



87.
cej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

COMERCIALIZACION DE MIEL - PROYECTO DE
EXPORTACION A ALEMANIA

SEMINARIO DE INVESTIGACION
ADMINISTRATIVA
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A N
JOSE LUIS MELENDEZ CEBALLOS
ROBERTO RUIZ MEDINA

ASESOR DEL SEMINARIO:
L.A. y L.E. RENE RENTERIA SOLIS



MEXICO, D. F.

1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México por la posibilidad de tener una preparación y realizarme como profesionista y como persona. Gracias.

A mi madre Bertha Silvia Medina Medina, por el ejemplo a seguir que tengo en ti, por la fuerza y el coraje necesarios, que me infunde para continuar adelante.

Principalmente a mi Padre, mi único apoyo para proseguir luchando, estoy seguro que, lo que yo pueda agradecer a mi Padre, no se puede comparar con lo que él representa para mí, por esto, este trabajo te pertenece en mayor proporción, ya que tú me creaste como soy y espero no decepcionarte.

Por mi educación, por los valores que me inculcaste, por lo que eres, por lo que seguirás siendo, por tu mano que siempre estará conmigo, por lo que representas para mí, por ti Mi Padre, espero te sientas orgulloso de mí. GRACIAS.

Dedico el presente trabajo a la memoria de mi Padre, José Concepción Ruiz Ruiz.

Roberto Ruiz Medina

Este trabajo está dedicado a todos aquellas personas que forman parte de mi vida, me han acompañado en todo momento, me han alentado, ayudado y han compartido conmigo momentos agradables y difíciles que son imposibles de olvidar.

A mis padres: José Luis Meléndez Vega y Ana María Ceballos Leyva:

Por su amor, confianza, apoyo y comprensión para poder lograr una meta más en mi vida e iniciar mi largo camino como profesionista. Les doy las gracias por todos lo sacrificios realizados para que yo pudiera tener una educación y una base para poder ser alguien en la vida, por esto y muchas cosas.

" G R A C I A S "

A mi hermano Enrique con afecto

A Yesenia Olivas que con su amor, apoyo, interés y ánimo estimularon para la realización y terminación del presente trabajo " G r a c i a s ".

A todos mis familiares y amigos que me apoyaron en todo momento impulsándome, alentandome y no dejando que desistiera en el camino, evitando que dejara truncado un paso muy importante en mi educación, siendo esto el principio de mi formación como profesionista.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y en especial a la " Facultad de Contaduría y Administración", casa de sabiduría que me formo como Profesionista

A los maestros por que fueron la fuente de los conocimientos que poseo. En especial a mi asesor L. A. Rene Rentería Solís, que con su ayuda y consejos se logro realizar este trabajo

Y a todos aquellos que me han brindado su amistad y apoyo desinteresadamente.

JOSE LUIS

**PROYECTO DE EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA DE LA
EMPRESA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL" A
ALEMANIA**

INDICE

PROLOGO

INTRODUCCION

Capitulo I

PANORAMA GENERAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS APICOLAS

	<i>Página</i>
1. Antecedentes	1
2. Zonas apícolas de la República Mexicana	3
3. Descripción y composición de los principales productos apícolas	5
3.1 Miel	5
3.1.1 Descripción de la miel	5
3.1.2 Composición de la miel	7
3.2 Jalea real	8
3.2.1 Descripción de la jalea real	8
3.2.2 Composición de la jalea real	8
3.3 Cera	9
3.3.1 Descripción de la cera	9
3.3.2 Composición de la cera	9
3.4 Polen	9
3.4.1 Descripción del polen	9
3.4.2 Composición del polen	10

3.5 Propóleo	10
3.5.1 Descripción del propóleo	10
3.5.2 Composición del propóleo	10
3.6 Usos, valores alimenticios y terapéuticos	11
3.6.1 Miel	11
3.6.2 Jalea real	12
3.6.3 Cera	12
3.6.4 Polen	13
3.6.5 Propóleo	14
4. Producción de miel en la República Mexicana	14
5. Comercialización de la miel	19
5.1 Canales de Distribución	19
5.2 Competencia	21
5.3 Precios de venta	21
5.4 Costo Nacional	23
5.5 Factores que influyen en el consumo de miel en el mercado nacional	24
6. Organizaciones de Productores Apícolas	25
7. Normas de calidad y especificaciones de mercado nacional	26
7.1 Norma de Calidad Mexicana	26
7.2 Norma Sanitaria	28
7.3 Tipos y calidades de la miel	28

