



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

ACATLAN

“PERSPECTIVAS DE EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA
AL MERCADO DE LA COMUNIDAD
ECONOMICA EUROPEA”

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

E S I S

DUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA
P R E S E N T A:

CATALINA ESQUIVEL SANDOVAL





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 está 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.

ÍNDICE

	Paq.
INTRODUCCIÓN.	7
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO.	11
1. Fundamentos de Mercadotecnia Internacional.	
2. Metodología para la Investigación de Mercados de Productos del Sector Primario.	
CAPÍTULO II.- GENERALIDADES.	36
1. Descripción del Producto. Definición del Producto. Características de la Miel. Tipos de Miel. Productos Sustitutos.	
2. Modo de Obtención.	
3. Usos.	
CAPÍTULO III.- EL PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNO.	47
1. Antecedentes.	
2. Aspectos Económicos y Normativos. Producción, Costos y Comercialización. Normas y Requerimientos Vigentes en el Mercado. Norma de Calidad Mexicana para la Comercialización de Miel de Abeja.	

Tarifa Arancelaria de Exportación
y Problemas de Tramitación de Ori-
-gen y Destino.

3. Aspectos Técnicos.
Tecnología.
Condiciones Ecológicas.
4. Problemas Específicos del Sector
Apícola.

CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA
COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA.

130

1. Reseña Histórica.
Descripción de las Peculiaridades
del Mercado.
2. Análisis de la Demanda.
Distribución del Mercado de Consu-
-mo.
Comportamiento Histórico de la -
Demanda. Proyección de la Demanda
Global. Elasticidad de la Demanda.
3. Análisis de la Oferta.
Comportamiento de la Oferta.
Tendencia Futura de la Oferta.
Elasticidad de la Oferta.
4. Análisis de Precios.
Prácticas Tradicionales de Precios.
5. Distribución.
Canales de Distribución. Prácticas
Tradicionales de Comercio y Promo-
-ción. Transportes. Servicios.

6. Impuestos y Disposiciones Reglamen-
-tarias a la Importación.
7. Análisis de las Oportunidades del
Mercado.
8. Balance Oferta-Demanda.

CAPÍTULO V.- FORMULACIÓN DE UNA NUEVA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.	242
1. Modernización del Sector Apícola.	
2. Financiamiento y Comercialización.	
CAPÍTULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	254
ANEXOS	260
BIBLIOGRAFÍA.	283

NOTA

Abreviaturas utilizadas en el texto:

ACP	Países de África , el Caribe y el Pacífico signatarios del Convenio de Lomé
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
BENELUX	Unión Económica de Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos
CAP	Comité Apícola Peninsular
CEE	Comunidad Económica Europea
C.I.F.	Costo, Seguro y Flete
E.U.	Estados Unidos de Norteamérica
FIRA	Fideicomisos Instituidos en Relación a la Apicultura (Banco de México)
F.O.B.	Franco a Bordo
g. , grs.	gramos
HMF	Hidroxymethylfurfural
IMPEXNAL	Impulsora de Exportaciones Nacionales
Kg. , Kgs.	Kilogramo, Kilogramos
PAC	Política Agrícola Común

R.F.A. República Federal de Alemania

SARH Secretaría de Agricultura y Recursos
Hidráulicos

SGP Sistema Generalizado de Preferencias

Tons. Toneladas Métricas. 1 Tonelada = 1 000 Kilo
-gramos

T.V.A. Impuesto al Valor Agregado (en sus iniciales
en francés)

INTRODUCCIÓN

Una de las áreas más atractivas de la economía internacional lo es sin duda la investigación de mercados y la elaboración de planes de comercialización de productos específicos.

Actualmente cuando la economía mexicana ha variado su modelo de desarrollo, en el cual ahora el eje principal es lograr una tasa creciente de exportaciones no petroleras que influya favorablemente en materia de ingresos por divisas y empleo, la investigación de mercados y la preparación de especialistas en el área reviste una enorme importancia. El comercio exterior es visto nuevamente como el factor determinante del desarrollo y la búsqueda de oportunidades comerciales es una tarea básica para lograr los objetivos definidos en la nueva política económica.

En este sentido, la elaboración de estudios para la identificación de productos exportables y de mercados con una demanda potencial, son necesarios dentro de la coyuntura económica actual.

En el presente estudio para la comercialización de miel de abeja, se ha partido del hecho de que México es el cuarto productor y el segundo exportador de miel en el mundo, y su presencia en el mercado internacional data desde 1944. Hasta 1979 prácticamente controlaba el mercado europeo, el principal importador y consumidor de miel en el mundo; sin embargo, en los últimos diez años con la aparición de China como nuevo país exportador del producto las dificultades para comercializar la miel mexicana en ese mercado se han acentuado.

El objetivo principal de la investigación es conocer, estudiar y analizar las condiciones y características del mercado de la miel de abeja en la Comunidad Económica -- Europea, para establecer las pautas y lineamientos de la política comercial adecuada a fin de incrementar la penetración y la exportación de este producto en el mercado europeo.

La hipótesis que guía la investigación se centra básicamente en tres puntos:

- La demanda de miel de abeja tenderá a aumentar en los próximos años, las variables determinantes serán el -- aumento de la población, el ingreso y el precio. Ante -- éstas perspectivas favorables de la evolución de la de-- manda, el mercado de la CEE se ha convertido en los -- últimos cinco años en un mercado altamente competitivo por la aparición de nuevos países exportadores que han desplazado el producto nacional.

- La intensidad de la competencia en este mercado está -- determinada por el número de productores o empresas que controlan el suministro del producto, por la facilidad con que una empresa o productor pueda entrar en el sec-- tor y por el monto de la demanda del producto en rela-- ción con el suministro del mismo.

- Así, la estrategia mercadológica de los productores me-- xicanos se ha orientado a alcanzar las máximas utilida-- des, y no a mejorar su participación en el mercado -- europeo, a través de un manejo adecuado de las varia-- bles: calidad del producto e identificación de necesi-- dades del consumidor final, además de fijar precios -- compatibles con una estrategia competitiva progresiva.

Los problemas para expandir la oferta nacional actúan -- como otro factor determinante que impiden una mejor participación en el mercado europeo, y estos se localizan básicamente en la necesidad de modernizar el sector apícola y en la planificación para adecuarse a los requisitos del mercado internacional.

Para el desarrollo de la investigación se parte de las bases metodológicas de la mercadotecnia internacional. Así, en el Capítulo I se presenta el marco teórico en el cual se sustenta la investigación; en el Capítulo II se analizan las características del producto; en el Capítulo III se exploran, analizan y discuten ampliamente los aspectos del producto relacionados con el mercado interno: producción nacional; zonas productoras del país; los factores que influyen en el comportamiento de la producción; organizaciones nacionales de apicultores; programas de fomento; análisis de costos y la comercialización del producto.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados del estudio de mercado de la miel de abeja en la Comunidad Económica Europea; en el Capítulo V el contenido está orientado a establecer algunas pautas y recomendaciones tendientes a mejorar la producción nacional de miel de abeja y mejorar la comercialización del producto en el mercado europeo; y finalmente, en el Capítulo VI se especifican las conclusiones y recomendaciones.

Un último punto a resaltar es que si bien la investigación está sustentada en fuentes documentales, por la naturaleza misma del estudio, los Capítulos III y IV contienen información proveniente de entrevistas directas y -

amplias discusiones con exportadores, investigadores y funcionarios gubernamentales involucrados con el tema. Con lo cual se ha querido desarrollar un análisis más profundo y que refleje los distintos enfoques para abordar la problemática específica relativa a problemas de producción y comercialización externa y sus posibles soluciones.

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO.

1. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.

Considerando que las relaciones de intercambio constituyen el fundamento básico del sistema capitalista, el comercio es la base sobre la cual se desenvuelve.¹

Así, a partir de que el hombre produce los distintos bienes para satisfacer sus necesidades básicas -alimento, vestido y vivienda- los que posteriormente intercambia en el mercado con fines lucrativos, surge y se desarrolla el comercio.

Ya Marx estableció que en la sociedad capitalista la actividad humana está encaminada a la producción de bienes destinados no al consumo individual sino a ser intercambiados en el mercado.

Así, la sociedad capitalista comercializa todo: "El comercio se halla presente en todos los aspectos de la vida, ya sea en el comercio de la fuerza de trabajo (salario), del dinero (tipo de interés), del comercio de mercancías (precio) o del comercio de divisas (tipo de cambio)".²

Las causas básicas de la existencia del comercio se encuentran en la división del trabajo y en las ventajas de la especialización y en una dotación desigual de recursos, tanto en lo que se refiere a recursos físicos como en aptitudes y habilidades para el trabajo.³

Si bien es cierto que los mismos principios que rigen el comercio interno pueden aplicarse al comercio internacional, a éste se le suele tratar en un capítulo aparte en la ciencia económica. Esto sucede porque se introducen fenómenos en las relaciones de intercambio a nivel mundial tales como el tipo de cambio, aranceles, restricciones, etc. que afectan las relaciones económicas interna-

-cionales. Así, a lo largo del desarrollo del capitalismo y de la consolidación de los Estados-Nación han surgido distintas teorías que tratan de explicar las razones o causas últimas del comercio internacional.

Para la escuela marxista el comercio internacional es resultado o una extensión de la dinámica interna del capitalismo. En este, como ya se estableció, la necesidad de la realización de la ganancia permite una búsqueda constante de nuevos mercados y materias primas baratas, y una competencia creciente entre firmas. Así, el comercio exterior es sólo una extensión del mercado nacional.

Por otra parte, esta ampliación de mercados es un factor contrarrestante a la tendencia decreciente de la tasa de ganancia al ampliar los mercados, la escala de producción y abaratar los costos de la fuerza de trabajo y los elementos del capital constante, permitiendo con ello aumentar la tasa de ganancia al elevar la tasa de plusvalor.⁴

La exportación de mercancías y la exportación de capitales, ambos fenómenos corresponden a un proceso global de la internacionalización del capital.⁵

Por otra parte, lo que se conoce como teoría pura del comercio internacional es una formulación que comprende aportaciones de Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill.

Esta teoría también llamada Teoría de las Ventajas Comparativas establece que el comercio internacional debe ser estudiado de manera independiente debido a que existe una inmovilidad exterior de los factores de la producción. Es decir, si internamente se supone perfecta movilidad del capital y el trabajo, en el exterior esto no se ha dado, ya que existe una resistencia a arriesgar capital en otro medio geográfico o a trasladarse la fuer-

-za de trabajo. Así, las condiciones bajo las cuales se fijan los valores de los bienes intercambiados será diferente interna y externamente.⁶

Los supuestos de la teoría clásica básicamente son los siguientes:

- Competencia perfecta.
- Rige la teoría del valor-trabajo . (Existe un solo factor económico que genera valor: el trabajo).
- Pleno empleo.
- Movilidad de los factores perfecta en lo interno, imperfecta en lo externo.
- No existen obstáculos al libre comercio.
- Demanda dada.

David Ricardo establece que un país se especializará en aquella mercancía donde posea ventaja comparativa en función de los costos.

Es decir, un país puede beneficiarse con el comercio si posee ventajas relativas en los costos de una mercancía. Si un país produce papel y acero a costos inferiores a otro país, pero sus costos de producción de papel son más bajos que los del acero , este país puede especializarse en la producción de papel y beneficiarse con el intercambio internacional dejando que otros países le surtan de acero.

No hay que olvidar que los costos están cuantificados en relación a horas/trabajo (homogéneas).

Con esto se realizará una especialización a nivel mundial produciéndose o fabricándose las mercancías siempre en los países donde los costos sean más bajos.⁷

John Stuart Mill estableció, finalmente que la relación o índice real de intercambio entre los países estará dado por la elasticidad de la demanda de cada país por los productos del otro. A través de la formulación de

la Ley de los Valores Internacionales estableció el necesario equilibrio entre las exportaciones e importaciones, ya que el valor de cambio de las mercancías intercambiadas entre los países se ajustará necesariamente a las cantidades recíprocamente demandadas para que se paguen mutuamente.

Lo que subyace básicamente en la teoría de las ventajas comparativas es el libre comercio y cómo los países pueden beneficiarse recíprocamente de él, aprovechando óptimamente los recursos y disponiendo de un mayor número de productos a un menor costo y en mejores condiciones de intercambio.

Posteriormente se han realizado reformulaciones a la teoría clásica, como el Teorema Heckscher-Ohlin que atribuye a una diferente dotación de recursos las causas del comercio entre países, o las sofisticaciones teóricas de Paul Samuelson al ampliar el Teorema H-O y establecer que bajo condiciones de libre comercio, el pago o remuneración a un mismo factor de producción en dos países será igual tanto en términos absolutos como relativos.⁸

Sin embargo, no hay que olvidar que la participación de un país en el comercio mundial estará determinada por el grado de desarrollo interno alcanzado en las fuerzas productivas (tecnología, volumen de capital, aspectos cualitativos y cuantitativos de la fuerza de trabajo, etc.) y que además el mismo comercio con otras naciones puede impulsar intrínsecamente un mejor y más amplio desarrollo de aquellas.

Actualmente, en el panorama del comercio internacional observamos que desde la Segunda Guerra Mundial se sigue un proceso constante de expansión. Al surgir nuevas naciones, nuevos mercados las corrientes comerciales han sufrido reajustes y cambios.

Sin embargo, a pesar de que se reconocen las ventajas del libre comercio las barreras al mismo han constituido un problema de primer orden.

No cabe duda que los beneficios de un comercio internacional fluido y sin obstáculos son reconocidos por la mayoría de los países, ya que influye en materia de ingreso y empleo, pero las políticas comerciales de las naciones en mayor o menor grado siempre han establecido medidas proteccionistas. Estas responden a causas económicas o no económicas; entre las primeras tenemos problemas de balanza de pagos, impulso a procesos de industrialización sectorial, regional o nacional, protección del empleo, -- etc. y entre las segundas tenemos compromisos políticos o sociales de los gobiernos con algunos sectores productivos o de presión al interior del país.

Dentro del escenario mundial tenemos así que lejos de cumplirse estrictamente los enunciados teóricos de la ventaja comparativa, nos enfrentamos a un creciente proteccionismo, creando con ello lo que se conoce como "distorsiones en los flujos comerciales". Estos son producidos por la aplicación de medidas tales como aranceles, licencias de importación, restricciones cuantitativas, etc.

Es por esto que a partir de la Segunda Guerra Mundial se han realizado esfuerzos conjuntos, multilaterales, para tratar de eliminar todas aquellas barreras al comercio.

Por otra parte, el reconocimiento de áreas geográficas con un grado de desarrollo inferior a los países industrializados, la creciente importancia de un nuevo bloque de países, el mundo comunista, y la creación de mercados comunes o procesos de integración económica, describe un panorama complejo del comercio internacional.

Actualmente los países subdesarrollados como México,

realizan esfuerzos para integrarse más activamente a la economía internacional por medio de una más amplia y creciente participación en el comercio mundial; ante problemas de balanza de pagos, inflación y desempleo internos, los mercados exteriores se ofrecen a los países poco desarrollados como una vía posible para resolver sus problemas económicos.

Así, las economías modernas ya no deben concebirse de manera singular con características distintivas, sino integradas a relaciones financieras, monetarias y comerciales, dinámicas y complejas.

Si el comercio es importante para las naciones, y principalmente para los países insuficientemente industrializados o monoexportadores, la búsqueda de mercados y de oportunidades comerciales es fundamental para lograr una tasa creciente de exportaciones, que influya favorablemente en materia de ingreso por divisas, empleo y modernización tecnológica.

En este sentido, la mercadotecnia internacional aporta un esquema metodológico para formular y delinear planes de comercialización que permitan conocer en dónde se encuentran los consumidores para determinado producto; el "tamaño y la localización de los mercados y la naturaleza de la competencia"⁹; cuáles son las estrategias adecuadas de distribución y promoción del producto y las políticas de fijación de precios que permitan una utilidad y una participación competitiva en el mercado seleccionado.

Como se anotó, al surgir y desarrollarse el capitalismo como sistema económico en donde rige la producción con fines lucrativos, aparecen por un lado consumidores que necesitan bienes y servicios para satisfacer sus necesidades básicas y por otra parte, los productores que fabrican o suministran todos los bienes tangibles o intan-

-gibles para satisfacer esas necesidades. Así, el comer-
-cio aparece como la actividad humana necesaria para favo-
-recer los intercambios.

En este sentido, la "comercialización" o la "mercado-
-tecnia" "consiste en poner en relación las necesidades
y deseos del mercado con los bienes del productor, a fin
de lograr una transferencia de la propiedad"¹⁰. Es decir,
identificar las necesidades de los consumidores para ---
orientar hacia ellos el/los productos "que posean el ma-
-yor número posible de las características deseadas por -
las personas que forman el mercado"¹¹.

Cuando estos intercambios y las actividades mercanti-
-les que se realizan para satisfacer consumidores exter-
-nos operan a través de las fronteras nacionales, estamos
dentro del campo de la mercadotecnia o comercialización -
internacional.

Tanto para las empresas privadas así como para orga-
-nismos públicos de comercio exterior es indispensable --
que cuenten con planes de comercialización para su produc-
-to o un conjunto de productos que manejen.

Sin embargo, la elaboración de estos planes o progra-
-mas implican conocimientos adicionales que los que se re-
-quieren para el mercado interno dado que es necesario --
captar y analizar más detenidamente las complejidades de
las relaciones económicas, políticas y sociales de las na-
-ciones del mundo.

De la elaboración, administración y seguimiento de un
programa de comercialización depende totalmente el éxito
de un producto y la aceptación de éste por parte de los -
consumidores.

Un plan de comercialización "vincula el establecimien-
-to de objetivos básicos, identificación del mercado que
se desea servir, determinación de la línea de productos -
que será ofrecida a este mercado, la selección de los ca-

-nales de venta para alcanzar este mercado".¹²

Así, en términos de mercadotecnia internacional cuando se desea vender un producto en los mercados externos el marco analítico debe estar constituido por cuatro preguntas:

- ¿Qué producir?
- ¿Dónde y cómo vender?
- ¿A qué precio?
- ¿De qué forma?.

Es decir, el manejo de cuatro variables controlables: producto, mercado y distribución, precios y promoción.

Además de estas variables que un plan de comercialización debe contemplar, existe otro conjunto de variables no controlables que pueden afectar las decisiones de los exportadores o investigadores de oportunidades comerciales. Estas variables están asociadas a las diferentes --condicionantes económicas, políticas, sociales y culturales de los mercados.

Estas condicionantes se pueden clasificar de la siguiente forma:

a) Factores Económicos.

Dentro de estos se incluyen el nivel de ingreso de los --consumidores del mercado hacia el cual se desea exportar, además de la existencia de barreras arancelarias y no ---arancelarias; fluctuaciones monetarias; aspectos geográficos (recursos naturales, clima, transporte, etc.).

Un mercado puede resultar atractivo porque los consumidores tienen un ingreso elevado, sin embargo a la vez pue-

-de tener altas tarifas arancelarias lo cual puede al fi
-nal no resultar rentable la exportación. O por otra per
-te, si un país tiene un sistema de tipos de cambio esta
-ble esto permite a los empresarios o exportadores con
-centrarse en la comercialización con menos preocupacio-
-nes sobre los riesgos financieros que provienen de las
fluctuaciones de los tipos de cambio.

b) Factores Sociales y Culturales.

Dentro de estos se pueden englobar todos aquellos aspec
-tos que pueden atribuirle a un determinado mercado cier
-tas peculiaridades que hagan necesario por ejemplo, la
adaptación o modificación en la presentación del produc
-to que se desea vender de manera que se ajuste a los --
patrones culturales de los consumidores. En este aparta
-do se pueden incluir los hábitos de compra y de consu--
-mo; las costumbres; la religión; nivel educativo; orga-
-nización familiar; relaciones sociales; etc.

Estos aspectos son muy importantes porque explican, por
ejemplo, porqué los hábitos tradicionales de comida en
Japón han impedido la introducción de numerosos produc
-tos alimenticios nuevos. O el papel de la religión en -
Israel también en el tipo de alimentación de sus habitan
-tes.

c) Aspectos Normativos y Legales.

Los aspectos normativos también pueden influir en la ---
elección de un mercado y en la elaboración de una estra
-tegia comercial para un producto. La existencia de de--
-terminados códigos de normas alimenticias por ejemplo -

en algunos países son verdaderas barreras de entrada al mercado. Pueden existir también leyes de protección al consumidor muy restrictivas que hacen a algunos mercados poco atractivos. La mayoría de los países poseen barreras no arancelarias para los productos agropecuarios ya que estas actúan principalmente como protección a los productores nacionales. Como se verá en el Capítulo III y IV, el caso de la miel de abeja es típico en este sentido; la norma de calidad europea para la miel de abeja es sumamente estricta lo cual ha actuado como una limitante para incrementar las exportaciones del producto hacia ese mercado.

Otro ejemplo bastante ilustrativo son las disposiciones legales en Japón que obligan a todo exportador de productos alimenticios la utilización de etiquetas en japonés donde se incluya toda la información acerca del producto que se venda en el mercado.

En resumen, se pueden incluir en este apartado todos aquellos códigos, normas, reglamentos vigentes y además los requerimientos de certificados fitosanitarios, de calidad, de peso, etc. que exigen los gobiernos a los exportadores.

2. METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA PRODUCTOS DEL SECTOR PRIMARIO.

Después de que se expuso el marco analítico del plan de comercialización para un producto, en este inciso se establecerá cuál es la metodología para la investigación de mercados para productos agropecuarios específicamente.

Para tal efecto se ha dividido la exposición en tres partes: la primera se refiere a las principales características de los mercados para este tipo de productos; en la segunda, se resumen los problemas que afectan la comercialización de estos productos y finalmente la tercera parte, es la descripción de un modelo típico de estudio de mercado para un producto de este sector considerando los puntos anteriores.

Primera Parte: La Demanda y la Oferta del Mercado para -
Productos Agropecuarios.

Las características de los mercados de productos agropecuarios se pueden resumir en los siguientes tres puntos:

1) Demanda.

La demanda de productos agropecuarios es frecuentemente inelástica con respecto a los precios y al ingreso. Son básicamente tres los factores que determinan la elasticidad o inelasticidad de una demanda:

- a) Existencia y número de bienes sustitutos del bien que se estudia.
- b) La importancia del bien en el presupuesto de los compradores.
- c) El número de usos.

Si el bien tiene muchos sustitutos cercanos, la demanda del mismo será elástica, ya que con un aumento en el pre-

-cio los consumidores compran menos cantidad del bien en cuestión y adquieren más sustitutos y por el contrario, - con una disminución de precio los consumidores abandonan los sustitutos y compran más cantidad del bien.

En la elasticidad-precio de la demanda también influye la fracción de los gastos totales que el consumidor destina a la compra de un solo bien y el número de usos del mismo. Entre más usos tenga un bien, más elástica será la demanda.

Los productos agropecuarios en términos generales, presentan una demanda inelástica porque no existen sustitutos cercanos o los que existen son "malos" sustitutos como es el caso de la sal, azúcar, carne de pollo, carne de res, etc.; además este tipo de productos solo requieren o representan una parte fija o pequeña del ingreso de los consumidores. Sin embargo, algunos otros productos como la leche pueden presentar demandas elásticas. En este caso se debe a la variedad de usos de la leche, la cual puede transformarse en quesos, mantequillas, cremas, dulces, etc.

Sin embargo, la influencia del tiempo también puede determinar el tipo de elasticidad-precio para la demanda de un producto. A corto plazo puede ser inelástica pero a largo plazo puede ser elástica o perfectamente elástica.

Por otra parte, la elasticidad-ingreso de la demanda de productos agropecuarios también puede ser inelástica. (Véase también la teoría Prebisch-CEPAL).

La elasticidad-ingreso de la demanda expresa el porcentaje en que aumentará una cantidad de alimentos dada como consecuencia de un aumento porcentual dado en el ingreso. En los países avanzados un incremento en el ingreso implica un crecimiento menos que proporcional en la demanda para estos bienes, es decir la elasticidad-ingreso es menor que uno y por lo tanto inelástica.

Esto se debe a que a medida que aumenta el ingreso en cierta población, el porcentaje relativo de éste destinado a la compra de alimentos disminuye y aumenta la compra de -- otros conceptos ligados a niveles de bienestar como son -- salud, educación, recreación, etc. Asimismo, se modifican los patrones de consumo; cuanto más elevado es el ingreso, aumenta la compra de bienes ricos en proteínas (carne, pollo, leche, huevo, etc.) y disminuye la adquisición de -- bienes ricos en carbohidratos (cereales, tubérculos, etc.).

Estas consideraciones teóricas suelen ser muy importantes para planear una estrategia comercial para productos agropecuarios porque en ocasiones se intenta desplazar la curva de demanda para un producto a través de la promoción y publicidad, pero como la demanda es inelástica "las campañas publicitarias pueden conducir a una propaganda competitiva a nivel minorista entre productores nacionales y -- los importadores o entre diferentes grupos de mercancías" ¹³ y no conduce necesariamente a un incremento en el consumo del producto que se desea.

Sin embargo, lo anterior puede ser válido para unos productos, para otros no necesariamente lo es; todo dependerá del establecimiento preciso del mercado, de la naturaleza de la demanda y si es posible obtener una función teórica de la misma.

2) Oferta.

La elasticidad-precio de la oferta de productos agropecuarios en el corto plazo es inelástica dado que no se pueden realizar cambios rápidamente en la producción cuando se origina una alza o disminución en los precios como sucede con otros sectores.

Por otra parte, un aspecto que es necesario analizar den-

-tro de cualquier estudio de mercado son los efectos del cambio tecnológico en la oferta de estos productos. Cuando se da un cambio tecnológico en el sector agropecuario se producen tres efectos:

- a) Aumenta la oferta de productos.
- b) Se establece una nueva función-producción.
- c) Hay una reducción de costos por unidad.

3) Integración Vertical y Arreglos Contractuales.¹⁴

Al analizar la estructura de un mercado se debe considerar adicionalmente que ésta puede verse afectada por el grado de integración vertical de los productores y por la existencia o no de arreglos contractuales.

La integración vertical puede ser definida como la propiedad o control por parte de una firma en las diferentes etapas de la producción o distribución de un producto.

Los arreglos contractuales son los contratos que establecen compromisos por parte de una compañía independiente para producir para otra compañía o firma o comprar de ella.

Durante los años cincuenta y sesenta en los mercados agropecuarios se empezó a observar el incremento de este tipo de arreglos entre productores y distribuidores, los cuales inhiben los efectos del mecanismo de los precios para coordinar las actividades de producción y comercialización.

La característica común de ambas formas es que los suministros que se utilizan en la producción agrícola, o los productos de la misma no se compran y venden en un mercado libre y competitivo. En lugar de ello, son objeto de negociación y las condiciones que se concertan generalmen

-te son obligaciones a largo plazo. Así, una empresa puede controlar todo el proceso productivo y además la etapa de venta, como es el caso de pollos para asar o productos lácteos. O puede establecer un contrato con los productores para que le suministren durante un cierto periodo de tiempo de insumos, como puede ser el caso de empacadoras o curtidurías.

Los enlaces no solamente se crean hacia atrás sino también hacia adelante; las mismas empresas pueden suministrar a los productores los implementos técnicos, bienes de capital, incluso asesoría técnica para que realicen su labor de una manera más eficiente. Una consecuencia directa de la integración vertical es que aumenta el grado de concentración de un mercado y plantea una nueva dimensión del mismo; la fijación de precios y el comportamiento de los mismos será diferente de un mercado competitivo.

Son varias las razones por las cuales han surgido la integración vertical y los arreglos contractuales en el sector agropecuario; se pueden citar las siguientes:

- a) Necesidad de un flujo continuo de insumos. Este factor es importante sobre todo para las agroindustrias o empresas exportadoras que necesitan insumos perecederos y que pueden resultar costoso almacenar, o también que requieren mantener una capacidad de producción alta porque tienen costos fijos elevados. Así, a través de la creación de enlaces hacia atrás pueden asegurar un suministro continuo para sus operaciones.

- b) Necesidad de un mayor control de calidad sobre los productos. Este aspecto para algunas empresas es determinante cuando centran su estrategia de participación en el mercado en las diferencias de calidad de su pro-

-ducto más que en el precio. Esto se hace evidente -- principalmente en las conservas, embutidos, en las ex- portaciones de flor cortada, etc. En estos casos se -- necesita comunicar al productor normas de calidad espe- cíficas por lo cual es necesario el establecimiento -- de vínculos productor-empacador o elaborador o exporta- dor.

c) Los productores prefieren optar por establecer acuer- dos contractuales dada la inestabilidad de precios e ingresos agrícolas que se presentan año con año; pre- fieren la certidumbre de un precio e ingreso fijo a -- la participación competitiva en el mercado.

d) Estos arreglos permiten a los productores tener acceso a fuentes de capital y financiamiento que de otra for- ma no podrían obtener del sistema bancario, ya que en ocasiones son pequeños o medianos agricultores o no -- cubren ciertos requisitos que exigen las instituciones bancarias, así los exportadores, elaboradores de ali- -mentos, proveedores, etc. les proporcionan fondos ne- cesarios para que puedan realizar su producción esta- cional y asegurar así un suministro de insumos.

Por otra parte, se tiene la integración horizontal que -- consiste en la formación de cooperativas de producción , de consumo o de compras. Estas organizaciones tienen como objeto obtener ventajas para sus miembros a través de una organización en gran escala. La compra de insumos de for- ma común les permite disminuir costos y pueden tener ma- yores facilidades de acceso a financiamiento bancario .

Esta organización en cooperativa permite además tener mayor poder de negociación a fin de obtener mejores precios o contratos en condiciones más ventajosas. En ocasiones puede existir además una integración vertical cuando existe capacidad para controlar todas las etapas de producción y venta.

Tanto la integración vertical como la horizontal y los arreglos contractuales aumentan la concentración en cualquier sector del mercado, si esto es benéfico o no depende sobre todo del número de empresas y del porcentaje que controlan de la producción, es decir, de su poder en el mercado.

Como se verá en el Capítulo III, el mercado de la miel de abeja es un caso típico en el cual se han dado estos arreglos e integraciones que se analizan. En este caso, los exportadores aseguran su participación en las ventas estableciendo contratos con los apicultores o los productores se han organizado en cooperativas y las empresas exportadoras se han integrado verticalmente, lo que le ha dado al mercado características de oligopsonio.

Segunda Parte: Problemas de la Comercialización de Productos Agropecuarios.

Esta sección se refiere a cuáles son los factores que hacen que la comercialización de los productos agropecuarios sea tan compleja y presente mayores dificultades que las manufacturas o productos industriales.

En este sentido se puede establecer que los sistemas de comercialización están en estrecha relación con la fase de desarrollo de una economía, así las naciones menos

avanzadas presentan sistemas más simples y en ocasiones -
ineficientes mientras que los países desarrollados tienen
sistemas más complejos. Son seis aspectos que son comunes
a todos los países:

- 1) En ocasiones este tipo de productos se obtienen en pe-
-queñas cantidades y en explotaciones muy diseminadas,
lo cual dificulta su acopio, almacenamiento y transpor-
-tación.
- 2) La mayoría de los productos del campo tanto cosechas ,
como ganado, aves de corral, etc. se producen por tem-
-poradas . Esta estacionalidad implica variaciones en
el monto de los ingresos de los productores.
- 3) Es más difícil la planeación de la producción y la co-
-mercialización dado que ambas están sujetas a facto--
-res no previstos o fuera de control. A este respecto
la actividad agropecuaria difiere de la industria, ya
que en esta última se puede ajustar la producción co--
-rriente al índice de ventas; por el contrario, una -
vez cosechados los productos agrícolas por su misma na-
-turaleza tienen que venderse al precio inmediato.
- 4) Como la mayoría de los productos agrícolas son perece-
-deros , esta característica le resta poder negociador
a los productores en cuanto a obtener un precio satis-
-factorio por los mismos.
- 5) Es difícil controlar la calidad de los productos. Este
factor origina que los productos estén cada vez más en
conflicto con las demandas del mercado ya que:

- actualmente se han desarrollado normas estrictas

de calidad en las naciones más avanzadas;

- envasadores, curtidores, empacadoras, etc. como manejan volúmenes muy grandes de insumos exigen una calidad uniforme;
- los consumidores de altos ingresos insisten en una calidad que sea confiable.

6) Las grandes distancias que separan a los productores agropecuarios y los consumidores finales, implica un doble esfuerzo en la comercialización, sobre todo si se tratan de mercados externos. El incremento de costos por manejo y envío o dificultades en la transportación son algunos de los obstáculos que se presentan.¹⁵

Tercera Parte: Un Modelo de Estudio de Mercado para Productos Agropecuarios.

En esta última parte se describe un modelo de estudio de mercado para productos agropecuarios específicamente considerando el marco general de referencia descrito anteriormente.

Cuando un exportador o una agencia gubernamental de comercio exterior desea un mejor acercamiento para la identificación de los mercados potenciales de exportación, la investigación puede dividirse en dos partes: la primera relacionada con las variables producto, mercado, precio, distribución y promoción y la segunda, orientada a

evaluar la dimensión económica, social y normativa de los mercados seleccionados como metas.

Así, se tiene el siguiente modelo:¹⁶

1) Producto.

- Rasgos o características del producto (color, calidad, dimensiones, empaque, peculiaridades en sabor, aroma, calidades, etc.). Una descripción detallada de los diversos usos alternativos del producto puede ampliar las posibilidades de exportación del mismo.
- Producción; pasado y tendencias futuras para determinar los excedentes exportables. Localización de las zonas productoras, rasgos y características de las mismas. Identificación de productores y empresas exportadoras; nombres de las marcas que usan; recursos financieros y capacidad de producción; planes de inversión y proyectos; estandarización del producto.

Un aspecto muy importante es identificar el nivel tecnológico en que se desarrolla la producción para evaluar la posibilidad de inducir un cambio tecnológico a fin de incrementar la oferta exportable.

2) Mercado.

- Selección del mercado, a través de un análisis estadístico y geográfico. Análisis de los sectores del mercado utilizando el producto y su consumidor final. Tamaño y crecimiento de cada uno de los sectores que lo utilizan. Tendencia futura de la demanda. Grado de concentración del mercado (intensidad de la competencia). Barreras a la entrada del mercado.

Elasticidad de la demanda.

3) Precios.

- Cómo se fijan los precios; precios practicados en el mercado. Precios CIF o FOB pagados por los importadores.

Precios al mayoreo y al menudeo.

Índices de precios.

Elasticidad-Precio.

4) Distribución.

- Descripción de las redes de distribución y venta para identificar los canales adecuados. Grado de control de los exportadores de otras nacionalidades o de la propia.

5) Promoción.

- Prácticas tradicionales de promoción (folletos, catálogos, publicidad en medios masivos de comunicación, ferias comerciales, etc.).

Identificación de los medios disponibles para una campaña de promoción. Factibilidad de la misma.

6) Condicionantes Económicos del Mercado Seleccionado como Meta.

- Tarifas arancelarias; impuestos internos; cuotas de importación; regulaciones diversas y especificaciones particulares; distancia del mercado; paridad cambiaria.

7) Condicionantes Sociales.

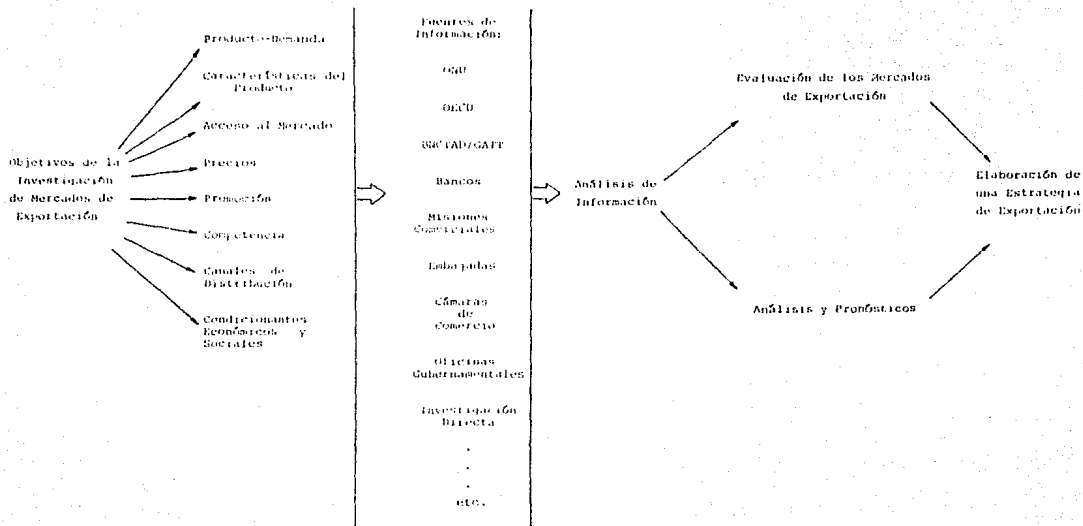
- Población; nivel de vida; hábitos de compra; rasgos culturales.

Lo anterior además se puede ver esquemáticamente a través del diagrama de flujo de la Figura A.

De acuerdo a esta metodología, para el presente estudio de caso que se desarrolla en los siguientes capítulos, se considera primero la descripción del producto seleccionado, miel de abeja; en segundo término, los aspectos del producto en el mercado interno; y finalmente el análisis del mercado seleccionado como meta: la Comunidad Económica Europea. Estableciendo de antemano que el objetivo del estudio de mercado es incrementar la penetración y la exportación de este producto en el mercado europeo.

FIGURA A

DIAGRAMA DE FLUJO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS



NOTAS CAPÍTULO I.

1. "La circulación de mercancías es el punto de partida - del capital. La producción de mercancías, la circula-- -ción mercantil y una circulación mercantil desarrolla - da , el comercio constituyen los supuestos históricos bajo los cuales surge aquél".
Karl Marx : "El Capital", Tomo I, Volumen I, Cap. IV "Transformación de Dinero en Capital", p. 179.
Ed. Siglo XXI, México 1981.
2. Torres Gaytán: "Teoría del Comercio Internacional".
Ed. Siglo XXI, México 1979, p. 10.
3. Ibid, p. 11.
4. Karl Marx, Op. Cit. Tomo III, Vol. 6, Cap. IV Punto V "El Comercio Exterior", p. 303-304.
5. Christian Palloix: "La Internacionalización del Capi-- -tal". Ed. Blunce, Madrid 1979, p. 81-92.
6. Torres Gaytán, Op. Cit., p. 15.
7. René Villarreal: "Economía Internacional", Tomo I.
Ed. F.C.E. , México 1979.
8. Ibid.
9. Cundiff/Still/Govoni: "Fundamentos de Mercadeo Moder-- -no". Ed. Prentice-Hall, Madrid 1979, p. 4.
10. Ibid.
11. Ibid, p. 6.
12. McCarthy: "Comercialización: Un Enfoque General".
Ed. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina 1974, p. 29.
13. David Metcalf: "La Economía de la Agricultura".
Ed. Alianza Editorial, Madrid 1974, p. 116.
14. Ibid. Capítulo 6.
15. Los puntos se tomaron del artículo de Harold F. Breim-- -yer: "Cambios en la Estructura de los Mercados", in-- -cluido en AGRICULTURA MUNDIAL. (Consúltese la ficha - completa en la Bibliografía).
16. El modelo se tomó de C.G. Alexandrides/George P. Mos-- -chis: "Export Marketing Management", Ed. Praeger Pu-- -blishers, New York USA 1977.

CAPÍTULO II.- GENERALIDADES.

1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

La miel es un producto vegetal elaborado mediante el néctar de las flores extraído por las abejas, modificado y transformado por ellas, concentrado y depositado en las celdillas del panal, desde donde es extraído por el apicultor.

No es sometida a transformaciones, modificaciones, purificaciones y mejoras, ni a ningún tipo de manipulaciones industriales, siendo por consiguiente un alimento natural no refinado, que conserva todos sus componentes.

El néctar es la materia prima que utilizan las abejas para elaborar la miel. Así, se denominan plantas nectaríferas o flora melífera, aquellas que secretan néctar, mismo que será recolectado y transformado por las abejas en miel; y plantas poliníferas, son aquéllas cuyo aporte de néctar es tan pequeño que no se toma en cuenta pero que, sin embargo, producen cantidades considerables de polen.

La temperatura y la precipitación son los factores climatológicos que influyen en la apicultura, porque determinan la distribución, abundancia, especies y tipos de flora apícola de una región.

Los climas más apropiados para las explotaciones apícolas son el tropical e intertropical, donde únicamente el exceso de lluvia afecta el trabajo de las abejas. Los climas extremos no son recomendables. El templado se considera recomendable cuando existe suficiente precipitación pluvial (700 a 2 500 mm).

La flora y el clima son los factores más importantes en la producción de la miel ya que constituyen la base para que una familia de abejas (la abeja melífera) recolecte el fluido nectáreo de las flores y lo almacene en las celdas de los panales, que sirve como alimento de las

crías jóvenes y de las abejas adultas.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

De acuerdo con el Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias la definición del producto es:

"La miel es la sustancia de sabor dulce producida por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de secreciones de las partes vivas de las plantas o que aparecen en esas partes y que las abejas liban, transforman, combinan con sustancias específicas en panales".

El néctar absorbido por las abejas es transformado por tres enzimas que están presentes en las glándulas faríngeas de las abejas; estas enzimas son la invertasa, la diastasa y la glucoxidasa.

CARACTERÍSTICAS DE LA MIEL.

Siguiendo con los conceptos de la FAO/OMS, la miel consiste básicamente de "diferentes azúcares, sobre todo glucosa y fructuosa. Además de estos azúcares, la miel contiene proteínas, aminoácidos, enzimas, ácidos orgánicos, sustancias minerales, polen y otras sustancias, y puede contener sacarosa, maltosa, y otros oligosacáridos (incluidas las dextrinas) así como trozos de hongos, algas, levaduras y otras partículas sólidas resultantes de la obtención de la miel".

Por su composición, la miel es un alimento muy apreciado por ser rico en carbohidratos y más fácil de digerir que el azúcar de caña. Su estima radica no tanto en el valor nutritivo sino en que es un endulzante natural sin

aditivos conservadores y altamente energético.

Aroma y Sabor.

El sabor de la miel está estrechamente relacionado con su aroma, y estas características dependen de ciertas sustancias complejas de la miel, que provienen de los vegetales de origen. El aroma depende del tipo de floración de donde provenga la miel. Las mieles de sabor y aroma más suaves y delicados son las más apreciadas; en México, las mieles de naranjo y mezquite reúnen estas características y son las más caras y las más buscadas por los importadores europeos.

Color.

El color de un producto alimenticio es un factor de gran importancia comercial que muchas veces determina la opción del consumidor.

En el caso de la miel, un color muy oscuro es asociado con un producto muy aromático, mientras que una miel de color claro sugiere aromas más finos sutiles. De la misma manera, es posible preferir una miel líquida de color vivo, brillante, al mismo producto en forma cristalizada, con un color más claro. Las preferencias relacionadas a la consistencia y el modo de empleo remiten al consumidor a una apreciación táctil.

Para la mayoría de los consumidores de este producto, el color constituye el criterio determinante para su compra más que las características de consistencia.

En el mercado mundial, la miel se clasifica de acuerdo a una escala de colores (escala PFUND); las mieles claras son más apreciadas que las oscuras.

El color también puede ser un indicador hasta cierto punto confiable de la calidad de la miel; ya que ésta tien

-de a obscurecerse debido a ciertos factores como:

- Largos periodos de almacenamiento
- Altas temperaturas
- Contaminación por metales.

El color, en la comercialización internacional, tiene una gran importancia porque ayuda a los envasadores o exportadores a presentar año con año un producto mezclado homogéneamente y con un color uniforme.

La escala de colores utilizada a nivel internacional es la que se muestra en el Cuadro 1.

Granulación.

La granulación de la miel es una peculiaridad que se debe a ciertas propiedades físicas y fisicoquímicas de los elementos presentes en este producto.

En general, todas las mieles tienden a granularse parcial o totalmente, especialmente en climas fríos. Algunos consumidores consideran que una miel granulada o cristalizada está adulterada prefiriendo una miel líquida. Sin embargo, la única manera de impedir que la miel cristalice es calentándola lo cual en algunos casos llega a afectar el color y el sabor de la misma.

Fermentación.

La fermentación de la miel se debe básicamente al exceso de humedad ocasionado principalmente por la extracción de miel no madura. Esta fermentación es debida a que los líquidos azucarados en general son más susceptibles a la acción de levaduras. Esta contaminación por levaduras puede ser ocasionada por el uso de equipo o envases sucios o por un elevado porcentaje de humedad.

