, México, 1976.
- Ordex S. Gonzalo, y Espina Pérez, Darío. La Apicultura en los Trópicos. Editorial Trucco, México, 1976.
- Root Amos Ives, ABC y XYZ de la Apicultura. Librería Hachette, S.A., Buenos Aires, 1976.
- Tardiff Guillermo, Historia General del Comercio Exterior Mexicano. Edición a cargo del Autor. Tomo I y II.