Capítulo II

ANÁLISIS DEL ENTORNO MUNDIAL DE LA MIEL DE ABEJA

1. Producción mundial	30
2. Principales productores apícolas en el mundo	33
3. Comercialización internacional	35
3.1 Principales clientes mundiales	36
3.2 Características del producto para exportación	38
3.3 Determinación del precio mundial	38
3.3.1 Créditos y financiamientos	41
3.4 Competencia internacional	42
3.5 Canales de distribución	46
4. Normas de calidad internacionales para la comercialización de la miel de abeja y especificaciones para mercado de exportación	47
4.1 Principales Aranceles mundiales	48
4.2 Principales Normas Sanitarias mundiales	48
4.3 Especificación mundial de Calidad	49
5. Factores que influyen en el consumo internacional	50

Capítulo III

ALEMANIA - PERFIL DE MERCADO PARA LA MIEL DE ABEJA -

1. Perfil del mercado - Alemania -	52
2. Producción	53
3. Segmentación de mercado y preferencias del consumidor	56
4. Consumo	57

5. Demanda	59
6. Canales de distribución	59
7. Medios de transporte y costos de flete	62
8. Importadores, representantes y envasadores de miel	63
9. Competencia y precios	63
10. Envase y embalaje	64
11. Normas de etiquetado	65
12. Normas de calidad	67
13. Promoción de ventas y publicidad	67
14. Oportunidades de mercado para exportación	68

Capítulo IV

PROCESO DE EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA MEXICANA PARA LA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL" A ALEMANIA

1. Estructura de la investigación	70
1.1 Perfil del problema	70
1.2 Objetivos de la Investigación	71
1.2.1 Objetivo general	71
1.2.2 Objetivos específicos	71
2. Obtención de la información	73
3. Comercio México-Alemania	73
4. Perfil de la Empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul"	74
4.1 Ubicación del proyecto	74
4.2 Tipo y giro de la empresa	76

4.3	Portafolio de productos	77
4.4	Descripción de recursos de producción	77
4.5	Ciclo productivo y técnicas de maximización de la producción	78
4.5.1	Calendario apícola	78
4.6	Técnica de domesticación de la abeja africana	79
4.7	Actualización de material	80
5.	Análisis de la información para la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul"	81
5.1	Producción	81
5.2	Identificación de los clientes potenciales	82
5.3	Calidad	84
5.4	Precio	84
5.5	Competencia	85
5.5.1	Competencia mexicana en Alemania	85
5.6	Transporte	87
5.7	Envase, embalaje y etiquetado	87
5.8	Promoción	88
5.9	Exportación	88
5.9.1	Principales ventajas de exportación	88
5.9.2	Principales desventajas de exportación	89
5.10	Requisitos básicos para realizar la exportación de miel mexicana	90
5.11	Reglamentación aduanera y aranceles para la importación de miel a Alemania	92
5.12	Fórmulas contractuales de cotización a utilizar por la empresa	94

5.13 Proceso de venta para exportación	95
5.14 Forma de pago internacional a utilizar por la empresa	97
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFIA	105
ANEXOS	

PROLOGO

El presente trabajo se elaboro pensando y analizando los problemas y carencias que presentan los apicultores del pais, principalmente la zona de Calotmul (Yucatán), debido a la falta de información sobre los mercados existentes; para efectuar una adecuada comercialización de sus productos a nivel nacional o internacional.

Con esto se pretende buscar alternativas de comercialización, que permitan conocer los diferentes mercados de venta en el extranjero e identificar el más viable o adecuado para efectuar una introduccion eficiente de los productos apícolas mexicanos. Esto beneficiaría a los apicultores en cuanto a asesoría técnica, venta de los productos, elevar sus niveles de calidad, diversificación de sus productos, avances tecnológicos, y así encontrar los puntos ideales para su venta.

La problemática se identifico en un marco de comercialización y una investigación de mercados, para la obtención de la información necesaria de la situación de la apicultura en nuestro país (condiciones de extracción, puntos de venta, distribución, precios, etc.) con el fin de obtener un panorama amplio de la apicultura.

Como resultado de la investigación se obtendrán la existencia del mercado idóneo, para realizar la comercialización dentro del mercado más idóneo, el cual contará con una gran cantidad de consumidores potenciales de los productos apícolas, debido a su cultura y a sus hábitos en la dieta alimenticia.

Una vez identificado el mercado idóneo, se podrá tomar decisiones adecuadas sobre las técnicas o formas de comercialización ideales para lograr un proceso de exportación adecuado y con esto cumplir con todos los requerimientos y exigencias del mercado en cuestión.