CUADRO 1

CONCENTRACIONES DE ELEMENTOS COLORANTES EN LA MIEL

Denominación		Milímetros	
		Mínima	Máxima
En español	En inglés		
blanco agua	water white	1.00	8.00
extra blanco	extra white	8.01	16.50
blanco	white	16.51	34.00
ámbar extra claro	extra light amber	34.01	50.00
ámbar claro	light amber	50.01	85.00
ámbar	amber	85.01	114.00
ámbar oscuro	dark amber	114.01	En adelante

FUENTE: "Instructivos Técnicos de Apoyo para la Formulación de Proyectos de Financiamiento y Asistencia Técnica. (Apicultura)". F.I.R.A. México, 1985 p. 100.

TIPOS DE MIEL.

Los tipos de miel son los siguientes:

Miel de Néctar o Miel de Flor. Es la que procede principalmente del néctar de las flores.

Miel de Mielada. Es la que procede principalmente de secreciones de las partes vivas de las plantas o que aparecen en esas partes. Su color varía del ámbar claro o verdoso, al castaño muy obscuro.

Miel Monoflora. Es aquella en la que predomina un solo origen botánico. Este origen caracterizará el sabor y el aroma de la miel y lo definirá para su comercialización.

Miel Multiflora. Es la que tiene diversos orígenes botánicos y se obtiene mezclando varias mieles conforme a una norma de color común o seleccionada por el envasador o exportador.

PRODUCTOS SUSTITUTOS.

La miel compite básicamente con el azúcar de caña ; sin embargo, otros preparados que tienen como base éste también son productos con un alto grado de sustitución como son las mermeladas, los jarabes, el azúcar de remolacha, el chocolate, etc.

El consumo mundial promedio per cápita de azúcar y miel es de 20 Kg. de azúcar y 0.17 de miel. Sin embargo ,

el consumo de ambos productos es más alto en los países -- europeos (más de 20 Kg. de azúcar y 500 grs. de miel).

2. MODO DE OBTENCIÓN.

Para el mercado existen dos tipos de presentación de -- la miel dependiendo del método de obtención y preparación del producto.

a) Miel Extractada . Es la miel que ha sido separada del -- panal por medio de fuerza centrífuga, gravedad, colado o por otros medios. Puede aparecer en el mercado de -- diferentes formas:

- Miel Líquida: es la miel que a simple vista aparece libre de cristalización.
- Miel Cristalizada: es la miel completamente granulada o sólida. La cristalización pue--de ser natural, o puede ser el producto de uno de varios procesos controlados de cris--talización.

La forma de obtener la miel extractada puede ser por -- prensamiento, que consiste en obtener la miel prensando los panales sin cría, con o sin ayuda de calor moderado; o a través de fuerza centrífuga, por medio del uso de extractores.

Estos extractores pueden agruparse básicamente en dos -- clases: tangenciales y radiales.

Los extractores tangenciales son los más comunes y se accionan generalmente de forma manual.

Los extractores radiales, funcionan con motor eléctrico

y suelen tener una capacidad variable, entre 30 y 72 cuadros.

- b) Miel en Panal. Es la miel almacenada por las abejas en las celdillas de panales recién construidos y sin cría. Es presentada en el mercado de diferentes formas: en -- panales enteros o en secciones.

Por otra parte, las plantas beneficiadoras de miel realizan un proceso de clarificación y homogenización del -- producto de forma industrial, lo cual permite obtener un producto de alta calidad para exportación o para envasar.

En términos generales, el proceso que se sigue en estas plantas beneficiadoras es el siguiente, de acuerdo a la misma investigación realizada en una muestra de plan-- tas:

1. Recepción de la Miel.- La recepción de la miel puede -- hacerse en varias formas. Se recibe en alzas, colmenas o ya extraída en tambores.
2. Pesado.- El pesado se efectúa en una báscula para re-- gistrar la cantidad de materia prima recibida.
3. Control de Calidad y Clasificación.- Mediante análisis físicos y químicos auxiliándose de equipo analítico, se determina la calidad de la miel y se clasifica para su utilización.
4. Filtrado.- La miel pasa por las tolvas, las que tie-- nen en el extremo un filtro que impide el paso de par-- tículas extrañas como pueden ser: abejas muertas, mos-- cos y otras impurezas.

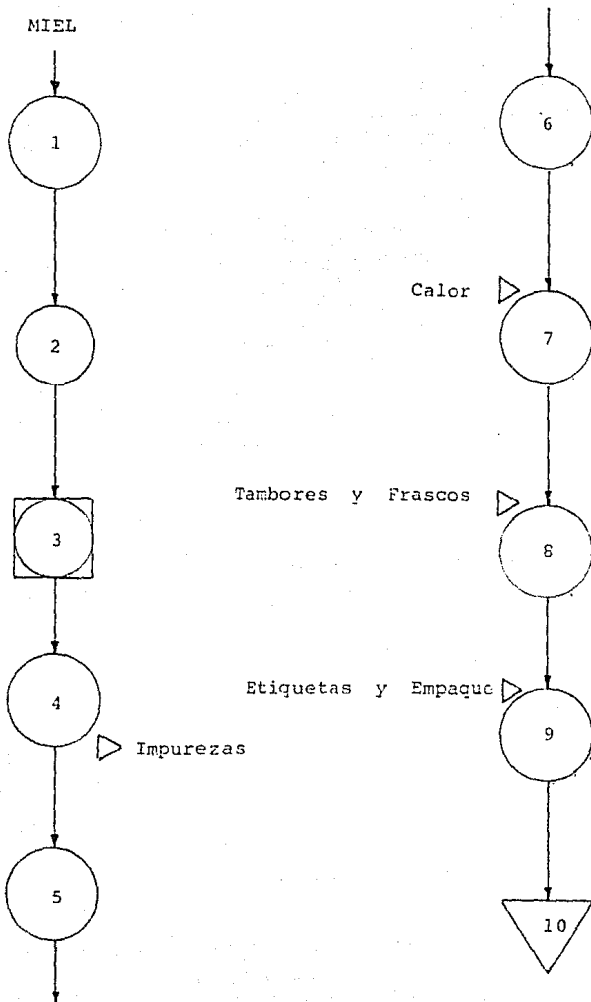
5. Sedimentación.- Durante 24 hrs. la miel se somete a -- sedimentación en los tanques con el objeto de eliminar burbujas y otras impurezas de mayor peso.
6. Homogenizado. Mezclado.- En el tanque mezclador provis-- to de aspas, se mezclan las mieles manteniéndolas homo-- géneas.
7. Tratamiento Térmico.- La miel pasa al intercambiador -- de calor donde recibe el tratamiento térmico el cual -- presenta una mezcla más homogenizada de las mieles y -- evita la cristalización de las mismas.
8. Envasado.- El envasado puede hacerse en varias presen-- taciones que van desde tambores para exportación hasta frascos de vidrio o plástico de acuerdo al mercado al -- cual va destinada.
9. Etiquetado y Empacado.- Ambas operaciones se realizan de acuerdo a las exigencias del mercado.
10. Almacenamiento.- En bodegas o almacenes se guarda el producto quedando listo para su distribución.
(Ver Figura B).

3. USOS.

La miel actualmente tiene diversos usos: en la panade-- ría, repostería, productos farmacéuticos, cosméticos, con-- fitería, etc.

FIGURA B.

DIAGRAMA DE PROCESO.



CAPÍTULO III.- EL PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNO.

1. ANTECEDENTES.

Podemos decir que la miel, alimento producido por las abejas, ha estado presente en la mayoría de las civilizaciones primitivas.

Desde hace 20 millones de años las abejas sociales han producido y almacenado miel y el hombre en su evolución se han beneficiado con ello.

Originalmente el hombre se dedicaba a la "caza" de miel, posteriormente a medida que evolucionaba realizó la "domesticación" de diferentes especies de abejas dando los primeros pasos para el surgimiento de la apicultura.

En la actualidad hay cuatro especies apis: la *Apis florea*, *Apis dorsata* y la *Apis cerana*, son tropicales y la *Apis Mellifera*, que colonizó la zona templada de Europa y zonas adyacentes.¹ La *Apis Mellifera* a su vez se diversificó en tres grupos de razas geográficas: razas europeas, razas orientales y razas africanas. Las razas europeas son las que tienen valor económico para el hombre estas son: *Apis Mellifera Ligustica*, *Apis Mellifera Caucásica*, *Apis Mellifera Carnica*, *Apis Mellifera Lehzani* y la *Apis Mellifera Mellifera*.²

A la *Apis Mellifera* se le conoce ordinariamente como abeja de colmena, abeja melífera o abeja europea, y es la que produce la mayor parte de la miel del planeta. Literalmente este nombre significa "abeja que lleva miel".

En América originalmente no existían las abejas melíferas sino las abejas sin aguijón, las *Meliponidae*; este tipo de abejas se encuentran en todas las regiones cálidas del mundo, con la mayor cantidad de especies en América tropical. De estas abejas se conocen 300 géneros; de los cuales *Melipona* y *Trigona* son los más importantes.

Las del género Melipona son exclusivas de América.

"En el Sur de México son muy comunes diversas especies de éste género, principalmente en Yucatán y Chiapas, desde donde se extienden hacia el Norte por las dos vertientes - del país; por el Este, hasta más allá de Tampico, y por el Oeste se hallan hasta Sinaloa y las barrancas del Sur de - Sonora".³ En Mesoamérica se cultivaron éste tipo de abe-- -jas.

Entre los mayas la meliponicultura era una actividad muy extendida e importante. La miel era utilizada para la fabricación de bebidas como el "Balché" que se preparaba - con agua, miel y la corteza de un árbol llamado balché y se servía en ceremonias civiles e religiosas; el "Xtaben- tun", licor de miel de meliponas y esencia de una enredade -ra llamada Xtaben-tun, y el "Holcatzin" también preparado con miel en la región de Campeche.⁴

Los mayas tenían dos solemnes fiestas dedicadas a invo -car una buena floración y una abundante cosecha de miel. La primera era en el quinto mes maya, Tzec. En esta fiesta los propietarios de colmenas contribuían con miel para el balché. La segunda fiesta se celebraba en el octavo mes -- maya, Mol, y también se invocaba una buena floración.

"También la miel era objeto de comercio y los mexicas obtenían la miel como tributo exigido a diversos pueblos - asentados en lo que hoy es el Estado de Guerrero".⁵ En el mercado de Tlaltelolco, al cual acudían más de 50 000 per -sonas, para la venta de miel esta se medía en vasijas y si algún comerciante se servía de medidas falsas era severamente castigado y sus medidas se rompían públicamente.

Durante el periodo precortesiano la miel de las abejas sin aguijón (meliponas) era la única sustancia que había - para endulzar.

Con la llegada de los españoles disminuyó la importan-

-cia relativa de la producción de miel, dado que se introdujo la caña de azúcar y se desarrollaron las grandes haciendas azucareras en la región central de la Nueva España.

Sin embargo, en la Península de Yucatán se crearon los repartimientos de cera, ya que por decreto eclesiástico las velas y cirios usados en los oficios y ceremonias y que alumbraban los templos debían ser exclusivamente de cera de abejas.

La cera producida por este tipo de abeja sin aguijón era abundante en los bosques yucatecos; se acumulaba en gruesas columnas pegadas a los troncos de los árboles. Los indígenas bajo dominio español eran obligados a recoger anualmente determinada cantidad, después de haberla satisfecho el sobrante de sus cosechas era vendido por los mismos indígenas a particulares.

La miel no tenía importancia y sólo servía para seguir fabricando el balché.

La cera era blanqueada en la Ciudad de Mérida y el comercio de la misma se hacía a través de los puertos de Sisal, en Yucatán y de Campeche, Campeche o se enviaba a Veracruz.

Dada la condición de colonia, los españoles no introdujeron la abeja común europea (*Apis Mellífera*) a territorio de la Nueva España; esta se llevó pero a Cuba.

Humboldt⁶ nos refiere que la cría de la *Apis Mellífera* se extendió muchísimo en la isla desde el año de 1772. Es por esto que cuando en 1812 en la Nueva España se abolió el servicio personal de los indígenas, estos abandonaron totalmente la extracción de cera silvestre y como llegó a escasear tanto, fue de Cuba de donde se trajo para el alumbrado de los templos.

Sin embargo, se tienen referencias de que en 1802 se hicieron intentos de importar de Florida enjambres de la

Apis Mellifera para introducirla en Yucatán; pero "se pre-
-firió a lo largo del siglo XIX la abeja doméstica local -
por la sencillez de su ranejo y no fue sino hasta princi-
-pios del siglo XX cuando se inició la apicultura en la -
Península de Yucatán con nuevas razas de abejas importa-
-das." ⁷

En 1831 había en México 2 585 colmenas que producían -
entre media arroba y una arroba de miel. ⁸ En el siglo XIX,
en Yucatán, "la abeja se cultivaba en los llamados "cor-
-chos", troncos huecos del árbol "yaxnic" cerrados por los
extremos con tapones de madera sujetos con lodo o barro. A
mitad del tronco un agujero permitía la entrada y salida -
de las abejas." ⁹

La cera y miel eran productos importantes para la eco-
-nomía de las haciendas y para los indígenas que se dedica-
-ban a su explotación.

La apicultura moderna en México se inicia a principios
del siglo XX, con la llegada de libros técnicos y la intro-
-ducción de la colmena de marcos móviles lo que permitió -
el desarrollo de una explotación más racional, asimismo -
otras regiones de México se perfilan como propicias para
una apicultura intensiva: Michoacán, Estado de México , -
Guanajuato, San Luis Potosí, Morelos, etc. En Campeche --
hace 30 o 40 años se introdujo la Apis Mellifera Ligustica
(italiana). ¹⁰ Todavía en los años sesenta en algunos Esta-
-dos se usaban las calabazas como colmenas para las abejas
sin aguijón.

México desde 1944 exporta miel de abeja. A partir de -
1948, Alemania Federal se perfila como el principal impor-
-tador mundial de este producto, ya que a partir de ese -
año el consumo de miel de abeja ha venido aumentando en -
aquel país gracias a las campañas de publicidad que han si-
-do respaldadas por médicos alemanes.

Sin embargo, la miel yucateca hasta hace tres décadas no se podía exportar a Alemania por la severidad del código alemán sobre las especificaciones que debía reunir la miel de mesa.

Las especificaciones establecen que la miel de mesa debe contener cierta cantidad mínima de diastasa, enzima que desdobra el almidón en azúcar. La diastasa es producida por las glándulas faríngeas de las abejas y también está presente en las plantas; dado que es sensible al calor, las autoridades alemanas consideran que un nivel bajo de diastasa indica que la miel ha sido calentada en exceso, por esto la miel yucateca no era aceptada en el mercado alemán. Posteriormente en la década de los sesenta se descubrió que la miel procedente de la Península de Yucatán permanecía en tambores abiertos y expuestos a la luz y al calor del sol.¹¹

Al tomarse las medidas necesarias para un manejo adecuado de la miel las exportaciones de esa región al mercado alemán se han incrementado y actualmente constituye nuestro principal cliente.

Por otra parte, hace una década la miel procedente de los E.U. le hacía competencia a la miel mexicana en el mercado alemán. Sin embargo, últimamente el consumo en E.U. ha aumentado mucho debido al surgimiento en ese país de nuevos hábitos alimenticios derivados de modos o tendencias contraculturales que se caracterizan por un retorno a los alimentos naturales no industrializados y sin aditivos conservadores, y en este sentido la miel de abeja ocupa un primer lugar por ser un endulzante natural y altamente nutritivo.¹² Con este incremento en el consumo, México se ha convertido también en uno de los principales exportadores de miel que surten el mercado norteamericano.

2. ASPECTOS ECONÓMICOS Y NORMATIVOS.

PRODUCCIÓN.

La producción de miel de abeja en nuestro país ha tenido un crecimiento sostenido desde 1972. De 1972 a 1981 la tasa media de crecimiento anual fue de 5.3%, así se pasó de 44 619 tons. en 1972 a 70 557 tons. en 1981. (Ver Cuadro 2).

En 1982 el volumen producido disminuye 29.24% , con respecto al año anterior, así solamente se disponen de 49 928 tons. un decremento de 20 629 tons. respecto a 1981. Esto debido a factores climáticos desfavorables, como es el caso de sequía en algunas regiones productoras afectando con ello las cantidades de floración y disminuyendo así el volumen producido por las abejas.

De 1982 a 1987 la tasa media de crecimiento anual fue de 0.25%, en 1986 se alcanza el nivel más alto de producción en el periodo que se analiza llegando a 74 613 tons. sin embargo, hay una caída en el ritmo de crecimiento.

En forma global, de 1972 a 1987 la tasa media de crecimiento ha sido de 3.3% observándose a partir de 1982 marcadas variaciones en los niveles de producción debido a factores climáticos como ya se anotó.

Para 1988 dentro del Programa Nacional Agropecuario y Forestal la meta es de 62 573 tons., 0.56% menos que en 1987.

En inventario apícola se tiene que nuestro país en 1972 había 1 876 196 colmenas , para 1987 existen en el país 2 119 400 colmenas, un incremento del 129.6%. (Ver Cuadro 2 y Gráfica 1).

A partir de 1972 se han venido sustituyendo las ---

CUADRO 2
PRODUCCION NACIONAL DE MIEL E INVENTARIO APICOLA 1972-1986.

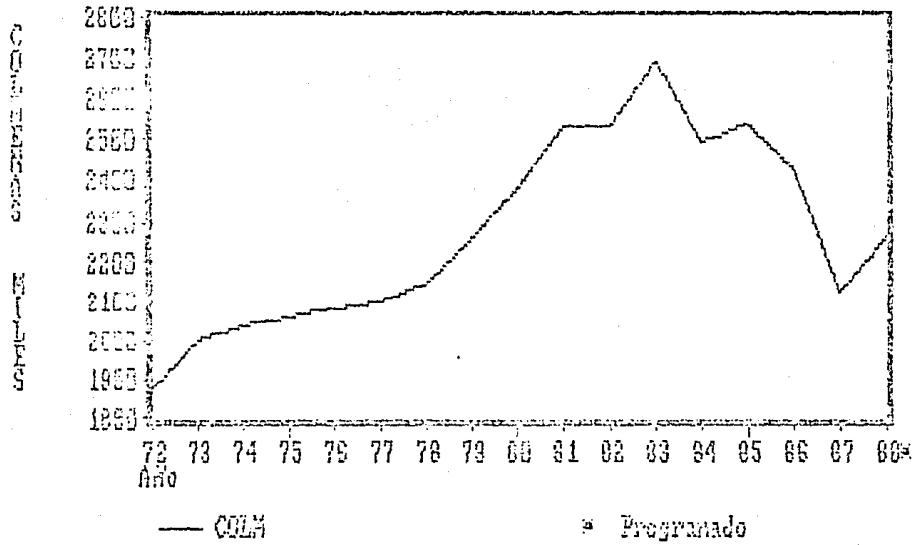
Año	Número de Colmenas (Miles)	Incremento Anual (%)	Producción de Miel (Tons.)	Incremento Anual (%)	Rendimiento Anual Por Colmena (Kgs.)
1972	1 976,2	--	44 619	--	22,78
1973	1 995,9	6,38	49 121	10,08	24,61
1974	2 030,6	2,04	52 970	7,90	25,54
1975	2 059,0	1,10	55 751	7,07	27,05
1976	2 060,1	1,02	55 819	0,21	26,83
1977	2 101,1	1,01	56 822	1,80	27,04
1978	2 142,3	1,96	58 376	2,73	27,25
1979	2 254,8	5,25	61 467	5,30	27,26
1980	2 380,6	5,58	65 218	6,15	27,40
1981	2 532,2	6,36	70 557	8,18	27,76
1982	2 532,2	0,00	49 928	-29,24	19,71
1983	2 690,5	6,25	61 998	26,19	25,27
1984	2 493,4	-7,33	69 333	1,96	27,80
1985	2 540,8	1,90	65 073	-4,92	25,92
1986	2 422,7	-4,64	74 633	13,26	30,77
1987 ^a	2 117,4	-12,51	62 921	-15,66	29,69
1988 ^b	2 255,2	6,10	62 573	-0,56	27,74

^a Preliminar

^b Programa Nacional Agropecuario y Forestal 1986.

ENMIH/SA216

INVENTARIO APICOLA GRAFICA 1



colmenas rústicas por colmenas modernas. En 1979, según datos disponibles, había 653 892 colmenas rústicas que representaban el 29% del total, y en ese año aportaron el 8.7% de la producción, es decir, 5 347.6 tons. Para 1985 se tienen registradas sólo 18 663 que representan el 0.007% del total del inventario apícola y solo aportaron el 0.006% de la producción nacional en ese año, es decir, 446.0 tons. ; los estados donde se localizan las colmenas rústicas son Tlaxcala y Colima.

Al igual que la producción, a partir de 1984 se observan variaciones acentuadas en el número de colmenas lo cual se atribuye a los factores climáticos adversos para esta actividad que se han presentado en los últimos años.

Para 1988 se tiene programado como meta 2 255 189 colmenas, 6.40% más que en 1987, pero 16.17% menos que en 1983. El rendimiento promedio por colmena es de 26.48 Kgs.

Como se puede observar en el Cuadro 2 , la apicultura en México es extensiva y no intensiva. Los incrementos en la producción sólo se han logrado a partir de 1972 aumentando el número de colmenas, esto lo podemos comprobar también por el lado de los rendimientos anuales por colmena que han permanecido prácticamente en el mismo intervalo, entre 25 y 27 Kgs. por colmena.

El valor de la producción de 1972 a 1981 creció a una tasa media anual de 25.2%, así se pasa de 300 millones de pesos a 2 210 millones de pesos. (Ver Cuadro 3 y Gráfica 2); cuatro veces superior a la tasa media de producción.

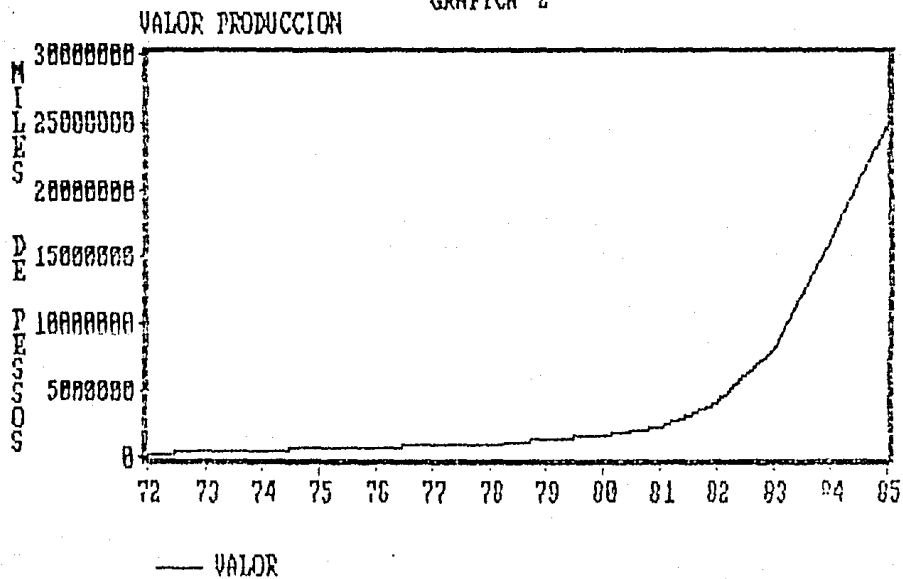
De 1982 a 1985, sin embargo, la tasa media es de 83.8%, superior al ritmo de crecimiento de la producción y en donde se observa el proceso inflacionario que vive la economía mexicana desde 1982.

CUADRO 3
VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE MIEL
(Miles de Pesos)

Año	Valor	Incremento Anual(%)
1972	299 892 931	-----
1973	367 967 630	22.70
1974	477 155 930	29.67
1975	619 613 520	29.86
1976	777 242 740	25.43
1977	925 510 200	19.08
1978	1 012 155 500	9.36
1979	1 313 074 400	29.73
1980	1 522 021 000	15.91
1981	2 210 450 000	45.23
1982	4 077 276 000	84.45
1983	8 042 846 339	97.26
1984	16 287 649 000	102.51
1985	24 540 559 000	51.00

FUENTE: Elaborado con datos del Cuadro 1 y Cuadro 4.

GRAFICA 2



Los precios internos de la miel a partir de 1982 tienen un incremento anual de 98.6%. De 1981 a 1985 se incrementan 1 258%. (Ver Cuadro 4).

Se estima que la explotación en México es incompleta, solo se aprovecha una tercera parte del potencial melífero del país, ya que según expertos en la materia, México podría tener alrededor de 7.5 millones de colmenas, lo cual significaría con buenas condiciones climáticas, 198 000 toneladas anuales, es decir, dos veces más del volumen que se obtiene actualmente.

Por otra parte, el consumo nacional representa entre el 20 y 30% de la producción nacional (ver Cuadro 5) y está en función del comportamiento externo de la demanda; así, México exporta el 80% de su producción, hacia el mercado nacional solo se dirigen volúmenes mínimos.

Si México aprovechara su potencial productivo, la oferta exportable anual sería de alrededor de 158 400 tons. más del doble de lo que se exporta actualmente en promedio (60 000 tons.).

La producción de miel en México la podemos dividir en tres tipos: doméstica, complementaria e industrial.

La doméstica se caracteriza por la posesión de un número reducido de colmenas y está orientada al autoconsumo o destinada al mercado local y en la cual aunque se utilizan colmenas modernas los productores carecen de apoyos financieros, técnicos, etc. y están insuficientemente organizados; el segundo tipo, la complementaria es la producción orientada a obtener ingresos adicionales a los derivados por otras actividades, principalmente agrícolas. La tercera forma de producción, la industrial, se distingue -

CUADRO 4

PROYECTO DE LA MIEL 1972- 1985
(CARGOS POR VOTO)

ESTADOS	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
AGUASCALIENTES	9.01	9.00	10.62	13.54	14.10	16.00	18.00	24.00	26.00	27.00	100.00	131.78	318.65	500.00
BAJA CALIFORNIA	6.77	7.00	8.54	10.39	15.00	17.50	20.50	22.00	25.00	33.00	130.00	156.95	294.09	453.00
BAJA CALIFORNIA SUR	6.70	7.00	9.80	17.50	18.00	18.00	17.00	21.00	23.00	20.00	122.00	143.99	261.62	422.00
CAMPECHE	6.43	7.42	9.05	11.54	11.00	14.00	14.00	18.00	20.00	25.00	20.00	100.00	229.46	342.00
COAHUILA	7.60	8.50	9.61	12.25	13.25	16.00	17.00	28.00	30.00	23.00	87.00	118.88	193.57	310.00
COLIMA	4.50	5.00	8.63	11.00	13.00	14.00	15.00	23.00	30.00	27.00	75.00	123.03	270.00	410.00
CHIAPAS	6.30	7.20	9.07	11.00	11.00	13.00	14.00	21.00	22.00	25.00	54.00	53.96	145.41	420.00
CHIHUAHUA	9.00	9.00	10.62	13.25	23.00	21.50	26.00	30.00	32.00	20.00	175.00	250.04	314.23	533.00
DISTRITO FEDERAL	8.35	8.70	10.61	13.53	20.50	22.00	23.00	29.00	32.00	35.00	92.00	347.79	475.00	600.00
DURANGO	5.75	6.00	8.60	11.00	14.79	26.00	28.00	29.00	31.00	40.00	100.00	229.94	371.58	500.00
GUANAJUATO	9.51	9.50	9.88	17.70	20.50	24.00	27.50	34.00	40.00	41.00	90.00	268.90	287.57	325.00
HUEMEROS	7.60	8.00	9.70	11.44	16.00	17.00	21.00	23.00	23.00	27.00	110.00	199.98	310.60	340.00
HIDALGO	9.00	9.00	9.40	11.00	13.65	17.00	18.00	20.00	22.00	32.00	30.00	110.99	269.45	500.00
JALISCO	6.30	7.00	8.60	9.30	13.00	17.50	18.50	22.00	25.00	29.00	53.00	120.93	308.00	420.00
MEXICO	9.00	9.45	10.20	12.00	17.50	11.00	22.00	25.00	28.00	21.00	100.00	150.02	235.91	270.00
MICHOACAN.	7.60	7.70	8.66	11.00	15.78	14.50	19.00	24.00	25.00	40.00	152.00	192.00	285.26	400.00
MORELOS	7.95	8.75	10.32	13.16	17.33	24.50	25.00	28.00	29.00	32.00	150.00	178.06	300.02	600.00
NAYARIT	5.90	6.71	8.18	10.43	13.13	16.50	17.99	22.00	24.00	28.00	70.00	173.26	250.00	280.00
QUEBETO	5.60	6.12	8.56	10.91	14.32	17.00	18.00	23.00	25.00	26.00	117.00	200.25	323.18	397.00
OAXACA	6.20	6.87	8.02	11.20	13.00	20.00	21.00	20.00	21.00	32.00	70.00	250.00	410.70	348.00
PUEBLA	7.95	8.66	10.21	12.00	16.50	20.00	21.00	28.00	29.00	36.00	150.00	211.00	304.37	300.00
QUERETARO	8.00	8.00	10.38	13.14	16.14	19.00	20.00	25.00	27.00	32.00	104.00	163.14	280.76	500.00
QUINTANA ROO	5.35	6.70	8.02	11.74	11.00	14.50	15.10	18.00	20.00	24.00	45.00	87.85	154.97	400.00
SAN LUIS POTOSI	6.55	7.55	9.54	11.00	13.38	16.00	17.00	22.50	24.00	40.00	150.00	200.01	285.98	413.00
SINALOA	7.05	7.32	8.93	11.28	20.00	24.00	25.00	30.00	32.00	35.00	100.00	160.00	260.00	423.00
SONORA	7.70	8.05	9.40	12.00	21.00	15.00	26.00	29.00	30.00	32.00	121.00	112.96	231.46	377.00
TABASCO	7.20	8.00	9.20	11.73	17.00	15.00	16.00	19.00	20.00	25.00	75.00	150.07	272.51	270.00
TAMALIPAS	8.60	8.50	8.75	13.00	26.14	24.00	25.00	29.00	30.00	30.00	61.00	194.01	150.00	533.00
TLAXCALA	8.00	8.70	10.00	11.65	14.00	19.00	19.00	25.00	26.00	25.00	110.00	170.32	266.64	400.00
VERACRUZ	6.60	7.55	9.48	10.27	15.77	16.00	17.50	21.00	23.00	32.00	100.00	204.66	313.00	410.00
YUCATAN	6.35	7.13	8.00	9.89	11.45	13.80	14.60	17.00	19.00	22.00	50.00	90.00	129.51	280.00
ZACATECAS	6.55	7.50	9.55	9.52	10.00	17.00	18.00	28.00	30.00	28.00	80.00	149.89	247.23	450.00
TOTAL NACIONAL	6.77	7.49	9.17	11.17	13.02	16.68	17.34	21.36	23.34	29.25	81.40	134.70	273.32	397.45

FUENTE: SARH.

CUADRO 5
CONSUMO NACIONAL DE MIEL
(Toneladas)

Año	Consumo	% de la Producción
1972	13 522.8	30.30
1973	23 861.7	48.57
1974	29 851.3	57.38
1975	25 137.1	45.12
1976	6 856.7	12.28
1977	3 579.1	6.30
1978	13 234.1	22.67
1979	20 694.1	33.66
1980	25 680.0	39.37
1981	23 942.1	33.93
1982	9 899.7	19.82
1983	8 424.6	12.39
1984	15 293.3	22.05
1985	22 815.6	34.63
1986	16 621.0	22.27
1987	25 042.5	39.79
1988/a	5 170.3	32.00

a/ Hasta abril de 1988.

porque la explotación de colmenas se realiza en un gran número y de manera integral; la explotación apícola se realiza de manera independiente a otras industrias rurales.

Dentro de esta última forma la producción está orientada a los mercados de exportación y en la cual los apicultores están organizados en sociedades o asociaciones o son empresas apícolas privadas, utilizan técnicas modernas de explotación, realizan el beneficio de la miel y poseen una integración vertical que les permite vender directamente su producto de alta calidad a los mercados externos, principalmente E.U. y Europa.

Actualmente no existe una cifra confiable sobre el número de apicultores en nuestro país, SARH maneja la cifra de 44 000; pero otras fuentes establecen que el número oscila entre 42 000 y 47 000 apicultores. El 80% de los apicultores mexicanos son campesinos, ejidatarios, minifundistas o pertenecen a algún grupo étnico que se dedican a esta actividad de manera parcial y complementaria. La venta de miel de abeja y demás productos que se obtienen de la apicultura representan ingresos adicionales; dado que muchos de estos campesinos viven permanentemente en la marginación, la cosecha de miel la comprometen anticipadamente a comisionistas locales que actúan por cuenta de las empresas exportadoras o de agentes exportadores y de los cuales obtienen un pago anticipado y rápido.

Sin embargo, de alguna manera las empresas apícolas privadas (ver inciso de comercialización) al realizar anticipadamente el pago de la cosecha están indirectamente financiando a los pequeños y medianos apicultores que no están organizados y que actualmente no son sujetos de crédito por parte de los organismos oficiales. Al proveerles además de material apícola y demás servicios asociados como se verá más adelante, esto le permite al apicultor continuar en la actividad.

Zonas Productoras.

México tiene cinco grandes regiones apícolas:

Región Norte: Extensión 930 000 Km².

Comprende los estados de Baja California, -
Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila ,
Nuevo León, Norte de Sinaloa, Durango y So-
-nora.

En esta región existen alrededor de 3 000 apicultores.

El Norte de Chihuahua y Coahuila, Oeste de Sonora y --
planicies de Baja California son zonas desérticas por lo -
cual la vegetación es escasa y se clasifican como no aptas
para la apicultura. Sin embargo, se ha establecido que al-
-gunas cactáceas y plantas que están en estas zonas pueden
ser de interés apícola, como son: el saguaro (*Carnegia gi-
-gantea*); el garambullo (*Myrtillocactus geometrizans*); la
gobernadora (*Larrea tridentata*); el granjenol (*Celtis Pali-
-da*) y los huizaches (*Acacia spp.*), entre otras.¹³

La apicultura se encuentra en manos de campesinos, eji-
-datarios, comuneros, indígenas de la región, existiendo -
también la propiedad privada en un 10% con características
de apicultura móvil.

En esta zona, y principalmente en Baja California, la
importancia de la apicultura radica en la polinización de
los cultivos (las abejas llevan el polen en sus patas de -
una flor a otra ayudando a la fecundización que posterior-
-mente dará origen a los frutos). Una de las ventajas de -
tener abejas en los cultivos, es el mayor rendimiento y la
seguridad de polinización, sobre todo en ciertas plantas -
donde el polen es muy pesado y necesariamente debe ser --

transportado por insectos bastante fuertes (polinización - aerófila), en tal caso se encuentran las curcubitáceas (melón, sandía, calabaza y pepino), y otros cultivos importantes.

Hay diversas clases de miel en esta zona; van desde las muy claras hasta las de color ámbar y ámbar oscuro, multifloras. Estas mieles son proporcionadas por la flora silvestre y en ocasiones por flores de cultivos establecidos.

Las épocas de cosecha o recolección de miel son dos; la primera se efectúa de mayo a julio y la segunda, de septiembre a octubre.

En Sonora en 1977 se puso en marcha el Programa Apícola Serrano que tenía como fin introducir 120 000 colmenas en la Zona Serrana del Río Sonora. En este estado los ejidatarios participan con el 40% de la producción de miel.

El principal mercado de exportación para la miel de esta zona es E.U., específicamente el Estado de California.

De 1972 a 1987 ésta región aportó en promedio el 4.6% de la producción nacional, es decir, 2 803.4 tons., promedio anual; los principales estados productores de la región son Sonora y Chihuahua, ambos han aportado en el mismo periodo el 50% de la producción regional. (Ver Cuadro 6).

En 1972 había en la zona un total de 124 114 colmenas, 6.61% del inventario apícola nacional; para 1986, se registraron 156 054 colmenas, 6.44% del total nacional.

CUADRO 6

REGION NORTE: PRODUCCION DE MIEL 1970-1981
(Toneladas)

Estado	1970	1971	1972	1975	1976	1977	1978	1979
Baja California	81	29	95	102	104	108	107	112
Baja California Sur	41	41	48	22	53	55	55	57
Coahuila	255	275	287	316	314	312	298	308
Chihuahua	455	502	527	564	564	571	611	650
Durango	337	370	350	418	420	427	437	432
Sonora	371	631	427	453	458	466	479	477
Nuevo Leon	329	369	285	412	423	522	432	464
Total Regional	1 869	2 261	2 159	2 307	2 328	2 450	2 461	2 560

CUADRO 6

(Continuación)

Estado	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Baja California	110	140	127	143	113	--	164	176
Baja California Sur	41	47	37	41	53	100	114	120
Coahuila	293	378	293	332	374	37	4	18
Chihuahua	670	748	493	673	715	480	500	459
Durango	463	500	740	764	746	236	308	549
Sonora	520	432	457	673	663	1 721	2 412	1 500
Nuevo Leon	466	534	260	277	319	652	671	624
Total Regional	2 719	3 701	2 470	3 403	3 231	3 326	4 465	4 235

FUENTE: SARN.

Región del Pacífico: Extensión 260 000 Km².

Comprende la Vertiente de la Sierra Madre Occidental.

Incluye a los estados de Sinaloa, Nayarit, parte de los estados de Jalisco y Michoacán; Colima, Guerrero, Oaxaca y Chiapas.

Esta región es muy favorable para la apicultura por su clima tropical lluvioso. Hay dos cosechas: una en primavera y la segunda, de octubre a diciembre. Las exportaciones se realizan de enero a junio. La miel es color ámbar de floraciones de café, mango, cocoteros, fruta tropical y floración silvestre.¹⁴

De 1972 a 1987 la región del Pacífico participó en promedio con el 11.6% de la producción nacional, (6 970.06 toneladas anuales).

Los principales estados productores son Guerrero y Oaxaca, ambos han cubierto en el mismo periodo el 57.8% en promedio de la producción regional. (Ver Cuadro 7).

En 1972 existían en la zona 224 214 colmenas (12% del inventario apícola nacional); para 1986 se registraron en la región 386 593 colmenas (16% del total nacional); el aumento con respecto a 1972 es de 72.4%.

Región del Golfo de México: Extensión 250 000 Km².

Comprende los estados de Tamaulipas, Veracruz y Tabasco.

También esta región es muy favorable para la apicultura por su clima tropical lluvioso, con precipitaciones en verano en las llanuras y valles. El sureste tiene lluvias todo el año, mientras que en la sierra en verano abundan los climas del tipo monzónico. En las partes altas el clima es -

CUADRO 7

REGION DEL PACIFICO: PRODUCCION DE MIEL 1972-1987
(Toneladas)

Estado	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Sinaloa	514	543	590	627	631	629	653	700
Nayarit	315	343	363	363	403	415	380	351
Colima	365	424	482	481	482	488	562	557
Guerrero	1 568	1 744	1 832	1 961	1 968	1 967	2 045	2 417
Oaxaca	1 509	1 312	1 279	1 370	1 384	1 404	1 444	1 600
Chiapas	647	716	745	871	864	916	977	1 076
Total Regional	4 529	5 005	5 304	5 673	5 752	5 829	6 201	6 701

CUADRO 7

(Continuación)

Estado	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Sinaloa	750	843	487	571	613	834	799	882
Nayarit	428	490	347	503	567	1 215	1 170	1 360
Colima	561	625	610	769	831	1 272	1 826	1 901
Guerrero	2 450	2 648	1 842	1 189	3 221	2 353	3 634	3 784
Oaxaca	1 678	1 809	979	1 156	1 288	1 774	1 672	3 781
Chiapas	1 167	1 219	1 061	1 346	1 368	1 389	887	--
Total Regional	7 114	7 681	6 107	7 554	7 848	8 397	10 108	11 678

FUENTE: SAPH.

templado y lluvioso.

Las cosechas de miel se realizan en noviembre y en los meses de abril a junio. La floración más apreciada es la de los cítricos, especialmente naranjo.

En esta región se obtienen dos tipos de miel: la de color ámbar monoflora (azahar, acacia, naranjo) (30%), y la multiflora, (70%).

Veracruz es el principal estado productor de la región; la vegetación en ese estado es selva húmeda y selva baja - caducifolia en la zona litoral.

Las principales zonas productoras en Veracruz son: la región central y de los Tuxtlas de donde se obtiene el 80% de la producción estatal; la región Huasteca y el Sureste.

La región centro incluye los municipios de Coatepec, - Teocelo, Xico, Xalapa, Villa Aldama, Altotonga y Atzacan.

La región de los Tuxtlas: San Andrés Tuxtla, Santiago - Tuxtla, Hueyepán de Ocampo y Catemaco.

La región Huasteca: Huayacocotla, Chicontepec.

La región Sureste: Acayucán, Hidalgotitlán, San Juan - Evangelistas.

De 1972 a 1987, esta región ha aportado en promedio el 13.4% de la producción nacional (8 094.3 tons. anuales).

Veracruz ha aportado el 82.8% de la producción de la zona del Golfo. (Ver Cuadro 8).

En 1972 existían 227 688 colmenas (12.14% del inventario apícola nacional); para 1986 había en la región --- 273 972 colmenas (11.30% del total nacional); un aumento - del 20.3%.

Región Central: Extensión 400 000 Km².

Comprende la parte Sur de la Altiplanicie Septentrional y la Altiplanicie Meridional; incluye a los estados de Aguascalientes

CUADRO 8
 REGIÓN DEL GOLFO DE MÉXICO: PRODUCCIÓN DE MIEL 1972-1987
 (Toneladas)

Estado	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Tamaulipas	593	653	682	726	719	725	742	779
Veracruz	5 170	5 875	6 219	6 812	6 852	6 788	6 565	7 089
Tabasco	533	406	623	596	603	609	654	736
Total Regional	6 496	6 934	7 524	8 136	8 174	8 122	8 361	9 204

CUADRO 8
 (Continuación)

Estado	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Tamaulipas	811	873	624	714	1 076	1 097	1 730	673
Veracruz	5 026	5 616	5 143	7 235	7 277	6 586	6 130	2 649
Tabasco	789	637	427	585	627	706	296	241
Total Regional	9 626	10 126	6 214	8 534	8 680	8 389	8 156	6 663

FUENTE: SARH.

-tes, Guanajuato, Hidalgo, México, Michoacán, Morelos, Querétaro, Tlaxcala, San -- Luis Potosí, Zacatecas y Distrito Federal; y parte de los estados de Jalisco y Puebla.

Los tipos de vegetación de esta región de interés para la apicultura son: el matorral, zacatal y mezquital. Tam--bién predomina el bosque de coníferas y encinos.

Las mieles de esta zona son de color ámbar extra light y ámbar; hay dos cosechas: la de primavera-verano, en abril y junio y la de otoño.

En Jalisco se encuentra la empresa AGROCOMISIONES S.A. el mayor exportador de miel de esta región; asimismo se encuentra la empresa AGROEQUIPOS DE MEXICO S.A. que es el -- mayor fabricante de extractores de miel a nivel nacional.

De 1972 a 1987, esta región participó en promedio con el 30% de la producción nacional (17 850.2 tons. anuales - en promedio).

Los principales estados productores son Jalisco y Mi--choacán; el primero ha participado en el mismo periodo en la producción regional con el 26.33%, promedio anual; y el segundo, con el 17.15% promedio anual. Así, ambos estados -- han cubierto el 43.5% de la producción de miel de abeja de la región central. (Ver Cuadro 9).

En 1972 existían 861 413 colmenas, 46% del inventario -- apícola nacional; para 1986 se tienen 884 477 colmenas, -- 36.5% del total nacional.

Región de la Península de Yucatán: Extensión 140 000 Km².
Estados de Yucatán, Cam--peche y Quintana Roo.

CUADRO 9

REGIÓN CENTRAL: PRODUCCIÓN DE MIEL 1972-1967
(Toneladas)

Estado	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Aguascalientes	67	69	114	114	112	114	115	101
Guadalupe	475	520	547	590	596	604	584	574
Hidalgo	786	865	927	974	942	959	987	1 074
México	1 866	2 041	2 472	2 336	2 360	2 374	2 465	2 633
Michoacán	2 330	2 606	2 728	2 748	2 856	3 008	3 104	3 061
Morelos	672	1 027	1 071	1 104	1 098	1 067	1 114	1 263
Querétaro	230	267	368	420	419	414	457	493
San Luis Potosí	1 073	1 179	1 237	1 316	1 313	1 341	1 377	1 367
Tlaxcala	176	193	214	219	218	219	216	223
Zacatecas	1 046	1 187	1 145	1 125	1 191	1 202	1 241	1 204
Jalisco	3 321	3 660	3 824	4 207	4 177	4 242	4 189	3 240
Puebla	1 276	1 408	1 455	1 555	1 602	1 634	1 596	1 618
Distrito Federal	72	71	72	65	56	50	51	51
Total Regional	13 812	15 119	16 123	17 133	17 644	17 308	17 436	16 918

CUADRO 9

(Continuación)

Estado	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967
Aguascalientes	112	144	145	211	256	187	70	120
Guadalupe	609	566	609	1 095	1 137	1 175	1 123	1 168
Hidalgo	1 111	1 187	911	1 292	1 376	3 212	3 133	3 102
México	2 765	2 711	1 492	1 724	1 710	1 592	131	1 636
Michoacán	2 246	3 221	2 403	3 318	3 340	1 926	2 957	4 296
Morelos	1 323	1 425	771	966	1 050	1 116	1 209	998
Querétaro	221	236	140	415	457	346	340	329
San Luis Potosí	1 111	1 178	601	712	794	584	459	380
Tlaxcala	204	263	119	149	185	64	61	56
Zacatecas	1 189	1 663	665	704	1 371	1 627	3 113	31
Jalisco	4 071	4 347	4 111	6 131	6 173	5 569	7 300	6 323
Puebla	1 766	1 920	1 201	1 537	1 579	1 632	1 413	1 677
Distrito Federal	53	67	49	21	69	63	42	57
Total Regional	16 781	18 599	14 320	16 725	19 613	19 415	22 348	26 740

FUENTE: SAPH.

Es la principal zona apícola del país, por su clima -- tropical y abundante floración nectaropolinífera. Alberga a 18 000 apicultores, en un 50% ejidatarios; los apicultores en su mayoría (70%) están organizados en asociaciones o -- sociedades de producción y son los principales exportado-- res de miel de abeja en México.

En esta zona se pueden realizar varias cosechas de -- miel pues la floración es abundante la mayor parte del -- año.

De 1972 a 1987, la región conformada por estos tres - estados ha aportado el 40.45% en promedio de la producción nacional (24 000 tons. anuales); por lo cual es la princi-- pal zona productora de miel de abeja. Tan solo el estado de Yucatán ha cubierto en promedio en el mismo periodo el 18.54% , casi dos quintos del total nacional. (Ver Cuadro 10).

En 1972 existían en la región 438 767 colmenas, (23.3% del inventario apícola nacional); en 1986 se tienen --- 721 623 colmenas (29.8% del total nacional), un incremento del 64.4%.

Yucatán por sí solo concentra el 18.7% de las colmenas existentes en el país.

Finalmente, lo que se puede concluir es que de 1972 a 1986 la Región Central, la Región del Norte y la del Golfo de México han venido perdiendo participación relativa en - el inventario apícola nacional; la Región del Pacífico y - la zona de la Península de Yucatán la han aumentado como - se esperaba, ya que en ésta última región se concentran -- los apoyos oficiales por ser la principal zona apícola del país.

CUADRO 10

REGIÓN DE LA PENINSULA DE YUCATÁN: PRODUCCIÓN DE MIEL 1972-1987
(Toneladas)

Estado	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Yucatán	6 027	8 424	9 105	9 591	9 502	9 529	9 657	10 340
Campeche	6 753	7 854	8 015	8 706	8 916	9 347	9 983	10 680
Quintana Roo	3 123	3 514	3 890	4 115	4 113	4 198	4 417	5 064
Total Regional	17 913	19 792	21 010	22 412	22 531	23 095	24 057	26 084

CUADRO 10

(Continuación)

Estado	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Yucatán	10 719	11 751	8 487	12 707	14 832	16 316	18 000	11 000
Campeche	10 972	11 702	8 508	12 254	9 694	5 865	7 870	4 878
Quintana Roo	5 266	5 653	3 662	5 193	5 233	3 708	3 546	3 737
Total Regional	26 957	29 111	20 657	30 154	29 761	25 889	29 416	19 615

FUENTE: SARH.

Factores que Influyen en el Comportamiento de la Producción.

Se pueden agrupar en cinco clases los factores que influyen directamente en el comportamiento de la producción de miel de abeja en México:

1) Floración y Clima.

Dado que la flora predominante en una región es el principal recurso para el desarrollo de la apicultura, los factores climatológicos como son la temperatura y la precipitación son determinantes porque ejercen una influencia sobre la cantidad y distribución de la flora néctar-polinífera. Estos factores influyen en la cantidad de kilogramos de miel/colmena/año que puede rendir una determinada zona. Así, la producción puede ser menor en climas fríos y más abundante en climas templados y tropicales. Las condiciones óptimas se dan cuando se tiene una precipitación regular y bien distribuida a lo largo del mayor número de meses que una precipitación concentrada en 2 o 3 meses.

Las lluvias continuas traen por consecuencia que el néctar de las flores se pierda. Una floración escasa o pérdida de la misma por fuertes vientos que tiran las flores, suele pasar en la costa o por heladas en la zona del Altiplano Meridional y Septentrional.

2) Tipo de Abeja.

Una economía apícola exitosa requiere además de una buena floración, una raza de abejas capaz, que reúna ciertas características como vigor y capacidad de desarrollar

la colonia; mansedumbre y tranquilidad sobre el panal; --- gran capacidad para recolectar grandes cantidades de néctar; resistencia a enfermedades específicas; etc.

Por esto es importante el tipo de abeja, ya que unas razas están mejor adaptadas a ciertas condiciones que --- otras y por lo tanto su rendimiento será mayor o menor según el caso. En México, las razas de abejas más comunes del género *Apis* son: la abeja negra holandesa (*Apis Mellifera Mellifera*) y la italiana (*Apis Mellifera Ligustica*), aunque también existen caucásicas (*Apis Mellifera caucasica*), asimismo se explotan las meliponas. En algunas zonas del país es factible remplazar una raza natural con otra, a fin de aumentar la producción, pues se estima que el 30% de las colmenas en explotación utilizan variedades poco -- productivas.

3) Recursos Materiales.

Dentro de este grupo se pueden incluir tres aspectos: los sistemas de producción; el tipo de apicultura que se practica y la disponibilidad de equipo.

Dentro del primero, los sistemas de producción que se han utilizado en nuestro país son: el rústico y el moderno.

- Rústico.

Este sistema está basado "en la utilización de colmenas rústicas las cuales pueden ser cajones de madera, ollas de barro, troncos huecos, etc. que contienen panales fijos soportados por travesaños de madera cruzados en el centro y que sostienen panales irregulares, lo que no permite la aplicación de técnicas de revisión y diagnóstico oportuno de enfermedades. El rendimiento de miel por colmena en este sistema es muy bajo".¹⁵

- Moderno.

Este sistema de producción está basado en una colmena moderna o técnica que es movable y de madera. Existen varios tipos pero las más usadas en México son la Jumbo y la Langstroth.

Como ya se anotó, en México se han venido sustituyendo las colmenas rústicas por modernas. Actualmente, se puede afirmar que prácticamente la producción de miel de abeja - se realiza dentro del sistema moderno lo cual ha permitido un incremento constante de la producción.

Por otra parte, la apicultura que se practica en México es de tipo fijista, ya que la ambulatoria encuentra la limitante de que en algunas regiones o zonas apícolas del país no existen caminos o el productor no cuenta con equipo necesario para el traslado de los apiarios. Se puede - anotar que la apicultura ambulatoria reditúa mayores beneficios y volúmenes de producción porque al aprovechar la flora de otras regiones la abeja tiene continuo trabajo -- durante la mayor parte del año.

En cuanto al equipo complementario e insumos (azúcar , cera estampada, medicamentos, ácido fénico, etc.) el pequeño apicultor en ocasiones tiene dificultades para adquirirlo , sin embargo, en términos generales cuenta con el equipo mínimo -aunque en ocasiones rudimentario- para - realizar la explotación de sus apiarios.

4) Recursos Humanos.

Los recursos técnicos son necesarios para la atención de cada una de las etapas del ciclo productivo; como son - el incremento de nidos de cría, supervisión de la cosecha, enfermedades de las abejas, etc. , así como también los - aspectos relativos a investigación y desarrollo tecnológico - que permitan tener una mejor explotación.

Sin embargo, este es uno de los principales factores que en ocasiones impide alcanzar máximos niveles de producción, dado que el apicultor en su mayoría no cuenta con - asistencia técnica calendarizada.

5) Recursos Económicos y Financieros.

La importancia de este grupo de factores es definitiva ya que permite la adquisición y empleo de los recursos materiales y humanos para cualquier actividad productiva.

El Estado a partir de 1940 inició un financiamiento -- constante a la apicultura el cual ha sido de dos tipos: - créditos refaccionarios y créditos de avío. El primero es - está orientado a la adquisición de medios de producción, ta - les como colmenas, maquinaria, equipos e implementos , - núcleos, etc. ; el segundo, es para gastos corrientes de - un ciclo productivo apícola, en el cual se incluyen medica - mentos, alimento para las abejas, cera estampada, etc.

Dado que las actividades apícolas dependen del ciclo - biológico de las abejas y requieren cierta secuencia técni - ca y el tiempo adecuado para realizarlas, es importante - la canalización de créditos de manera oportuna porque sino de lo contrario las labores no pueden ser realizadas a su debido tiempo y la producción esperada, se verá disminu - da.

Organización de los Productores.

En México los apicultores están organizados en dos asociaciones:

1) La Unión Nacional de Apicultores (UNAPI), fundada el 2 de junio de 1965, y constituida conforme a la Ley de Asociaciones Ganaderas y a su reglamento; agrupa actualmente a 92 asociaciones que engloban aproximadamente a 2 500 apicultores. (Ver Cuadro 11).

Los objetivos que persigue son con "fines sociales" como los define la misma Unión. Entre sus actividades se encuentran: la ayuda mutua entre sus miembros; el asesoramiento técnico; facilitar la obtención de financiamiento; orientación y divulgación sobre temas y problemas específicos de la apicultura; adquisición en conjunto de insumos; etc. Actualmente edita un periódico bimestral, "NOTIUNAPI", el cual es enviado a todas las asociaciones y es el órgano de divulgación oficial sobre aspectos técnicos y normativos de la apicultura.

La UNAPI también trabaja coordinadamente con SARH sobre problemas y situaciones del sector, como son las reuniones tripartitas E.U., Guatemala y México sobre el control de la abeja africana. Un proyecto importante donde la Unión ha participado activamente es en el "Proyecto Apiarío-Escuela del Soconusco, Chiapas", al cual ha aportado 28% de los recursos económicos necesarios para su creación.¹⁶

La UNAPI, sin embargo, no realiza actividades de comercialización conjunta del producto, ni participa como organismo en ferias comerciales internacionales ni realiza estudios que permitan un mejor conocimiento del potencial apícola del país.

CUADRO 11

RELACION DE ENTIDADES CON EL NÚMERO DE AGRUPACIONES
DE APICULTORES
1980

ESTADO	ASOCIACIONES DE APICULTORES CONSTITUIDAS CONFORME A LA LEY DE ASOCIACIONES GANADERAS	AGRUPACIÓN DE APICULTORES EN SOCIEDADES COOPERATIVAS, ETC.
Aguascalientes	1	1
Campeche		1
Colima	2	
Chiapas	4	
Guanajuato	4	
Guerrero	6	
Hidalgo	7	
Jalisco	5	
México	2	
Michoacán	3	
Morelos	4	
Nayarit	3	
Nuevo León	2	
Oaxaca	5	
Puebla	19	
Quintana Roo		1
San Luis Potosí	4	1
Sinaloa	1	
Sonora	1	
Tabasco	1	
Tamaulipas	5	
Veracruz	15	
Yucatán	2	2

FUENTE: SARH.

A pesar que esta Unión a lo largo de los años se ha fortalecido con la creación de nuevas asociaciones, es un hecho, en el cual coinciden las personas entrevistadas, que existe una alta desorganización de los apicultores porque muchos de ellos pertenecen a las asociaciones sólo para -- obtener facilidades en el otorgamiento de créditos, pero -- no para establecer actividades y acciones conjuntas.

Hay que destacar además que dentro de la UNAPI se encuentran algunos de los investigadores, médicos veterinarios zootecnistas, más destacados de nuestro país en materia de apicultura. Sin embargo, hay coincidencia en el sentido de que la UNAPI debería de realizar otras actividades relacionadas y adoptar una línea más dinámica en la divulgación e investigación sobre el tema y abordar cuestiones de comercialización interna y externa del producto.

2) El Comité Apícola Peninsular (CAP). Este Comité estaba formado por tres asociaciones de crédito, una cooperativa y dos sociedades de producción rural.

Las asociaciones son:

- Sociedad de Crédito Apícola SRL "Miel de Abeja de Campeche".
- Sociedad de Crédito Apícola "Lic. Javier Rojo Gómez", de Quintana Roo.
- Sociedad Local de Crédito Apícola "Apícola Maya", de Yucatán.

La cooperativa es la "Sociedad Cooperativa de Consumo Apícola Lol-Cab, SCL", de Yucatán.

Las sociedades de producción rural son:

- Sociedad de Producción Rural "Apicultores de Champotón", de Campeche.
- Sociedad de Producción Rural "Apícola de Tabasco".

Este organismo se creó en 1971 en Cozumel, Quintana Roo -- con la finalidad de ser el único canal de ventas a los mer-
-cados internacionales.

El CAP desaparece como asociación peninsular en 1982 debi-
-do a causas internas como externas que se analizarán más
adelante. Actualmente está en formación un nuevo organis-
-mo, "Apicultores Asociados de la Península A.C." sus obje-
-tivos y políticas a seguir aún no están definidos.

Las funciones del CAP mientras existió como asociación pe-
-ninsular eran: "coordinar la producción y comercializa-
-ción de la miel; eliminar intermediarios innecesarios; -
evitar la competencia desleal entre los productores; esta-
-blecer normas uniformes de calidad; estudiar los mercados
extranjeros a efecto de conocer la demanda y los precios -
internacionales; repartir proporcionalmente los volúmenes
de exportación entre las asociaciones integrantes; trami-
-tar las exportaciones y el cobro a los clientes, entregan
-do el producto de ésto, a las sociedades según lo que co-
-rresponda de cada venta".¹⁷

A pesar que el CAP desapareció las sociedades han conti-
-nuado sus operaciones y son los principales exportadores
de miel en nuestro país; sin embargo, se han visto obliga-
-das a buscar sus propios canales de venta al exterior.
La cifra disponible sobre el número de apicultores que --
agrupan éstas sociedades es de 1983 y es de aproximadamen-
-te 18 000 apicultores.

El organigrama de estas sociedades es el siguiente: la -
-Asamblea General es el órgano máximo y delega funciones a
un Consejo de Administración el cual nombra a un Gerente
y al Presidente de la Sociedad.

Estas sociedades poseen sus propias plantas beneficiado---
-ras y criaderos de reinas además entregan al productor --
material apícola y azúcar a precios bajos los cuales son -

liquidados posteriormente una vez realizada la exportación. La planta beneficiadora de la Sociedad "Miel de Abeja de Campeche" es la más grande del país.

Sus principales mercados son externos a los cuales dirigen el 90% de su producción. Exportan principalmente a E.U. , Alemania Federal, Inglaterra, y demás países del Norte de Europa.

Los puertos usuales para sus embarques son: Coatzacoalcos, Veracruz y Tuxpan para el Norte de Europa y Salina Cruz -- para la Costa de California.

Estas sociedades cuentan con asesoramiento técnico y financiamiento de diferentes organismos oficiales como son: - BANCOMET, FIRA e IMPEXNAL. Se les otorgan créditos a tasas preferenciales y asesoría en diferentes aspectos del mercadeo de su producto.

En 1987 se otorgaron financiamientos por 690 mil dólares , en beneficio de 7 171 socios cooperativistas.¹⁸

El CAP tiene como antecedentes directos algunos organismos que se crearon en la década de los sesenta que tenían como objetivo establecer un marco de control sobre el proceso de venta de la miel de abeja en la región peninsular y ofrecer apoyos al apicultor.

En 1964 se formó el Consejo Apícola del Estado de Yucatán, grupo mixto que reunió a tres representantes de los apicultores , tres representantes de los exportadores y un representante del gobierno.

Este Consejo determinaba conjuntamente el precio de venta de la miel de los apicultores a los exportadores, teniendo como base el precio del producto en el mercado internacional y contando con voto de calidad del representante del gobierno. Básicamente el fin que se perseguía era el de estimular al apicultor a través del precio, además de esto

se pretendió proporcionar asistencia técnica al productor. Se trataba de controlar toda la exportación mediante certificados de calidad emitidos por el Instituto Apícola de Yucatán. Sin embargo, este proyecto fracasó por una falta de acuerdo entre los representantes de las distintas partes.

Posteriormente en 1965 se creó la Unión de Crédito Apícola con el fin de otorgar créditos en especie a los apicultores. Como su actividad dependía de las líneas de crédito que pudiera obtener de otras instituciones, no pudo continuar operando, al año de haber sido formado este organismo se liquidó.

Un Convenio de Exportadores se estableció en 1965-66, el cual establecía un prorrateo en la adquisición de la producción por los exportadores de acuerdo a las posibilidades económicas de cada uno; las ventas se realizaban por un solo conducto respetando la misma proporción. Este Convenio estuvo vigente sólo un año, pues algunos de sus miembros consideraron que la existencia del mismo les impedía buscar mejores condiciones de precio y por tanto mayores utilidades.¹⁹

La UNAPI y el CAP constituyeron junto con representantes de las principales dependencias oficiales relacionadas con la apicultura como son la SRA, la SEP, el INI, el BANRURAL y varias direcciones generales de SARH, el Comité Nacional de Planificación Apícola, el cual fue creado en 1977 y es presidido por la SARH.

Actualmente dicho Comité se encuentra en una etapa de reestructuración. En este organismo se ventilaban problemas nacionales e internacionales de la apicultura.

Programas de Apoyo Institucional a la Apicultura.

El fomento a la apicultura de una u otra forma siempre ha estado presente en los programas sectoriales del gobierno federal donde se reconoce la importancia de esta actividad para México. Sin embargo, comparativamente a otras actividades del sector pecuario, la apicultura no recibe el apoyo suficiente.

En 1977 a través del PIDER (Programa de Inversiones -- Públicas para el Desarrollo Rural), se pusieron en marcha Programas de Fomento Apícola en regiones marginadas del país, que consistían principalmente en la introducción de colmenas.

Los elementos que se consideraron para la ejecución de estos programas fueron:

- La existencia de flora altamente melífera.
- Terreno demasiado accidentado en algunas regiones del país que evita proyectar otro tipo de explotación agropecuaria.
- Falta de fuentes de trabajo permanentes en el agro mexicano.
- Pérdidas anuales de millones de kilogramos de néctar que pueden ser transformados en miel por la falta de abejas que efectúen la recolección del mismo.

Estos programas proporcionaron:

- Medios de transporte para el personal asignado.
- Material audiovisual alusivo a la apicultura.
- Equipo apícola: colmenas tipo Jumbo y rústicas; equipo de protección; equipo de extracción (manual); núcleos ; paquetes de abejas y medicamentos.

El plan de trabajo que se siguió en términos generales fue:

- Promoción entre campesinos o ejidatarios en la zona seleccionada.
- Transporte de equipo.
- Adiestramiento del campesino.
- Realización de trasiegos. (Cambio de las abejas de colmenas rústicas a modernas).
- Instalación de apiarios.

Los programas PIDER se centraron básicamente en los estados de: Veracruz, Tamaulipas, Sinaloa, Colima, Hidalgo, San Luis Potosí, Durango, Yucatán, Campeche, Michoacán y Quintana Roo.

Sin embargo, a pesar que recibieron prioridad para dar un tipo de financiamiento al apicultor o al campesino, en algunos casos estos programas fallaron debido a diversas causas como:

- Las cosechas de miel se iniciaron tardíamente, porque no se contaba con equipo de extracción en número suficiente.
- Personal técnico insuficiente.
- Asesoría técnica no calendarizada.
- Baja recuperación de los créditos. (Entre 50 y 75% de los mismos).

Sin embargo, a pesar del fracaso de algunos de estos programas PIDER, ha sido el único intento serio que ha contemplado de manera global el fomento de la apicultura en amplias zonas del país.

Por otra parte, SARH por medio de sus Centros de Fomento de Especies Menores proporciona el paquete familiar de abejas, dirigido principalmente a ejidatarios; el paquete consta de:

- dos colmenas pobladas,
- dos alzas.

Este paquete lo proporciona a precios bajos, basándose en el precio de producción solamente. Actualmente el precio de este paquete es de \$79 000.00.

El objetivo de estos centros es proporcionar un pie de cría enfocado al mejoramiento de la dieta del campesino, - mediante la venta del paquete familiar además se le proporciona el servicio de capacitación y asesoría técnica que le permita reproducir el pie de cría y aumentar un apiario mediante la venta de equipo apícola que se le expende a nivel de precio de producción; se cuenta actualmente con trece centros de fomento apícola ubicados en las principales zonas en donde se desarrolla ésta actividad, como son Yucatán, Chetumal, Campeche, Puebla, Tlaxcala, D.F., San Luis Potosí, Guanajuato, Colima, Nayarit y Edo. de México.

Posteriormente y debido a una situación coyuntural de la economía mexicana, a partir de 1982 se le ha dado prioridad al fomento de las exportaciones y en este sentido se han ampliado los programas de BANCOMEXT.

En términos generales, BANCOMEXT solo concedía apoyos financieros para la comercialización de algunos productos primarios de exportación en los cuales se incluía a la miel de abeja. En estos casos, BANCOMEXT solamente enfocó su acción a financiar las existencias exportables y el periodo de recuperación de las ventas, sin intervenir en el financiamiento de la producción,

Sin embargo, a partir de 1985 BANCOMEXT puso en marcha el Programa de Preexportación de productos primarios que tiene como finalidad financiar adicionalmente el ciclo productivo. Dentro de este programa se incluyen además de la miel, productos tales como café, algodón, cacao y brea.

Así, dentro de esta nueva política se pone en funcionamiento el Programa BANCOMEXT-FIRA, de financiamiento al ciclo productivo de productos agropecuarios el cual está constituido por los siguientes apoyos:

Habilitación o Avío (Hasta 80%).

- Acopio
- Acondicionamiento
- Almacenamiento
- Flete
- Gastos Aduanales
- Adquisición de Insumos
 - Plazo según producto
 - Recursos documentados en dólares
 - Tasas competitivas.

Prendario (Hasta 70%).

- Apoyo a la pre-exportación a empresas que cuenten con inventarios con posibilidades de almacenamiento.
 - Plazo no mayor a 180 días
 - Recursos documentados en dólares
 - Tasas competitivas.

Sin embargo, estos tipos de apoyos solamente están orientados a agroindustrias y productores organizados en cualesquiera de las modalidades de sujetos de créditos considerados por la ley. Así, el financiamiento se concentra en una sola zona productora del país y en las sociedades -

peninsulares de apicultores. Mientras Yucatán en 1987 recibió créditos para la apicultura por parte de FIRA por un monto de 690 mil dólares, Morelos otro estado productor importante de miel de abeja sólo recibió la cantidad de 44 mil dólares.

En los últimos tres años FIRA ha otorgado créditos a la apicultura por un monto global de 3 358 millones de pesos (ver Cuadro 12).

FIRA, por otra parte, a partir de 1985 inició la consolidación de su Programa de Asesores, mediante el cual las propias organizaciones de productores contratan directamente, con la asesoría de FIRA y los bancos participantes, personal técnico que satisfaga sus necesidades de asistencia técnica integral, recibiendo las empresas de productores de bajos ingresos, por parte de FIRA, el reembolso parcial de los costos de dicha asistencia.

Para 1986, el número de asesores en apicultura contratados bajo este programa fue de solamente tres, mientras otras actividades pecuarias absorbieron personal técnico de 40 a 120 personas contratadas.

Por otra parte, BANRURAL también ha otorgado créditos a esta actividad. De 1976 a 1982, el crédito otorgado fue de 115.9 millones de pesos promedio anual.

Los créditos otorgados por BANCOMEXT a través de IMPEXNAL han sido absorbidos en su mayoría por dos sociedades peninsulares: Lol-Cab y Rojo Gómez.

CUADRO 12

F.I.R.A. : CRÉDITOS OTORGADOS A LA APICULTURA
(En Millones de Pesos. Cifras Redondeadas)

Tipo de Crédito	1986	1987	1988/a
Avío	74	519	185
Refaccionario	318	1 364	898
Total	392	1 883	1 083

a/ Hasta el mes de julio.

FUENTE: Departamento de Informática, F.I.R.A.

En 1986, en créditos de avío se apoyó más la compra de apiarios.

En 1987-1988, en refaccionario se apoyó más la compra de equipo sencillo.

COSTOS.

Debido al proceso inflacionario que la economía mexicana resiente desde 1980, los apicultores han venido enfrentando altos costos de producción, los cuales varían de una región a otra y están en función de la extensión e intensidad en que se realice la explotación apícola. La mayor parte de los costos corresponde a:

Equipo:

Cajones

Alzas

Bastidores de alza

Velos

Cuñas

Ahumadores

Tapa negra

Tapa de Viaje

Charola salvamiel

Extractor (manual o radial)

Banco Desoperculador

Tanque de sedimentación

Envases:

- Latas

- Tambores

- Frascos, etc.

Estampadora de cera

Cuchillo (eléctrico, de vapor o de cocina)

Guantes

Alimentador

Piguera

Guarda piguera

Cera estampada

Cepillo

Jaulas para reina

Refractómetro

Prelaminadores de cera

Marcadores de colmenas

Porta núcleos

Flejadora

Trampa para polen

Excluidor de reinas	Carretillas para tambores
Copa para atrapar reinas	Alambre para bastidores
Marcador de reinas	Sierra eléctrica
Injertadora de larvas	Fresadora
Colorímetro	Mandril
Desoperculadora automática	Sierra de banco
Secadora de opérculos	Bomba para cera
Bomba para opérculos	Fundidor de opérculos
Llaves para miel	Martillo
Clarificador de miel	Desarmador
Llaves para tambos	Pinzas

Insumos:

Azúcar
Medicamentos
Ácido fénico

Mano de Obra:

Para el cambio de alzas y cajas, deshierbe, extracción de -
la miel, etc.

Transporte:

Vehículo de campo.

Depreciación del Equipo:

Se estima que la vida útil de las colmenas modernas es de diez años.

Se debe incluir depreciación de la planta beneficiadora de miel si la producción se realiza a una escala mayor.

Se hace notar que la inversión inicial es la más onerosa, ya que durante el resto de la vida útil de las colmenas solo se gasta en la adquisición de azúcar y medicinas.

COMERCIALIZACIÓN.

El destino de la miel de abeja producida en México en un 80% es para exportación y el 20% restante se orienta al consumo interno y a la industria.

La comercialización del producto la podemos dividir en dos mercados: el interno o nacional y el externo.

En el mercado nacional se tienen diversas formas de venta del producto, las cuales se enumeran como sigue:

1) Como se anotó en el inciso relativo a producción, la que está destinada al autoconsumo o al mercado local se vende simplemente en las áreas próximas de los centros de producción: carreteras, poblados cercanos, mercados municipales, etc. O puede ser enviada a la capital del estado de donde proviene el producto en volúmenes más elevados y de ahí se distribuye a tiendas de abarrotes, mercados o a personas particulares que hacen pedidos directos. La miel que se vende de esta forma proviene de pequeños apicultores o ejidatarios que en ocasiones no mantienen un mismo nivel de producción y de ventas dado que utilizan colmenas rústicas u obtienen bajos rendimientos porque realizan la actividad apícola a una escala muy reducida.

2) A nivel de ventas nacionales son sólo algunas empresas las que dominan el mercado interno: MIEL CARLOTA, NATURA--SOL, MIEL ABARCA, MIEL VERACRUZ, VERA MIEL y MIEL UNICOR--NIO y otras en menor medida de alcance regional como es el caso de la Sociedad de Crédito Apícola "Miel de Abeja de Campeche" que maneja las marcas "ORO MAYA" y "MIELITA". La empresa MIEL CARLOTA es líder en el mercado nacional --además es una de las empresas apícolas más importantes del mundo- y marca la pauta para la fijación de precios in--ternos del producto.

En el caso de MIEL CARLOTA, ABARCA, VERA MIEL y MIEL VERA--CRUZ, este tipo de empresas están integradas verticalmen--te y sólidamente establecidas . Poseen sus propias colme--nas y además realizan compras a terceros; envasan bajo su propia marca y cuentan con distribuidores o representantes en diferentes ciudades del país que permiten realizar ven--tas en las regiones circunvecinas.

Son también exportadores y poseen sus propias plantas bene--ficiadoras. Fabrican material apícola y lo distribuyen de igual forma; cuentan con pequeños laboratorios de control de calidad ; talleres de carpintería para la reparación de cajones; cría de reinas; etc. Es decir, son empresas per--fectamente integradas lo cual les permite tener una pre--sencia líder en el mercado nacional.

En el caso de NATURASOL, esta empresa solamente es envasa--dora. Las compras del producto las realizan en la región del Sureste comprometiendo anticipadamente la cosecha. Es necesario hacer notar que esta empresa es la única que --especifica en su producto el tipo de floración de dónde --proviene la miel. Así, mientras las demás firmas venden un sólo tipo de miel, multiflora, NATURASOL ofrece una varie--dad de tipos de miel, monofloras, de alta calidad y rigu--rosamente seleccionadas. Además ésta empresa maneja una --división naturista en la cual se incluyen productos combi--nados con miel como son: miel con polen, corazones de nu--

-ez con miel, etc. y próximamente introducirán dos combina-
-dos: el melifierro, miel con sulfato de hierro y el vita-
-miel, miel con jalea real, vitamina E, propóleo y otros -
componentes,

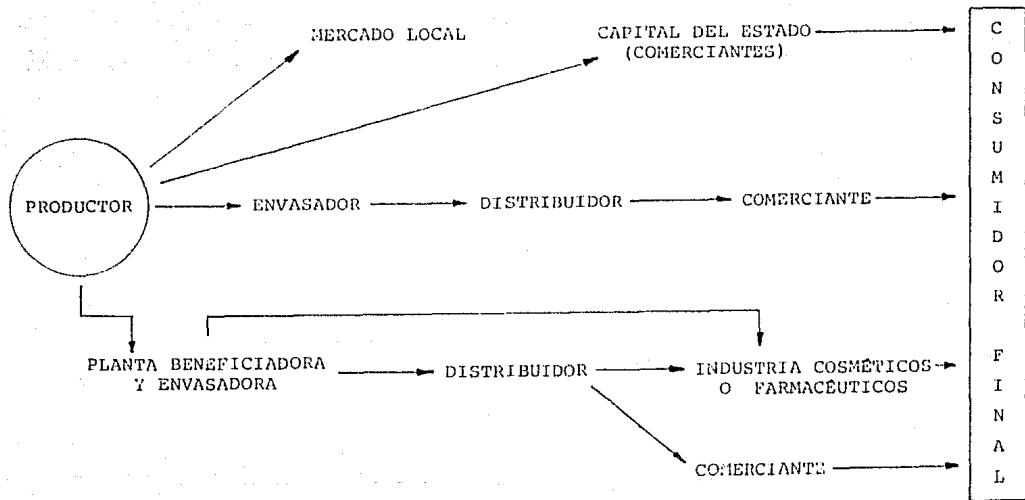
La empresa AGROCOMISIONES S.A. que tiene su división de -
MIEL UNICORNIO, ha introducido en el mercado nacional miel
adicionada con sabor fresa, chocolate y vainilla. Al igual
que NATURASOL, esta empresa solamente es envasadora y tie-
-ne representantes en los estados de Guerrero, Veracruz y
Aguascalientes que coordinan las compras de miel. La intro-
-ducción de combinados con miel representa una nueva mixtu-
-ra de productos de estas empresas que tiene como objetivo
ampliar sus ventas en el mercado nacional dado que el con-
-sumo per cápita de miel pura es muy bajo.

3) Otra forma de venta es cuando el productor envasa la -
miel y la vende a una casa comercial y ésta le pone su mar-
-ca, como es el caso de las "marcas libres" de las grandes
cadenas de supermercados: AURRERÁ, GIGANTE, COMERCIAL MEXI-
-CANA, etc.

4) Las empresas transnacionales de alimentos como son ---
ANDERSON CLAYTON y KELLOGG'S realizan compras de miel para
sus líneas de productos que manejan como son jarabes, ce-
-reales y demás preparados alimenticios.

5) La miel para uso industrial es directamente adquirida -
con las empresas beneficiadoras o con las sociedades de --
apicultores o a través de comisionistas.

En resumen se puede realizar el siguiente esquema de -
ventas en el mercado nacional:



En el caso de las sociedades de apicultores de la Península de Yucatán, la miel la venden directamente a panaderías del D.F. principalmente, industrias o como en el caso de la Sociedad Producción Rural "Champotón" poseen una tienda de venta directa al público en el D.F.; o manejan sus propias marcas como ya se anotó en el caso de "ORO MAYA" y "MIELITA".

En ocasiones aparecen marcas efímeras en el mercado nacional o que no tienen una comercialización constante en el mercado interno como es el caso de la marca "FLORITA"; este fenómeno es atribuido a un comportamiento negativo de la demanda externa lo cual origina que los productores o envasadores introduzcan en el mercado nacional los volúmenes no exportados.

Por otra parte, la miel que se vende en el mercado nacional generalmente es ámbar o ámbar oscuro multiflora, de sabor fuerte. Las mieles más finas como la extra light o ámbar claro que provienen de floraciones de mezquite y naranjo y que son las más apreciadas son destinadas exclusivamente para exportación. Solo NATURASOL vende este tipo de miel en el mercado interno.

Las sociedades de la Península suelen clasificar la miel de acuerdo a su humedad. Así, de 19° o menos de humedad es miel de mesa de primera. De 19.6° o más es miel húmeda para usos industriales.

Se ha encontrado que algunas mieles en el transcurso de la distribución y venta sufren el proceso de fermentación descrito en el Capítulo II, como ya se anotó esto se debe a una extracción de la miel no madura. Esto afecta seriamente la aceptación del producto por parte del consumidor. Otro problema que existe es que en ocasiones la miel que se vende en el mercado interno es "miel vieja", es decir, miel -

que proviene de cosechas anteriores y que simplemente se mezcla y se homogeniza con otras que provienen de cosechas recientes pero que afecta el sabor y el color de la miel resultante.

Una última característica del producto que influye en el consumidor es la cristalización o granulación de la miel. Como ya se explicó en otra parte de este trabajo, el comportamiento del consumidor se orienta preferentemente hacia las mieles líquidas, desechando las que ya están granuladas. Esta actitud se deriva de un conocimiento erróneo sobre las propiedades del producto.

En cuanto al mercado externo, en el Cuadro 13 se muestra la evolución de las exportaciones de miel de México, las cuales aún cuando observan una tendencia irregular, han venido aumentando desde 1970. De 1970 a 1984 la tasa media de crecimiento de las exportaciones ha sido de 16% anual; a partir de 1981 se han incrementado significativamente los volúmenes exportables, así se pasó de 46 616 tons. en 1981 a 57 150 tons. en 1986. En 1987 se vio disminuido el volumen de ventas externas debido a que países del bloque socialista inundaron el mercado europeo motivando una baja en el precio de la miel de aproximadamente un 20%.

Los principales mercados tradicionales de la miel de abeja mexicana son por orden de importancia: la R.F.A., E.U., Reino Unido, el BENELUX y Francia.

Los esquemas de venta que se siguen en México para comercializar la miel de abeja en los mercados externos son los siguientes:

CUADRO 13

MÉXICO: EXPORTACIONES DE MIEL DE ABEJA 1970-1988

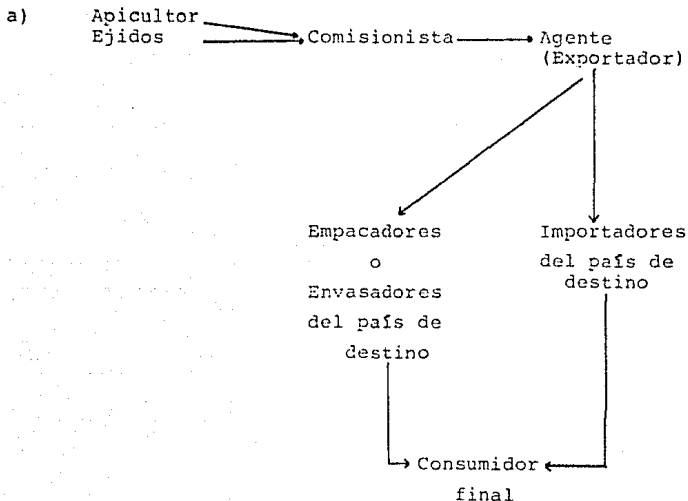
AÑO	Volumen (Toneladas)	Incremento Anual (%)	Valor (Miles de Dólares)	Incremento Anual (%)
1970	22 612.7	--	5 389	--
1971	17 315.6	-23.45	4 629	-14.11
1972	31 066.2	76.79	11 114	141.73
1973	25 259.1	-19.07	17 319	42.37
1974	22 176.2	-12.23	18 216	5.17
1975	30 563.9	37.87	21 134	16.12
1976	48 962.3	60.19	26 196	23.93
1977	53 242.9	8.74	30 025	14.61
1978	45 141.9	-15.21	26 429	-11.99
1979	45 722.3	1.40	33 430	26.07
1980	39 402.3	-13.92	31 552	-3.67
1981	46 616.2	18.30	32 927	4.19
1982	40 026.4	-14.13	23 082	-29.40
1983	59 405.9	46.41	43 610	45.78
1984	54 949.4	-7.93	36 533	-16.61
1985	42 375.1	-21.59	27 064	-25.90
1986	57 149.5	34.86	41 167	52.10
1987	37 858.5	-33.70	29 044	-29.45
1988/3	10 962.7		8 741	

a/ Al mes de marzo.

FUENTES: 1970-1979: Secretaría de Programación y Presupuesto, "Anuario de Comercio Exterior".

1980-1988: Dirección General de Estadística Social e Informática, SECOFI.

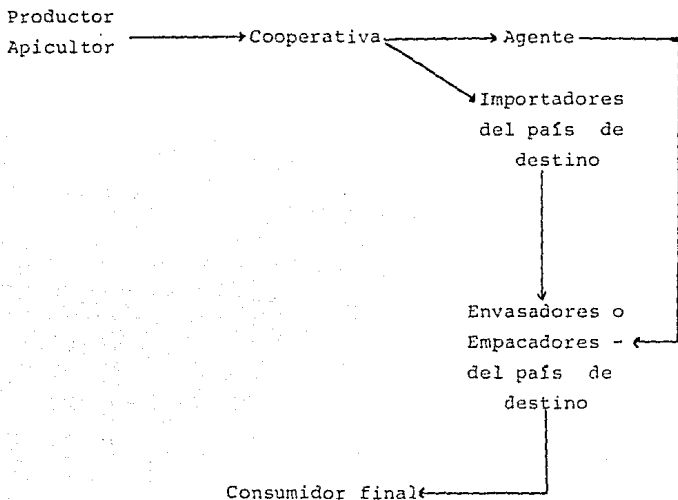
1) En la Península de Yucatán, la principal zona productora del país, la venta externa se realiza de dos formas:



Es decir, los apicultores independientes o ejidatarios venden su producto a comisionistas locales, los cuales compran para los agentes (exportadores) y estos a su vez venden directamente a importadores o envasadores del país de destino.

En ocasiones, los comisionistas comprometen anticipadamente las cosechas de miel a cambio de dinero, azúcar o material apícola; sin embargo el capital que manejan es limitado.

b) Otra red de venta que se puede describir es la siguiente:



Es decir , los apicultores miembros de Sociedades -- cooperativas entregan su producción a la sociedad la cual la comercializa directamente para exportación ya sea a través de un comisionista o venta a un im-- portador del país de destino.

La sociedad entrega también al apicultor material -- apícola y azúcar comprometiendo así la cosecha y pos -- teriormente paga el remanente, una vez realizada la exportación.

- 2) Exportación directa que realizan las empresas exportadoras ya establecidas.
- 3) Exportación indirecta: el apicultor o ejidatario vende a comisionistas y/o agentes o comerciantes exportadores.

En cuanto a las sociedades peninsulares, por ser organismos sólidos, integrados realizan exportaciones directas generalmente su canal de comercialización es un agente exportador o venden a importadores del país de destino. Sin embargo, se da el caso que apicultores miembros de las sociedades entregan sólo parte de su producción a aquéllas y el volumen restante e incluso en ocasiones el total del mismo lo venden a comisionistas o a los agentes exportadores que operan en la región de la Península de Yucatán y que les ofrecen una compra rápida.

Estos agentes exportadores pueden actuar por cuenta y con capital de envasadores europeos como es el caso de la envasadora DR. OETKER NAHRUNGSMITTEL (DIBONA) una de las empresas más grandes e importantes en Alemania Federal y que prácticamente controla el mercado teutón de miel envasada.

En los últimos años han proliferado en la región este tipo de agentes que se encargan de comprar mieles mexicanas y distribuirlas en los mercados externos más atractivos y como se anotó pueden o no actuar por cuenta propia o con capital propio.

En cuanto a los comisionistas son simplemente compradores que adquieren el producto para estos agentes. Como en el caso anterior pueden comprar con capital propio o de terceros.

Algunos de los importadores de miel que han efectuado operaciones con las sociedades peninsulares son:

- DALGETY INTERNATIONAL TRADING LTD. Londres, Inglaterra.
Esta compañía pertenece al GRUPO DALGETY, multinacional -
dedicada al comercio de productos agrícolas.

- KIMPTON BROS. LTD. Londres Inglaterra.
Pertenece al grupo multinacional CRODA. Controla la mayor
parte de las importaciones de miel en el Reino Unido.

Las empresas exportadoras por otra parte, realizan ex--
-portaciones directas. Estas empresas en su mayoría son pro-
-piedad de extranjeros o iniciaron con capital extranjero
principalmente alemán y son firmas que venden tanto al mer-
-cado externo como al nacional.

Como ya se anotó son empresas integradas verticalmente
o son envasadoras y controlan el mayor volumen de exporta--
-ciones de miel, excluidas las realizadas por las socieda--
-des de apicultores de la Península de Yucatán.

Asimismo, se encuentran las exportaciones que realizan
las filiales de empresas multinacionales, como es el caso -
de BYK GULDEN una división de productos farmacéuticos del -
GRUPO ALTANA. Este grupo posee una línea alimenticia , ---
MILUPA, a la cual se destinan las exportaciones de miel me-
-xicana. Otra empresa que se puede citar es la CÍA. NESTLÉ.

Finalmente, están los comerciantes exportadores que com-
-pran el producto a los apicultores y la exportan directa--
-mente, según las oportunidades del mercado.

Comentario aparte es el que se refiere a IMPEXNAL.

IMPEXNAL es la empresa comercializadora del BANCOMEXT,-
fue creada en 1955 y tiene una larga e importante presencia
en las exportaciones de este producto.

Ha comercializado la miel de la Sociedad Cooperativa de
Consumo Apícola "Lol-Cab" y actualmente realiza lo propio -

con la Asociación Rural de Interés Colectivo "Javier Rojo - Gómez". En términos generales, IMPEXNAL proporciona a los productores-exportadores servicios de selección del producto; orienta, asesora y realiza trámites para la exportación y procura recursos financieros para atender los requerimientos del productor, desde los gastos preoperatorios de exportación hasta la venta de los productos y su cobranza, apoyándose en los programas de créditos y en los servicios bancarios de BANCOMEXT y FOMEX.

IMPEXNAL exporta directamente a envasadores o importadores mayoristas del Norte de Europa y cobra por sus servicios una comisión del 1 ó 2%.

Las exportaciones se realizan en tambores de hierro de 300 Kgs. o latas de 27 Kgs.; los tambores llevan un recubrimiento de resina fenólica. Los tambores se envían en contenedores de 20 y 40 pies cúbicos; los de 20 contienen 48 tambores y los de 40, 72 tambores.

MIEL CARLOTA además exporta miel envasada a Italia en recipientes de plástico de 375 grs. con etiqueta en italiano. Ha realizado exportaciones esporádicas a la República Democrática de Alemania; en 1980 en frasco de 1/2 Kg. y etiqueta en inglés. NATURASOL también exporta miel envasada.

Los envíos se realizan por vía marítima y los exportadores operan generalmente con carta de crédito.

En 1986 se formó la "ASOCIACIÓN MEXICANA DE EXPORTADORES DE MIEL Y PRODUCTOS APÍCOLAS A.C.", la cual está integrada por el momento por seis empresas exportadoras: MIEL CARLOTA, HANSA LLOYD DE MÉXICO, BYK GULDEN ACAPULCO -- MIEL, MELLUM, AGROCOMISIONES S.A. y EXPORT MEX BELSER. Esta asociación negocia cosas en común: tarifas marítimas ,

tarifas aduanales, etc. pero no precios.

Esta asociación es representante en nuestro país de la "Organización Internacional de Exportadores de Miel" que es -tá integrada por Cuba, México, El Salvador, Argentina, Can- -naadá, Nueva Zelandia, China, E.U., Hungría, Australia, en- -tre otros.

Esta organización internacional edita un informe men- -sual y efectúa una vez al año una convención.

El objetivo principal de este organismo es unificar cri- -terios frente a los compradores de miel.

Lo que el análisis revela en materia de comercializa- -ción es lo siguiente:

1) Las ventas externas del Comité Apícola Peninsular (CAP), excepto las de la Sociedad de Lol-Cab, estaban controladas por dos agentes importadores extranjeros, a través de los -cuales se realizaban absolutamente todas las exportaciones de la región peninsular al exterior; ejercían un control --monopólico de las mismas. Sin embargo, estos agentes tuvie- -ron problemas financieros y quebraron. Aunado a esto, la Sociedad de Crédito Apícola "Miel de Abeja de Campeche" en- -frentó problemas internos y como resultado de ellos se --efectuó una escisión y se formó la Sociedad de Producción -Rural "Apicultores de Champotón", en 1982. Poco después el CAP desaparece y ante este panorama los clientes europeos -penetran directamente en México a través de compradores o -agentes.

2) Lo anterior ha traído como consecuencia la aparición de un gran número de intermediarios que actúan por cuenta pro-

-pia o con capital de envasadores o importadores europeos.

La participación de las sociedades de apicultores de la Península de Yucatán en el volumen total exportado ha venido disminuyendo debido a la intervención de estos agentes.

Esto se puede ver más claramente en el Cuadro 14 en el cual se presentan las principales empresas exportadoras del producto. Como se puede apreciar, las cuatro principales -- sociedades peninsulares en 1977 realizaban el 55% de las ex-- portaciones totales del país, en 1982 participan con el -- 17% y en 1987 con sólo el 12%.

Las otras empresas exportadoras importantes como HANSA, AGROCOMISIONES, NATURASOL y MELLUM han mantenido su partici-- pación, pero el SR. RENÉ ECHEVERRÍA que es el principal --- agente libre en la Península por sí solo ha controlado en -- los últimos cuatro años entre el 6 y 9% de las exportacio-- nes totales del país.

3) La existencia de estos intermediarios ha conducido a que la calidad del producto exportado sea de baja calidad, ocasionando con ello el rechazo en muchas ocasiones de envíos y deteriorando la imagen de calidad y prestigio que tenía la miel mexicana. Por otra parte, la aparición efímera de -- estos intermediarios que se presentan sólo en tiempos de -- cosecha no permite crear una verdadera infraestructura de -- producción y comercialización, y asimismo afecta seriamente a las sociedades de apicultores y empresas exportadoras ya establecidas creando una competencia desleal.

4) Es necesario señalar también que un volumen importante -- de las exportaciones mexicanas a E.U. se reexportan hacia -- el mercado europeo; de igual forma las exportaciones hechas

CUADRO 14

MÉXICO: PRINCIPALES ENFOCADORES DE MIEL
(Toneladas)

Exportador	1977	1982	1986	1987	1988/a
Sociedad Loc. Créd. "Agricultura Maya"	10 039	1 122	1 967	631	746
Sociedad Loc. "Miel Abasco de Campeche"	10 839	5 039	953	1 024	365
Sociedad Cooperativa "Lol-Tau"	4 857	372	1 146	696	--
Sociedad Local "Javier Pego Gómez"	3 879	365	--	--	--
Sociedad Prod. Agr. "Apro. Champotón"	--	--	4 541	2 255	801
BVH GULDEN	812	1 023	725	479	364
HANSA LLOYD DE MÉXICO	2 168	--	6 185	5 232	2 609
MIEL CARLOTA	1 535	834	560	180	247
AGROCOMISIONES, S.A.	--	3 607	2 458	2 779	1 259
VERA MIEL	183	242	169	--	--
F. BERRÓN Y CIA.	--	--	4 241	4 667	3 225
SUMEXEX	3 128	--	--	17	--
MELUM	--	3 174	3 923	2 140	746
NATURASOL	--	111	388	92	85
Sr. René Echeverría	--	60	5 362	2 361	1 794

a/ Al mes de marzo.

FUENTE: Dirección General de Estadística Sectorial e Informática, SECOFI.

a Alemania Federal e Inglaterra , una parte se reexpide a otros países de la Comunidad Económica Europea como son: Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos, Italia, etc. Por esto es importante localizar el mercado y el consumidor final para eliminar intermediarios y márgenes de comercialización que encarecen el producto mexicano.

5) En el mercado interno la tónica es la misma. Se estima que el margen de comercialización de los canales intermedios de venta es de 20% o más sobre el precio que se adquiere la miel; esto afecta el precio final del producto, incrementándolo. Se estima que el apicultor, en el mercado nacional, no alcanza a recibir los beneficios en un aumento en el precio del producto.

NORMAS Y REQUERIMIENTOS VIGENTES EN EL MERCADO.

La norma que rige la comercialización de miel de abeja en el mercado interno es la "Norma Oficial Mexicana NOM-F-36-A-1981 MIEL DE ABEJA-ESPECIFICACIONES", en la cual se establecen las especificaciones mínimas que deberá cumplir la miel destinada para consumo humano directo en envases menores de 10 Kgs. La actual norma oficial fue promovida por el Consejo Nacional de Planificación Apícola y la violación de la misma implica sanciones que son determinadas por la Secretaría de Comercio.

Para efectos de esta norma se entiende por miel de abeja : "la sustancia dulce producida por las abejas a partir del néctar de las flores o de exudaciones de otras partes vivas de las plantas o presentes en ellas, que dichas abejas recogen, transforman y almacenan después en panales; de los cuales se extrae el producto que es objeto de esta norma, sin ninguna adición".

Se definen asimismo las diferentes presentaciones del producto: miel en panal, miel de abeja líquida y miel de abeja cristalizada; y se establecen cinco grupos de especificaciones que la miel debe cumplir: sensoriales, físicas y químicas, microbiológicas, cuerpos extraños y contaminantes químicos. (La norma de calidad mexicana para la comercialización de miel de abeja así como los requisitos de empaque y etiquetación se presentan en el ANEXO 1).

Algunas empresas mexicanas opinan que se deberían introducir ligeras modificaciones a la norma mexicana, ya que por sutilezas de interpretación de la misma sobre todo en lo que se entiende por miel de abeja, han enfrentado problemas de comercialización de nuevos productos.

En el mercado nacional hace un año se introdujo miel de abeja con sabor fresa, chocolate y vainilla; sin embargo, la empresa mexicana que la envasa ha tenido serios problemas con la Secretaría de Comercio por interpretación de la norma, la cual prohíbe adicionarla con otras sustancias.

Sin embargo, la existencia de este ordenamiento evita la presencia en el mercado nacional de productos adulterados que son presentados como miel de abeja, lo que hace falta es simplemente adecuarla a la aparición de nuevos productos que tienen aquella como ingrediente principal.

TARIFA ARANCELARIA DE EXPORTACIÓN Y PROBLEMAS DE
TRAMITACIÓN DE ORIGEN Y DESTINO.

Hasta enero de 1988, México empleaba la Nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera. A la miel de abeja dentro de la tarifa de exportación le correspondía la fracción:

04.06.A01 Miel de Abeja

Esta fracción incluía miel de abeja, en panal o centrifugada, incluso adicionada de colorantes pero sin azúcar o -- adicionada con otras sustancias.

A raíz de la adhesión de México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), nuestro país adopta el Sistema Armonizado, así a partir de julio de 1988, la -- fracción de exportación para la miel de abeja es:

04.09.00 Miel de Abeja.

Documentos de Exportación.

Los documentos necesarios para la exportación del producto miel de abeja son los siguientes:

- C.V.D. (Compromiso de venta de divisas).

Este documento se requiere para las exportaciones semanales mayores de \$1 000 dólares. El trámite se puede realizar en cualquier sociedad nacional de crédito.

- Registro Nacional de Importadores y Exportadores (R.N.I.E)
Es requisito indispensable obtener este registro ya que todos los exportadores e importadores deben citarlo en todos los documentos relacionados con sus operaciones.

- Hasta 1985 se requería permiso de exportación, expedido -- por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos y delegaciones federales, pero a partir de ese año se libera de este requisito.

- Pedimento de exportación.

Este documento legaliza la exportación y es manejado por - el agente aduanal.

- Factura comercial.

Es el documento donde se hace constar el valor de la opera-
-ción comercial y debe expresarse en moneda de inmediata -
convertibilidad (Ej. dólares, marcos, libras) y señalar su
equivalente en moneda nacional -al tipo de cambio contro-
-lado a la fecha de facturación , para operaciones semana-
-les mayores de \$1 000 dólares y al tipo de cambio libre
si son de un monto menor- sin incluir I.V.A. . Se debe --
presentar por triplicado; además este documento debe elabo-
-rarse en español, o en su defecto acompañarlo de la tra--
-ducción correspondiente.

- Certificado de Origen.

Para la aplicación del Sistema Generalizado de Preferen---
-cias. Este certificado lo expide la Secretaría de Comer--
-cio.

- Documento de Transporte.

Lo expide la empresa transportista. Para vía marítima, me-
-dio de transporte usual para la exportación de miel de --
abeja, se denomina "conocimiento de embarque/Bill of Lan--
-ding".

- Hecho en México.

Por ley se debe inscribir en el empaque o el producto esta
leyenda y/o el emblema correspondiente.

- Certificado de sanidad animal expedido en la aduana por SARH.
- Certificado de análisis para garantizar la calidad del producto.
- Otros documentos dependiendo del país de destino.

FUENTE: BANCOMEXT y exportadores consultados.

3. ASPECTOS TÉCNICOS.

TECNOLOGÍA.

Los aspectos tecnológicos de la apicultura en México, se refieren a las características del procesamiento de la miel de abeja, es decir, el proceso que se sigue desde el momento de la cosecha hasta que llega al consumidor final y que afectan la calidad del producto y sus costos.

Por las mismas características de la actividad apícola en México, en la cual la abeja europea está muy bien adaptada y se cuentan con regiones de gran potencial melífero, el apicultor mexicano no ha requerido de conocimientos biológicos y técnicos; se dedica a ésta actividad de manera parcial, requiere de una baja inversión y obtiene -

por la venta del producto un ingreso rápido y elevado.

Así, se pueden distinguir en México dos tendencias: la primera, un procesamiento del producto basado en tecnologías sencillas de bajo costo pero que afecta la calidad del producto; y la segunda, un procesamiento con tecnología más moderna e intensiva.

Dentro de la primera tendencia tenemos a los pequeños y medianos apicultores que constituyen aproximadamente el 53% del total del país, generalmente sólo tienen extractores manuales y en algunos casos radiales y la miel que extraen no la clarifican y se concretan a venderla así a intermediarios o empresas exportadoras como ya se vio anteriormente.

Cuentan con colmenas modernas y en una proporción muy pequeña con colmenas rústicas pero tienen equipo apícola complementario muy limitado.

La segunda tendencia, sólo las empresas grandes e integradas, algunas de las cuales se analizaron en el inciso de comercialización, y las sociedades cooperativas y de producción de la región de la Península de Yucatán cuentan con el equipo apropiado para realizar el beneficio de la miel, obteniendo así un producto de alta calidad para exportación y que satisface plenamente la norma europea.

Hay que hacer notar que aún en la década de los setenta en estas empresas apícolas importantes en México algunas operaciones como la desoperculación de panales se realizaba en forma manual, pero actualmente se han mecanizado en algunos casos.

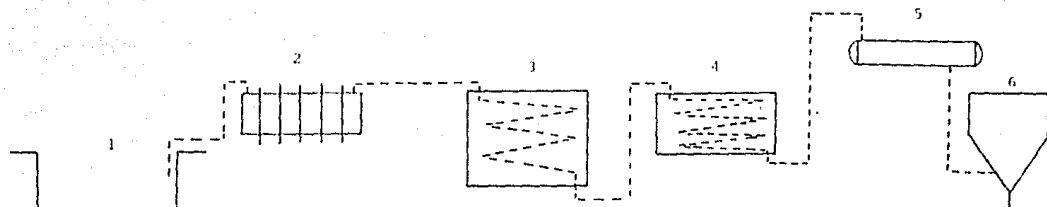
En todo el país existen pequeñas y medianas plantas beneficiadoras de miel, las principales se encuentran en la Península de Yucatán. Las características de estas plantas beneficiadoras peninsulares son las siguientes:

- Cuentan con tanques de almacenamiento cuya capacidad --- oscila entre 800 y 1 000 toneladas.
- Cuentan con bodegas que tienen acceso al ferrocarril; las vías entran directamente a las plantas.
- El sistema de beneficio es el siguiente:
 - En un tanque de vaciado de tambores que cuenta con un sistema de sedimentación en el fondo, la miel permanece durante 24 hrs. con el objeto de eliminar burbujas y otras impurezas de mayor peso.
 - De aquí la miel pasa por un filtro para recibir un tratamiento térmico. Pasa a un horno por un serpentín -- que está inmerso en agua hirviendo. Esta operación se realiza para presentar una mezcla más homogenizada de las mieles y evita la cristalización de las mismas.
 - Posteriormente es filtrada de nuevo y enfriada a través de una columna.
 - Finalmente la miel pasa a tanques de almacenamiento en donde se llenan los tambores nuevos que se van a embarcar . (Ver Figura C).

La planta de la Sociedad Crédito apícola "Miel de Abeja de Campeche" cuenta además con maquinaria de envasado y empacado adquirida aproximadamente hace siete años, además tienen maquinaria para armado de tambores nuevos (roladora, taponadora, engargoladora, etc.). Así, la planta de esta sociedad es la más grande del país. Su capacidad de almacenamiento es de 40 tanques de 25 tons. cada uno, es decir, de 1 000 tons. en total. Sin embargo, trabaja al 20% de su capacidad y se estima que con su línea de envasado podría abastecer el mercado nacional y no solamente a nivel regional como lo ha venido haciendo hasta ahora.

FIGURA C

PROCESO DE BENEFICIO DE LA MIEL DE ABEJA



EQUIPO:

- 1 TANQUE DE VACIADO
- 2 FILTRO
- 3 HORNO (INTERCAMBIADOR DE CALOR)
- 4 TORRE DE ENFRIAMIENTO (POR AIRE)
- 5 TANQUE DE SEDIMENTACIÓN
- 6 TANQUE DE ALMACENAMIENTO

---- Flujo del Producto

Localización de las Principales Plantas Beneficiadoras del
País.

Campeche.

En Campeche, Campeche, dos plantas. Una, propiedad de la -
Sociedad "Miel de Abeja de Campeche". Capacidad utilizada:
20%.

Otra, propiedad de la Sociedad "Apicultores de Champotón".
Capacidad utilizada: 50%.

Una más en Champotón, propiedad también de la anterior so-
-ciedad. Capacidad utilizada: 50%.

En Escárcega, una planta de propiedad privada (F. BERRÓN Y
CÍA.).

Quintana Roo.

Cuatro plantas de la Sociedad Local "Lic. Javier Rojo Gó--
-mez", las cuales se ubican en:

Chetumal, municipio de Othón P. Blanco.

Felipe Carrillo Puerto, municipio de Felipe Carrillo Puer-
-to.

Dziuché, municipio de José María Morelos.

Nuevo Xcan, municipio de Lázaro Cárdenas.

Capacidad utilizada: 30%.

Yucatán.

En Mérida, dos plantas: una propiedad de "Apícola Maya" y la otra propiedad de la Sociedad Lol-Cab.

Capacidad utilizada: la primera, 40% y la segunda actualmente en quiebra.

En Valladolid y Tzimin, dos plantas medianas de propiedad privada (F. BERRÓN Y CÍA.).

Veracruz.

Ubicación por distritos de temporal:

Distrito de temporal III: MIEL FLORIDA S.A., municipio de Tuxpan.

Distrito de temporal IV: MIEL PURA DE ABEJA S.A., en la cabecera del municipio de Poza Rica.

Distrito de temporal V: MIELES DEL PACÍFICO S.A., en Veracruz y VERA MIEL S.A., en Boca del Río.

Distrito de temporal VI: MIEL VERACRUZ S.A., en Coscomatepec .

Distrito de temporal VII: VERA MIEL S.A., en Cosamaloapan.

Todas las plantas son de propiedad privada. Se estima -- que estas plantas tienen una capacidad utilizada de 85%.

Puebla.

Una planta en: Izúcar de Matamoros, en Atlixco y en --

Acatzingo. Las dos primeras de propiedad privada y la última de propiedad social. Capacidad utilizada: 30%.

Sonora.

Dos plantas en Hermosillo, propiedad de sociedades anónimas de apicultores. Capacidad utilizada: 65%.

Baja California.

Una planta en Mexicali y otra en Tijuana, de propiedad privada.

Guerrero.

Planta de BYK GULDEN ACAPULCO MIEL, en Acapulco. Propiedad privada.

Nuevo León.

Una planta en Allende. Propiedad Privada.

Durango.

En la Ciudad de Durango. Propiedad privada.

Estas plantas comparadas con las de la región peninsular son de menor tamaño y en otras regiones del país existen también algunas plantas con capacidad media, de alrededor

-dedor de 300 tons. anuales.

En términos generales, las plantas beneficiadoras del país son de propiedad privada o pertenecen a las asociaciones de apicultores; emplean un mínimo de trabajadores, de 10 a 20, según el tamaño.

En la región de la Península de Yucatán, por ser la principal zona productora del país es donde se ubica una tecnología más moderna e integrada. Los propios apicultores de la zona poseen suficientes conocimientos técnicos para el manejo de sus apiarios.

Tienen un conocimiento empírico adquirido a lo largo de décadas de dedicarse a esta actividad en lo referente a enfermedades, características de las colonias, sanidad, número de cosechas, tipo de explotación, etc.

En las demás regiones apícolas de México, salvo algunas excepciones, lo que se observa es la utilización de tecnologías sencillas incluso rudimentarias y la carencia de conocimientos técnico-biológicos suficientes que permitan una explotación racional.

Esto ocasiona que los apicultores sean solamente revisadores de colonias y "recogedores de miel".

Esta falta de conocimientos conduce a:

- Mantenimiento inadecuado que recibe el equipo apícola, con lo cual disminuye el rendimiento.
- Aparición de problemas de tipo patológico que afectan a las abejas sobre todo en el tracto digestivo, por no emplear las reglas sanitarias adecuadas.
- Manejo inadecuado de las reinas, lo cual conduce a un empobrecimiento del número de abejas de la colonia, repercutiendo en una baja producción de las mismas.

Las dependencias oficiales involucradas con el sector como son SARH, INI, FIRA, aún cuando proporcionan asistencia técnica y capacitación esta no es suficiente o tan -- extensa como debería serlo. Las empresas apícolas privadas más importantes de México, ya citadas anteriormente, -- llenan este vacío al proporcionar gratuitamente asesoría y -- orientación al apicultor --cuando menos a un nivel elemental-- y en algunos casos realizan por un costo mínimo diagn-- nósticos y detección de enfermedades.

De alguna manera estas empresas realizan una función -- que debería ser prioritaria para los organismos oficiales involucrados.

El ejidatario o pequeños apicultores no reciben apoyo oficial tanto en lo que se refiere a financiamiento como en aspectos técnicos; estos apoyos están concentrados en -- una sola zona de producción.

Por otra parte, a nivel de investigación ésta es reali-- zada principalmente en las universidades del Sureste y en la Universidad Autónoma de Chapingo; sin embargo, estos -- centros por los limitados recursos económicos que manejan, no han sido verdaderos difusores de innovaciones tecnológi-- cas o avances científicos en materia de apicultura.²⁰

Comparativamente a otros países, México aún cuando es uno de los principales productores de miel de abeja a ni-- -vel mundial, carece de una verdadera infraestructura de -- investigación en materia de apicultura.

Los avances que han logrado en la materia países socia-- listas como Hungría, Rumania y URSS (cría de reinas en -- sistema industrial, panales de plástico, etc.), les ha per-- mitido incrementar su producción, menores costos y tener una mejor participación en el mercado europeo como se ana-- lizará en el Capítulo IV.

En E.U. la aplicación a la apicultura de la tecnología computarizada ha permitido la creación de programas que --

reproducen modelos de flujo energético y la creación de bases de datos para regiones apícolas específicas.

Si se desea aprovechar el potencial apícola del país, es imprescindible la investigación científica y tecnológica pero que ésta se realice bajo nuevas fórmulas. En este trabajo se rechaza categóricamente que el Estado deba ser el único responsable de financiar los proyectos de utilización de nuevas tecnologías o de investigación en la apicultura.

Se considera que deben participar más activamente y en forma mayoritaria las empresas exportadoras privadas.

CONDICIONES ECOLÓGICAS.

Los principales problemas ecológicos que han venido afectando a la apicultura en México, son principalmente:

1) Factores climatológicos.

Los factores climatológicos son definitivamente los más importantes que afectan la obtención de una buena cosecha de miel. En los últimos seis años se han observado fuertes variaciones en la precipitación y temperatura en algunas zonas productoras, lo cual ha originado una floración insuficiente y una disminución en la producción; 1984 y 1986 fueron buenos años porque se obtuvieron cosechas récord.²¹

2) El uso de insecticidas, herbicidas y funguicidas en la agricultura. Este problema se presenta generalmente en --- áreas agrícolas tecnificadas en donde se emplean sin se-- -lectividad estos agentes químicos.

Los tipos de toxicidad que producen en las abejas son:

- a) Por contacto.
- b) Por ingestión.
- c) Por contacto tóxico.²²

Por la aplicación de estos agentes mueren en ocasiones --- grandes cantidades de abejas. (Casos detectados: Valle de Mexicali y Sonora).²³

Es por esto que es necesario establecer una legislación fe-- -deral que obligue a los agricultores a usar los productos menos tóxicos para las abejas y los tiempos adecuados para realizar las fumigaciones de manera que no afecten a la -- actividad apícola.

3) Sobreproducción de colmenas en algunas áreas. Esto origi-- -na baja productividad porque hay una sobreproducción de -- abejas, ya que la flora apibotánica existente es insufi--- -ciente para lograr una buena producción de polen y néctar. (Casos detectados: Nayarit, Jalisco, Morelos)²⁴. En este -- sentido se deben identificar las áreas que presentan este problema y realizar la dispersión adecuada de las colme--- -nas.

4) La tecnificación y expansión de la agricultura y en al-- -gunos casos la ampliación de los asentamientos humanos , afectan la flora silvestre. Es por esto que se deben de -- declarar a nivel estatal y regional zonas de interés (ex-- -plotación) apícolas respetando la floración néctar-poliní-- -fera.²⁵

4. PROBLEMAS ESPECÍFICOS DEL SECTOR APÍCOLA.

México como ya se ha visto es uno de los principales productores y exportadores de miel de abeja en el mundo. El desarrollo de la apicultura en nuestro país ha sido hasta cierto punto satisfactorio debido sobre todo a las excelentes condiciones climáticas y al enorme potencial melífero de nuestra vegetación; aun cuando como ya se anotó, la explotación es incompleta. La participación del Estado en el fomento, difusión y apoyo a esta actividad pecuaria si bien ha sido decisiva sobre todo en las tres últimas décadas, lo cual permitió la transición definitiva a una apicultura más moderna y racional, ha presentado deficiencias y errores debido generalmente al contexto y causas coyunturales derivadas de la situación económica en general del país, como pueden ser las limitaciones de las partidas presupuestales destinadas a realizar actividades prioritarias en este sector como son la asistencia técnica y la investigación.

Sin embargo, actualmente la apicultura en México enfrenta dos serios problemas que en un futuro inmediato pueden reducir la producción de miel, disminuyendo la participación de nuestro país en el mercado mundial.

Estos problemas derivados de "factores externos" aun cuando son muy específicos tienen una gran incidencia económica, es por esto que se tratan en este inciso.

El primero, es el que se refiere a la llegada a México de la abeja africana, la cual plantea un cambio radical de la apicultura. Se estima que aun cuando la baja en la producción debido a la abeja africana es un proceso gradual que llevaría alrededor de cinco años, esta disminución en los niveles de producción sería de un 40%. Además de esta

Disminución en el volumen producido se tienen asimismo dos efectos negativos:

- 1) Elevación de costos de producción.
- 2) Aumento en las necesidades de asistencia-- técnica, capacitación y difusión para el - apicultor, no solamente sobre el problema - específico de la abeja africana sino en ge- neral sobre temas del sector.

La elevación de los costos de producción se deriva de la necesidad de adquirir equipo especial para el manejo de abejas africanizadas; al igual se incrementan las necesida- des de una mejor capacitación del apicultor para que no - abandone la actividad.

Este impacto en la elevación de los costos en el pre- cio y en la competitividad de México en el mercado mundi- -al de la miel de abeja aun es muy prematuro describirlo, pero sin embargo afectará decisivamente en los requerimien- tos de una mayor inversión por parte de las empresas apí- -colas privadas.

Si por el Sureste de México se tiene la presencia de - la abeja africana, por el Norte del país se tiene la amena- -za de una enfermedad que ataca a las crías de las abejas (la Varroasis); la difusión de esta enfermedad se ha evita- -do hasta el momento prohibiendo la importación de abejas reinas de los E.U. . Sin embargo, se han detectado casos - de esta enfermedad en los estados de la zona apícola Nor- -te.

La presencia de estos factores negativos que amenazan a la apicultura nacional han motivado el reconocimiento de todas las partes involucradas, de la necesidad de planear una apicultura más tecnificada en donde los centros de in

-investigación y desarrollo tecnológico jueguen un papel --- prioritario para el desenvolvimiento futuro de esta activi-
-dad.

Así, se ha iniciado dentro del Programa para el Con---
-trol de la Abeja Africana, 19 proyectos de investigación
en 8 estados, en donde participan gobiernos estatales jun-
-to con instituciones como UNAM, Universidad Veracruzana,
el Colegio de Postgraduados de Chapingo, entre otras.

Algunos de estos proyectos son:

- Una unidad de investigación para la Península de Yuca---
-tán, en colaboración con la Universidad Estatal y con -
el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales y --
Agropecuarias.
- Centro de genética apícola con cobertura nacional en Mo-
-relos con la colaboración de UNAM, Colegio de Postgra--
-duados de Chapingo y el Centro Nacional de Parasitolo--
-gía Animal.
- Una unidad de investigación en Jalapa, Ver. , con la par-
-ticipación de la Dirección de Ganadería del Gobierno --
del Estado, la Universidad Veracruzana y el Instituto --
Nacional sobre Recursos Bióticos.
- Acuerdo de Cooperación entre el Departamento de Agricul-
-tura de los E.U. y la SARH.

Si bien frente a estos problemas se ha realizado una -
conjunción de esfuerzos Estado-apicultores-empresas priva-
-das, la crítica se centra en que este apoyo a la investi-
-gación ha sido tardío, ya que ahora se muestra más paten-
-temente la carencia de una infraestructura de investiga--
-ción. El costo y la necesidad de disponer de personal al-
-tamente calificado que se requiere será mucho mayor que -

en el pasado.

Aun cuando se están tomando las medidas necesarias para que estos "factores externos" no tengan un impacto desastroso sobre el nivel de producción de miel de abeja, se tienen reservas en cuanto a disminuir realmente los efectos negativos ya que si se toma en cuenta que, como ya se anotó en otra parte de este trabajo, el 53% de los apicultores tienen equipo apícola muy limitado y sus conocimientos técnico-biológicos no son suficientes, el panorama que se presenta a futuro no es muy alentador, porque los esfuerzos por parte del Estado, por una parte, tienen que incrementarse en todos los aspectos, y por otra, está la limitante de los recursos humanos y económicos que se requirieren en mayor grado.

En el aspecto de comercialización, se tiene que las sociedades peninsulares como ya se ha visto, han venido perdiendo participación en la captación, venta y exportación de la miel de abeja. Se han fortalecido los agentes exportadores libres o que actúan por cuenta de terceros y que de alguna manera han contribuido a disminuir la capacidad de control de las sociedades peninsulares de apicultores en la venta del producto a los mercados externos.

En términos generales, a pesar de que éstas sociedades cuentan con una amplia infraestructura apícola, experiencia en la venta externa del producto y una organización sólida, actualmente enfrentan una situación crítica, por lo siguiente:

- Se estima que sus plantas trabajan al 20 o 30% de su capacidad.

- Enfrentan problemas financieros, ya que adquirieron créditos con vistas a exportaciones futuras, sin embargo - las altas tasas de interés que prevalecieron en los últimos años y la poca seguridad de concretar estas exportaciones han hecho que se encuentren en una situación difícil. Como es el caso de Lol-Cab quien adeuda \$430 millones a banca SOMEX y no tiene capacidad para recurrir a otro empréstito. En la misma situación se encuentra -- "Apícola Maya" que enfrenta problemas de liquidez. Es importante resaltar el monto del pasivo contraído por la Sociedad Rojo Gómez con BANRURAL que para 1980 era: cartera vencida por \$49 millones de pesos e intereses -- normales y moratorios por \$42 millones de pesos, quedando pendientes \$77 millones de pesos de crédito normal. Según libros de la empresa, para 1980 se tenía un saldo de cuentas por cobrar de \$31 millones de pesos. Por las dificultades obvias de obtener información actualizada - de esta empresa no se puede presentar cual ha sido su -- evolución financiera en los últimos ocho años. Sin embargo, lo que se ha podido investigar es que está quebrada.

- En general, no operan con recursos propios, tienen un alto grado de dependencia de los créditos que la banca de desarrollo les otorga para sus operaciones.

- Debido a estos problemas su captación de miel varía en función de esta disponibilidad de recursos.

- Los apicultores miembros de estas sociedades frecuentemente prefieren vender su producto a intermediarios o comisionistas dado que éstos tienen una disponibilidad

de dinero rápida y no tienen que esperar para que se les pague su producto como sucede en las sociedades que hasta después de realizada la exportación se les liquida todo o parte.

- En conclusión, inadecuadas administraciones, problemas internos, problemas financieros e intereses políticos -- han llevado a estas sociedades de apicultores a una situación difícil lo que origina un desaprovechamiento del potencial apícola de la región y una inadecuada comercialización externa del producto, impidiendo con ello una competencia más eficiente en los mercados internacionales.

NOTAS CAPÍTULO III.

1. Eva Crane: "El Libro de la Miel". Ed. F.C.E. Colección Breviarios, México 1985, p. 163-165.
2. F.I.R.A.: "Instructivos Técnicos de Apoyo para la Formación de Proyectos de Financiamiento y Asistencia Técnica (Apicultura)", México 1985, p. 35-39.
3. Gonzalo S. Ordetx: "La Apicultura en los Trópicos". Ed. Bartolomé Trucco, México 1966, p. 47.
4. Enrique Benítez Alvarez: "Situación Actual de la Apicultura en el Estado de Campeche". Facultad de Veterinaria-UNAM, México 1980.
5. Enciclopedia de México. Artículo Apicultura. México 1976.
6. "Ensayo Político sobre el Reino de la Nueva España". Libro Cuarto, Capítulo 10. Ed. Porrúa, México 1979.
7. Víctor M. Suárez Molina: "La Evolución Económica de Yucatán a través del Siglo XIX", Tomo I. Ediciones de la Universidad de Yucatán, Mérida 1977, p. 235.
8. 1 arroba = 25 libras = 11.500 Kgs.
"Papeles para la Historia de la Apicultura Mexicana",-- Publicaciones del Banco Nacional de Crédito Agrícola y Ganadero S.A., México 1956.
9. Suárez Molina, Op. Cit. p. 234-235.
10. Benítez Alvarez, Op. Cit.
11. Enciclopedia de México.
12. Para una explicación más amplia de porqué en E.U. y en el mundo occidental desarrollado han surgido este tipo de movimientos o modas naturistas se recomienda la lectura del libro de Luis Racionero, "Filosofías del Underground", Ed. Anagrama, Barcelona 1979.
13. J.U. Cabrera Pech: "La Flora Apícola de las Zonas Áridas de México". APIACTA Vol. 1 Núm. 4 1981.
14. Para una descripción más detallada de la flora apícola en México se recomienda el estudio realizado por el Dr. Gonzalo S. Ordetx y los M.V.Z. Zozaya Rubio y Franco -- Millán, publicado en cuatro partes en NOTIUNAPI, números 16, 17, 18 y 19.

15. F.I.R.A., Op. Cit., p. 60.
16. NOTIUNAPI, Número 16 julio 1987.
17. "Miel de Abeja". COMERCIO EXTERIOR , Vol. 31 Núm. 11 Nov. 1981.
18. Folleto: "FIRA en Yucatán 1982-1988". Banco de México
19. Carlos E. Tommasi Villamil: "Actividad Apícola en el Estado de Yucatán". Escuela Nacional de Economía-UNAM México 1967.
20. Para 1988, la Universidad de Chapingo tenía un adeudo de 10 000 millones de pesos con el ISSSTE y no recibió en ese año una partida por parte de SARH de --- 22 000 millones de pesos destinados a cubrir distintas tareas básicas de la UACH como investigaciones, viajes de estudio y asesorías. Los recursos que recibía en 1982 valían 40% más de los montos que fueron programados para 1988.
En la Universidad de Chapingo, hay 7 000 estudiantes; 1 200 maestros e investigadores y de estos últimos solo 3 se dedican al área de la apicultura; tiene además 3 000 trabajadores.
(EL UNIVERSAL 10 de septiembre de 1988).
21. Para una descripción más detallada de este punto, se recomienda el artículo de Octavio Estrada Figueroa , "La Influencia que las Variaciones del Clima tiene en la Obtención de una Buena Cosecha", publicado en -- NOTIUNAPI Número 14, septiembre 1986.
22. M. Barnavon y R. Borneck: "La Acción Tóxica de los Insecticidas en las Abejas". APIACTA Vol. XXI Núm. 2 1986.
23. Diagnóstico Agroindustrial, Números 21 y 22. Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial , SARH, 1980.
24. Juan J. Casillas Toribio: "Situación de la Apicultura en la Región Huicot, Zona Indigenista Cora". Facultad de Veterinaria-Universidad de Guadalajara, 1979.
Pedro Díaz Acosta: "Análisis de la Apicultura en el Estado de Morelos". Facultad de Veterinaria-UNAM, México 1983.
25. Ibid.

CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA COMUNIDAD
ECONÓMICA EUROPEA.

1. RESEÑA HISTÓRICA.

La CEE dentro del escenario del comercio internacional constituye actualmente el más importante bloque comercial del mundo. Gracias al gradual proceso de integración económica que se inició en 1958, la CEE ha venido incrementando su importancia en materia comercial y de inversión a lo largo de estas tres últimas décadas. Así, actualmente la CEE realiza el 41 y 40% de las exportaciones e importaciones totales mundiales respectivamente; en materia de productos agropecuarios, la CEE absorbe el 54% de las importaciones mundiales y realiza el 45% de la exportación total de manufacturas. Su elevada participación en el comercio mundial refleja el dinamismo de su mercado comunitario y el excelente nivel competitivo de sus productos.

Después de los E.U., la CEE es el segundo mercado de interés para cualquier nación y/o exportador que desee una salida para sus productos.¹

La CEE es el esfuerzo más acabado para lograr la unidad europea; de hecho, desde el siglo XVII estadistas, religiosos o filósofos propugnaron por la realización de una federación europea. Adam Smith y David Ricardo al crear la teoría del libre cambio ejercieron una particular influencia en las consideraciones económicas para crear dicha unidad.

Después de la Primera Guerra Mundial se comenzó a prestar mayor atención a este aspecto por parte de los hombres de Estado, pero fue sólo hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando se dieron los pasos en firme para realizar el proyecto del federalismo europeo.

La situación que guardaba Europa después del conflicto bélico era crítica: una industria destruida, desempleo, malas cosechas, crisis de combustible y de alimentos; las

reservas de divisas agotadas como resultado de un crecimiento aumento en la demanda de importaciones. Ante este panorama E.U., en pleno auge económico, lanza el Plan Marshall que contemplaba la ayuda financiera para reconstruir las deterioradas economías nacionales. Sin embargo, esta ayuda se pretendía que fuera canalizada a una Europa unida y de forma global y no de manera unilateral, por país o por programa. Así, el Plan Marshall alentó a 16 países (Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, Suecia, Suiza, Turquía y el Reino Unido) a crear en 1948, una Organización Europea de Cooperación Económica (OECE).

"La actitud de E.U. era la de que la [OECE] no debía limitarse a presentar una lista de peticiones, sino que la ayuda que iba a proporcionar debía estar relacionada con el progreso hacia la unificación europea. Este es un punto particularmente importante, ya que indica que, desde el principio, el "Movimiento Europeo" gozó de la ayuda y del estímulo de los E.U."²

En efecto, esta organización ayudó a administrar y coordinar los recursos del Plan Marshall, ayudó a fomentar el comercio entre los países firmantes y además, se creó dentro de la OECE, la Unión Europea de Pagos (UEP) cuya finalidad era restablecer la convertibilidad de las monedas europeas y facilitar los pagos en la zona.

El éxito alcanzado con estas organizaciones para reconstruir y acelerar el crecimiento económico reforzaron aún más las tesis de la Europa unida. De hecho se tenía ya la experiencia afortunada de la unión económica del BENELUX.

En 1944 se firmó en Londres un tratado que preveía el establecimiento de una unión aduanera entre Bélgica, Luxemburgo y Holanda. La meta inicial de los países del BENELUX era una unión aduanera aunque desde el principio

su intención fue que la consecución de este objetivo debía acelerar el cambio hacia la unión económica total.*

Así, en 1943 se estableció la abolición de los derechos aduaneros sobre el comercio entre los tres países y la fijación de aranceles comunes externos; en 1960 se continuó el proceso con la liberalización del comercio interior de todos los productos industriales; coordinación de las políticas comerciales exteriores y la libre movilidad de los trabajadores dentro de la zona del BENELUX.

Pero el antecedente y precursor inmediato de la CEE, fue la Comunidad Europea del Carbón y del Acero, la cual fue creada a instancias de Robert Schuman, Ministro de Asuntos Extranjeros de Francia.

En 1950, Schuman invitó a Alemania a que junto con Francia formaran un mercado común para el carbón y el acero, dos industrias vitales para la guerra. El objetivo fundamental era político, dado que "la eliminación progresiva de las restricciones establecidas sobre la economía alemana por las potencias aliadas desde el fin de la guerra provocó en Francia temores de un resurgimiento no controlado de su enemigo tradicional del Este; en particular deseaba impedir la restauración de un control único sobre el Ruhr por las autoridades alemanas"³; sin embargo, tam-

* "Dos o más países forman una unión aduanera cuando suprimen todos los impuestos de importación sobre su comercio mutuo en todos los bienes (excepto los servicios de capital) y, además, adoptan un arancel externo común sobre todas las importaciones de bienes (excepto los servicios de capital) provenientes del resto del mundo". Por otra parte, una unión económica es un paso adelante hacia la fusión de los países constitutivos. Así, la unión económica es la forma más completa de integración económica. En esta forma la unión económica contempla no solo la libre circulación de mercancías sino además el libre movimiento de todos los factores de producción entre ellos y existe una coordinación y unificación de sus políticas fiscales, monetarias y socio-económicas. Miltiades Chacholiades: "Economía Internacional", p. 293 y 294.

-bién fue una invitación a participar en un valioso experi
-mento de integración económica.

Alemania aceptó la propuesta de Francia a la cual ade--
-más se sumaron Italia y el BENELUX; así el 18 de abril de
1951 firmaban el tratado por el cual se creaba la Comunidad
Europea del Carbón y el Acero (CECA). El tratado entró en -
vigor el 25 de julio de 1952 y fue el precursor definitivo
de la CEE.

En el mes de junio de 1955 los seis países de la CECA -
se reunieron en Mesina, para decidir las medidas que po---
-drían adoptarse para integrar más sus economías. En esta -
reunión el BENELUX propuso "...una Europa unida mediante la
creación de instituciones comunes y la fusión progresiva de
las economías nacionales con la creación de un mercado co--
-mún". Propuesta que se aceptó y así, finalmente, se dió --
origen a la CEE y a la Comunidad Europea de Energía Atómi-
-ca (EURATOM) mediante el Tratado de Roma firmado el 25 de
marzo de 1957 y puesto en vigor el primero de enero de 1958,
los países signatarios fueron los seis de la CECA y poste--
-riormente se han adherido: Dinamarca, Irlanda y el Reino -
Unido en 1974; Grecia, en 1981 y España y Portugal en 1986,
hasta totalizar doce miembros de pleno derecho.

El objetivo general de la CEE es el "desarrollo armóni-
-co de actividades económicas, una expansión continua y --
equilibrada, una mayor estabilidad, una elevación acelerada
del nivel de vida y relaciones más estrechas entre sus Esta
-dos miembros".

Para la realización de este objetivo el artículo 8 del
Tratado de Roma disponía un período de transición de 12 --
años, a partir del primero de enero de 1958, al que se divi
-dió en tres fases de cuatro años, cada una de las cuales -
comprendía un plan para el logro de una parte del objetivo
general.

El artículo 3 del tratado establecía un plan detallado de acción:

- 1) Eliminación de derechos aduanales y restricciones cuantitativas al comercio entre los Estados miembros.
- 2) Establecimiento de un arancel exterior común (AEC) y -- una política comercial común respecto a terceros países así como la eliminación de barreras puestas a la circulación de personas, servicios y capitales entre los - Estados miembros.
- 3) Creación de una Política Agrícola Común (PAC).
- 4) Creación de una Política Común de Transportes.
- 5) Establecimiento de un arreglo que asegure la competen-- cia sin distorsiones en el Mercado Común.
- 6) La aplicación de procedimientos que permitan la coordi-- nación de las políticas económicas de los Estados miem-- bros y remediar los desequilibrios de sus balanzas de pagos.
- 7) Armonización de las leyes nacionales cuando la misma - se haga necesaria para el funcionamiento del Mercado - Común.
- 8) Creación de un Fondo Social Europeo para mejorar la con-- dición de los obreros y su nivel de vida.
- 9) Creación de un Banco Europeo de Inversiones para que -- facilite el desarrollo económico aportando una nueva - fuente de capitales.
- 10) Asociación de los territorios y Estados de Ultramar pa-- ra ampliar su comercio y para desarrollarlos social y económicamente en común.

Las instituciones que se crearon para llevar a cabo los diez puntos contenidos en el Tratado de Roma fueron: el Consejo de Ministros que toma la mayoría de las decisiones de la Comunidad y asegura la coordinación de las políticas económicas generales de los Estados miembros; la Comisión de la CEE que tiene a su cargo asegurar la aplicación de las disposiciones del tratado; el Parlamento Europeo, la rama legislativa de la CEE y el cual ejerce control sobre la Comisión, y la Corte de Justicia, la rama judicial que asegura que los actos del Consejo y la Comisión concuerden con las disposiciones del tratado.

El año de 1992 es el plazo fijado en 1985 por los jefes de Estado para lograr finalmente la creación del mercado interior europeo. El balance que se puede hacer actualmente en torno al logro de los distintos aspectos contenidos en el Tratado de Roma se presenta a continuación en la consideración de que este breve panorama sólo es con fines ilustrativos ya que un análisis más amplio está fuera totalmente del objetivo de este estudio.⁴

- La Creación del Mercado Común.

En cuanto a la creación de un mercado común la supresión de los derechos aduaneros no ha bastado para hacerlo efectivo. Debido a las crisis económicas se han reforzado los obstáculos al comercio, pues cada Estado ha intentado proteger su mercado y sus empresas a través de barreras "técnicas" y "no arancelarias". Así, los intercambios intracomunitarios desde 1973 hasta la fecha muestran un relativo estancamiento comparados con el total de las exportaciones de los países miembros.

- Mercancías.

Las numerosas normas y reglamentos técnicos nacionales - que en ocasiones funcionan como barreras no arancelarias se pretende eliminarlas y sustituirlas por medidas de armonización europea las cuales son formuladas por organismos comunitarios de normalización creados por la industria, como el CEN (Comité Europeo de Normalización) o el CENELEC (para productos eléctricos). Esta nueva estrategia comunitaria de armonización afecta a una amplia gama de productos: máquinas herramientas, productos alimenticios, materiales de construcción, juguetes, etc.

- Trabajo.

La libre circulación de los trabajadores es, en líneas generales, efectiva en toda la comunidad.

Sin embargo, el derecho de establecimiento de los profesionales liberales, en cambio choca con numerosos obstáculos en no pocos sectores. Se pretende instaurar un sistema general de mutuo reconocimiento de los títulos universitarios, basado en la confianza mutua entre los países miembros más que en una minuciosa armonización de los programas de formación. En esta línea se creó el programa Erasmus que ha permitido a la Comisión europea promover la movilidad de los estudiantes y la colaboración entre los centros de enseñanza superior.

- Transportes.

El desarrollo de la política comunitaria de transporte es corolario obligado de la libre circulación de bienes y personas.

Aquí se trata de ir desmantelando progresivamente el sis

-tema de contingentes nacionales que aún se aplica al -- transporte de mercancías por carretera, de liberalizar - el transporte en autocar, de acercar los sistemas de fi- - jación de precios y de fomentar la competencia en el - sector de la aviación civil.

Asimismo se contempla la armonización de la normativa - sobre seguridad, peso, dimensiones y ejes de los camio-- - nes, lo cual debe permitir que se eliminen una serie de controles en frontera. Del mismo modo, la libre circula- - ción de productos animales y vegetales será posible a partir de la armonización y el mutuo reconocimiento de - las normativas nacionales, que harán superfluos los con- - troles sanitarios en frontera.

- Impuestos.

Otro aspecto que contempla la creación del gran mercado interior es el problema de los impuestos indirectos.

En principio todos los países de la Comunidad aplican -- actualmente el mismo sistema del impuesto al valor agre- - gado (I.V.A.), pero los tipos varían de país a país. Lo mismo sucede con los gravámenes que afectan a los deriva - dos del petróleo, al alcohol, al tabaco, etc. Esto im- - plica una barrera fiscal porque mientras subsistan dife - rencias importantes entre los sistemas nacionales de - imposición indirecta, cada Estado miembro tenderá asegu- - rarse de que los bienes importados paguen los tipos pre - vistos por su legislación.

Así, actualmente se trata de generalizar la transferen-- - cia de los procedimientos de pago del T.V.A. (o en sus siglas en español I.V.A.) de la frontera al interior del país, según un modelo que funciona ya entre Bélgica, Lu- - xemburgo y los Países Bajos. La Comisión Europea ha pe- - dido a los Estados miembros que no sigan aumentando las

disparidades existentes y se preparen para un acercamiento progresivo de los sistemas nacionales, basado en la uniformización de los impuestos sobre consumos específicos y en la definición de márgenes aceptados de variación del T.V.A. . Esta aproximación va a plantear problemas sobre todo presupuestarios.

- Servicios.

En la CEE la libre circulación de las mercancías ha avanzado mucho más que la de los servicios: todo un cúmulo de reglamentos nacionales, a menudo sumamente complejos, bloquean la libre prestación de servicios entre países de la Comunidad. En este aspecto se han centrado los programas de la Comisión en los últimos años, ya que el sector servicios está menos desarrollado en Europa que en E.U. o Japón. Es significativo que en E.U. el empleo en este sector haya aumentado en más de 13 millones entre 1973 y 1982, y casi 7 millones en Japón, mientras que en la Comunidad este incremento era de algo más de 5 millones. El programa de liberalización de la Comunidad alcanza tanto a los servicios tradicionales (transporte, banca y seguros principalmente) como a los nuevos (telecomunicaciones, audiovisual, informática).

- Capital.

Se pretende que las empresas europeas puedan captar ahorro e invertir en mejores condiciones. Para alcanzar esta meta se ha reforzado el Sistema Monetario Europeo y se han armonizado numerosas disposiciones legislativas y normativas y se ha limitado el recurso a las cláusulas de salvaguarda contenidas en los tratados europeos.

Se han elaborado proyectos que favorecen la colaboración de las empresas industriales a escala europea. En este sentido los programas europeos de investigación ESPRIT y EUREKA han involucrado a empresas de diferentes países miembros.

- Protección al Consumidor.

La libre circulación de mercancías dentro de la Comunidad ha permitido ampliar la competencia y por tanto, las posibilidades de elección del consumidor; sin embargo, esto ha llevado a plantear cuál es la dimensión exacta de las exigencias básicas de salud de tal forma que la reglamentación permita una protección efectiva del consumidor y fomenta al propio tiempo esta libre circulación de mercancías. En este sentido numerosas directivas europeas han sido aprobadas para establecer normas comunes de calidad, salud y seguridad.

Así, se han aprobado directivas referentes a productos alimenticios, cosméticos, textiles, productos farmacéuticos y productos manufacturados.

- Política Agrícola Común (PAC).

El artículo 38 del Tratado de Roma declara que el Mercado Común incluye: la agricultura y el comercio de productos agrícolas, los productos del suelo, de la ganadería y de la pesca, así como subproductos obtenidos en la elaboración primaria. Establece además que el funcionamiento y creación del Mercado Común para productos agrícolas tiene que ir acompañado del establecimiento de una política agrícola común.

El artículo 39 especifica cinco objetivos de la PAC: au-

-mentar la productividad agrícola por medio del adelanto técnico; asegurar un nivel de vida equitativo para la población rural, particularmente elevando los ingresos de los trabajadores del campo; estabilizar los mercados; - garantizar suministros; y asegurar precios razonables. Para lo cual se especifican que se deberán instrumentar políticas comunes de mercadotecnia para todos los productos; una política común para el comercio exterior que - sustituya las políticas comerciales nacionales existentes; controles y dispositivos reguladores mediante un sistema de impuestos variables a la importación, y una política para la modernización y el mejoramiento de la estructura de la agricultura. Los reglamentos para productos agropecuarios específicos empezaron a ser aprobados por la Comisión a partir de 1962 y actualmente incluyen cereales, pollería, huevo, frutas, hortalizas, azúcar, vino y miel, entre otros.⁵

La Comunidad y el Tercer Mundo.

El Convenio de Lomé.

De acuerdo al décimo punto del artículo 3 del Tratado de Roma, los países y territorios de ultramar, colonias y ex-colonias de países miembros de la CEE, Francia, Bélgica, Italia y Países Bajos, fueron incorporados a la Comunidad. Esta asociación quedó establecida a través de los Convenios de Yaundé (1963) y los dos Convenios de Lomé -- firmados en 1975 y 1979. En diciembre de 1984, 66 países de África, el Caribe y el Pacífico (los "países ACP")⁶ -

firmaron con la Comunidad, un nuevo convenio de cinco años de duración (1985-1990), el cual contiene actualmente, a grandes rasgos, los siguientes puntos:

- Cooperación comercial. El 99.5% de las exportaciones de los países ACP (cuyo comercio se realiza en un 40% con la Comunidad) puede entrar en ésta libre de derechos de aduana.

- Estabilización de los ingresos por exportación.

El "STABEX", que constituye el instrumento más original del Convenio, garantiza a los países ACP unos niveles mínimos para los ingresos que obtienen de sus exportaciones de cuarenta y ocho productos básicos a la Comunidad, dado que dichas exportaciones representan una fracción significativa de sus ingresos globales.

- Cooperación financiera y técnica. Incluyendo el programa "STABEX", la Comunidad, en cuanto tal, destinará entre 1985 y 1990 un total de 8 500 millones de ECUS a la cooperación financiera y técnica con los países ACP. El FED, Fondo Europeo de Desarrollo, contribuye a la financiación del desarrollo de los países ACP, pero no por proyectos aislados, sino por programas formulados de manera conjunta. Hay que añadir además las intervenciones del Banco Europeo de Inversiones (BEI) en industrias, agroindustria, minería, turismo e infraestructuras productivas (telecomunicaciones, puertos, conducción de aguas, etc.), incluida la energía. El BEI otorga estos préstamos, en primer lugar, con recursos propios, formados básicamente por empréstitos tomados en el mercado de capitales; estos préstamos gozan de una bonificación a cargo del FED, de forma que su tipo de interés oscila entre el 5 y el 2%.

Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

El origen del sistema generalizado de preferencias se remonta a 1963. En dicho año y en el marco del GATT, los ministros de la Comunidad Europea sugirieron la concesión de un trato preferencial a los productos manufacturados o semi-elaborados de los países del Tercer Mundo. Pero hubo que esperar hasta 1968, hasta la segunda Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), celebrada en Nueva Delhi, para llegar a un acuerdo sobre la creación de un sistema generalizado de preferencias. Aun así, se necesitaron dos años para definir los principales aspectos concretos del sistema. A partir de 1970, los países industrializados fueron perfilando progresivamente su esquema de aplicación. La Comunidad Europea fue la primera en aplicarlo, en julio de 1971, seguida de Japón un mes más tarde, de los restantes países industrializados de Occidente y, por último, de Estados Unidos, en 1976.

Inicialmente se preveía un periodo de diez años, que coincidía con la derogación aprobada por el GATT, pero esta vigencia se prolongó sin condiciones durante las negociaciones comerciales internacionales de la Ronda Tokio, en 1979: el sistema generalizado de preferencias se había convertido entre tanto en un elemento normal del comercio internacional.

La Comunidad ha abierto el sistema a todos los países miembros del "Grupo de los 77"⁷, es decir, a todos aquellos calificados como países en vías de desarrollo en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, así como a territorios o países que dependen de Estados miembros o de terceros países, por ejemplo: Hong-Kong, Macao o la Oceanía australiana. Además, la Comunidad abre su esquema a otros países en vías de desarrollo que lo solicitan, analizando

individualmente cada caso. De este modo, Rumania, desde 1974, y China, desde 1980, se benefician del esquema comunitario, con excepciones para algunos productos. En total, el esquema europeo se aplica a 128 Estados independientes y a más de 20 territorios dependientes.

Estas preferencias son no discriminatorias y autónomas: no discriminatorias, pues se otorgan a todos los países en vías de desarrollo; autónomas, pues no nacen de una negociación con cada país beneficiario. Y tampoco son recíprocas, pues los países beneficiarios no están obligados a conceder franquicias aduaneras a la Comunidad.

Los principios básicos del esquema comunitario de preferencias son:

- Para cierto número de productos agropecuarios, al natural, semielaborados o elaborados (Cap. 1 al 24 de la tarifa de importación), aplicación de ventajas preferenciales selectivas (aranceles reducidos o exención del arancel).

- Para la mayor parte de los productos industriales (a partir del Cap. 25 de la tarifa) exención total del arancel.

América Latina.

La Comunidad Europea mantiene con países y regiones de América Latina acuerdos e intercambios comerciales muy importantes. Así, la CEE es el segundo proveedor y cliente de América Latina -el primero es E.U.- y un 20% del comercio exterior latinoamericano se lleva a cabo con la Comunidad. (Ver Cuadro 15).

La balanza comercial de la CEE con Latinoamérica presenta tradicionalmente, salvo raras excepciones, un saldo negativo para la Comunidad (ver Cuadro 16).

Entre los Estados miembros de la CEE, la R.F.A. es, a la vez, el mayor cliente y el mayor proveedor de América Latina, en segundo lugar se encuentran Italia y Francia -- (ver Cuadro 17). Europa importa en su mayor parte materias primas, productos agrícolas -sobre todo de origen tropical- y energéticos principalmente y América Latina por su parte adquiere de aquella principalmente alta tecnología, productos industriales y productos manufacturados (ver Cuadro 18).

En conclusión, la CEE es un atractivo mercado para los productos de los países del tercer mundo en el cual, debido a la formación paulatina del mercado común, ha habido una ampliación de la demanda de productos de interés para los países en desarrollo y por la aplicación del Sistema Generalizado de Preferencias.

El ingreso de España y Portugal en la Comunidad en -- 1986, contribuirá sin duda a acrecentar las relaciones políticas entre Europa y América Latina. Los dos países ibéricos aportan a la Comunidad un considerable legado de -- vínculos históricos y culturales que mejorarán el contexto actual y que influirán en el desarrollo de las relaciones comerciales euro-latinoamericanas.

CUADRO 15

REPARTO GEOGRÁFICO DE LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES DE LATINOAMÉRICA
(En %)

País o Grupo de Países	Exportaciones de Latinoamérica			Importaciones de Latinoamérica		
	1981	1982	1983	1981	1982	1983
CEE (los 10)	19.8	20.8	21.2	17.4	16.8	18.5
España-Portugal	4.6	4.3	4.6	2.3	2.6	2.3
Estados Unidos	35.8	39.3	43.3	39.8	37.6	40.0
Japón	6.9	7.0	7.3	10.2	10.7	13.5
Otros intercambios (incluidos los intercambios al interior de América Latina)	32.9	28.6	23.6	30.3	32.3	25.7

FUENTE: EUROSTAT.

CUADRO 16

EVOLUCIÓN DE LOS INTERCAMBIOS ENTRE LA COMUNIDAD Y LOS
PAÍSES DE LATINOAMÉRICA (1) , DE 1958 A 1984
(En Millones de ECUS) (2).

Año	Importaciones de la CEE	Exportaciones de la CEE	Balanza Comercial de la CEE con América Latina
1958	2 637	2 180	- 457
1963	3 452	2 168	- 1 284
1972	4 610	4 559	- 51
1977	11 057	10 737	- 320
1980	16 028	14 206	- 1 822
1981	18 692	18 036	- 656
1982	20 722	16 152	- 4 570
1983	20 298	10 996	- 9 302
1984	23 833	12 902	-10 931

FUENTE: EUROSTAT.

(1) 19 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colom---
-bia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, --
Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicara-
-gua, Panamá, Paraguay, Perú, República --
Dominicana, Uruguay, Venezuela.

(2) 1 ECU = 0.83 dólares.

CUADRO 17

INTERCAMBIOS DE LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA CEE
CON LATINOAMÉRICA

(En Millones de ECUS)

1984

País	Importaciones	Exportaciones
Alemania	6 914	5 085
Francia	3 764	2 421
Italia	4 410	2 215
Países Bajos	3 303	768
Bélgica-Luxemburgo	1 902	528
Reino Unido	2 796	1 483
Irlanda	80	130
Dinamarca	488	245
Grecia	178	12

FUENTE: EUROSTAT.

CUADRO 18

ESTRUCTURA DE LOS INTERCAMBIOS CEE/LATINOAMÉRICA
1984 (En %)

Clase de Productos	Importaciones de la CEE procedentes de América Latina	Exportaciones de la CEE a América Latina
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	38	5
Materias primas	18	1
Productos energéticos	24	1
Aceites, grasas y ceras	1	0
Productos químicos	2	17
Maquinaria y material de transporte, artículos manufacturados	15	56
Otros productos, manufacturados o no	2	20
	100	100

FUENTE: EUROSTAT.

DESCRIPCIÓN DE LAS PECULIARIDADES DEL MERCADO.

Después de haber hecho una sucinta reseña histórica de la CEE y su importancia como mercado para los países en desarrollo, como México, en este punto se analizarán las peculiaridades del mercado europeo referentes a las características de la demanda de miel de abeja las cuales reflejan asimismo, como se verá más adelante, los cambios que ha traído consigo el desarrollo del mercado comunitario.

Como se analiza más detalladamente en el punto dos del presente capítulo, la CEE es el principal importador de miel de abeja en el mundo y tiene el consumo per cápita más elevado. Los factores que explican este consumo tan elevado y el constante aumento de la demanda desde la década de los cuarenta y por lo cual lo hace el principal mercado de exportación, se pueden agrupar en tres tipos:

- 1) Económicos: El éxito comunitario se ha visto reflejado en un dinámico crecimiento del producto y del ingreso per cápita. Según datos de la O.N.U., la tasa de crecimiento del P.I.B. de la CEE ha sido:

1960-70	1970-75	1975-80	1980-85
5.3 %	3.1 %	3.0 %	2.4 %

Como se puede ver en la primera década después de firmarse el Tratado de Roma el crecimiento fue acelerado. En el mismo periodo de 1960-70 la economía norteamericana creció 4%, la canadiense 5% y la británica poco --

menos del 3%. Sin embargo, a partir de 1970 el crecimiento ha sido más lento, como es de esperarse después de un gran auge, estabilizándose entre 3 y 2% anual. El ingreso per cápita que en 1970 era de 2 460 dólares, en 1985 fue de 8 310 dólares, un incremento de más del 300% lo cual refleja también un acelerado mejoramiento en las condiciones de vida de la población al cual hay que agregar los beneficios de la seguridad social que, en conjunto, colocan a la CEE con los más altos niveles de vida del mundo.

El índice de crecimiento económico de la Comunidad en general ha sido mucho más notable en los sectores industriales que en los rurales; y es precisamente en estas zonas industriales en donde se ha producido un crecimiento coetáneo de la demanda de más y mejores alimentos dentro de los cuales la miel de abeja ocupa un primer lugar por su alto valor energético y nutritivo.

Sin embargo, esto aun cuando se expresa en términos generales, existen discrepancias en cuanto a asociar un alto ingreso con un alto consumo de miel.

Se puede tomar el caso de Grecia que ocupa el noveno lugar dentro de la Comunidad en materia de ingreso pero su consumo de miel per cápita lo coloca en segundo lugar después de la R.F.A.; y la R.F.A. a su vez, ocupa el segundo lugar dentro de la CEE en ingreso pero es el primer consumidor de miel.

Lo cual lleva a afirmar que en general, el alto consumo es una combinación de factores económicos y culturales que se detallarán más adelante, lo cual explica de manera conjunta las peculiaridades del mercado de la miel de abeja en la CEE.

- 2) Desarrollo de los Supermercados: La creación de cadenas de supermercados en Europa ha sido un factor deter-

-minante para mejorar la distribución de miel envasada y en panal, sobre todo en las zonas industriales, lo cual ha permitido poner a disposición del consumidor un abastecimiento seguro y más rápido del producto.

Los supermercados de alimentos fueron exclusivamente norteamericanos hasta los años cincuenta, pero a partir del establecimiento del mercado común europeo, la modernización de los canales de distribución de los alimentos fue a la par de las necesidades de adecuarlos a la nueva realidad comercial que empezaba a desarrollarse.

El crecimiento del autoservicio en varios países ha sido especialmente rápido a partir de 1960. La R.F.A. que en 1948 no tenía tienda alguna de autoservicio contaba con 1 380 de ellas en 1956, y con 30 680 en 1970. Reino Unido tenía en 1948, 130 tiendas de autoservicio, cerca de 3 000 en 1956, y 10 000 en 1970. Italia tenía en 1962, 206, y actualmente cuenta con 1 223 establecimientos de este tipo y Francia en 1962 contaba con solo 140 y a la fecha tiene 6 grandes cadenas.

Los supermercados de Europa son tiendas con una extensión mínima de 4 000 pies cuadrados (370 m²) y venden todo un surtido completo de alimentos.

Para la venta de miel de abeja, los dueños de los supermercados europeos cuentan con abastecimientos abundantes y regulares, buenos transportes y una propaganda y promoción eficaz instrumentada generalmente en forma conjunta con el envasador.

Estos adelantos en el mercadeo de productos agropecuarios ha permitido una mejor y más eficiente distribución de la miel.

3) Condicionantes Culturales: Como se explicaba en el Capítulo I, existen ciertos aspectos culturales o socia-

-les que en ocasiones condicionan el comportamiento o las características que adquiere la demanda para un producto en un mercado determinado. En el estudio de caso que se trata en la presente investigación, el alto consumo de miel que tiene la CEE si bien es cierto que se asocia a factores económicos y a un mejoramiento en los sistemas de comercialización expuestos en los puntos -- anteriores, no se puede dejar de lado ciertos aspectos culturales que determinan también fuertemente la demanda del producto en cuestión en este mercado.

Estos aspectos extra-económicos se relacionan básicamente con dos puntos:

- La comida tradicional europea incluye en algunos --- casos a la miel de abeja como ingrediente básico. A -- diferencia de otros países, en Europa las carnes sue-- len ser preparadas o acompañadas con salsas que in-- cluyen a la miel como aderezo; en la pastelería y la repostería casera también es un elemento básico.

- La apicultura y el consumo de miel tienen en Europa - una larga tradición que se remonta a los orígenes del cristianismo. Por una parte, la miel fue considerada sagrada por la Iglesia medieval y las colonias de abe-- jas fueron tomadas como modelo de organización de la jerarquía eclesiástica. Ambos conceptos aun cuando -- fueron desapareciendo a lo largo del tiempo, han deja-- do sin embargo, una huella cultural determinante en el pueblo europeo, y actualmente sigue teniendo en -- alta estima a la miel y la práctica de la apicultura como pasatiempo.

Así, la conjunción de todos estos elementos explican -

en gran parte el porqué este mercado es tan atractivo para los países subdesarrollados productores de miel de abeja.

2. ANALISIS DE LA DEMANDA.

En el Cuadro 19 se muestra el volumen de las importaciones mundiales de miel de abeja por regiones; como se puede apreciar de 1980 a 1986 aquellas han tenido un crecimiento ininterrumpido. De 1972 a 1986, las compras mundiales de miel se incrementaron 85%, así se pasó de 153 572 toneladas a 284 055 toneladas lo que representa una tasa media de crecimiento anual del 5%.

Como se ve en el Cuadro, Europa es el principal centro consumidor de miel las compras de esta región han venido representando en el periodo que se analiza el 65.6% de las importaciones mundiales.

Desagregando, la CEE (ver Cuadro 20) absorbe el 82.3% de las compras europeas y el 54% del total mundial. De 1972 a 1986 la tasa media de crecimiento anual de las importaciones del mercado común ha sido de 6.3%. Así se pasó de 75 308 a 158 118 toneladas importadas; del Cuadro 20 se puede deducir que las fluctuaciones negativas que se observan en los años de 1974, 1976, 1980, 1983 y 1984 corresponden a periodos de buenas cosechas en Europa.

En el Cuadro 21 se muestra el volumen de importaciones de la CEE por país de origen. Como se puede ver los princi

CUADRO 17

 IMPORTACIONES MUNDIALES DE MIEL DE ABEJA POR REGIONES 1972-1986
 (Toneladas)

Regiones	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Europa	105 453	99 137	86 962	102 413	104 943	109 819	119 474	144 506
América del Norte y Central	18 267	5 786	11 910	22 239	32 060	23 244	26 229	27 274
Asia	25 630	27 376	16 918	21 409	27 222	29 644	30 321	30 260
África	3 741	4 306	3 311	2 363	17 358	13 332	1 923	444
América del Sur	287	161	143	51	120	320	272	216
Oceanía	148	152	151	131	154	162	264	161
Total Mundial	153 572	146 592	129 414	149 602	163 857	161 492	177 375	202 930

CUADRO 19

(Continuación)

Regiones	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Europa	144 571	154 732	162 962	149 330	151 744	170 033	184 620
América del Norte y Central	22 972	37 644	42 591	50 232	38 931	43 132	74 126
Asia	26 895	34 325	28 168	43 045	44 271	30 807	44 237
África	205	4 561	3 162	2 584	2 375	135	208
América del Sur	187	637	743	743	619	471	459
Oceanía	161	172	166	162	99	163	145
URSS	-	-	-	-	-	301	230
Total Mundial	195 091	230 472	247 904	249 046	291 219	279 064	284 036

FUENTE: Anuario de Comercio, F.A.O., años 1974, 1975, 1976, 1982, 1984 y 1986.

CUADRO 20

IMPORTACIONES DE MIEL DE ABEJA DE LA
COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA/^{a, b, c}

Año	Toneladas
1972	75 308
1973	78 310
1974	64 146
1975	84 584
1976	82 391
1977	87 342
1978	99 050
1979	118 581
1980	117 905
1981	132 694
1982	139 722
1983	130 316
1984	129 377
1985	144 137
1986	158 118

FUENTE: Con base en datos de importación de países especificados en los subsiguientes cuadros.

a/ Incluye España y Portugal.

b/ Las cifras que se dan pueden presentar una doble contabilidad por las importaciones intracomunitarias, como en el caso de la R.F.A. que reexporta a otros países miembros aproximadamente el 15% de la miel importada. En este sentido las cifras sólo son estimaciones.

c/ Se excluyen las cantidades comercializadas en el puerto franco de Hamburgo.

CUADRO 21

COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA: IMPORTACIONES DE MIEL DE ABEJA
 POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1986
 (Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
México	17 367	28 032	34 114	29 243	28 118	29 427	25 975	36 383
China	8 388	21 066	23 801	28 923	27 194	14 620	13 293	28 171
URSS	2 121	4 509	7 292	8 969	6 248	11 363	13 188	6 959
Argentina	9 263	18 247	15 869	15 843	14 899	10 129	18 747	18 837
Australia	6 425	8 009	4 592	10 992	9 368	6 683	10 536	9 363
Hungría	4 165	3 816	6 618	5 932	5 761	7 415	5 331	7 520
Rumania	2 913	3 079	2 884	2 615	2 398	3 732	2 770	2 502
Cuba	6 432	2 359	3 050	3 877	3 323	5 378	4 358	3 209
Canadá	845	3 550	2 959	2 869	2 592	2 949	2 197	1 792
Subtotal	57 910	92 667	101 179	109 163	99 901	91 696	96 395	114 736
Otros Países	26 665	25 238	31 515	30 559	30 415	37 681	47 742	43 382
Total	84 584	117 905	132 694	139 722	130 316	129 377	144 137	158 118

FUENTE: Con base en datos de importación de países especificados en los subsiguientes cuadros.

-pales abastecedores de miel de abeja son por orden de importancia: México, China, Argentina, URSS, Australia, -- Hungría, Cuba, Rumania y Canadá, los tres primeros aportan el 45% de las importaciones comunitarias. De 1970 a 1979 - México era el principal proveedor de miel; sin embargo, a partir de 1979 con la aparición de China y la URSS como -- abastecedores de mieles de bajo costo la competencia se ha intensificado entre estos tres países para absorber la mayor parte de las compras comunitarias. Así, como se puede comprobar en el mismo Cuadro 21, en 1975 México aportaba - el 20.5% de las importaciones totales en 1986 aporta el -- 23%, un aumento de solo 2.5 puntos porcentuales, pero China en 1975 aportaba sólo el 10% y en 1986 controla el 18% de las importaciones totales, es decir, un aumento del --- 100%, así pasó de 8 388 a 28 171 toneladas. La URSS y Argentina también han aumentado aunque más moderadamente su participación como abastecedores de este producto; en 1975 el primero participaba con el 2.5% del total y el 4.4% en 1986; el segundo, en 1975 participaba con el 11% de las -- importaciones y en 1986 con el 12%. Australia, Hungría, Cuba, Rumania y Canadá abastecen el 27% de las importaciones comunitarias.

En 1986 hubo un incremento considerable en el volumen de compras debido al accidente de Chernobyl lo cual produjo un aumento en la demanda de miel "confiable" no contaminada sobre todo para reponer y crear stocks. Así la -- URSS en 1986 hizo envíos a la CEE por sólo 6 959 toneladas, China en ese año aumentó en 100% sus suministros y a México le correspondió un volumen récord de 36 383 toneladas.

La CEE combina un ingreso per cápita elevado con una sólida tradición cultural en materia de hábitos de aliment-

-tación lo cual ha traído como consecuencia un aumento --- constante en el consumo per cápita de miel de abeja. A esto se añade que aún cuando la R.F.A. , Francia, Grecia, Italia, Reino Unido, Irlanda y España tienen una apicultura desarrollada los niveles de producción tienen un lento crecimiento (ver Cuadros subsiguientes de consumo aparente por país miembro), los cuales no alcanzan a cubrir tasas crecientes de consumo de ahí el constante crecimiento de las importaciones.

Análisis de la Demanda por País.

R.F.A.: La R.F.A. es el principal país importador de miel de abeja de la CEE y del mundo. Posee una apicultura muy desarrollada practicada por profesionales, semiprofesionales y aficionados esto le permite ser el primer productor de miel de Europa Occidental.

Como puede verse en el Cuadro 22, la R.F.A. tiene el consumo per cápita más elevado de la CEE y del mundo (1.4 Kg.) y en los últimos 10 años ha tenido un crecimiento sostenido.

De 1975 a 1986 las importaciones se elevaron 72%, así estas pasaron de 50 761 tons. a 87 322 tons. . Por si sola la R.F.A. absorbe en promedio el 55.8% de las importaciones comunitarias de miel, es decir, de 1975 a 1986 ha realizado compras en promedio de 66 205.5 tons. anuales. Sin embargo, parte de estas importaciones son reexportadas a granal o reenvasada y enviada a los demás países miembros de la Comunidad, principalmente Países Bajos, Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca e Italia.

CUADRO 22

REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	8 800	50 761	1 987	57 574	931
1976	22 000	50 078	1 999	70 079	1 139
1977	16 500	51 241	2 441	65 300	1 064
1978	13 200	57 656	3 801	67 055	1 094
1979	9 000	62 146	6 341	64 805	1 056
1980	11 000	65 597	8 296	68 301	1 110
1981	14 000	74 723	12 986	75 737	1 228
1982	18 400	75 830	12 960	81 270	1 318
1983	19 000	66 386	9 409	75 977	1 237
1984	18 000	73 951	10 378	81 573	1 333
1985	10 900	78 787	13 908	75 779	1 211
1986	12 000	87 322	16 235	83 087	1 400

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., 1975 a 1986.

En el Cuadro 23 se indica el volumen de importaciones por país de origen. México tradicionalmente es el primer abastecedor de ese país; de 1980 a 1986 mantuvo su participación en un 29% del total aún cuando aumentó el volumen. China aumentó su participación de 14% a 20% en 1986; en 1983, 1984 y 1985 se observan variaciones debido a problemas de calidad, en esos años se rechazaron importaciones provenientes de ese país. Otros proveedores de importancia son: Argentina, Hungría y Australia; el primero perdió participación en el volumen total en 1986 y los dos últimos la mejoraron. También en los dos últimos años del periodo que se analiza aumentaron de una manera sorprendente el número de países proveedores del producto, destacándose la participación de Nueva Zelandia y Bulgaria que anteriormente no tenían una participación significativa pero en 1986 ambos suministraron 2 614 tons. .

Reino Unido: El Reino Unido es el segundo importador de miel de la CEE, de hecho junto con la R.F.A. ambos países absorben el 70% de las importaciones totales del mercado común europeo.

El Reino Unido aún cuando tiene un sector apícola desarrollado desde 1978 enfrenta problemas de disminución en su producción nacional de miel de abeja (ver Cuadro 24) debido a condiciones climáticas adversas y al cambio de los modelos de cultivo agrícola que se ha reflejado en una disminución en el número de colonias (ver Cuadro 25); para 1986 se estima que solo posee el 88% de las colonias que tenía en 1979.

Las cifras de producción de F.A.O. para 1985 y 1986 se consideran muy altas, otras fuentes indican que el volumen real obtenido en esos años fue de 1 026 y 1 251 tons. respectivamente. Debido a estos factores en los úl-

REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA,
POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1986
(Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
México	13 502	19 054	23 236	21 958	18 092	21 459	18 039	26 124
URSS	1 556	2 760	4 823	7 023	3 722	10 176	11 901	5 892
China	7 359	14 884	17 128	18 303	16 773	9 724	7 116	17 612
Hungría	2 016	1 751	2 654	2 429	2 648	4 296	335	4 021
Argentina	7 028	7 514	7 208	7 344	5 888	4 256	11 033	10 357
Cuba	4 107	1 344	1 587	1 893	1 356	2 462	3 138	2 161
Polonia	-	98	17	70	-	2 361	3 640	751
Rumania	2 511	2 596	2 320	1 922	1 558	2 033	1 787	628
Checoslovaquia	1 478	102	401	515	633	1 657	2 482	1 341
Canadá	-	1 571	1 596	1 581	1 351	1 643	1 385	1 548
Sueterala	2 235	2 214	2 269	1 720	1 368	1 720	1 365	1 677
El Salvador	816	1 872	1 964	1 468	1 887	1 580	1 102	1 117
Turquía	-	116	84	401	1 095	1 328	460	1 916
Chile	928	629	561	250	1 219	1 143	1 776	1 038
Uruguay	-	559	1 509	1 030	1 231	1 121	1 321	2 037
Bulgaria	-	165	659	831	1 911	1 106	751	1 263
Grecia	660	1 209	1 953	923	407	1 027	365	85
Australia	-	1 786	785	2 193	1 675	818	3 288	3 760
Yugoslavia	-	-	73	90	273	687	920	793
Francia	724	586	433	615	508	627	591	596
España	828	541	653	594	345	552	497	652
E.U.	1 433	2 170	827	732	514	447	416	417
Honduras	-	142	249	187	248	223	21	31
Nueva Zelanda	-	205	264	310	322	220	948	1 451
Costa Rica	-	145	116	100	168	171	138	32
Italia	-	169	140	166	188	310	150	218
Países Bajos	-	-	-	-	-	-	247	147
Bélgica-Luxemburgo	-	-	-	-	-	-	146	204
Noruega	-	-	-	-	-	-	214	102
Dinamarca	-	-	-	-	-	-	36	40
Reino Unido	-	-	-	-	-	-	150	30
Suecia	-	-	-	-	-	-	11	9
Suiza	-	-	-	-	-	-	14	4
Japón	-	-	-	-	-	-	69	115
Haití	-	-	-	-	-	-	12	20
República Dominicana	-	-	-	-	-	-	11	0
Nueva Guinea	-	-	-	-	-	-	12	20
Otros Países	3 821	711	574	597	515	467	40	36
Total	50 761	65 597	74 723	78 820	66 283	73 950	75 789	87 327

FUENTE: 1975-1984: "Miel: Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD/GATT. Ginebra 1986.

1985-1986: "Le Marche du Miel en Allemagne". Août 1987. Centre Français du Commerce Extérieur, Paris.

CUADRO 24

REINO UNIDO: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	2 875	17 476	948	19 403	347
1976	1 760	13 693	2 196	13 257	236
1977	2 340	17 216	1 107	18 449	328
1978	900	16 962	1 406	16 456	293
1979	1 950	17 973	1 542	18 381	327
1980	1 214	16 952	1 186	16 980	302
1981	1 500	18 675	854	19 321	343
1982	1 500	19 783	1 184	20 099	357
1983	1 500	21 579	1 118	21 961	390
1984	1 500	19 324	1 376	19 448	344
1985	1 500	21 175	1 438	21 237	393
1986	1 500	21 377	1 111	21 766	401

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., 1975 a 1986.

CUADRO 25

REINO UNIDO: NÚMERO DE COLONIAS DE ABEJAS

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Inglaterra	160 986	159 253	160 198	165 476	169 006	177 650	179 461	162 548
Gales	14 061	16 129	16 137	15 873	15 874	15 418	15 455	12 885
Escocia	41 558	41 558	41 558	41 558	42 156	42 156	42 156	16 861
Irlanda del Norte	3 000	2 500	2 000	1 900	2 000	2 500	1 400	850
Total Reino Unido	219 605	219 440	219 893	224 807	229 036	237 724	238 472	193 144

FUENTE: Inglaterra y Gales: National Beekeeping Specialist,
 Escocia: East of Scotland College of Agriculture,
 Irlanda del Norte: Horticulture Division.

-timos 10 años Reino Unido ha mantenido un volumen constante de importaciones de aproximadamente 18 515 tons. anuales lo que representa el 16% de las importaciones totales comunitarias.

Como lo indica el mismo Cuadro 24 el consumo aparente pasó en 1975 de 19 403 tons. a 21 766 tons. en 1986 un aumento del 12%; el consumo per cápita es elevado, en 1975 era de 347 grs. y en 1986 es de 401 grs. .

En el Cuadro 26 se muestran los principales proveedores de miel del Reino Unido.

Australia tradicionalmente es el primer proveedor debido a su posición privilegiada por pertenecer al Commonwealth, - aún cuando en 1986 se observa una disminución en el volumen importado de ese país. México es el segundo abastecedor y de 1975 a 1986 mejoró su participación así pasó de un 15% (2 611 tons.) a 29.8%(6 365 tons.) en el volumen total respectivamente.

China es el tercer abastecedor y también mejoró su participación pasó en 1975 de un 2.6% (458 tons.) a un 33% ---- (7 138 tons.) en 1986. Argentina hasta 1981 era un importante proveedor de miel, sin embargo debido a la Guerra de las Malvinas los envíos han cesado por completo. Rumania en 1986 absorbió el 5.6% de las importaciones y se prevé que en los próximos años mantendrá esta participación.

Italia: Italia es el tercer país importador del producto en cuestión de la CEE; también tiene una apicultura desarrollada la cual se practica en todo el país, pero sus principales regiones productoras son las del Norte, Piemonte, Lombardía y Emilia Romagna y las islas de Cerdeña y Sicilia; así tiene un volumen de producción en promedio de 6 000 tons. anuales (ver Cuadro 27). Sus importaciones aún

CUADRO 26

REINO UNIDO: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA,
POR PAIS DE ORIGEN 1975-1986
(Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986 ^a
Australia	5 891	4 985	3 329	7 142	6 515	4 584	5 966	4 081
México	2 611	3 763	5 892	1 087	4 833	4 112	5 754	6 368
Cuba	1 686	248	232	505	583	1 098	100	-
Europa	1 531	-	-	-	-	-	34	-
Argentina	1 024	1 475	1 026	578	82	-	-	-
Hungría	931	468	1 076	1 031	718	590	511	278
Brasil	741	-	-	-	-	-	-	17
Canadá	506	461	419	383	610	496	555	593
Bulgaria	486	107	-	199	-	1 596	806	575
China	458	2 910	2 573	4 259	5 680	2 707	4 646	7 138
Nueva Zelanda	303	312	156	118	110	154	242	38
Chile	282	170	127	115	119	54	98	35
Belize	142	104	137	138	61	138	158	122
R.F.A.	100	325	2 424	2 531	1 376	1 407	796	258
Rumanía	99	-	52	47	-	295	608	1 205
Países Bajos	-	140	297	106	136	584	369	2
Guatemala	-	73	205	186	96	222	141	293
E.U.	-	92	25	37	15	163	8	12
Honduras	-	156	87	-	35	82	19	20
UESS	-	253	165	275	91	39	44	-
Malasia	-	257	-	-	-	-	-	-
Irlanda	-	-	-	-	-	-	78	99
Grecia	-	-	-	-	-	-	49	48
Francia	-	-	-	-	-	-	14	7
Polonia	-	-	-	-	-	-	4	3
El Salvador	-	-	-	-	-	-	92	41
Otros Países	506	623	423	392	469	370	107	55
Total	17 474	16 952	18 675	19 763	21 579	19 324	21 169	21 337

a/ Preliminar.

FUENTE: 1975-1984: "Miel: Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD/GATT, Ginebra 1986.

1985-1986: "Le Marché du Miel en Grande Bretagne". Août 1987. Centre Français du Commerce Extérieur, Paris.

CUADRO 27

ITALIA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	4 000	929	424	4 505	81
1976	6 000	1 109	502	6 607	128
1977	6 500	2 850	303	9 047	162
1978	3 800	3 714	318	7 196	128
1979	3 900	10 100	333	13 667	243
1980	4 000	8 648	344	12 304	218
1981	7 500	10 572	428	17 644	312
1982	7 600	10 890	313	18 177	321
1983	7 700	9 427	294	16 833	296
1984	7 876	9 028	274	16 630	292
1985	6 000	12 690	252	18 438	358
1986	8 200	10 741	368	18 573	321

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

cuando han variado de 1975 a 1986 han representado el 6% de las importaciones totales de la CEE; sus reexportaciones son mínimas y el consumo aparente ha aumentado a partir de 1979, en este año era de 13 667 tons. y en 1986 se situó en 18 573 tons. , un aumento del 36% ; el consumo per cápita , salvo variaciones en 1983 y 1984, ha venido aumentando situándose en el promedio de los demás países integrantes de la CEE.

En el Cuadro 28 se muestran las importaciones por país de origen. Argentina es el primer abastecedor y de 1980 a 1986 ha mantenido su participación. La R.F.A. es el segundo proveedor pero estos volúmenes son reexportaciones de mieles provenientes de países en desarrollo. Hungría y Yugoslavia por cercanía geográfica les corresponde el 21% de las compras hechas por Italia. Se puede notar que Yugoslavia ha mejorado notablemente su participación ya que pasó de solo 23 tons. en 1981 a 1 132 tons. en 1986. México por el contrario ha perdido prácticamente el mercado italiano. Como se puede apreciar en el mismo Cuadro en 1980 era el segundo abastecedor después de Argentina, sin embargo a partir de 1982 hay un notable descenso en las compras hechas a este país hasta alcanzar en 1986 sólo 211 tons. . Es claro que esta pérdida en la participación en las importaciones totales representó un aumento por otro lado en la de Hungría, R.F.A. y Yugoslavia.

Francia: Francia es el cuarto importador de miel de la CEE. Sin embargo, dada la importancia del sector agropecuario dentro de la economía de ese país⁸, es el único de la CEE que aplica un sistema de contingentes a las importaciones de miel con objeto de proteger la producción nacional.

Francia tiene un importante sector apícola; cuenta actual-

CUADRO 26

ITALIA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA, POR PAÍS DE ORIGEN 1980-1986
(Toneladas)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Argentina	4 849	5 211	4 279	4 868	3 877	4 851	4 741
F.F.A.	693	954	2 478	1 631	2 135	3 408	2 561
Hungría	494	1 231	640	424	708	1 428	1 098
Yugoslavia	-	29	31	42	707	917	1 132
México	1 238	1 357	246	610	442	210	211
Rumanía	75	101	212	218	436	309	252
Países Bajos	67	192	595	248	322	413	231
Jamaica	75	163	557	315	178	-	-
Francia	27	83	19	6	94	93	74
Australia	242	154	273	161	39	541	158
Bulgaria	30	140	172	49	16	71	15
Chile	120	15	-	16	34	-	-
UNES	92	161	179	300	20	35	-
China	53	22	29	269	10	21	16
España	109	185	37	21	4	21	52
Uruguay	6	371	254	39	1	19	61
Colombia	163	-	-	-	-	-	-
Otros Países	109	141	137	62	195	345	129
Total	6 647	10 570	10 889	9 427	9 028	12 673	10 741

FUENTE: 1980-1984: "Miel: Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD-GATT, Ginebra 1986.

1985-1986: "Le Marche du Miel en Italie". Aout 1987. Centre Français du Commerce Extérieur, Paris.

-mente con un millón de colonias de las cuales un 90% viven en colmenas modernas. La densidad de las colonias de abejas es de $2/\text{Km}^2$, por lo cual se considera que la explotación -- apícola es insuficiente y ha tendido a expandirse. Como -- puede verse en el Cuadro 29 el comportamiento de las importaciones guarda estrecha relación con la política de restricciones cuantitativas que sigue Francia; las importaciones se restringen en años de buenas cosechas nacionales y se amplían cuando los niveles obtenidos son desfavorables. Francia de 1975 a 1986 ha absorbido el 6% de las importaciones de la CEE, es decir ha realizado compras en promedio de 7 264 tons. . El consumo aparente ha venido aumentando desde 1975, en 1986 es de 29 961 tons.; el consumo per cápita se ha elevado de 278 grs. en 1975 hasta 536 grs. en 1986.

En el Cuadro 30 se muestran los principales abastecedores de este país integrante de la CEE.

México entre 1980 y 1983 se ubicó como el principal proveedor de miel, pero en 1984 disminuyó su participación por el aumento de los volúmenes adquiridos a Hungría , segundo proveedor de Francia.

BENELUX: El BENELUX de 1975 a 1986 ha venido absorbiendo el 10% de las importaciones de miel de abeja de la CEE; en promedio 11 890 tons. anuales. En estos países como la producción nacional es sumamente modesta, el alto consumo se satisface a través de compras externas.

Aun cuando no se tienen datos de Países Bajos ni de Bélgica, en Luxemburgo existen actualmente 12 039 colonias de abejas (ver Cuadro 31) que producen aproximadamente 40 Kg. por colmena.

De 1975 a 1986 Países Bajos ha incrementado de forma sorprendente sus importaciones de miel, en un 129.6% en 1975

CUADRO 29

FRANCIA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	10 000	5 770	1 082	14 688	278
1976	15 239	5 620	938	19 921	377
1977	8 394	5 074	1 070	12 398	233
1978	9 465	7 395	1 059	15 801	296
1979	14 400	7 678	1 169	20 909	390
1980	10 063	6 870	1 336	15 597	289
1981	12 500	7 496	1 432	18 564	343
1982	25 000	8 255	1 567	31 688	582
1983	19 000	8 323	2 974	24 349	445
1984	20 126	5 693	1 753	24 066	438
1985	16 000	7 639	1 604	22 035	399
1986	20 000	11 354	1 663	29 961	536

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

CUADRO 30

FRANCIA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA, POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1984
(Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984
Hungría	-	588	1 148	951	1 344	1 604
México	147	1 148	1 112	1 545	1 099	824
China	261	929	959	1 767	1 079	471
Jamaica	-	-	-	266	1 666	418
Rumania	303	357	304	272	470	414
Canadá	133	1 234	733	655	350	172
España	2 423	711	592	298	497	252
UESS	103	360	369	445	141	232
Turquía	-	39	-	37	-	113
Cuba	156	416	591	625	478	70
Belice	-	-	139	-	51	70
Checoslovaquia	-	-	133	-	45	65
Grecia	73	76	140	69	53	51
Chile	-	-	-	50	149	51
E.U.	141	163	60	22	103	28
Argentina	28	166	263	145	247	-
Uruguay	-	104	144	116	122	-
Brasil	293	232	150	173	-	-
Hungría	617	-	-	-	-	-
Italia	210	-	-	-	-	-
Guatemala	103	-	-	-	-	-
Nueva Zelanda	96	-	-	-	-	-
Divers Paises	352	145	422	167	316	632
Total	5 776	6 870	7 439	9 255	8 325	5 694

FUENTE: "Miel: Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD-GATT, Ginebra 1986.

LUXEMBURGO: NÚMERO DE COLMENAS Y DE APICULTORES, POR CANTÓN
1985

Cantón	Apicultores	Colonias de Abejas Adultas	Colonias de Abejas de Reserva
Capellen	73	842	129
Clervaux	106	1 225	181
Diekirch	79	1 087	270
Echternach	53	763	95
Esch	98	1 307	159
Grevenmacher	62	667	84
Luxemburgo	89	1 011	125
Mersch	89	1 057	78
Redange	70	860	115
Remich	44	505	47
Vianden	24	214	67
Wiltz	94	987	164
Total	881	10 525	1 514

FUENTE: "Le Marche du Miel en Belgique-Luxembourg". Aout 1987. Centre Francais du Commerce Exterieur, París.

solo eran de 4 358 tons. y en 1986 son del orden de 10 007 - tons. . El consumo per cápita ha aumentado consecuentemente en la misma proporción así se pasó de 260 grs. a 612 grs. en los mismos años respectivamente. (Ver Cuadro 32).

Bélgica-Luxemburgo, aun cuando presentan variaciones en los volúmenes importados también han aumentado sus compras; el - consumo aparente se elevó de 3 959 tons. en 1975 a 5 405 -- tons. en 1986, asimismo el consumo per cápita sobrepasa en - 1986 los 500 grs. (ver Cuadro 33).

En los Cuadros 34 y 35 se muestran los principales proveedo- -res de miel del BENELUX.

Países Bajos compra principalmente a la R.F.A., pero como ya se anotó son reexportaciones de mieles de países en desarro- -llo; el segundo abastecedor es China país que mejoró su par- -ticipación, en 1975 era de solo el 7% (328 tons.) en las -- importaciones totales y en 1986 es del 12.5% (1 248 tons.). (Ver Cuadro 34).

Bulgaria, Cuba y Hungría abastecen el 23% del total; los --- tres primeros han mejorado su participación aunque en 1986 - se vió reducido el volumen proveniente de estos países. Méxi- -co tiene una participación mínima, 4%, la cual ha mantenido de 1975 a 1986, sin embargo se incrementaron las compras a este país de 181 tons. a 426 tons. en los mismos años.

En Bélgica-Luxemburgo, México si aparece como primer provee- -dor y mejoró su participación de 1980 a 1986, así pasó de un 28% (1 601 tons.) a 30% (1 712 tons.); la R.F.A.aumentó sus reexportaciones de 573 tons. a 1 289 tons. en los mismos años. Hungría y China aumentaron su participación; el prime- -ro de 7% (398 tons.) pasó a 13% (734 tons.) y el segundo de 6% (348 tons.) a 11% (634 tons.), de 1980 a 1986 respectiva- -mente. (Ver Cuadro 35).

España: España es un caso particular porque pasó de expor- -tador a importador neto de miel de abeja. En efecto, como -

CUADRO 32

PAÍSES BAJOS: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	250	4 358	1 057	3 551	260
1976	300	5 885	2 176	4 009	291
1977	500	4 288	892	3 896	281
1978	500	5 554	1 184	4 870	349
1979	400	6 641	983	6 058	432
1980	250	6 078	623	5 705	403
1981	250	7 887	1 596	6 541	459
1982	258	8 242	1 942	6 558	458
1983	258	8 005	2 391	5 872	409
1984	258	7 940	1 336	6 862	476
1985	500	9 279	1 702	8 077	592
1986	258	10 007	2 094	8 171	612

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

CUADRO 33

BELGICA-LUXEMBURGO: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	1 000	3 183	224	3 959	390
1976	1 000	3 555	435	4 120	405
1977	1 000	4 084	1 304	3 780	371
1978	1 000	4 710	1 401	4 309	423
1979	1 000	5 373	2 022	4 351	427
1980	1 000	5 760	2 054	4 706	461
1981	1 000	6 120	2 269	4 851	475
1982	1 000	6 390	2 653	4 737	464
1983	1 000	4 785	426	5 359	524
1984	1 000	4 172	346	4 826	471
1985	1 000	4 402	653	4 756	465
1986	1 000	5 630	1 225	5 405	528

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

CUADRO 34

PAISES BAJOS: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA,
POR PAIS DE ORIGEN 1975-1986
(Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
P.F.A.	457	1 893	2 710	2 109	2 758	2 295	3 117	3 845
Bulgaria	193	447	770	560	462	1 053	952	669
China	378	533	1 313	2 162	1 408	1 645	866	1 248
Cuba	319	319	272	509	706	918	1 043	879
Hungría	406	616	1 514	1 118	1 114	810	1 104	837
URSS	462	612	1 038	312	379	329	316	141
Rumanía	-	-	-	-	-	264	-	226
E.U.	385	319	552	477	298	271	241	198
Argentina	246	245	158	261	226	256	374	510
Canadá	266	166	109	166	172	175	154	37
Bélgica-Luxemburgo	-	7	-	62	-	119	150	127
Reino Unido	-	15	9	32	27	100	66	4
México	181	141	159	106	88	95	103	426
Francia	-	117	47	31	50	40	51	22
Japón	-	-	-	42	562	-	-	-
Austria	-	-	-	-	-	-	40	20
Italia	-	-	-	-	-	-	16	2
Nueva Zelanda	-	-	-	-	-	-	50	319
Otros Países	1 225	245	218	165	195	50	246	37
Total	4 358	5 070	7 597	8 242	8 905	7 940	9 379	10 007

FUENTE: 1975-1984: "Miel: Estudio de los Principales Mercados", ENCIAD/GATT, Ginebra 1986.
1985-1986: "Le Marche de Miel des Pays-Bas", Août 1987, Centre Français du
Commerce Extérieur, París.

CUADRO 35

BELGICA-LUXEMBURGO: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA,
POR PAIS DE ORIGEN 1980-1986
(Cantidad)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
México	1 601	1 813	2 454	1 374	1 760	1 415	1 712
R.F.A.	573	518	357	441	638	942	1 289
Hungría	398	565	510	544	462	350	734
Países Bajos	70	220	342	304	357	405	365
China	348	496	372	397	318	286	634
URSS	14	3	15	11	133	19	11
Rumanía	11	30	29	38	128	-	52
Francia	69	67	66	45	93	87	58
Australia	39	107	88	123	57	51	10
Canadá	98	92	54	74	57	63	112
Reino Unido	82	35	24	48	33	54	113
Argentina	240	69	74	49	17	374	86
E.U.	22	84	13	25	14	2	45
Jamaica	1 594	1 724	1 857	507	-	-	-
Guatemala	714	126	-	37	-	20	2
Bulgaria	113	-	19	17	-	54	-
Otros Países	161	131	156	78	117	203	366
Total	5 760	6 120	6 390	4 709	4 213	4 020	5 000

FUENTE: 1980-1984: "Miel : Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD/CEP, Ginebra 1985.

1985-1986: "Le Marche du Miel en Belgique-Luxembourg". Août 1987. Centre Français du Commerce Extérieur, París.

se presenta en el Cuadro 36, hasta 1978 España exportaba -- entre 4 000 y 5 000 tons. anuales; sin embargo, a partir -- de 1979 hay un incremento notable en sus importaciones. Esto se debió básicamente a tres factores:

- a) Aumento súbito del consumo debido a una comercialización más dinámica de NUTREXPA S.A. la principal empresa española envasadora de miel; su plan de ventas incluyó una intensa campaña publicitaria en T.V., vallas, revistas, diarios, etc. para promover su marca "GRANJA SAN FRANCIS -CO".
- b) Bajos precios de las mieles exteriores.
- c) Por el movimiento asociativo de los apicultores español--les.

Así, de 1979 a 1986 España importó en promedio 5 082 tons. anuales; el consumo aparente pasó de 5 815 tons. en 1978 a 13 986 tons. en 1979 hasta alcanzar 18 825 tons, en 1986. Consecuentemente el consumo per cápita ha aumentado de 118 grs. en 1975 a 541 grs. en 1986.

En España la apicultura tiene una antiquísima tradición; en el territorio nacional existen más de un millón de colmenas. Entre los apicultores los hay de tres tipos: los aficionad--dos, con un reducido número de colmenas, que abundan en -- Cataluña; los agricultores que tienen colmenas como comple--mento de su actividad agrícola, como es el caso de la zona norte española (Galicia, Asturias, etc.) y algunos pueblos del Centro, Albacete, Ciudad Real, etc. ; y por fin los api--cultores que se dedican a esta actividad con una atención especial como es el caso de Levante, Andalucía, Extremadu--ra y Salamanca, donde hay apicultores con más de 500 colme--nas y algunos con 1 000 y hasta 3 000. Así, sus volúmenes de producción son elevados entre 9 000 y 14 000 tons. anua-

CUADRO 36

ESPAÑA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1980
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	9 870	14	5 695	4 189	118
1976	9 029	70	5 240	3 859	107
1977	9 778	211	4 748	5 241	144
1978	10 899	16	5 100	5 815	158
1979	11 491	4 263	1 768	13 986	376
1980	12 513	4 095	1 928	14 680	392
1981	14 501	2 762	2 383	14 880	395
1982	10 800	5 636	1 757	14 679	386
1983	9 500	7 673	1 238	15 935	417
1984	15 932	4 818	1 344	19 406	506
1985	15 000	5 071	1 907	18 164	471
1986	14 950	6 341	2 466	18 825	541

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

-les , lo cual lo sitúa como el tercer país productor de miel de la CEE después de la R.F.A. y Francia. En el Cuadro 37 se muestran las importaciones por país de origen . Argentina es el primer proveedor de miel de abeja en 1980 participaba con el 59% (2 405 tons.) de las importaciones totales , en 1986 solo aportó 2 832 tons. lo cual representó una disminución en su participación, 44.6%. China se ubica como el segundo proveedor mejorando su participación de 15.6% (640 tons.) en 1980 a un 16% en 1986. Australia y México continúan por orden de importancia ; el primero, amplió significativamente su participación de 3.4% (141 tons.) a 11.6% (741 tons.) en 1986; el segundo , a pesar de su vinculación histórica con España no ha mantenido un volumen constante de ventas; en efecto, como se puede apreciar en 1980 aportó el 21% de las compras de miel hechas por España, pero en 1986 solo representaron el 8% del volumen total importado. La aparición de Hungría como proveedor medianamente importante a partir de 1984 se debió básicamente a la firma de acuerdos bilaterales entre España y países del bloque oriental por lo cual se prevé que en los próximos años se incrementarán las compras de miel proveniente de estos países.

Dinamarca, Irlanda, Portugal y Grecia: Estos cuatro países comparativamente son importadores de menor importancia; en conjunto de 1975 a 1986 han absorbido el 3.2% de las importaciones totales de la CEE, aproximadamente 3 854 tons. anuales.

Dinamarca: En este país también se practica la apicultura , posee actualmente 100 000 colmenas atendidas por 8 000 apicultores y para ser un país localizado muy al Norte de Europa tiene rendimientos medios por colmena muy elevados, 30 kgs. en años normales; después de 1985 la

CUADRO 37

ESPAÑA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA, POR PAÍS DE ORIGEN 1980-1986
(Toneladas)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Argentina	2 428	1 871	2 251	3 296	1 826	1 569	2 832
Australia	141	87	464	474	177	327	741
México	644	161	200	1 453	591	36	542
Hungría	-	20	20	-	434	1 519	507
Guatemala	-	33	34	506	270	447	18
URSS	-	-	-	-	261	-	60
Cuba	-	-	181	-	214	103	152
Uruguay	-	50	182	-	217	-	136
Checoslovaquia	-	-	-	-	135	400	161
China	640	642	1 659	1 232	126	333	1 029
Chile	-	-	-	92	50	16	56
R.F.A.	5	11	9	33	26	-	-
Costa Rica	-	-	45	-	9	-	-
El Salvador	-	-	216	378	-	180	144
Bulgaria	-	-	250	145	-	-	-
República Dominicana	-	77	20	25	-	-	-
Colombia	-	-	-	23	-	-	-
Honduras	20	70	-	-	-	-	-
Otros países	14	40	105	16	35	43	23
Total	4 679	2 762	5 636	7 673	4 819	5 026	6 341

FUENTE: 1980-1984: "Miel: Estudio de los Principales Mercados". UNCTAD/STAT, Ginebra 1986
1985-1986: "Le Marche du Miel en Espagne". Adut 1987. Centre Français du
Commerce Extérieur, Paris.

producción de ha estabilizado en 3 000 tons. (ver Cuadro 38). Sus importaciones son en promedio de 2 103.3 tons. anuales y el consumo per cápita es uno de los más elevados de la CEE después de la R.F.A. y Grecia.

En el Cuadro 39 se muestran las importaciones por país de origen; la R.F.A, Francia, la URSS y México son los principales abastecedores.

Irlanda: A partir de 1985, en Irlanda las importaciones son muy importantes pues la producción local ha descendido por condiciones climáticas adversas (ver Cuadro 40). Irlanda cuenta según datos de 1986, con 30 000 colonias de abejas; las regiones melíferas están situadas en los condados de Wesford, Cork, Waterford y Wicklow. De 1975 a 1986 ha importado en promedio 762 tons. anuales y el consumo per cápita ha aumentado de 291 grs. en 1975 a 322 grs. en 1986. Como se puede ver en el Cuadro 41 el principal proveedor de miel de abeja evidentemente es el Reino Unido, en su mayor parte son reexportaciones del producto provenientes de países en desarrollo. Otras fuentes de información presentan datos más detallados de importaciones por país de origen para 1986 (ver Cuadro 42); en este se puede ver que Argentina y Bulgaria en ese año participaron con el 40% en las importaciones totales. México tiene una participación mínima, 64 tons. o sea el 6% del total de compras.

Portugal: Ningún organismo oficial cuenta con cifras sobre el número de apicultores o número de colmenas; sin embargo, como se puede apreciar en el Cuadro 43 tiene una producción que oscila entre las 2 000 y 3 000 tons. anuales de miel que se destinan casi en su totalidad a consumo interno; las importaciones de 1975 a 1986 han sido en promedio de 657 tons. anuales y el consumo aparente se ha

CUADRO 38

DINAMARCA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	1 800	1 084	46	2 838	560
1976	1 800	1 224	273	2 751	543
1977	1 800	1 388	133	3 055	600
1978	1 800/a	1 994	379	3 415	669
1979	1 800/a	2 428	298	3 930	767
1980	1 800/a	2 130	363	3 567	698
1981	1 800/a	2 518	433	3 885	758
1982	1 800/a	2 562	608	3 754	734
1983	1 800/a	2 131	412	3 519	688
1984	1 800/a	2 187	683	3 304	646
1985	3 000/a	2 739	1 009	4 730	925
1986	3 000/a	2 855	855	5 000	977

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

a/ Datos del Centre Francais du Commerce Exterieur, París 1987.

CUADRO 39

DINAMARCA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA,
 POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1986
 (Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
R.F.A.	4	161	116	856	653	1 200	1 133	1 257
Francia	-	104	112	108	99	137	86	114
URSS	-	378	693	720	437	402	833	855
México	78	223	364	307	165	120	27	159
Argentina	316	434	214	94	80	-	116	43
Australia	151	97	120	122	106	132	167	108
China	42	449	660	132	196	55	25	-
Países Bajos	2	-	-	39	238	-	67	102
Hungría	69	73	23	20	25	25	25	35
E.U.	12	9	2	1	25	43	47	66
Nueva Zelanda	-	115	43	-	7	17	141	18
Reino Unido	14	24	4	5	35	25	23	14
Cuba	164	30	99	65	-	26	-	17
Otros Países	226	43	68	94	65	5	49	56
Total	1 078	2 140	2 518	2 563	2 131	2 187	2 739	2 844

FUENTE: "Le Marche Du Miel au Danemark". Aout 1987. Centre Francais du Commerce
 Exterieur, París.

CUADRO 40

IRLANDA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	179	779	33	925	291
1976	175	410	68	517	160
1977	190	690	48	832	254
1978	200	663	106	757	229
1979	180	769	88	861	255
1980	200	949	69	1 080	317
1981	250/a	866	43	1 073	307
1982	300/a	729	56	973	279
1983	300/a	718	51	967	276
1984	500/a	865	81	1 284	364
1985	250/a	665	79	836	236
1986	200/a	1 041	99	1 142	322

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

a/ Datos del Centre Francais du Commerce Exterior, París 1987.

CUADRO 41

IRLANDA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA, POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1986

(Toneladas)

País	1975	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Reino Unido	18	469	353	414	400	404	421	692
Argentina	410	376	299	67	38	38	-	191
Hungría	126	16	35	174	244	-	-	-
Otros Países	225	88	181	74	36	423	244	158
Total	779	949	868	729	718	865	665	1 041

FUENTE: "Le Marche du Miel en Irlande". Aout 1987. Centre Francais du Commerce
Exterieur, París.

CUADRO 42

IRLANDA: IMPORTACIONES DE MIEL DE ABEJA,
POR PAÍS DE ORIGEN, 1986

País	Volumen (Kgs.)	Valor (Libras Irlandesas)
Gran Bretaña	392 826	505 015
Argentina	224 804	173 935
Bulgaria	195 140	147 992
Rumania	94 370	98 570
México	64 093	64 747
Hungría	25 823	30 969
Australia	20 547	34 508
Canadá	17 936	18 123
Nueva Zelanda	2 555	4 740
Irlanda del Norte	1 173	1 624
Guatemala	253	456
India	226	394
Bélgica-Luxemburgo	90	2 247
Taiwán	84	132
China	81	135
E.U.	19	455
Chad	11	311
Japón	2	4
Total	1 040 033	1 084 357

FUENTE: Estadísticas Oficiales, Dublín 1986.

CUADRO 43

PORTUGAL: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	2 791	230	11	3 010	312
1976	2 827	597	6	3 418	353
1977	2 500	300	-	2 800	287
1978	2 896	343	1	3 238	330
1979	2 931	1 008	4	3 935	399
1980	2 966/a	769/b	-	3 735	380
1981	3 001/a	979	6	3 974	401
1982	3 036/a	924	5	3 955	395
1983	3 071/a	700/b	7	3 764	375
1984	3 106/a	841	7	3 940	389
1985	3 141	592	12	3 721	365
1986	3 250	606	8	3 848	376

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

a/ Estadísticas Oficiales, Lisboa 1985.

b/ Datos del Centre Francais du Commerce Exterieur, París 1987.

mantenido desde 1975 alrededor de las 3 612 tons. anuales. El consumo per cápita se sitúa en el promedio de los otros países integrantes de la CEE. En el Cuadro 44 se muestran las importaciones por país de origen. Por la falta de información no es posible hacer un análisis más amplio.

Grecia: Este país hasta 1981 había sido principalmente exportador de miel de abeja, pues cuenta con una apicultura medianamente desarrollada. En 1982 tenía 987 590 colmenas (ver Cuadro 45) y para 1986, 1 274 509 colmenas de las cuales 116 768 son rústicas. A pesar de esta expansión de la apicultura en los últimos años, la producción de miel ha tenido variaciones (ver Cuadro 46) debido principalmente a sequías e incendios forestales frecuentes lo que se ha traducido en una escasez de floración. Como se puede ver en el mismo Cuadro 46 las importaciones del producto se han incrementado a partir de 1982, en ese año fueron de 481 tons. y en 1986 de 844 tons. un incremento del 75%, en 1985 se advierte el volumen más alto del periodo. Salvo el año de 1981, el consumo aparente se ha incrementado desde 1979. El consumo per cápita, alrededor de 1 Kg. en promedio, es altísimo, muy cercano al observado en la R.F.A. y segundo en importancia dentro de la CEE. En Grecia es el único país en donde las variaciones en el consumo corresponden ampliamente a variaciones en el ingreso, ya que en 1977, 1978 y 1981 las políticas de austeridad y bloqueo de salarios afectaron las compras per cápita de miel. Por otra parte, de 1974 a 1982 según estadísticas oficiales el consumo de confituras y compotas elaboradas con miel se duplicó. Los gastos publicitarios de este sector han sido:

CUADRO 44

PORTUGAL: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA, POR PAÍS DE ORIGEN 1975-1986
(Toneladas)

País	1975	1980	1981/a	1982	1983	1984	1985	1986
Australia	-	669	+	710	284	476	376	475
Argentina	171	100	+	50	125	159	216	67
México	-	-	+	50	-	-	-	20
China	-	-	+	100	160	164	-	23
Otros Países	59	-	+	14	131	42	-	21
Total	230	769	979/b	924	700	841	592	606

FUENTE: "Le Marche du Miel au Portugal". Aout 1987. Centre Francais du Commerce
Exterieur, París.

a/ No hay datos por país de origen.

b/ Estimación F.A.O. .

CUADRO 45

GRECIA: NÚMERO DE COLMENAS, 1982.

Departamento	Número de Colmenas
Grecia Central y Eubea	172 471
Peloponeso	104 500
Islas Jónicas	23 316
Esporas	24 402
Tesalia	63 865
Macedonia	387 035
Tracia	34 528
Islas del Mar Egeo	86 137
Creta	91 336
Total	987 590

FUENTE: Estadísticas Oficiales, Atenas 1986.

CUADRO 46

GRECIA: CONSUMO APARENTE DE MIEL DE ABEJA 1975-1986
(Toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	
				Total	Per Cápita (g.)
1975	11 206	-	2 480	8 726	964
1976	13 845	-	2 457	11 388	1 242
1977	8 000	-	1 496	6 504	702
1978	8 725	43	605	8 163	872
1979	12 279/a	202	713	11 768	1 300
1980	11 541/a	57/a	1 350	10 248	1 062
1981	10 619/a	96	1 476	9 239	950
1982	11 346/a	481	935	10 892	1 112
1983	10 903/a	589	602	10 890	1 106
1984	11 958	558	1 117	11 399	1 151
1985	10 500/a	1 091	504	11 087	1 114
1986	11 339/a	844	215	11 968	1 197

FUENTE: Anuario de Comercio y Anuario de Producción, F.A.O., de 1975 a 1986.

a/ Datos del Centre Francais du Commerce Exterieur, París 1987.

					17 millones de dracmas en 1984
4.1	"	"	"	"	1985
10.1	"	"	"	"	1986.

En el Cuadro 47 se muestran las importaciones por país de origen. De Rumania, Grecia ha realizado compras constantes y en 1986 se advierte la creciente importancia de Grecia - como consumidor potencial de miel pues el rubro "importa-- ciones otros países" creció espectacularmente de 9 tons. en 1980 a 454 tons. en 1986. Según fuentes consultadas, es -te país de la CEE podría continuar aumentando sus importa -ciones dadas las dificultades por las que atraviesa su -- apicultura y el incremento en el consumo de productos ela -borados con miel de abeja.

En conclusión, del análisis precedente se desprende que -- ante un constante aumento en el consumo de miel de abeja - de los países integrantes de la CEE, este mercado se ha -- convertido en los últimos siete años en un mercado muy com -petitivo pues de 1980 a 1986 ha aumentado el número de -- países proveedores del producto. México como principal --- abastecedor de mieles a la Comunidad si bien de manera -- absoluta ha mejorado su participación en el mercado de la CEE, en forma relativa en países integrantes como Italia , España y Dinamarca ha perdido participación en las importa -ciones totales de estos países; en la R.F.A. y Francia la ha mantenido y sólo la mejoró en el mercado del Reino Uni -do y Bélgica-Luxemburgo y en Países Bajos tiene una parti -cipación mínima.

China ha mejorado su participación en forma absoluta y re -lativa y la aparición de nuevos proveedores importantes - como Hungría y Rumania reflejan claramente el nuevo marco de competencia que existe actualmente en la CEE.

CUADRO 47

GRECIA: IMPORTACIONES ANUALES DE MIEL DE ABEJA , POR PAIS DE ORIGEN 1980-1986
(Toneladas)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Bulgaria	-	13	267	346	369	839	-
Rumania	40	27	123	114	145	75	138
R.F.A.	8	33	66	72	41	115	251
Otros Países	9	23	25	58	3	62	454
Total	57	96	481	590	558	1 091	343

FUENTE: "Le Marche du Miel en Grece". Aout 1987. Centre Francais du Commerce Exterieur,
París.

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO.

A la miel de mesa le corresponde entre el 85 y 90% del consumo total de los países integrantes de la CEE; el 15 o 10% restante se destina a usos industriales.

Italia es la excepción en este sentido, porque en ese país el 40% se destina a la industria y el 60% es miel de mesa. En Italia la miel industrial se utiliza para fabricar el torrone, dulce tradicional de época navideña pero que se consume todo el año; la miel constituye entre el 12 y 15% como ingrediente del torrone y en algunos casos hasta el 30%, este dulce se exporta a Medio Oriente. En España también se fabrica el turrón español el cual contiene hasta el 19% de miel, sin embargo en los últimos años existe una tendencia a la sustitución por edulcolorantes artificiales de menor precio.

En los demás países integrantes los usos industriales de la miel varían ligeramente de una nación a otra pero en términos generales se puede establecer que los chocolates, la confitería, los caramelos, el tabaco tipo americano, la repostería, la panadería y productos farmacéuticos y cosméticos absorben la mayor parte del consumo industrial.

En el Reino Unido se estima que el segmento de mercado de la miel para usos industriales está aumentando porque las empresas multinacionales de alimentos como KELLOGG COMPANY y QUAKER OATS han incrementado sus operaciones en aquel país al introducir cereales para el desayuno adicionados con miel de abeja.

En Francia se usan pequeñas cantidades para fabricar el hidromiel y en Grecia hay 30 compañías que fabrican el pasteli, una confitura tradicional de miel y semillas de ajonjolí tostadas.

Preferencias del Consumidor: Los consumidores europeos prefieren la miel líquida, ámbar claro o extraclaro, aunque en el Norte de Francia prefieren las mieles oscuras. Sin embargo, en Dinamarca, Bélgica-Luxemburgo y el Reino Unido el consumo de mieles cristalizadas o cremosas es importante ; en este último país representan el 50% del mercado. Además el Reino Unido es el único país del mercado común en donde la miel en panal absorbe una buena parte del consumo.

En términos generales, las mieles que se consumen en la CEE son multifloras, las monofloras tienen gran aceptación sobre todo por compradores expertos o conocedores. Las mieles multifloras son mezcladas por los mismos envasadores o importadores para adaptar el producto a los deseos del consumidor. En el Reino Unido del 10 al 15% de las mieles importadas son de calidad especial en cuyo caso se indica el aroma y el país de procedencia cuando se venden al por menor . En la R.F.A, las mieles especiales, tanto nacionales como importadas, se venden con etiquetas que indiquen el origen botánico, el país de origen, o ambas cosas, sobre todo a una minoría de consumidores que están dispuestos a pagar precios más altos. Sin embargo, al parecer este grupo va aumentando.

Como ya se indicó en el primer inciso del presente capítulo, la miel de mesa se usa principalmente para untar pan, en la repostería casera, en la comida tradicional europea, en los yogures, en el müsli, etc.

Francia presenta ciertas peculiaridades ya que la miel de mesa es consumida principalmente durante invierno y se emplea en la preparación de ponches y remedios contra los resfriados. Además la miel nacional constituye la mayor parte de la miel consumida.

Las mieles multifloras procedentes de México son usadas exclusivamente para realizar mezclas; la miel del Altiplano

-no finamente granulada o la de naranjo de Veracruz podrí-
-an tener mayor aceptación si se vendiesen como mieles mo-
-nofloras.

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA GLOBAL.

En el Cuadro 48 se muestra el comportamiento histórico del consumo aparente agregado de la CEE. Como se puede --- apreciar, aún con variaciones anuales de 1975 a 1986 el con-
-sumo aparente ha venido aumentando. En 1975 era de ---- 126 330 tons. y en 1986 es de 207 476 tons. , un incremen-
-to del 64%, lo que representa un consumo promedio de --- 167 059 tons. anuales. La proyección que se presenta en el mismo Cuadro 48 abarca un periodo de seis años; de 1987 a 1992 se predice un crecimiento de tres veces más el consu-
-mo en 1986.

La única variable que se presenta adversa a una expan-
-sión del mismo es la tasa de crecimiento poblacional, ya que los países de la CEE, salvo España, tienen niveles de crecimiento del orden del 0.1% anual, la más baja del mun-
-do.

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.

La elasticidad-ingreso de la demanda para el periodo - 1975-1986 es de 1.07, es decir, es elástica. De lo cual se desprende que ante un aumento en el ingreso sí puede espe-

CUADRO 48

COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA: CONSUMO APARENTE
AGREGADO DE MIEL DE ABEJA
(PROYECCIÓN)^a
1975-1992

Año	Volumen (Toneladas)
1975	126 330
1976	140 426
1977	131 302
1978	137 075
1979	162 651
1980	156 913
1981	175 707
1982	196 772
1983	184 459
1984	196 738
1985	188 860
1986	207 476
1987	269 719
1988	350 634
1989	455 825
1990	592 572
1991	770 343
1992	1 001 447

a/ La proyección se hizo considerando niveles de ingreso y crecimiento de la población.

-rarse un aumento en el consumo de miel de abeja. Esta --- elasticidad explica el incremento constante del mismo des- de 1975 y porqué los esfuerzos de publicidad y promoción de los envasadores europeos han podido desplazar la curva de la demanda.

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.

a) Producción.

La evolución de la producción mundial de miel de abeja se presenta en el Cuadro 49. De 1972 a 1980, salvo ligeras variaciones, la trayectoria de la producción mundial fue - ascendente, esto se debió fundamentalmente a un incremento en el número de colmenas, a la sustitución de colmenas rúg- -ticas por modernas obteniéndose con esto mayores rendi--- -mientos y, finalmente, a un mayor esfuerzo en materia de investigación apícola y a un mejoramiento de las técnicas de producción. En este periodo la producción mundial cre--- -ció a una tasa media del 3% anual lo que representó un -- volumen promedio de 918 866 tons. anuales. De 1981 a 1986 la tasa media de crecimiento es de solo 2.3%, esta disminu

CUADRO 49

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE MIEL DE ABEJA
(1972-1986)

Año	Volumen (Toneladas)
1972	791 549
1973	851 407
1974	827 160
1975	874 808
1976	975 913
1977	949 441
1978	973 023
1979	1 008 445
1980	1 018 044
1981	885 302
1982	927 131
1983	912 653
1984	999 200
1985	995 349
1986	1 014 323

FUENTE: Anuario de Producción, F.A.O,
de 1972 a 1986.

-ción en el ritmo de expansión se debió fundamentalmente a los fuertes incrementos de los costos de producción los cuales reflejaron el proceso de inflación mundial que se presenta a partir de 1980 y a causas climáticas adversas.

En el Cuadro 50 se muestran los principales países -- productores. En el contexto internacional, hacia fines de 1960 China surgió como el principal productor de miel en el mundo. De 1972 a 1980 mantuvo una tendencia creciente -- de su producción de miel; la tasa media de crecimiento -- anual fue de 3.5%, así pasó de 200 415 tons. a 264 500 -- tons. En 1981 hay un brusco descenso en su producción, el cual representó 56.3% menos que el año anterior. De 1981 a 1986 la tasa media de crecimiento fue, sin embargo, del -- 6.4%.

La URSS ocupaba el segundo lugar hasta 1981 y sus nive-- les de producción también han sido variables. A partir de 1982 ocupa el primer lugar a nivel mundial superando am-- pliamente a China. Se estima que la URSS cuenta actualmen-- te con 10 millones de colmenas y existen alrededor de un millón de apicultores aficionados o que practican la api-- cultura como actividad secundaria; éstos representan el 90% de los apiarios y producen aproximadamente la mitad -- del total de miel. Sin embargo, en los últimos años la api-- cultura soviética ha tenido problemas de plagas por lo -- cual no ha podido ampliar su número de colmenas.

Los Estados Unidos es el tercer país productor y ha -- mantenido desde 1972 niveles de producción constantes. La tasa media de crecimiento de la producción de miel de este país en el mismo periodo que se analiza fue de 0.7%.

México ocupa el cuarto lugar a nivel mundial, de 1972 a 1986 la tasa media de crecimiento de su producción fue -

CUADRO 50

PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE MIEL DE ABEJA 1972-1986
(continuación)

País	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
China	210 415F	208 914F	217 200F	227 409F	238 481F	247 500F	247 313F	238 400F
URSS	183 745	220 775	216 000*	174 910	188 000	188 700F	179 400	189 000
E.U.	97 050	108 000	84 100*	89 183	90 440	90 600F	104 000	107 000
México/a	44 619	49 221	52 000	51 781	55 619	56 100	56 376	61 467
Argentina	21 000	22 000	27 000*	18 000	28 000	18 200F	25 000	26 000
Canadá	22 951	24 786	28 256	21 255	25 444	27 747	30 184	32 000
Australia	20 141	18 083	17 000F	20 138	21 413	21 400F	18 560	18 200
Turquía	16 363	15 612	16 000F	21 260	24 061	23 000F	21 600	21 600
Rumanía	13 536	11 123	11 500F	7 265	13 000	10 000F	14 000	15 100F
Madagascar	11 000F	11 000F	11 000F	11 200*	11 400*	11 500F	12 000*	12 200*
R.F.A.	12 000	10 000	9 000F	8 800	22 000	16 000*	13 200	9 900
Polonia	10 000	11 500	10 500F	8 100	13 000	14 500F	14 210	14 500
España	9 000	10 360	10 400F	9 800	9 000	12 000*	10 800	11 400
Francia	8 200	12 000	10 000*	10 100	20 000	6 000*	9 400	14 400
Hungría	7 363	10 486	10 000F	8 719	10 814	10 500F	8 600	12 377
Brasil	6 000*	6 000*	6 100F	6 000*	6 500*	6 500*	4 500*	5 000*
Yugoslavia	3 568	5 419	5 700F	1 774	5 853	6 100F	5 004	5 000
Etiopía				19 200*	19 400*	19 700F	20 000*	20 000*

CUADRO 51

(Continuación)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
China	264 500F	118 000F	117 600F	125 400F	150 747	153 400	156 000F
URSS	200 000	187 000	186 000	190 000F	190 000	204 000	190 000*
E.U.	91 000	83 335	104 300	93 000	75 000	68 000	91 000
México/a	65 218	70 557	49 908	67 99F	49 333	65 673	74 612
Argentina	32 000	30 000	33 000*	28 000*	25 000*	43 000*	25 000*
Canadá	25 172	34 764	30 000	34 779	43 298	35 163	37 000*
Australia	25 000*	19 583	24 847	18 000	24 963	18 000	24 490
Turquía	16 000*	20 041	30 000F	31 311F	25 600	18 840	36 000F
Rumanía	16 000F	13 807	16 048	15 000*	18 100	12 100	14 000F
Madagascar	12 500*	3 530	3 100F	3 550F	3 540	3 570F	3 600F
R.F.A.	10 500F	14 000	18 400	13 000F	18 000	10 900	12 000
Polonia	14 500F	12 135	19 362	20 873F	18 000	14 205	18 000F
España	10 900F	14 501	10 900F	9 000F	10 500	10 000F	14 950F
Francia	9 000	12 500	23 000	19 000F	16 000	16 000F	20 000F
Hungría	10 400F	14 593	16 950	15 000F	14 000	15 368	15 000F
Brasil	5 000F	7 500F	7 500F	7 500F	11 004	11 000F	11 500F
Yugoslavia	5 600F	5 704	5 449	5 340F	5 612	6 000F	6 300F
Etiopía	21 000F	21 000*	21 000*	21 000F	21 480F	21 600F	21 900F

A/ Datos del Cuadro 7.

* Datos Extraoficiales.

F Estimación de F.A.O.

de 4.6%, observándose que a partir de 1982 el nivel de producción tiende a un comportamiento más variable que en el periodo 1972-1982.

Estos cuatro países en 1986 aportaron el 50% de la producción mundial, mientras que en 1972 aportaban el 74% ; esta disminución en su participación en el volumen total se debe principalmente a que otros países como Canadá, Argentina, Australia , Hungría y Turquía han venido incrementando su producción a un ritmo mayor que los cuatro países citados.

b) Exportaciones.

El comportamiento de las exportaciones mundiales está determinado por el comportamiento de la demanda y los precios mundiales del producto.

En el Cuadro 51 se puede apreciar que el comercio mundial de la miel de abeja se ha intensificado en los últimos diez años; mientras que en 1972 la proporción que representan las exportaciones en la producción mundial era de solo el 19.6%, en 1986 representan el 30.6%, lo cual refleja un incremento en la demanda y la aparición de nuevos países exportadores.

En el Cuadro 52 se presentan los principales países exportadores. China, México, Argentina, Australia y la URSS son los principales exportadores; en conjunto en 1986 participaron con el 67% de las exportaciones mundiales de miel de abeja mientras que en 1972 participaban con el 63%.

CUADRO 51

EXPORTACIONES MUNDIALES DE MIEL DE ABEJA
(1972-1986).

Año	Volumen (Toneladas)
1972	155 296
1973	147 434
1974	125 756
1975	150 162
1976	182 893
1977	179 726
1978	183 148
1979	197 895
1980	206 634
1981	245 912
1982	250 576
1983	273 371
1984	260 321
1985	282 009
1986	310 764

FUENTE: Anuario de Comercio, F.A.O., de 1972
a 1986.

CUADRO 52

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE MIEL DE ABEJA 1971-1986
(Toneladas)

País	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
China	35 000F	32 000F	24 000F	26 000F	22 117F	25 120F	20 111F	42 608F
México	31 096	25 239	22 168	20 564	48 962	53 243	45 142	45 773
Argentina	19 352	17 879	16 000*	22 839	23 877	26 000*	36 329	23 589
Australia	8 817	7 874	10 000F	9 418	11 435	6 572	4 292	5 720
URSS	3 600	5 300	7 400	6 919	7 205	8 940	10 144	10 993
España	10 714	7 651	6 311	5 695	5 140	4 748	5 160	1 768
Hungría	4 610	6 887	7 595	8 167	7 874	6 751	8 500	9 467
Canadá	5 231	7 302	3 172	4 700	4 764	9 205	6 719	6 183
Rumanía	5 236	3 900	4 300F	3 143	2 577	2 500F	4 789	6 119
Cuba	3 400*	2 600*	2 000*	5 100*	6 000*	5 000*	4 910*	4 500*
E.U.	1 861	7 928	2 072	1 822	2 644	2 314	3 777	4 074
Francia	1 691	1 229	1 232	1 082	938	1 076	1 059	1 149
R.F.A.	1 162	2 198	1 287	1 987	1 999	2 441	3 061	6 341

CUADRO 52

(Continuación)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
China	47 200F	40 200F	65 200F	68 000F	45 050F	54 844	50 389
México	39 401	44 416	40 229	70 311	24 140	42 875	57 150
Argentina	21 800*	28 123	28 870	29 137	29 000*	42 509	35 060*
Australia	11 407	8 196	10 814	14 861	18 191	17 604	14 652
URSS	12 567	14 096	13 725	19 890	14 224	12 698	20 607
España	1 928	4 173	1 757	1 200*	1 100*	1 907	2 464
Hungría	10 316	11 800	14 912	14 733	18 407	15 173	14 745
Canadá	10 901	8 261	9 726	9 138	18 801	17 315	11 917
Rumanía	6 010*	3 880	4 422	4 050*	4 701*	2 131	3 200
Cuba	4 500*	11 334	5 214	8 761	12 862	8 138	8 000F
E.U.	3 932	4 226	3 947	3 449	1 942	3 226	4 272
Francia	1 316	1 480	1 567	2 974	1 753	1 604	1 660
R.F.A.	8 296	12 966	12 560	9 409	19 378	13 908	14 235

* Datos Extraoficiales.

F. Estimación de F.A.O.

FUENTE: Anuario de Comercio, F.A.O., años 1974, 1977, 1980, 1983, 1984 y 1986.

China entre 1975 y 1979 era el segundo exportador después de México, pero a partir de 1980 sus volúmenes de ventas de miel al exterior se han incrementado de una forma notable; mientras que en 1975 sus exportaciones representaban solo el 17.3% del volumen mundial, en 1986 representaron el 26% del total. En efecto, debido a una nueva política agrícola que fomenta el desarrollo de actividades complementarias, desde la década de los setenta en China se ha dado un impulso particular a la apicultura, esto ha permitido obtener volúmenes crecientes de producción como se ha visto en el inciso anterior, lo cual ha liberado una oferta exportable de considerable importancia.

China desde 1980 orienta sus exportaciones principalmente a Estados Unidos y a la CEE, en este último mercado su participación se ha incrementado en forma explosiva debido principalmente a los siguientes factores:

- La R.F.A., principal importador de miel de la CEE a partir de enero de 1980 aplica a la miel china un arancel ad valorem del 25% en lugar del anterior 27%, lo cual lo sitúa en el mismo trato preferencial que a México.
- China ha seguido una política de precios bajos, esta política puede ser sostenida por los relativos salarios bajos de la mano de obra empleada en la apicultura.
- Este país ha intensificado sus misiones comerciales a la CEE para establecer contactos permanentes con los compradores e importadores de miel.
- Búsqueda de nuevas fuentes de divisas debido a la nueva orientación económica de este país an

-teriormente aislado en el aspecto comercial.

Así, mientras que en el periodo de 1972 a 1979 el promedio anual exportado por China era de 28 380 tons., de 1980 a 1986 es de 59 751 tons. , un incremento del 100%.

Este creciente volumen de exportaciones ha provocado en ocasiones un descenso en los precios mundiales del producto y ha acentuado las dificultades de comercialización para los demás países exportadores. Como se puede ver en el mismo Cuadro 52, en efecto, México a partir de 1980 presenta variaciones acentuadas en el volumen de sus exportaciones. Así, mientras las exportaciones mexicanas representaban en 1975 el 20.3% de las exportaciones mundiales de miel, en 1986 su participación es del 18%.

México , de 1975 a 1986 ha exportado en promedio --- 55 155 tons. anuales, y a partir de 1980 es desplazado al segundo lugar como exportador de miel de abeja a nivel mundial.

URSS hasta 1976 exportaba volúmenes mínimos y no ejercía una influencia en los precios mundiales del producto, pero a partir de 1978 ha venido incrementando sus exportaciones (ver Cuadro 52); así su participación en 1975 era del 4.6% y en 1986 es del 6.6% en el volumen mundial; de 1975 a 1986 ha realizado ventas por 13 788 tons. anuales en promedio. La URSS también ha orientado principalmente sus exportaciones al mercado de la CEE.

Argentina es el quinto productor mundial y el tercer país exportador de miel en importancia. Su producción entre 1975 y 1986 ha sido en promedio de 30 267 tons. anuales, esta producción es destinada principalmente a los mercados externos. En el mismo periodo ha realizado exportaciones por 27 055 tons. anuales. Sin embargo, ha venido perdiendo participación en las exportaciones mundiales; en

efecto, en 1975 era de 15.07% y en 1986 es del 11%, esto principalmente a causa de un tipo de cambio sobrevaluado y a las presiones inflacionarias que vive la economía argentina desde 1976.

Australia y Canadá también suministran volúmenes medios de producción y son exportadores importantes; ambos países en 1986 aportaron el 6.14% de la producción mundial de miel de abeja y el 8.5% de las exportaciones totales del producto, mientras que en 1975 su participación era del 4.8% y del 1.6% respectivamente. Se puede hacer notar que Canadá en el mismo periodo ha tenido una tasa media de crecimiento en su producción de miel del 4.7%, así pasó de 21 055 tons. en 1975 a 37 800 tons. en 1986.

Hay otros países que constituyen exportadores menores pero que sin embargo ejercen influencia sobre los precios de la miel. Como en 1985 y 1987 en donde Canadá y Rumania inundaron el mercado europeo motivando con ello una baja en el precio de la miel de aproximadamente 20%.

Hungría también ha incrementado sus exportaciones de miel así pasó de 8 167 tons. en 1975 a 14 945 tons. en 1986. Su producción asimismo ha tenido una tasa media de crecimiento de 6.7% anual en el mismo periodo.

TENDENCIA FUTURA DE LA OFERTA.

México, China y la URSS en conjunto aportan el 48% de la producción mundial de miel de abeja y realizan el 70% de las exportaciones mundiales del producto. Así, los tres países realizan exportaciones anuales de 147 092 tons. en promedio y en los próximos años se prevé que aumenten sus

volumenes de oferta exportable, sobre todo China, si mantiene la tendencia observada en el periodo 1972-1986.

En el caso específico de México en el Cuadro 53 se muestra la proyección de la oferta de miel para los próximos cinco años.

La producción nacional durante 1972-1986 creció a una tasa media anual de 3.3%, para el periodo 1988-1992 se pronostica un crecimiento del 2.5% anual, un ritmo menor al anterior debido principalmente a que se consideran los factores que frenan la ampliación de la oferta de miel, ampliamente discutidos en el Capítulo III. En promedio México exportará en los próximos cinco años, 60 000 tons. anuales.

ELASTICIDAD DE LA OFERTA.

Como ya se anotó en el Capítulo I, la elasticidad-precio de la oferta de productos agropecuarios en el corto plazo es inelástica. Sin embargo, para estimar la elasticidad-precio de la oferta de miel de abeja sería necesario especificar una función-producción de la misma, lo cual es -capa al ámbito del presente estudio. Pero se puede decir que si hay una tendencia al alza en los precios internacionales del producto, en el largo plazo habrá un incremento en la oferta disponible debido a la maduración de nuevos proyectos de explotación apícola que tengan en perspectiva estos incrementos.

CUADRO 53

MÉXICO: PROYECCIÓN DE LA OFERTA
DE MIEL DE ABEJA 1988-1992/^a

Año	Volumen (Toneladas)
1988	70 899
1989	72 672
1990	74 561
1991	76 574
1992	78 642

a/ Ajuste de una curva a una línea recta por el método de mínimos cuadrados.

4. ANÁLISIS DE PRECIOS.

En términos generales , en la formación de los precios internacionales de la miel de abeja influyen cuatro factores:

- a) Las condiciones de la producción y la demanda interna en los países exportadores.
- b) Las condiciones de producción y la naturaleza de la demanda en los países compradores.
- c) La calidad y el tipo de miel disponible para exportación.
- d) La disponibilidad de productos competitivos y los precios prevaletentes en el mercado de dichos sustitutos.⁹

Aun cuando está fuera del alcance de este estudio establecer teóricamente cómo es la determinación o la formación de los precios en el mercado mundial, si se puede decir que principalmente el segundo factor es el que mayor influencia tiene en la fijación de los precios, es por esto que algunos investigadores han clasificado al mercado de la miel de abeja como un oligopsonio, es decir, un mercado de compradores.

De 1950 a 1970 el precio se mantuvo entre 5 y 15 centavos de dólar por libra. Sin embargo, a partir de 1972 ante la dinámica expansión del consumo mundial combinado con un lento crecimiento de la producción se produjo un --

incremento explosivo en los precios; así en 1974, la cotización promedio fue de 45.0 centavos de dólar por libra - hasta llegar a 52.5 centavos en promedio en 1976.

Sin embargo, a partir de 1978 los precios aplicables - a la miel multiflora ámbar claro han mostrado una tenden--cia a la baja en comparación a 1976. Esto se ha producido porque China al introducir a la CEE, a través del mercado alemán, grandes volúmenes de miel a precios bajos, ha pro--vocado una caída en las cotizaciones en Hamburgo orillan--do con ello, por una parte, una cerrada competencia con - México en el mercado alemán (ver Cuadro 54) y por otra, ha obligado a los demás países exportadores a reducir sus - precios para mantener su participación en el mercado.

Como se puede apreciar en el Cuadro 54, los precios de la miel china de 1978 a 1986 han estado de 2 a 7 centavos por abajo de los precios de la miel mexicana. De 1978 a - 1981 las cotizaciones en términos generales oscilan entre 39 a 49 centavos de dólar por libra. A partir de 1982 hay una nueva caída, como consecuencia de buenas cosechas de - miel en varios países exportadores e importadores y que - afectó el precio internacional del producto; sin embargo, para 1988 se presentan perspectivas favorables hacia una - recuperación en el precio (44.3 a 45.9 centavos de dólar por libra) debido principalmente a un incremento en la de--manda.

La política de precios bajos que ha seguido en los úl--timos años China, ha sido favorecida por la devaluación - del yuan en un 50% frente al dólar a partir de 1981 como parte de una estrategia comercial más dinámica de este -- país asiático.

CUADRO 54

PRECIOS DE LA MIEL DE ABEJA EN EL MERCADO DE HAMBURGO, R.F.A.
(Centavos de dólar por libra. C.I.F.)^{a/}

Año	China	México
	Ambar Claro	Ambar Claro (Cosecha de Yucatán)
1977		39.8
1978	41.2	42.3
1979	45.7	49.3
1980	45.4	47.7
1981	39.0	44.4
1982	37.6	44.1
1983	38.6	47.6
1984	36.3	37.0

CUADRO 54
(Continuación)

Año	China		México	
	Ambar Claro (Multifloras)	Ambar Extra Claro	Ambar Claro (Multifloras)	Ambar Extra Claro
1985	35.7	34.6-37.5	36.4	39.0
1986	34.0	43.0	39.2	43.5
1987	37.6		39.8	
1988 ^{b/}			44.1-45.6	

a/ From-510 Anual.

b/ Información de Exportadores Nacionales.

FUENTES: 1977-1981: "Miel de Abeja", COMERCIO EXTERIOR, Vol. 12 No. 3 Marzo 1982, p. 337.

1982-1984: Statistiska Byråns (Sjölöden), 1985.

1985-1987: "Honey Market News", U.S. Department of Agriculture.

PRÁCTICAS TRADICIONALES DE PRECIOS.

Los exportadores mexicanos venden su producto según se presentan las cotizaciones en el mercado de Hamburgo (cuando embarcan para Europa) y hasta hace unos años tenían -- más poder negociador frente a los importadores europeos -- sin embargo, ante la política comercial dinámica de China han visto disminuida su participación en el mercado de la CEE.

Otros aspectos que han influido para que los productores y exportadores mexicanos en los últimos años no hayan presentado una política de precios más competitiva frente a la agresividad comercial de China , son:

- a) Elevados costos de producción de la miel mexicana.
(Los aspectos de producción fueron ampliamente analizados en el Capítulo III).

- b) Las transacciones las realizan en dólares , mientras -- China acepta marcos alemanes o cualquier moneda nacional europea, lo cual ha favorecido su penetración.

5. DISTRIBUCIÓN.

La miel importada por la CEE es de dos tipos:

a) Miel Preenvasada. Este tipo de presentación está dominado por países como Canadá y Rumania. Su calidad es alta y tiene un precio bastante competitivo.

b) Miel a Granel. (En tambores o bidones).

Este tipo de presentación absorbe la mayor parte de las importaciones provenientes de países en desarrollo, incluyendo México; esto se debe a que el envasado de la miel para su venta al por menor es económicamente más rentable en Europa y los fletes son mucho más elevados para la miel preenvasada que para la miel en tambores. Los países que como Canadá y Rumania han logrado buenos resultados como exportadores de miel preenvasada, cuentan con determinadas ventajas, ya sea la cercanía geográfica o la posibilidad de producir sus envases propios a muy bajo costo.

Sin embargo, algunos países del mercado común como Italia, España y la R.F.A. han realizado importaciones de miel envasada provenientes de dos empresas mexicanas, NATURASOL y MIEL CARLOTA. Especialmente la miel envasada por NATURASOL cuenta con un magnífico prestigio entre los consumidores europeos por ser mieles monofloras especialmente seleccionadas y de alta calidad; la miel del Altiplano mexicano finamente granulada y de sabor suave y la de acacia, aromática, son muy apreciadas por los consumidores expertos; lamentablemente las cantidades importadas de estas marcas son muy limitadas.

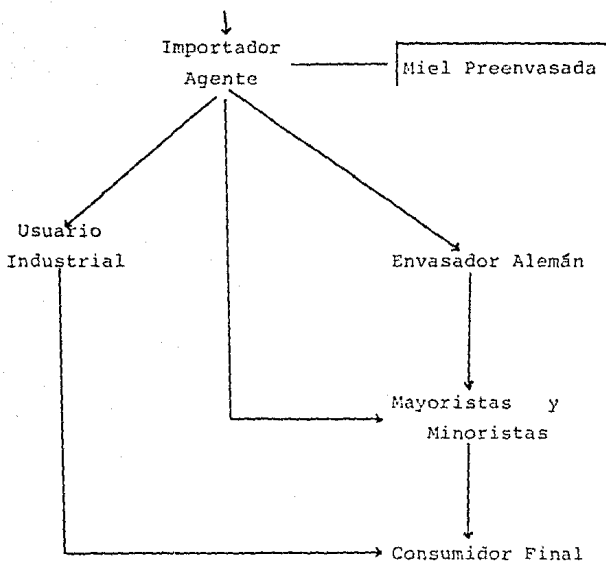
Por la importancia de la R.F.A. dentro del comercio europeo de la miel de abeja los representantes e importadores de ese país desempeñan un papel determinante dentro de los esquemas de distribución del producto en el mercado de la CEE. También las compañías importadoras del Reino Unido, el segundo país consumidor de miel, ejercen una influencia determinante en la compra y distribución. Por esta razón se presentan en primer término los canales de distribución en estos dos países y en segundo lugar, se hace una generalización de los esquemas de comercialización en los demás países integrantes del mercado común.

Este desarrollo es con fines simplemente analíticos -- porque la CEE como mercado común tiene esquemas comerciales dinámicos que han rebasado las fronteras nacionales, sin embargo el análisis es útil como un primer acercamiento al sistema de distribución del producto.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

R.F.A.: La distribución de la miel importada dentro de la R.F.A. tiene dos modalidades:

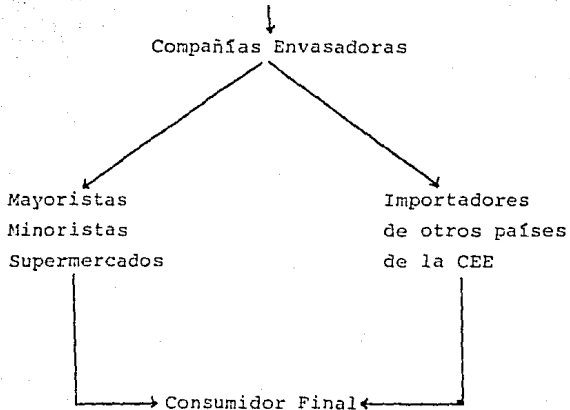
a)



Es decir, los importadores o agentes adquieren la miel a granel de los proveedores o exportadores extranjeros para abastecer a las empresas envasadoras y a los usuarios industriales, además pueden vender pequeñas cantidades de miel preenvasada a mayoristas, supermercados y organizaciones minoristas.

Los importadores y agentes de la R.F.A., principalmente de Hamburgo y Bremen, tienen un control casi absoluto del comercio de la miel, porque son especialistas y poseen información inmediata sobre las condiciones de la oferta y la demanda del mercado y sus operaciones abarcan la mayor parte de los países integrantes de la CEE.

b)



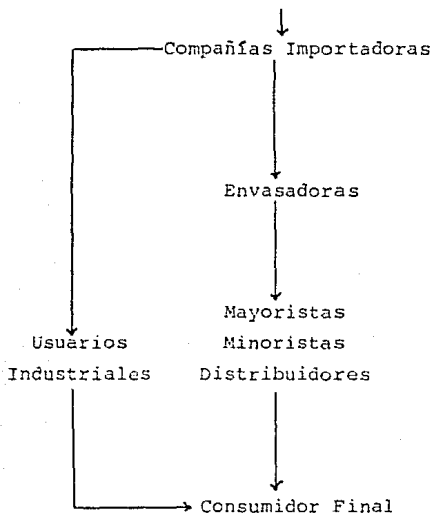
Las empresas envasadoras importan miel a granel directamente de sus proveedores o exportadores extranjeros, - la mezclan según las preferencias del consumidor y la venden con sus propias etiquetas o con las etiquetas de sus clientes. Posteriormente el producto es distribuido para su venta a través de los mayoristas, minoristas, - etc. o puede ser enviado a los importadores de otros -- países de la CEE.

La empresa envasadora DR. OETKER NAHRUNGSMITTEL (DIBONA) perteneciente a un grupo multinacional controla el mercado teutón de la miel envasada y a través de ella se realiza entre el 30 y 35% de las importaciones totales de miel de abeja al mercado alemán. También tiene una - participación mayoritaria en Italia y Países Bajos. Esta empresa comercia bajo su propia marca, LANGNESE, y realiza sus propias mezclas, miel multiflora, la cual - representa el 90% de sus ventas; el resto son ventas de mieles especiales.

DIBONA como se vió en el Capítulo III, cuenta actual-

-mente con agentes de compra en los países en desarro--
-llo productores de miel para asegurar un suministro --
continuo de materia prima.

Reino Unido: El esquema de venta de la miel importada es el siguiente:



A diferencia de la R.F.A. y los demás países de la CEE, --
las importaciones de miel a granel se realizan única y --
exclusivamente a través de las compañías de importación --
las cuales compran miel por su cuenta y la venden a sus
clientes a la llegada de los suministros. Algunas también

son empresas de comercialización pues se dedican además a la financiación, seguros y transporte marítimo. Estas compañías abastecen a usuarios industriales y a los envasadores los cuales hacen sus propias mezclas y pueden vender bajo su propia marca o envasan con etiqueta privada, posteriormente la miel se vende a mayoristas, minoristas, distribuidores, etc.

Son básicamente tres compañías importadoras las que controlan el 80% de las compras totales de miel del Reino Unido:

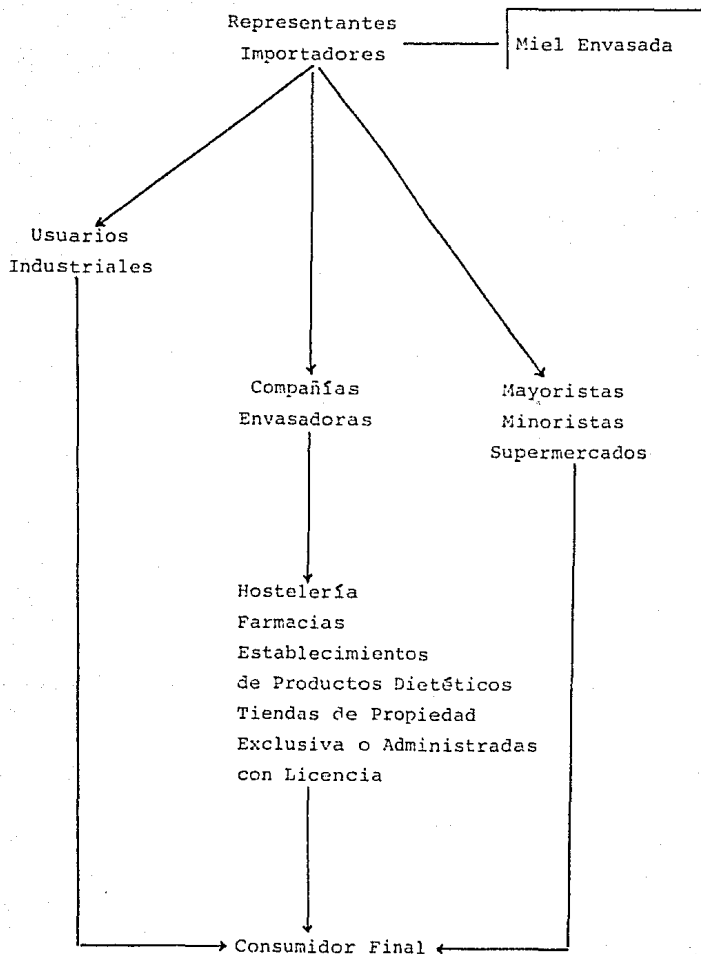
- KIMPTON BROS. LTD. Compañía del grupo multinacional -- CRODA. Propietaria de SUNLAND INC. importante importador de miel a los Estados Unidos. Controla el 50% de las -- importaciones al Reino Unido ; tiene además una compa-- ñía filial envasadora, MANLEY RATCLIFFE AND CO. que -- maneja las marcas RATCLIFFE AND MANLEY.
- DALGETY INTERNATIONAL TRADING LTD. Pertenece al grupo DALGETY , empresa multinacional dedicada al comercio de productos agrícolas.
- KIMPTON AND TAMLYN LTD. Compañía formada por emplea-- dos de KIMPTON BROS. Tiene una filial en Estados Uni-- dos.

Las dos primeras cuentan con oficinas de venta de miel en la ciudad de Hamburgo y son proveedores de otros envasado-- res o importadores de países integrantes de la CEE.

La distribución que se hace a través de los mayoristas es muy importante en el Reino Unido ya que a pesar del auge - de los grandes supermercados, la pequeña tienda sigue te-- niendo una gran relevancia para gran parte de la pobla-- ción británica. Por esto el papel que desempeñan los ma-- yoristas y el desarrollo que han tenido las tiendas de -

mayoreo llamadas "cash and carry" han favorecido enormemente una distribución efectiva de la miel envasada. Las tiendas mayoristas del tipo "cash and carry" venden a pequeños detallistas como tiendas de abarrotes, los que por su tamaño no pueden efectuar compras directamente de los envasadores debido a que su volumen de operaciones es reducido.¹⁰

En Dinamarca, Irlanda, Francia, Italia, España, Bélgica--Luxemburgo y Países Bajos, aún cuando pueden existir ligeras variaciones, el esquema general de comercialización es el que se describe a continuación:



Salvo los casos de España y Portugal , en el resto de los países integrantes de la CEE generalmente los agentes o importadores adquieren la miel a granel de representantes alemanes o de las compañías inglesas ya citadas y en menor grado realizan adquisiciones directas de proveedores extranjeros; también realizan importaciones de miel envasada la cual es distribuida a través de mayoristas, minoristas y supermercados, abastecen de igual forma a los usuarios industriales y a las compañías envasadoras. Estas últimas también pueden realizar importaciones directas y envasan bajo su propia marca o para marcas privadas.

Los envasadores también pueden distribuir su producto a través del sector de la hostelería (Países Bajos) y de farmacias y establecimientos de productos dietéticos (España, Países Bajos) o en tiendas de propiedad exclusiva o administradas con licencia (Bélgica-Luxemburgo).

En Francia las compañías envasadoras distribuyen a través de las seis principales cadenas de supermercados, las cuales se presentan en el Cuadro 55. La miel de abeja también se comercializa en el Mercado de Rungis, que es la central de abastos más importante de Europa. En éste se encuentran ubicados más de 3 mil empresas que participan en diferentes sectores de productos agropecuarios.

En Italia existen 128 854 mayoristas y 412 mil minoristas de productos alimenticios a través de los cuales las compañías envasadoras realizan la mayor parte de sus ventas.

En el caso de España las importaciones se realizan de manera directa y no a través de representantes o importadores alemanes o del Reino Unido. El 75% de las importaciones españolas son realizadas por la compañía importadora/envasadora MIELSO S.A. la cual abastece a los usuarios in-

CUADRO 55

FRANCIA: CADENAS DE SUPERMERCADOS

Cadena	Núm. de Tiendas	Centrales de Compra
Centre Leclerc	90	Galec
Mammoth	81	Paridoc
Carrefour	58	Samod-Arci
Euromarche	57	Euromarche-Socard
Cora	48	Cora-Hyperselection
Auchan	37	Auchan-Arce

FUENTE: BANCOMEXT.

-industriales y a otros envasadores.

En Portugal son cuatro las compañías envasadoras/importadoras las que realizan el 90% de las compras del producto: RAMAZZOTTI LDA.; A. COLMEIA do MINAO; A.D. OLIVEIRA - MAGALHAES EXPORT SARL; FRUTOGAL Ind. Com. de Produtos Alimentares, LTA.

Finalmente, Grecia es la excepción del esquema presentado anteriormente, puesto que en este país, si bien la importación es a través de los envasadores, la venta al detalle domina la distribución de los productos alimenticios. Los detallistas efectúan el 60% del comercio total. La distribución moderna a través de grandes almacenes, supermercados, sucursales, representaciones, etc. que se observa en los demás países de la CEE ha crecido muy lentamente y está restringida únicamente a las zonas urbanas.

La investigación y análisis de los esquemas de distribución y venta revela que aproximadamente el 60% de las importaciones de miel del mercado común europeo están controladas o se realizan a través de:

- a) Los principales agentes o importadores alemanes.
- b) Seis compañías importadoras/comercializadoras/envasadoras:
 - NV EIJENSTAND MELLONA-ADELSHOEVE, propiedad del grupo multinacional QUAKER OATS, controla el 50% del mercado de miel envasada en Bélgica-Luxemburgo además distribuye en Italia y Países Bajos.

- MAARTEN CATZ MERCHANDISING BV. Importadora de productos alimenticios pero especializada en miel. Tiene compañías asociadas en Francia y Reino Unido.
- Las citadas DIBONA, KIMPTON BROS. y DALGETY.
- MELLITAG, a través de esta empresa se canaliza el 60% de las importaciones francesas, negocia el 50% de la miel para usos industriales y envasa miel para distribución nacional y para exportar a otros países de la CEE.

De lo anterior se puede concluir que la distribución y venta de miel de abeja en la CEE tiene un alto grado de concentración, un aspecto muy importante que debe considerarse, ya que para los exportadores o proveedores mexicanos esto puede representar un impedimento para ampliar su participación en el mercado europeo.

PRÁCTICAS TRADICIONALES DE COMERCIO Y PROMOCIÓN.

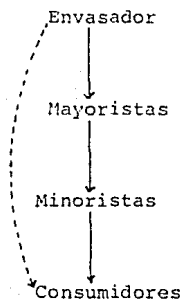
En los países integrantes de la CEE la miel se vende generalmente en frascos de 250 grs., 350 grs. y 500 grs. - siendo éste último el más popular; también se venden latas de 1 y 3 Kg. (España), de 2, 3 y 5 Kg. (R.F.A.) y de 5 y 10 Kg. (Francia).

En la R.F.A. como es de esperarse es el país donde se realiza una promoción intensa por parte de los envasadores. De hecho se considera que el alto consumo per cápita de miel de abeja que tiene ese país se debe a los constan-

-tes esfuerzos promocionales y publicitarios de la principal firma envasadora DIBONA y de la Asociación Nacional de Apicultores (DEUTSCHER INKER BUND DIB) la cual hace una labor de promoción que incluye folletos donde se explican y destacan las propiedades de la miel, publica recetas, etc. . Por su parte DIBONA promueve su marca LANGNESE en todos los medios de comunicación.

En el Reino Unido, la principal marca que domina el mercado es GALES'S , manejada por la compañía envasadora MANLEY RATCLIFFE y se promociona intensamente en televisión y prensa.

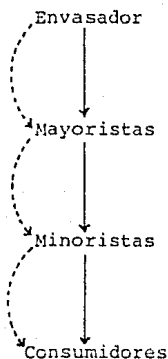
En la R.F.A. , Reino Unido, Bélgica-Luxemburgo, España, Irlanda y Dinamarca la promoción que se realiza es de la llamada "directa" la cual tiene el siguiente flujo de comunicación:



- Flujo de Productos
- > Flujo de Comunicaciones

Es decir, son los envasadores los que promueven su marca directamente entre los consumidores con objeto de crear una fuerte demanda del producto para lo cual tienen que hacer hincapié en la publicidad y en ocasiones en la promoción de ventas.

En Francia y Países Bajos se practica la promoción "por etapas" la cual tiene el siguiente diagrama:



Es decir, la promoción se realiza solo entre los mayoristas o minoristas, en Francia a través de folletos y en los Países Bajos a través de otorgar primas y campañas conjuntas de publicidad con mayoristas y minoristas. En el Reino Unido algunos envasadores utilizan también este sistema.

En Italia la publicidad del producto es mínima, salvo la que se hace para la marca LANGNESE.

Por otra parte, también son importantes las ferias comerciales de la R.F.A. y el Reino Unido a donde acuden -- compradores especializados. Por ejemplo, la ANUGA (Mercado Mundial de la Alimentación) que se realiza en la Ciudad de Colonia o la Feria Internacional de Alimentos y Bebidas -- (I.F.E.), que se celebra cada dos años impares en Londres.

Hasta donde se ha podido investigar los exportadores -- mexicanos nunca han participado en forma coordinada con en -- vasadores o importadores en alguna forma de promoción de las mieles mexicanas en el mercado de la CEE.

Salvo IMPEXNAL que ha participado solamente en la --- I.F.E. en 1985 y 1987 donde expuso los productos que comer -- cializa.

Algunos exportadores o productores mexicanos opinan -- que no sería posible realizar una campaña de promoción más intensa en los países europeos porque se originaría una -- competencia "desleal" entre ellos y sus clientes importado -- res de miel mexicana, sin embargo se tiene la experiencia de Cuba en el Reino Unido donde aquel país emprendió una -- promoción junto con importadores, mayoristas y minoristas con magníficos resultados.

El problema reside en que muchos exportadores mexica-- nos de miel de abeja utilizan canales múltiples de distribución , tal vez por esta razón en primera instancia re-- sulte difícil estructurar una mejor promoción por la com-- petencia indeseada que se originaría entre los distintos canales de ventas.

TRANSPORTES.

Los principales puertos de llegada de la miel importada por los países miembros de la CEE son:

R.F.A. : Hamburgo y Bremen.

Ambos son puertos francos, es decir, son áreas --
exentas de aduanas , sin formalidades relaciona--
--das con derechos arancelarios y en los cuales se
aplican pocas restricciones. Son de especial uti--
--lidad para realizar reexportaciones de miel de -
abeja proveniente de países en desarrollo hacia -
otros países miembros de la CEE.

Francia: Le Havre.

Reino Unido: Felixtowe.

Puerto muy importante para la mercancía no pe
-trolera.

Southampton.

Uno de los puertos comerciales más importan--
--tes.

Liverpool.

Para la reexportación del producto a Europa y
el Mediterráneo.

La transportación del producto al Reino Unido
es uno de los principales problemas a los que
se enfrentan los exportadores de miel, ya que
la mayoría de los envíos debe hacerse a tra--
--vés de los Estados Unidos, por esta razón la
mayoría de los exportadores realizan sus tran--
--sacciones con los compradores británicos --
F.O.B. y no C.I.F.

Italia: Génova, Venecia, Trieste.

Portugal: Lisboa.

Países Bajos: Amsterđam.

España: Tarragona, Barcelona, Bilbao, Algeciras, Cartagena

Las compañías marítimas más utilizadas para la trans--
-portación de la miel de abeja son: la francesa, COMPAGNIE
GENERALE MARITIME (CGM); la inglesa, JOHNSON SCANSTAR y -
TRANSPORTACIÓN MARÍTIMA MEXICANA (TMM), entre otras. Estas
tres líneas navieras cuentan con servicio de contenedores
estándar de 20 y 40 pies.

En general, los países integrantes de la CEE además --
cuentan con una excelente infraestructura ferroviaria, así
como una amplia red de carreteras que permiten el traslado
rápido de la mercancía toda vez que hubiese llegado al ---
puerto de destino, en este sentido una de las etapas de la
comercialización, el transporte, se realiza de una manera
ágil y eficaz lo cual permite una distribución eficiente y
un suministro continuo del producto para los envasadores -
y usuarios industriales europeos.

SERVICIOS.

El desarrollo de los servicios asociados a la importa-
-ción de mercancías ha ido a la par del desarrollo del mer-
-cado común y del avance en los flujos comerciales de la -
CEE, intracomunitariamente y con terceros países. En este

sentido el comportamiento dinámico de la banca y los seguros ha permitido agilizar las transacciones comerciales.

La Comunidad posee una amplia red bancaria que interviene en todos los aspectos del comercio exterior relacionados con el cobro y el crédito. Así, la carta de crédito es la forma usual de pago el cual depende de la negociación específica que realicen el comprador/vendedor. Generalmente los importadores prefieren no menos de 90 días a la presentación de documentos.

Los créditos documentarios, en general, están codificados de acuerdo a las reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París las cuales han sido revisadas tres veces , en 1951, 1962 y 1974.

En cuanto a los seguros de transporte marítimo y terrestre para las mercancías pueden establecerse dos tipos de pólizas:

- La individual, referida a una sola operación.
- La flotante que cubre los riesgos inherentes a una serie de envíos.

Cuando el importador compra con cotización F.O.B. es él quien se encarga de contratar el seguro en cualquiera de las dos modalidades; por el contrario, cuando importa con cotización C.I.F. es el vendedor el encargado de contratar el seguro.

Generalmente los importadores europeos de miel de abeja compran F.O.B., puerto de embarque, y son ellos los que indican la línea marítima de transportación y asumen el costo del seguro.

6. IMPUESTOS Y DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS A LA IMPORTACION.

Todos los países integrantes de la CEE han adoptado un arancel externo común para la miel de abeja, el cual se aplica de la siguiente forma:

- 27% ad valorem, para las importaciones del producto en general.
- 25% ad valorem para la miel procedente de países beneficiarios del Sistema Generalizado de Preferencias.
- Libre acceso para la miel que proceda de los 66 países ACP, en consideración al Convenio de Lomé, así como países y territorios de ultramar asociados a la CEE.
- Libre acceso para la miel procedente de 38 países considerados como muy pobres o escasamente desarrollados. (Véase ANEXO 4).

En los casos de España y Portugal, en virtud de su reciente incorporación a la CEE habrá una armonización gradual con el arancel exterior común de la CEE durante un periodo de transición de siete años.

Para 1986 en España se aplicaba un arancel del 14% ad valorem el cual continuará aumentando hasta alcanzar el 27% ad valorem.

En el caso de Portugal se aplica ya el arancel externo común, pero las importaciones de miel provenientes de los países integrantes de la CEE están gravadas con un arancel del 20.2% ad valorem el cual continuará gradualmente su --

disminución hasta su eliminación completa.

La importación de miel de abeja es libre y no está sujeta a restricciones cuantitativas en la mayoría de los países de la CEE. Francia es el único país que tiene un sistema de contingentes para el producto. Los cupos están asignados de la siguiente forma:

Europa Oriental: Bulgaria, Hungría, Polonia, Rumania, Checoslovaquia y URSS.

China.

Otros Países (el cupo se asigna dependiendo de las variaciones de la producción francesa).

Otros Impuestos: Desde 1956 está vigente el Impuesto al Valor Agregado (T.V.A.) en la totalidad de los países de la Comunidad. Cabe señalar que este impuesto es pagado sólo por el importador al realizar la introducción al país de la miel adquirida externamente.

Las distintas tasas aplicables a la miel de abeja por concepto de T.V.A. se enlistan a continuación:

Francia: 5.5%

R.F.A.: 7%

Reino Unido: 0%

Bélgica-Luxemburgo: 6%

Países Bajos: 6%

España: 6%

Irlanda: 0%

Portugal: 8%

Grecia: 6%

Dinamarca: 22%

La R.F.A. es un caso particular, puesto que en este país se aplica además del T.V.A. el impuesto sobre el Volumen de Importación, (Einfuhrumsatzsteuer = EuSt.). Este impuesto se aplica a todos los productos sin excepción y es recaudado por las autoridades aduaneras, junto con los otros derechos arancelarios aplicados a la importación, en el momento de tramitar la importación de las mercancías. El pago de esta carga fiscal es asunto exclusivo del importador alemán. Sin embargo, este impuesto actúa como barrera no arancelaria al gravar más los productos importados que los nacionales; con lo cual se reducen los niveles de competitividad de las mercancías extranjeras dentro del mercado alemán.

En cuanto a los requisitos que debe cubrir la miel de abeja de importación en cuanto a calidad; empaque y embalaje; etiquetado y rotulado, estos están contenidos en la directiva adoptada por el Consejo de la Comunidad el 22 de julio de 1974 y que establece la armonización de la legislación de los Estados miembros sobre la miel (Directiva 74/409/CEE). (Véase ANEXO 5).

Otras Reclamaciones: En Grecia según el decreto 18/84 del Ministerio de Comercio se establece la prohibición de mezclar mieles griegas con mieles importadas y la venta al detalle de frascos o botes mayores de un kilo de miel.

Formalidades Documentarias: Para la tramitación de la exportación/importación de la miel de abeja a los países de la CEE, se requieren los siguientes documentos:

- Factura comercial del vendedor, que debe contener:

- a) Nombre y dirección del comprador.
- b) Nombre y dirección del vendedor en el extranjero.
- c) Lugar y fecha en que se extiende la factura.
- d) Cantidad, tipos, marcas y números de tambores, cajas, etc.
- e) Descripción exacta de la mercancía.
- f) Modo y fecha de envío.
- g) Precio acordado para la mercancía por unidad y precio total.
- h) Condiciones de entrega y de pago.
- i) Firma del vendedor.

Original y copias (tres en la mayoría de los países de la CEE, excepto España que son 6 copias).

- Certificado de origen Forma "A" (para poder aplicar el Sistema Generalizado de Preferencias).

- Conocimiento de embarque.

- Certificado fitosanitario, expedido por una autoridad competente en el país de origen.

- Certificado de peso.

- Póliza o certificado de seguro.

En Italia se puede prescindir del certificado de origen, ya que bajo la legislación de ese país, el origen de la mercancía importada se encuentra establecido a través de la documentación que acompaña los embarques que llegan a Italia.

En España adicionalmente el importador debe llenar el Docu

-mento Único Aduanero vigente a partir del 1o. de enero - de 1987 (en el resto de la CEE entra en vigor a partir -- del 1o. de enero de 1988). Este documento se presentará - para el despacho de las mercancías en la aduana correspon-diente.

7. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO.

Al ser sus importaciones anuales de 109 465 tons., la CEE es el principal mercado para la miel de abeja; así la Comunidad absorbe el 54% de las importaciones mundiales - del producto y el consumo per cápita ha venido aumentando desde 1972. Tres de los países miembros poseen el consumo per cápita más alto del mundo: la R.F.A. (1.4 Kg), Grecia (1 Kg.) y Dinamarca (800 grs.).

De manera global , la CEE continuará manteniendo su - importancia actual como principal mercado para las mieles provenientes de países subdesarrollados. Sin embargo, a - nivel de país integrante, se puede decir que aún cuando - la R.F.A. es el principal importador y consumidor de miel es un mercado "saturado", es decir, como el consumo por habitante es ya sumamente elevado no se considera que pue-da aumentar más. Los demás países miembros ofrecen pers-pectivas favorables porque su consumo ha venido aumentan-do significativamente. Dinamarca y Países Bajos son mer-cados que pueden absorber mayores compras sobre todo por la limitada producción nacional que tienen. Grecia es un mercado aún por descubrir porque ha venido aumentando sus

importaciones dadas las dificultades por las que atraviesa su apicultura y el incremento en el consumo de productos elaborados con miel de abeja.

España por ser un nuevo país importador de miel ofrece excelentes perspectivas sobre todo para las mieles -- monofloras.

El segmento de mercado de la miel industrial está creciendo considerablemente en Reino Unido y Grecia. Sin embargo, la miel de mesa continuará representando el mayor porcentaje de las importaciones.

Portugal e Irlanda por los volúmenes mínimos de importaciones del producto que realizan no se muestran por el momento como mercados atractivos para el exportador, pero en los próximos años podrían aumentar sus compras debido a que Portugal se integrará totalmente a la CEE lo cual incrementará sus intercambios comerciales e Irlanda afronta problemas en su apicultura.

En conclusión, el consumo aparente de miel de abeja de la CEE ha aumentado en forma absoluta y relativa debido a un mejoramiento en los niveles de vida y a un mayor interés del consumidor por productos naturales y en parte por una promoción y comercialización más dinámica de las empresas envasadoras.

Por otra parte, los aspectos relativos a la calidad del producto son esenciales para incrementar las ventas hacia ese mercado.

Un último punto a destacar son las barreras no arancelarias que frenan significativamente un mejor acceso al mercado, estas barreras están representadas por el impuesto al Volumen de Importación que se aplica en la R.F.A.,

las restricciones cuantitativas en Francia y el elevado porcentaje de T.V.A. (22%) que paga la miel de abeja en Dinamarca. Estas barreras si bien no limitan el acceso al mercado sí ponen en desventaja a la miel importada frente a la nacional al incrementar su precio interno.

8. BALANCE OFERTA-DEMANDA.

Según el análisis desarrollado en los puntos 2 y 3 -- del presente capítulo, por una parte se tiene que en los últimos 15 años el consumo de miel de abeja de la CEE ha sido de 176 069 tons. anuales y en los próximos cinco --- años se pronostica un incremento de tres veces más el consumo actual es decir, aproximadamente 501 207 tons. anuales para 1988-1992.

Por otra parte, la producción de los tres principales países productores de miel de abeja, México, China y la URSS, ha sido de 1972 a 1986 de 447 135 tons. anuales de las cuales han exportado el 33% es decir, 147 092 tons. anuales. Como se puede ver la dinámica expansión que ha tenido el consumo en el mercado de la CEE contrasta con un lento crecimiento en la oferta disponible.

En los próximos años continuará esta misma situación por lo cual se pronostica una tendencia a la alza en los precios internacionales del producto.

NOTAS CAPITULO IV.

1. Antonio Gazol Sánchez: "El Tercer Mundo Frente al Mercado Común Europeo". Ed. F.C.E. México 1973, p. 17-20.
2. Dennis Swann: "La Economía del Mercado Común". Ed. Alianza Universidad, Madrid 1974, p. 21.
3. Sidney Dell: "Bloques de Comercio y Mercados Comunes". Ed. F.C.E. México 1973, p. 90.
4. Para una discusión más amplia y actual de los problemas que enfrenta la CEE véanse los artículos de:
Bernard Cassen: "La Construcción Europea a la Búsqueda de un Segundo Aire". Octubre 1986.
"En la Selva del Gran Mercado". Nov.- Dic. 1988.
Jean-Francois Drevet: "Disparidades Regionales Socavan la Cohesión Comunitaria". Nov.-Dic. 1988.
Los tres publicados en LE MONDE DIPLOMATIQUE.
5. Un análisis más amplio sobre la PAC, lo ofrece John E. Montel en el artículo sobre la CEE incluido en el libro "Agricultura Mundial". (Ver Bibliografía al final)
6. La lista completa de los países "ACP" aparece en el ANEXO 2 del presente trabajo.
7. Véase el ANEXO 3.
8. En lo que respecta a la agricultura, Francia ocupa el principal lugar dentro de la CEE, esta actividad aporta el 3.5% del PNB y ocupa el 8% de la población económicamente activa.
Francia es el quinto productor mundial de cereales y el tercer exportador de los mismos y es la segunda potencia exportadora de productos agrícolas después de E.U.. El sector avícola es uno de los más importantes de Europa.
9. Héctor Islas Siliceo: "La Miel de Abeja y su Mercado". COMERCIO EXTERIOR Vol. 28 Número 6 Junio 1978 p.696.
10. Información proporcionada por BANCOMEXT.

**CAPÍTULO V.- FORMULACIÓN DE UNA NUEVA ESTRATEGIA DE
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.**

Siguiendo con la metodología de la investigación de --
mercados, en esta última sección del presente trabajo se -
expondrán los puntos principales de una nueva estrategia -
de exportación para la miel de abeja, después de haber ana-
-lizado las características del producto; las condiciones
bajo las cuales se desarrolla la producción nacional y los
problemas para expandir la oferta exportable y finalmente,
el análisis del mercado seleccionado como meta, la CEE y
las peculiaridades de la demanda del producto en cuestión
en ese mercado y las perspectivas que ofrece para incremen-
-tar los volúmenes exportables.

A continuación se resumen en siete puntos los principa-
-les problemas que afectan la producción y comercializa---
-ción externa de la miel mexicana:

- 1) La explotación néctar-polinífera de México es incomple-
-ta debido principalmente a que no ha existido una ver-
-dadera política institucional para desarrollar la api-
-cultura como actividad económica importante para el --
país, generadora de divisas.
- 2) Carencia total de un auténtico sistema de investigación
apícola y desarrollo tecnológico para el sector que con-
-tribuyera a elevar los rendimientos en el país.
- 3) Elevados costos de producción debido a:
 - Procesos ineficientes en la obtención del pro--
-ducto .
 - A las crecientes presiones inflacionarias de la
economía mexicana que le ha restado competitiv-
-dad al producto en el mercado de la CEE.
- 4) Fracaso del modelo de comercialización a través de ---

cooperativas en la Península de Yucatán, la principal zona productora del país, debido a inadecuadas administraciones e intereses extra-económicos, lo cual ha originado una disminución en la capacidad negociadora de los apicultores de aquella región en materia de precios frente a los compradores europeos.

- 5) Los anteriores factores son la causa principal de que nuestro país no haya podido enfrentar con una política comercial inteligente y adecuada la incorporación agresiva de China al mercado internacional de la miel de abeja; además de la aparición de nuevos países exportadores como la UPSS y Hungría.
- 6) La dinámica acción que ha llevado China para colocar sus mieles en el mercado de la CEE si bien no ha desplazado totalmente al producto mexicano en aquél mercado si ha logrado que nuestro país perdiera participación y que en los últimos seis años las dificultades para exportar la miel nacional por las empresas del ramo fueran crecientes orillando a algunas a desaparecer o a diversificar sus operaciones.
- 7) El alto grado de concentración que tienen los canales de distribución en el mercado de la CEE ha favorecido la competencia de precios entre China y México, y es un factor determinante que podría impedir restablecer un equilibrio en el mercado.

México después de casi 15 años de ser el principal productor y exportador de miel en el mundo y de controlar los principales mercados ha sido desplazado de su lugar privilegiado por China y otros nuevos países exportadores lo cual ha modificado el esquema competitivo en el mercado de la CEE.

Las cooperativas de la Península de Yucatán han sido - las más afectadas con este nuevo esquema competitivo: insu- -ficientes administraciones y un esquema de producción -- obsoleto les ha impedido enfrentar la competencia de las - mieles chinas en Europa lo cual ha minado su solvencia fi- -nanciera e institucional al perder importantes volúmenes de ventas lo que ha originado a su vez una penetración di- -recta en la Península de agentes de los compradores euro- -peos deteriorando aún más su capacidad para captar y ven- -der el producto, aumentando sus problemas financieros que se reflejan en altos costos lo cual nuevamente les impide una mejor posición frente a la competencia internacional , repitiéndose el ciclo una y otra vez.

En el momento en que desaparece el Comité Apícola Pe- -ninsular como único canal de ventas al exterior como con- -secuencia de intereses políticos, es cuando se inicia la intervención directa en la Península de los envasadores -- europeos originando una competencia desleal que no sólo -- afecta a las cooperativas sino también a las empresas mexi- -canas exportadoras del producto.

En el planteamiento de una nueva estrategia que permi- -ta rescatar a la apicultura mexicana del virtual estanca- -miento en que se encuentra y que logre además recuperár - la participación en el mercado de la CEE, se deben conside- -rar dos premisas fundamentales:

- La participación de todas las entidades involu- -cradas con el sector: exportadores, apiculto- -res, cooperativas, instituciones gubernamenta- -les, etc.

- La reprivatización de la actividad, es decir, --

cambiar radicalmente el modelo actual de la apicultura mexicana.

Bajo estas pautas, los lineamientos de una nueva política deben contemplar tres aspectos: modernización del sector apícola, financiamiento y comercialización.

1. MODERNIZACIÓN DEL SECTOR APÍCOLA.

Como ya se analizó, el problema principal que existe dentro de la apicultura mexicana es la utilización de tecnología precaria para la extracción y beneficio de la miel y una inadecuada capacitación del apicultor en cuanto al manejo del apiario, enfermedades, etc. , lo cual origina que en ocasiones los importadores europeos devuelvan embarques de miel de esta procedencia, porque no reúnen los requerimientos de calidad, o bien castigan sus precios.

Una política de modernización deberá contemplar las siguientes medidas:

- a) Evitar ante todo la dispersión de los esfuerzos gubernamentales en materia de apoyos técnicos y de capacitación con la creación de tres CENTROS REGIONALES DE DESARROLLO APÍCOLA ubicados en las tres principales zonas productoras del país: la del Pacífico, la Central y la de la Península de Yucatán.

En estos Centros se concentrarían los apoyos federales y estatales y tendrían funciones múltiples las cuales -

serían:

- Crear una infraestructura de investigación y desarrollo tecnológico para la apicultura en coordinación con las Universidades Estatales y el Colegio de Post-graduados de la Universidad de Chapingo.
- Crear un Sistema de Bolsa Agropecuaria, en la cual -- las cotizaciones internacionales de la miel de abeja pudieran estar a disposición del productor de una forma más directa y rápida y de esta manera conociera -- cuáles son las variedades de miel y las presentaciones de mayor venta.
- Crear un sistema efectivo de asesoría técnica y capacitación.
- Elaboración de estudios de mercados para la miel de abeja.
- Creación de un Archivo Histórico sobre la apicultura mexicana.

En estos Centros se concentrarían las funciones dispersas y no coordinadas de otros organismos gubernamentales involucrados con el sector como son INI, SEP y -- SARH, con una administración descentralizada y lo más -- importante, con la participación directa de las empresas exportadoras del producto que podrían aportar fondos, deducibles de impuestos y tendrían una participación en el organigrama de estas instituciones.

Estos Centros ante todo tendrían que ser difusores efectivos de avances tecnológicos en la apicultura, porque sin estos México continuará rezagado frente al avance -

firme de otros países.

Este aspecto es muy importante dado que los cambios tecnológicos producen dos efectos:

- Aumenta la oferta del producto y,
- hay una reducción de costos por unidad.

Los nuevos países exportadores como URSS y Hungría , a pesar de que no reúnen las condiciones óptimas para un desarrollo integral de la apicultura, en los últimos -- años han destinado a la investigación recursos importantes lo cual se ha reflejado en un mayor volumen exportable de miel a precios bajos.

- b) Creación del PREMIO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN APÍCOLA , como un estímulo más para apoyar los esfuerzos en este sentido.

- c) Armonización de las legislaciones federales y estatales en materia de apicultura para lograr que se declaren a nivel federal, estatal o regional zonas de interés apícola respetando la floración néctar-polinífera y que proteja al apicultor contra el uso indiscriminado de -- pesticidas o productos tóxicos que afecten su actividad.

2. FINANCIAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN.

La producción de miel en México es en un 60% una actividad complementaria orientada a obtener ingresos adicionales y la mayoría de los apicultores son ejidatarios o minifundistas, es por esto que en general los organismos gubernamentales han fomentado la asociación de los productores en sus distintas modalidades según la legislación vigente y han apoyado a las cooperativas de la Península de Yucatán principalmente. Sin embargo, como se decía al principio del presente capítulo, es necesario cambiar el modelo de la apicultura mexicana en donde ahora la empresa apícola privada sea el nuevo eje del desarrollo de la actividad. En este sentido, dadas las experiencias no satisfactorias que en algunos casos han tenido las sociedades cooperativas bien organizadas y en vista de que los pequeños y medianos apicultores no son sujetos de crédito por las limitaciones que contempla la Ley de Crédito Rural, es necesario buscar la reprivatización de la actividad que permita la explotación real de la riqueza apícola del país y una competencia efectiva en los mercados internacionales.

Para lograr lo anterior el Estado y las entidades gubernamentales correspondientes podrían fomentar la creación de la "EMPRESA APÍCOLA EXPORTADORA MEXICANA" a través de:

- Un decreto mediante el cual se otorgue un crédito fiscal de hasta un 50% contra impuestos federales a empresas exportadoras que ABRAN nuevas áreas de explotación apícola y que se integren verticalmente.
- Otorgar concesiones a estas empresas para que explo-

-ten áreas regionales o estatales de interés para la apicultura con la única limitación de que se integren verticalmente y que la miel obtenida se destine en un 80% a los mercados externos.

Para esto se requerirá la colaboración de los gobiernos federal y estatal para otorgar facilidades a las empresas.

En el caso especial de las cooperativas peninsulares, la estrategia se deberá centrar en los siguientes puntos:

- Formación de un Comité de Evaluación con carácter temporal para revisar a fondo la situación financiera real de estas cooperativas. Este Comité deberá estar integrado por: un representante de SARH, los presidentes respectivos de las cooperativas y representantes de los bancos acreedores.
- Por la importancia que revisten estas cooperativas peninsulares en la comercialización externa de la miel de abeja, es evidente que deben continuar operando con apoyo gubernamental; sin embargo en el caso extremo que presenta la Cooperativa de Lol-Cab deberá contemplarse seriamente su liquidación; además el resto de las cooperativas deberán tener una administración rigurosa para tener acceso a créditos bancarios.
- Las sociedades "Miel de Abeja de Campeche", "Rojo Gómez", "Apicultores de Champotón" y "Apícola Maya", para evitar un mayor deterioro en su capacidad para captar y exportar miel de abeja a la CEE podrían negociar directamente y en forma conjunta con DIBONA

el principal importador europeo, para así constituirse en el único canal de ventas de este comprador y de esta manera evitar en lo posible la proliferación de agentes de esta envasadora que operan en la Península. Podrían además contemplar la posibilidad de tener un representante permanente en Europa para que tuviera un contacto directo con los posibles compradores y siguiera de cerca la evolución del mercado.

- La Sociedad "Miel de Abeja de Campeche" como cuenta con maquinaria de envasado y empaçado podría incursionar con bastante éxito en el mercado de la miel envasada. Como ya se analizó en el Capítulo IV el mercado de Grecia, España, Países Bajos y Dinamarca ofrece excelentes perspectivas para la miel con este tipo de presentación. La comercialización podría ser a través de IMPEXNAL o bien directamente.
- IMPEXNAL debería contemplar una comercialización más agresiva en el mercado de la CEE, que incluyera una campaña de promoción conjunta con los importadores europeos y aprovechar las ventajas que ofrecen las ferias comerciales. En este sentido podría participar además de la I.F.E. en: la ANUGA (Mercado Municipal de la Alimentación), bienal, en Colonia, R.F.A. ; y en la MAICOP (Feria Internacional de la Panadería, Confitería, Heladería e Industrias Afines), en Valencia, España.
- Las empresas exportadoras si no desean participar en una campaña conjunta con sus importadores europeos, podrían examinar la viabilidad de aumentar sus ventas concediendo a sus representantes una comisión más alta en las nuevas operaciones, por ejemplo un

3% en lugar del 2% habitual.

Las empresas exportadoras de miel envasada tienen un excelente mercado potencial en Dinamarca, España y Grecia, sobre todo para las mieles monofloras.

Sin embargo, estas acciones deberán ser apoyadas además con las siguientes medidas:

- Negociaciones comerciales a nivel ministerial con China para proponer intercambio de información sobre la evolución de los mercados de miel, para evitar la carrera de precios con la miel de aquél país, favorecida en parte por los compradores o intermediarios europeos.
- Dentro del marco del Acuerdo Bilateral entre México y la CEE (firmado el 15 de julio de 1975) establecer acciones para lograr un trato arancelario preferencial para la miel mexicana.
- Negociaciones comerciales con Francia para lograr que a México se le asigne un cupo permanente de miel de abeja.

Así, con estas medidas por un lado, se moderniza el sector apícola logrando con ello una mayor producción y precios competitivos y por otro, se establecen las bases para recuperar el mercado de la CEE a través de una participación más eficiente mediante negociaciones comerciales y una mejor estrategia de venta.

El mercado de la CEE continuará creciendo y mantendrá

su atractivo como principal centro consumidor del producto . México podrá recuperar su posición como principal exportador y productor de miel, las bases existen: un inmenso potencial apícola por aprovechar sólo falta la voluntad política para hacerlo y el surgimiento efectivo de empresas privadas que reconozcan realmente su papel dentro de una economía libre donde la iniciativa privada y el espíritu empresarial sean los ejes de un nuevo modelo de producción y exportación.

CAPÍTULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

- 1) La búsqueda de mercados y de oportunidades comerciales es fundamental para que los países no industrializados o subdesarrollados logren una tasa creciente de exportaciones, que influya favorablemente en materia de ingresos por divisas , empleo y modernización tecnológica.
- 2) La mercadotecnia internacional aporta un esquema metodológico para formular y delinear planes de comercialización para productos específicos.
- 3) La investigación de mercados de productos agropecuarios incluye dos partes: la primera relacionada con las variables producto, mercado, precio, distribución y promoción y la segunda, orientada a evaluar la dimensión económica , social y normativa de los mercados seleccionados como metas.
- 4) La comercialización de los productos agropecuarios es más compleja y presenta mayores dificultades que la comercialización de las manufacturas o productos industriales debido a la naturaleza misma de los productos y a las características que presentan tanto la demanda como la oferta referidas a la elasticidad-ingreso y a la elasticidad-precio.
- 5) La aplicación del esquema metodológico de la investigación de mercados de productos agropecuarios al caso de la comercialización de la miel de abeja mexicana se

orientó a establecer las condiciones y características del mercado de la CEE, a fin de incrementar la penetración y la exportación de este producto en el mercado europeo.

6) La miel de abeja es un producto que tiene un intenso comercio mundial debido a las características que presenta por ser un endulzante natural sin aditivos conservadores y altamente energético lo cual la hace ser muy apreciada por los consumidores. En el mercado mundial la miel está clasificada según su origen botánico y por el color, los cuales son aspectos importantes en la determinación de su precio internacional.

7) La práctica de la apicultura en México data desde la época prehispánica y a lo largo del tiempo ha sido una importante actividad complementaria para ejidatarios y minifundistas.

Actualmente México es el cuarto productor mundial de miel de abeja y el segundo exportador después de China.

8) A pesar de que México ocupa un lugar prominente en el mercado internacional de la miel de abeja y que posee ricas zonas productoras, la explotación néctar-polinífera de México es incompleta debido principalmente a que no ha existido una verdadera política institucional para desarrollar la apicultura como actividad económica importante para el país, generadora de divisas además de una carencia total de un sistema de inversión apícola y desarrollo tecnológico para el sector que contribuyera a elevar los rendimientos en el país.

Ambos factores actúan de manera significativa impidiendo la ampliación de la oferta exportable de miel.

- 9) Los problemas para expandir la oferta nacional de miel, que se localizan básicamente en la necesidad de modernizar el sector apícola y la planificación para adecuarse a los requisitos del mercado internacional; el fracaso en el modelo de comercialización externa a través de cooperativas de apicultores y los elevados costos de producción de la miel mexicana, debido a las crecientes presiones inflacionarias de la economía nacional, son los principales factores que impiden una mejor participación en el mercado de la CEE.

- 10) La CEE es el principal importador mundial de miel de abeja y constituye el principal mercado para el producto proveniente de países subdesarrollados. El constante aumento de la demanda desde 1972 y ante las perspectivas favorables de continuar en ascenso el consumo de miel de abeja, el mercado de la CEE se ha convertido en los últimos seis años en un mercado altamente competitivo por la aparición de nuevos países exportadores como China, URSS y Hungría.

- 11) La aparición de nuevos países exportadores que proveen grandes volúmenes de miel a precios bajos al mercado de la CEE, ha provocado que México perdiera participación en el mismo y que en los últimos seis años las dificultades para exportar el producto nacional fueran crecientes.

- 12) El alto grado de concentración que tienen los canales de distribución en el mercado de la CEE ha favorecido la competencia de precios entre China y México, y es un aspecto determinante que podría impedir restablecer un equilibrio en el mercado.

- 13) Para el planteamiento de una nueva estrategia que permita rescatar a la apicultura mexicana del virtual estancamiento en que se encuentra y que logre además recuperar la participación en el mercado de la CEE se debe considerar ante todo la reprivatización de la apicultura, es decir, cambiar radicalmente el modelo actual de la actividad.

- 14) Una nueva política de producción y exportación debe contemplar tres aspectos: modernización del sector apícola, financiamiento y comercialización.

- 15) Las medidas que se recomiendan aplicar incluyen: la creación de tres CENTROS REGIONALES APÍCOLAS , para crear una infraestructura de investigación y desarrollo tecnológico que permita la modernización del sector; armonización de las legislaciones federales y estatales en materia de apicultura para lograr que se declaren a nivel federal , estatal o regional zonas de interés apícola respetando la floración néctar-polinífera y que proteja al apicultor contra el uso indiscriminado de pesticidas o productos tóxicos que afectan su actividad; creación de la "EMPRESA APÍCOLA EXPORTADORA MEXICANA" a través de estímulos fiscales y de concesiones; revisión a fondo del modelo de comercialización externa a través de cooperativas y

finalmente, negociaciones comerciales para un inter--
-cambio de información con China sobre la evolución -
de los mercados de miel; para establecer un trato pre-
-ferencial arancelario para la miel mexicana dentro -
del marco del Acuerdo Bilateral México-CEE, y con ---
Francia , para lograr que a México se le asigne un --
cupo permanente de miel de abeja.

ANEXOS.

ANEXO 1.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-F-36-A-1981

"MIEL DE ABEJA-ESPECIFICACIONES"

"PRESENTACIÓN.

Miel en Panal: es la miel que no ha sido extraída de su almacén natural de cera y puede consumirse como tal.

Miel de Abeja Líquida: la que ha sido extraída de los panales, que cumple con lo señalado en la definición...y que se encuentra en estado líquido, sin presentar cristales visibles.

Miel de Abeja Cristalizada: producto que cumple en general con lo señalado en la definición inicial y que se encuentra en estado sólido o granulado, como resultado del fenómeno natural de cristalización de los azúcares que lo constituyen".

"MARCADO Y ETIQUETADO.

"Cada envase del producto debe llevar una etiqueta o impresión permanente visible e indeleble con los siguientes datos:

- Denominación del producto, conforme a la clasificación de esta norma.
- Nombre o marca comercial registrada, pudiendo aparecer el símbolo del fabricante.

- El Contenido Neto de acuerdo a las disposiciones de la Secretaría de Comercio.

(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 abreviadorio, 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).

- "Nombre o razón social del fabricante o titular del registro y domicilio donde se envase el producto".
- "La leyenda "Producido en México".
- Texto de las siglas: Reg. S.S.A. No. _____ "A", debiendo figurar en el espacio el número de registro correspondiente".

"Además deben incluirse todos aquellos datos necesarios que se juzguen convenientes, tales como las precauciones que deben tenerse en el manejo de los embalajes".

ENVASE.

"El producto objeto de esta norma se debe envasar: en un material atóxico, resistente e inocuo, que garantice la estabilidad del mismo, que evite su contaminación, no altere su capacidad, ni sus especificaciones sensoriales".

EMBALAJE.

"Para el embalaje final de la miel de abeja se deben usar cajas de cartón o de algún otro material apropiado, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan 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."

ALMACENAMIENTO.

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

NORMA DE CALIDAD MEXICANA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA.

La norma mexicana clasifica en un solo tipo la miel de abeja con un sólo grado de calidad, pudiéndose presentar el producto en forma líquida, cristalizada o en pastal.

La miel de abeja debe cumplir con cinco grupos de especificaciones:

1) Sensoriales.

"Color: Propio característico, variable del ámbar muy claro al obscuro.

"Olor: Propio característico.

Sabor: Dulce característico.

La miel de abeja no debe tener además, ningún sabor o aroma desagradables, absorbidos de materias extrañas durante su extracción, sedimentación, filtración y/o almacenamiento, ni síntomas de fermentación".

2) Físicas y Químicas.

Las especificaciones físicas y químicas que debe cumplir el producto son las siguientes:

"Contenido aparente de azúcar reductor expresado como % (g/100 g) de azúcar invertido mín.....	63.88
Contenido de sacarosa % (g/100 g) máx.....	8.
Contenido de glucosa % (g/100 g) máx.....	38.
Humedad % (g/100 g) máx.....	20.
Sólidos insolubles en agua % (g/100 g) máx. excepto la miel en panal.....	0.3
Cenizas % (g/100 g) máx.....	0.60
Acidez expresada como miliequivalentes/Kg. máx.....	40.
Hidroximetilfurfural (HMF) expresado en mg/Kg máx....	90.
Dextrinas % (g/100 g) máx.....	8.
Índice de diastasa mín.....	4".

3) Microbiológicas.

"La miel de abeja no debe contener microorganismos patógenos, toxinas microbianas e inhibidores microbianos".

4) Cuerpos Extraños.

El producto debe estar libre de insectos y de fragmentos microscópicos de materia extraña.

5) Contaminantes Químicos.

El producto no debe contener tampoco algún contaminante químico (plaguicidas u otros) en cantidades que puedan presentar un riesgo para la salud. Los límites máximos para estos contaminantes están sujetos a lo que establezca la Secretaría de Salud.

Asimismo se rechaza el uso de aditivos alimentarios para su conservación, ni mezclarla con almidón, melazas, glucosa, dextrinas o azúcares.

FUENTE: Dirección General de Normas, SECOFI.

Se hace notar que para el envasado de miel destinada a la venta al menudeo se acostumbra calentarla hasta unos 40°C. Esto se debe a que las especificaciones de normalización de miel para la venta al menudeo en México no son tan rígidas como las que se aplican para exportación.

ANEXO 2.

Los países de África, el Caribe y el Pacífico (países "ACP") signatarios del Convenio de Lomé (1984), son los siguientes:

Angola	Jamaica
Antigua	Kenya
Bahamas	Kiribati
Barbados	Lesoto
Delice	Liberia
Benín	Madagascar
Botswana	Malawi
Burkina Faso	Mali
Burundi	Mauricio
Cabo Verde	Mauritania
Camerún	Mozambique
Comoras	Níger
Congo	Nigeria
Costa de Marfil	Papua Nueva Guinea
Chad	República Centrafricana
Djibouti	Rwanda
Dominica	San Cristóbal y Nieves
Etiopía	Samoa
Fiji	Santa Lucía
Gabón	Santo Tomé y Príncipe
Gambia	San Vicente y las Granadinas
Ghana	Senegal
Granada	Seychelles Islas
Guinea	Sierra Leona
Guinea-Bissau	Somalia
Guinea Ecuatorial	Sudán
Guyana	Surinam
Islas Salomón	Swazilandia

Tanzania República Unida de
Togo
Tonga
Trinidad y Tobago
Tuvalu

Uganda
Vanuatu
Zaire
Zambia
Zimbabwe.

FUENTE: Comunidad Económica Europea.

ANEXO 3.

El Grupo de los 77 fue compuesto originalmente por:

Afganistán	Irak
Alto Volta	Jamaica
Arabia Saudita	Jordania
Argelia	Kenya
Argentina	Kuwait
Birmania	Laos
Bolivia	Líbano
Brasil	Liberia
Burundi	Libia
Cambodia	Madagascar
Camerún	Malasia
Colombia	Mali
Costa Rica	Marruecos
Chad	Mauritania
Chile	México
Chipre	Nepal
Dahomey	Nicaragua
Ecuador	Níger
El Salvador	Nigeria
Etiopía	Pakistán
Filipinas	Panamá
Gabón	Paraguay
Ghana	Perú
Guatemala	República Árabe Unida
Guinea	República Centrafricana
Haití	República de Corea
Honduras	República Dominicana
India	República del Viet-Nam
Indonesia	República Popular del Congo

Ruanda
Senegal
Sierra Leona
Siria
Somalia
Sri Lanka
Sudán
Tailandia
Tanzania

Togo
Trinidad y Tobago
Túnez
Uganda
Uruguay
Venezuela
Yemen
Yugoslavia
Zaire.

FUENTE: Antonio Gazol Sánchez: "El Tercer Mundo frente al
Mercado Común Europeo". Ed. F.C.E. México 1973
p. 93.

ANEXO 4.

Se concede el libre acceso a los países menos adelantados que se citan a continuación:

Afganistán	Malawi
Bangladesh	Maldivas
Benin	Malí
Buthan	Nepal
Botswana	Níger
Burkina Faso	Rwanda
Burundi	República Centroafricana
Cabo Verde	Samoa
Comoras	Santo Tomé y Príncipe
Chad	Seychelles
Djibouti	Sierra Leona
Etiopía	Somalia
Gambia	Sudán
Guinea	Tanzania, República
Guinea-Bissau	Unida de
Guinea Ecuatorial	Togo
Haití	Tonga
Laos, República	Uganda
Democrática Popular	Yemen, República Árabe
Lesoto	del
	Yemen, República
	Democrática del

FUENTE: Comunidad Económica Europea.

ANEXO 5.

Directiva adoptada por el Consejo de la CEE el 22 de julio de 1974 sobre la armonización de la legislación de los Estados Miembros sobre la miel (74/409/CEE).

EL CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS.

Teniendo presente el Tratado por el que se establece la Comunidad Económica Europea, y en particular sus artículos 43 y 100;

Teniendo presente la propuesta de la Comisión;

Teniendo presente la opinión del Parlamento Europeo;

Considerando que las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas de los Estados miembros definen qué se entiende por "miel", determinan sus diferentes variedades y prescriben las características que debe poseer el producto y las menciones que deben aparecer en los embalajes o etiquetas;

Considerando que las diferencias existentes entre las legislaciones entorpecen la libre circulación de dicho producto y pueden crear condiciones de competencia desleal;

Considerando por consiguiente que es necesario definir, en el contexto de la Comunidad, qué se entiende por "miel"; prever las diferentes variedades que podrán comercializarse con denominaciones apropiadas, determinar las características generales y específicas de su composición y establecer los datos principales que han de mencionarse en las etiquetas;

Considerando que la elección de los métodos de toma de muestras y de análisis necesarios para verificar la composición y las características de la miel es una medida ejecutiva de carácter técnico y que corresponde encomendar -

su adopción a la Comisión a fin de simplificar y agilizar el procedimiento;

Considerando que, en todos los casos en que el Consejo confiere a la Comisión la facultad de aplicar normas relativas a productos alimenticios, corresponde establecer un procedimiento que prevea una estrecha colaboración entre los Estados miembros y la Comisión en el ámbito del Comité permanente de productos alimenticios en virtud de la Decisión No. 69/414/CEE del Consejo;

Considerando que en el artículo 3 de la presente Directiva se prohíbe el empleo del término "miel" para designar productos que no se ajusten a la definición dada en el artículo primero, párrafo 1; que, ello no obstante, la aplicación inmediata de ésta podría provocar perturbaciones en los mercados en que las denominaciones "Kunsthoning" o "Kunsthonning" son admitidas en virtud de una legislación nacional anterior para designar un producto distinto de la miel; y que, en consecuencia, debería preverse un período de transición apropiado para efectuar los cambios necesarios;

Considerando que, mientras no se adopten reglas comunitarias de carácter general en materia de etiquetado de productos alimenticios, deberán mantenerse transitoriamente cierto número de disposiciones nacionales;

Considerando que en el mercado de algunos Estados miembros hay actualmente mieles de características analíticas diversas; que al parecer, resultaría difícil aplicar a éstas todos los criterios prescritos en el anexo a la presente Directiva, pero que más adelante sería posible, mediante un estudio detallado, volver a examinar la situación;

ADOPTA LA PRESENTE DIRECTIVA:

Artículo Primero

1. A los efectos de la presente Directiva, se entenderá -- por "miel" el producto alimenticio que producen las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de secreciones que producen las partes vivas de las plantas o que --

aparecen en esas partes y que las abejas, liban transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en panales. Dicho producto alimenticio puede ser fluido viscoso o --- cristalizado.

2. Los principales tipos de miel son los siguientes:

a) según su origen:

miel de néctar:

miel obtenida principalmente del néctar de las flores;

miel de mielada:

miel obtenida principalmente a partir de secreciones - que producen las partes vivas de las plantas o se encuentran sobre ellas; su color puede variar desde el castaño claro o verdoso hasta un tono casi negro;

b) según el modo de presentación o de extracción:

miel en panal o en secciones:

miel almacenada por las abejas en las celdillas de panales recién contruidos y sin cría, y vendida en -- panales operculados, enteros o en secciones de estos -- panales;

miel con trozos de panal:

miel que contiene uno o varios trozos de miel en panal;

miel virgen o miel de cota:

miel obtenida por escurrimiento de panales desoperculados y sin cría;

miel centrifugada:

miel extraída mediante la centrifugación de panales -- desoperculados y sin cría;

miel extraída por presión:

miel extraída prensando panales sin cría, con o sin -- ayuda de calor moderado.

Artículo 2

Los Estados miembros tomarán todas las medidas necesarias para garantizar que la miel sólo pueda ponerse en venta si se ajusta a las definiciones y disposiciones prescritas en la presente Directiva y en su anexo.

Artículo 3

1. La denominación "miel" se aplicará únicamente al producto definido en el párrafo 1 del artículo primero y deberá emplearse en el comercio para designar ese producto, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 1, apartado a) y el párrafo 2 del artículo 7.

2. Las designaciones mencionadas en el párrafo 2 del artículo primero se aplicarán únicamente a los productos definidos en dicho párrafo.

Artículo 4

Como excepción a lo dispuesto en el párrafo 1 del artículo 3, las denominaciones "Kunsthonning" y "Kunsthoing" podrán emplearse todavía en Dinamarca y Alemania, respectivamente, por un plazo de cinco años a contar desde la fecha de notificación de la presente Directiva para designar un producto distinto de la miel, de conformidad con las disposiciones nacionales relativas a ese producto vigentes en el momento de la notificación de esta Directiva.

Artículo 5

A la miel que se ponga en venta como tal no podrá agregarse otro producto que no sea miel.

Artículo 6

1. En el momento de su comercialización, la miel deberá -- presentar las características de composición enumeradas en el anexo.

Ello no obstante, como excepción al segundo inciso del párrafo 2 de dicho anexo, los Estados miembros podrán autorizar en su territorio:

- a) la comercialización de miel de brezo con un contenido de humedad no superior al 25%, si dicho contenido es -- resultado de las condiciones naturales de producción.
- b) la comercialización de "miel de pastelería" o de "miel industrial" con un contenido de humedad no superior al 25% si dicho contenido es resultado de las condiciones naturales de producción.

2. Además:

- a) en la medida de lo posible, cuando se comercialice como tal o cuando se utilice en cualquier producto destinado al consumo humano, la miel deberá estar exenta de materias orgánicas o inorgánicas extrañas, por ejemplo -- moho, insectos, residuos de insectos, crías o granos de arena;
- b) la miel no deberá:
 - i) tener sabor u olor extraño;
 - ii) haber empezado a fermentar o presentar efervescen--cia;
 - iii) haber sido calentada hasta un grado tal que sus enzi--mas naturales se hayan destruido o hayan quedado -- inactivas;
 - iv) presentar una acidez modificada artificialmente;
- c) la miel no podrá contener en ningún caso sustancias en cantidad tal que constituyan un peligro para la salud -- humana.

3. Como excepción a lo dispuesto en los párrafos 1 y 2 , podrá comercializarse como "miel de pastelería" o "miel

industrial" la miel apta para el consumo humano que:

- a) no se ajuste a los requisitos prescritos en el apartado b), incisos i), ii) y iii) del párrafo 2, o
- b) presente un índice diastásico o un contenido de hidromeltilfurfural que no respondan a las características indicadas en el anexo.

No obstante en el caso a que se refiere el apartado b), un Estado miembro podrá abstenerse de imponer la obligación de emplear la expresión mencionada y admitir la denominación "miel". En un plazo de cinco años a contar de la fecha de notificación de la presente Directiva, el Consejo decidirá, a propuesta de la Comisión, la adopción de disposiciones destinadas a establecer especificaciones técnicas idénticas para toda la Comunidad.

Artículo 7

1. Las únicas menciones que es obligatorio hacer constar en los embalajes, envases o etiquetas de la miel, y que deben aparecer bien visibles, claramente legibles e indelebles, son las siguientes:

- a) la denominación "miel" u otra de las designaciones enumeradas en el artículo 1, párrafo 2; no obstante, deben designarse expresamente la "miel en panal" y la "miel con trozos de panal"; en los casos a que se refieren el apartado b) del segundo párrafo del artículo 6, numeral 1, y el primer párrafo del artículo 6, numeral 3, la designación del producto será "miel de pastelería" o "miel industrial";
- b) el peso neto expresado en gramos o kilogramos;
- c) el nombre o la razón social y la dirección o el domicilio oficial del productor o envasador o de un vendedor establecido en la Comunidad.

2. Los Estados miembros podrán exigir que en su territorio se emplee la denominación "miel de mielada" para designar una miel que esté constituida de manera predominante por miel de mielada, que posea las características organolécti

-cas, fisicoquímicas y microscópicas propias de dicha miel y que no lleve indicación de un origen vegetal específico, como "miel de abeto".

3. Como excepción a lo dispuesto en el párrafo 1, los Estados miembros podrán mantener en vigor las disposiciones nacionales que exijan la indicación del país de origen, pero esa indicación no podrá exigirse en el caso de mieles originarias de la Comunidad.

4. La denominación "miel" a que se refiere el apartado a) del párrafo 1, o cualquiera de las designaciones a que se refiere el párrafo 2 del artículo podrán complementarse, entre otras cosas, por:

- a) una mención del origen floral o vegetal, si el producto proviene de manera predominante de la fuente indicada y si posee las características organolépticas, fisicoquímicas y microscópicas correspondientes;
- b) un nombre regional, territorial o topográfico, si el producto proviene enteramente del lugar indicado.

5. Si la miel se acondiciona en embalajes o envases de un peso neto igual o superior a 10 Kg. y no se comercializa al por menor, será admisible que las menciones de que tratan los apartados b) y c) del párrafo 1 aparezcan solamente en los documentos que acompañan el envío.

6. Los Estados miembros se abstendrán de prescribir, más allá de lo establecido en el párrafo 1, la forma en que se harán constar las menciones a que se refiere dicho párrafo.

No obstante, los Estados miembros podrán prohibir el comercio de miel en su territorio si las indicaciones prescritas en el apartado a) del párrafo 1 no figuran en el idioma o idiomas nacionales en uno de los lados del embalaje o envase.

7. Hasta el término del periodo de transición durante el cual pueden utilizarse las unidades de medida del sistema imperial que figuran en el anexo II de la Directiva No. 71/354/CEE del Consejo, del 18 de octubre de 1971, relativa a las unidades de medida admitidas en la Comunidad, los Estados miembros podrán exigir que el peso se exprese también en unidades de medida del sistema imperial.

8. Los párrafos 1 al 7 se aplicarán sin perjuicio de las disposiciones que ulteriormente adopte la Comunidad en materia de etiquetado.

Artículo 8

1. Los Estados miembros adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar que el comercio de los productos referidos en el artículo 1, que se ajusten a las definiciones y reglas establecidas en la presente Directiva y en su anexo I, no sea entorpecido por la aplicación de disposiciones nacionales no armonizadas que rijan la composición, las características de fabricación, el embalaje, o el etiquetado de esos productos en particular o de los productos alimenticios en general.

2. El párrafo 1 no será aplicable a las disposiciones no armonizadas que se justifiquen por razones de:

- protección de la salud pública,
- represión de fraudes, a menos que las disposiciones a tal efecto puedan entorpecer la aplicación de las definiciones y reglas establecidas en la presente Directiva,
- protección de la propiedad industrial y comercial, las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen, y represión de la competencia desleal.

Artículo 9

Los métodos de toma de muestras y análisis necesarios para verificar la composición y las características de la miel se determinarán de conformidad con el procedimiento previsto en el artículo 10.

Artículo 10

1. En los casos en que corresponda aplicar el procedimiento previsto en el presente artículo, el asunto será sometido al Comité permanente de productos alimenticios creado por la Decisión del Consejo del 13 de noviembre de 1969 (denominado en adelante "el Comité") por su Presidente, que actuará por iniciativa propia o a petición del representante de un Estado miembro.

2. El representante de la Comisión presentará al Comité un proyecto de las medidas que hayan de adoptarse. El Comité emitirá su opinión sobre dicho proyecto dentro de un plazo que fijará el Presidente teniendo en cuenta la urgencia de la cuestión. Las opiniones se emitirán por una mayoría de 41 votos, en un sistema de votos ponderados de los Estados miembros, conforme al artículo 148, párrafo 2, del Tratado. El Presidente no tendrá voto.

3. a) Cuando las medidas previstas fueran conformes a la opinión del Comité, la Comisión las adoptará.
- b) Cuando las medidas previstas no fueran conformes a la opinión del Comité, o cuando no se hubiere emitido opinión, la Comisión presentará sin demora al Consejo una propuesta sobre las medidas por adoptar. La decisión del Consejo se tomará por mayoría especial.
- c) Si al cabo de un plazo de tres meses a partir de la presentación de la propuesta el Consejo no hubiere tomado decisión, las medidas propuestas serán adoptadas por la Comisión.

Artículo 11

Las disposiciones del artículo 10 se aplicarán por un periodo de 18 meses a partir de la fecha en que el asunto haya sido sometido por primera vez al Comité con arreglo al párrafo 1 del artículo 10.

Artículo 12

La presente Directiva no afectará a las disposiciones nacionales relativas a las escalas de pesos conforme a las cuales debe comercializarse la miel; el Consejo adoptará antes del 1° de enero de 1979, a propuesta de la Comisión, las disposiciones comunitarias apropiadas.

Artículo 13

La presente Directiva no se aplicará a los productos destinados a ser exportados a países no pertenecientes a la Comunidad.

Artículo 14

En un plazo de un año a contar de la notificación de la presente Directiva, los Estados miembros modificarán, cuando proceda, su legislación para armonizarla con las disposiciones de la presente Directiva e informarán inmediatamente de ello a la Comisión. La legislación así modificada se aplicará a los productos puestos en venta en los Estados miembros dos años después de la notificación de esta Directiva.

Artículo 15

Los destinatarios de la presente Directiva son los Estados miembros.

ANEXO

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPOSICIÓN DE LA MIEL.

1. Contenido aparente de azúcares reductores, expresado en azúcar invertido
 - Miel de néctar no menos del 65%
 - Miel de mielada, pura o mezclada con miel de néctar no menos del 60%
2. Contenido de humedad
 - En general no más del 21%
 - Miel de brezo (Calluna) y miel de trébol (Trifolium sp.) no más del 23%
3. Contenido aparente de sacarosa
 - En general no más del 5%
 - Miel de mielada, pura o mezclada con miel de néctar, mieles de acacia, de espliego y bunksia menziesii no más del 10%
4. Contenido de sustancias insolubles en agua
 - En general no más del 0.1%
 - Miel extraída por presión no más del 0.5%
5. Contenido en minerales (ceniza)
 - En general no más del 0.6%
 - Miel de mielada, pura o

mezclada con miel de néctar

no más del 1%

6. Acidez

no más de 40 mili--
equivalentes por
1 000 gramos

7. Índice diastásico y contenido de hidrosimetilfurfural (HMF), determinados después de la elaboración y mezcla

a) Índice diastásico (escala de Shade)

- En general

no menos de 8

- Mieles de bajo
contenido de enzimas
naturales (por ejemplo,
de cítricos) y de
contenido en HMF no
superior a 15 mg/Kg

no menos de 3

b) HMF

no más de 40 mg/Kg
(sin perjuicio de -
lo dispuesto en el
segundo inciso del
apartado a)).

BIBLIOGRAFÍA.

1. LIBROS

- Alexandrides, C.G./Moschis, George.
"Export Marketing Management".
Ed. Praeger Publishers. New York, USA 1977.
Praeger Special Studies in International Business, Finance and Trade.
- Banco Nacional de Crédito Agrícola y Ganadero, S.A.
"Papeles para la Historia de la Apicultura Mexicana".
México 1956.
- Benítez Alvarez, Enrique.
"Situación Actual de la Apicultura en el Estado de Campeche".
Facultad de Veterinaria-UNAM. México 1980.
- Bowling, James R./Waugh, Frederick V.
"Mercadotecnia Agrícola".
Ed. Compañía Editorial Continental. México 1962.
- Casillas Toribio, Juan José.
"Situación de la Apicultura en la Región Huicot, Zona Indígenista Cora".
Facultad de Veterinaria-Universidad de Guadalajara.
Guadalajara, 1979.
- Crane, Eva.
"El Libro de la Miel".
Ed. F.C.E. Colección Breviarios. México 1985.
"La Colmena y la Abeja Melífera".
Ed. Hemisferio Sur. Montevideo, Uruguay 1975.
- Cundiff, Edward W./Still, Richard R./Govoni, Norman A.P.
"Fundamentos de Mercadeo Moderno".
Ed. Prentice-Hall. Madrid 1979.

- Chacholiades, Miltiades.
"Economía Internacional".
Ed. McGraw-Hill. Bogotá 1982.

- Dell, Sidney.
"Bloques de Comercio y Mercados Comunes".
Ed. F.C.E. México 1973.

- Díaz Acosta, Pedro.
"Análisis de la Apicultura en el Estado de Morelos".
Facultad de Veterinaria-UNAM. México 1983.

- Dirección General de Educación Tecnológica Agropecuaria.
"Guía de Planeación y Control de las Actividades Apícolas".
Ed. F.C.E. México 1980.

- Fayerweather, John.
"Comercialización Internacional".
Ed. Herrero Hermanos. México 1970.

- Flores, Edmundo.
"Tratado de Economía Agrícola".
Ed. F.C.E. México 1964.

- Gazol Sánchez, Antonio.
"El Tercer Mundo frente al Mercado Común Europeo".
Ed. F.C.E. México 1973.

- Granell, Francisco.
"La Exportación y los Mercados Internacionales".
Ed. Hispanoeuropea. Madrid 1980.

- Haag, Herman M./Soto Angli, José.
"El Mercadeo de los Productos Agropecuarios".
Ed. Limusa Wiley. México 1975.
- Humboldt, Carlos Guillermo Barón de.
"Ensayo Político sobre el Reino de la Nueva España".
Ed. Porrúa. Colección Sepan Cuantos... México 1979.
- Marx, Karl.
"El Capital". Tomo I Vol. 1, Tomo III Vol. 6.
Ed. Siglo XXI. México 1981.
- McCarthy, Jerome.
"Comercialización: Un Enfoque General".
Ed. El Ateneo. Buenos Aires, Argentina 1974.
- Meléndez, R., et al.
"Mercadeo de Productos Agropecuarios".
Ed. Limusa. México 1984.
- Mera Melchor, Víctor Alfredo.
"Características de la Apicultura en las Sociedades de Tunkas y Ticul en Yucatán".
Universidad Autónoma de Chapingo 1980.
- Metcalf, David.
"La Economía de la Agricultura".
Ed. Alianza Editorial. Madrid 1974.
- Montero Moreno, Carlos.
"Proyecto de Inversión para la Producción y Distribución de Miel de Abeja".
Facultad de Economía-UNAM. México 1984.

- Ordets, Gonzalo S.
"La Apicultura en los Trópicos".
Ed. Bartolomé Trucco. México 1966.

- Ortega Escalona, Alfredo.
"Evaluación de un Programa de Fomento Apícola en el Estado de Oaxaca".
Facultad de Veterinaria-UNAM. México 1983.

- Palloix, Christian.
"La Internacionalización del Capital".
Ed. Blunce. Madrid 1979.

- Pride, William M./Ferrel, O.C.
"Marketing".
Ed. Interamericana. México 1986.

- Root, Amos Yves.
"ABC y XYZ de la Apicultura. Enciclopedia de la Cría Científica y Práctica de las Abejas".
Buenos Aires, 1979.

- Suárez Molina, Víctor.
"La Evolución Económica de Yucatán a través del Siglo XIX"
Tomo I. Ediciones de la Universidad de Yucatán, Mérida 1977.

- Swann, Dennis.
"La Economía del Mercado Común".
Ed. Alianza Universidad. Madrid 1974.

- Tamús Sánchez, Ernesto Rosalío.
"Evaluación de un Programa Apícola para el Desarrollo Rural en el Estado de Hidalgo".
Facultad de Veterinaria-UNAM. México 1979.

- Tommasi Villamil, Carlos Eduardo.
"Actividad Apícola en el Estado de Yucatán. La apicultura: Instrumento que Contribuye a una Mejor Explotación Integral del Ejido".
Escuela Nacional de Economía-UNAM. México 1967.

- Torres Gaytán, Ricardo.
"Teoría del Comercio Internacional".
Ed. Siglo XXI. México 1976.

- Uriza Delgado, Jorge.
"Importancia de la Normalización de la Calidad de la Miel de Abeja en México".
Universidad Autónoma de Chapingo 1971.

- Velasco Rocha, María Guadalupe.
"Procesamiento y Comercialización de Miel de Abeja en el Estado de Quintana Roo".
Facultad de Economía-UNAM. México 1984.

- Villarreal, René. (Compilador).
"Economía Internacional". Tomo I
Ed. F.C.E. México 1979.

2. ARTÍCULOS

- Aubert, S./Gonnet, M.
"Estimación del Color de la Miel".
APIACTA Vol. XXI Núm. 4 1986.

- Barnavon, M./Borneck, R.
"La Acción Tóxica de los Insecticidas en las Abejas".
APIACTA Vol. XXI Núm. 2 1986.

- Bode, J.
"Tipificación de los Equipos Apícolas".
APIACTA Vol. XVI Núm. 1 1981.
- Breimyer, Harold F.
"Cambios en la Estructura de los Mercados".
AGRICULTURA MUNDIAL. Centro Regional de Ayuda Técnica,
US. Dept. of Agriculture-Ed. Herrero Hermanos.
México 1968.
- Cabrera Pech, J.U.
"La Flora Apícola de las Zonas Áridas de México".
APIACTA Vol. XVI Núm 4 1981.
- Castañares, Jorge.
"Las Relaciones Comerciales de México con la Comunidad Económica Europea".
INVESTIGACIÓN ECONÓMICA Enero-Marzo 1988, Núm. 183
- Conchouso Fernández, J.
"Rendimiento de Miel por Colmena en dos Zonas diferentes de la República Mexicana".
APIACTA Vol. XVI Núm. 4 1981.
- Dirección General de Economía Agrícola.
"Producción y Comercialización de la Miel en México".
ECONOTECNIA AGRÍCOLA Vol. II Núm. 4 1983.
- Feely, L.
"Rentabilidad de la Apicultura para el Desarrollo Agrícola".
APIACTA Vol. XIX Núm. 1 1984.
- Hoecker, R.W.
"Supermercados en Todo el Mundo".
AGRICULTURA MUNDIAL. Centro Regional de Ayuda Técnica,
US. Dept. of Agriculture-Ed. Herrero Hermanos. México 1968.

- Islas Siliceo, Héctor.
"La Miel de Abeja y su Mercado".
COMERCIO EXTERIOR Vol. 28 Núm. 6 Junio 1978.

- Labougle Rentería, Juan Manuel/Zozaya Rubio, José A.
"La Apicultura en México".
REVISTA CIENCIA Y DESARROLLO Julio-Agosto 1986.

- "Miel de Abeja".
COMERCIO EXTERIOR Vol. 31 Núm. 11 Nov. 1981
Vol. 32 Núm. 2 Feb. 1982
Vol. 32 Núm. 3 Mar. 1982

- Montel, John E.
"La Comunidad Económica Europea".
AGRICULTURA MUNDIAL. Centro Regional de Ayuda Técnica,
US. Dept. of Agriculture-Ed. Herrero Hermanos.
México 1968.

- Peris, J.
"La Apicultura en España".
APIACTA Vol. XX Núm. 3 1985.

- Sanford, M.
"Posibilidades de Utilización de la Tecnología de Cálculo
en la Investigación Apícola y el Desarrollo".
APIACTA Vol. XIX Núm. 1 1984.

3. DOCUMENTOS

- Banco Nacional de Comercio Exterior.
"Apoyos Financieros y de Garantías al Comercio Exterior
de México".
Mimeografiado, abril 1987.

- Centre Francais du Commerce Exterieur,
10 Avenue d'Iéna 75783 París, France.
"Le Marche du Miel en Allemagne". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Belgique-Luxembourg". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Espagne". Aout 1987.
"Le Marche du Miel au Danemark". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Grece". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Grande Bretagne". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Italie". Aout 1987.
"Le Marche du Miel en Irlande". Aout 1987.
"Le Marche du Miel dux Pays-Bas". Aout 1987.
"Le Marche du Miel au Portugal". Aout 1987.

- Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT.
"Miel: Estudio de los Principales Mercados".
Ginebra, 1986.

- Comisión de las Comunidades Europeas.
Dirección General de Información.
"La Comunidad Europea y los Consumidores". Junio-Julio 1987.
"La Comunidad Europea y el Tercer Mundo". Oct. 1987.
"Preferencias Generalizadas para el Tercer Mundo". Oct. 1987
"La Europa sin Fronteras: Hacia un Gran Mercado Interior".
Nov. 1987.
"Europa Información". Núm. 82-85. 1985
Ediciones en español. Oficina de Publicaciones Oficiales
de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.

- Quiroz, Manuel.
Resumen de entrevistas a apicultores y compradores de miel
en la Península de Yucatán realizadas en agosto de 1986.
Inédito, Guadalajara, 1988.

- Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.
Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial.
"Diagnóstico Agroindustrial". Números 17, 19, 21, 22 y 25.
México 1980.

"Programa Nacional Agropecuario y Forestal 1988".

4. PUBLICACIONES PERIÓDICAS

- HONEY MARKET NEWS.
Washington: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de Norteamérica.
Boletín Mensual, 1978 a 1987.
- NOTI UNAPI.
Unión Nacional de Apicultores. México, D.F.
Publicación Bimestral.
Septiembre 1986
Enero, julio y octubre 1987
Marzo 1988.

5. FOLLETOS

- Banco Nacional de Comercio Exterior,
"Cómo Exportar a...Reino Unido". México 1987.
"Cómo Exportar a...España". México 1987.
"Cómo Exportar a...Francia". México 1987.
"Cómo Exportar a...Italia". México 1987.
"Cómo Exportar a la República Federal de Alemania".
México 1987.
- Cámaras de Industria y Comercio de la R.F.A.
"Cómo Exportar a la R.F.A.". México 1980.

- Dirección General de Avicultura y Especies Menores.
"La Miel".

- Dirección General para el Desarrollo Agroindustrial
"Miel de Abeja: Tratamiento y Envase".
(Procesos Agroindustriales, 23).

- Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura
(F:I.R.A.).
"Instructivos Técnicos de Apoyo para la Formulación de
Proyectos de Financiamiento y Asistencia Técnica .
(Apicultura)".
México 1985.

"FIRA en Yucatán 1982-1988".

FIRA: Informes Anuales 1980-1986.

- Owens, Charles D.
"Selección y Funcionamiento de Equipo Apícola".
Centro Regional de Ayuda Técnica. Departamento de Agricul-
-tura de los Estados Unidos de Norteamérica. 1967

- Plan Lerma.
"Introducción de Apiarios en el Estado de Jalisco".
Guadalajara, 1973.

- United States: Department of Agriculture.
"The Honey Industry of México: Situation and Prospects".
October 1978.