Se agradece de antemano la colaboración recibida de todas las instituciones privadas y gubernamentales, que proporcionaron toda la información necesaria para la realización de dicho trabajo. Esperando que el presente estudio sea una contribución y posea una utilidad para todas aquellas empresas, chicas, medianas o grandes que deseen o quieran incursionar en el mundo de las exportaciones; con el propósito de impulsar esta actividad que cuenta con un amplio potencial de crecimiento.

INTRODUCCION

El presente estudio tiene como objetivo proporcionar la información necesaria para el inicio de exportaciones de miel de abeja de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul", así como tomar decisiones referente a las diferentes alternativas de comercialización en mercados internacionales; recomendando el o los mercados más factibles para su comercialización o exportación determinando la forma de distribución de la miel en cuanto: envase, estándares de calidad, tiempos y formas de entrega.

Este documento muestra la capacidad con que cuenta la empresa para realizar exportaciones de ciertos volúmenes y satisfacer los requerimientos que el mercado le exija, la empresa tiene la posibilidad de producir elementos como la miel, jalea real, cera, polen y propóleo, en la actualidad la empresa solo produce miel debido a que los demás productos tienen poca aceptación entre el público consumidor mexicano, por lo cual esta investigación se encamina hacia la miel, ya que se obtiene mayor volumen de producción pero sin descartar los demás productos.

El propósito es la identificación de mercados para los productos de la agroindustria apícola principalmente la miel y definir si existen mercados para los diversos productos provenientes de las abejas como serían la jalea real, cera, propóleo y polen y así determinar el conocimiento de la población referente a los productos apícolas en el ámbito nacional y analizar la posibilidad de iniciar exportaciones de esta rama de la agroindustria. La Agroindustria tiene por objeto enfrentar las adversidades que han ocasionado un estancamiento de la apicultura en México, es por esto que busca nuevas formas de venta para sus productos ya sea en territorio nacional o internacional.

Es importante mencionar que esta investigación esta dirigida hacia la planeación objetiva y una operación efectiva de la exportación de miel, mediante la investigación documental del mercado en cuestión, tratando de cubrir los aspectos más importantes para su introducción en este.

El presente documento se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Capítulo I Panorama General de los principales Productos Apícolas - Es un muestra general sobre las propiedades nutritivas composición y utilidades de los productos apícolas, aquí se describen detalladamente, los productos apícolas que la empresa produce, haciendo énfasis sobre las cualidades alimenticias así como las curativas. También se presenta un esbozo, del comportamiento de la producción así como el consumo de la miel en México, variaciones en las producciones anuales, su comercialización, los requisitos y especificaciones en territorio nacional, para su la comercialización.

Capítulo II Análisis del entorno mundial de la miel de abeja- Define el desarrollo de la actividad apícola en México, en comparación con otros países, la comercialización de este producto en el mercado internacional y sus normas para este mercado en cuanto a calidad. Así como un panorama general sobre el consumo que existe en los países que incluyen este producto en su dieta, esto es con el motivo de analizar los posibles mercados a los cuales se puede enfocar la exportación de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul".

Capítulo III Alemania perfil de mercado - Este capítulo presenta las condiciones generales acerca del mercado de Alemania con respecto a la miel, por ser el principal consumidor de este bien, un perfil de las condiciones en las cuales se realizan los tratos, aquí se incluyen tanto los requisitos para su importación a Alemania.

Capítulo IV Proceso de exportación de miel de abeja de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" a Alemania - Este capítulo presenta los requisitos para efectuar la exportación de miel y su importación a Alemania, y proporciona datos representativos acerca de la posición en la que actualmente se encuentra la empresa para hacer frente a la demanda requerida por este mercado así como proporciona la información necesaria para la óptima ejecución de la exportación. También se describen la capacidad de producción de las abejas así como su ciclo productivo y las necesidades de recursos de producción (equipo).

La apicultura es un mercado no explotado a su máxima capacidad y tiene muchas diversificaciones dentro de sus productos, esta actividad puede contribuir al mejoramiento nacional tanto de la población como del país, ayudando a fortalecer la rama agropecuaria de la cual la miel no figura como parte esencial, es por esto que requiere de impulso para mejorar los índices productivos y la productividad.

Así mismo, se anexa información complementaria que sirve para tener una mayor explicación, tanto de la situación que presenta el país en cuanto a la producción de miel en los últimos años, la producción de los principales estados, por zona geográfica - Norte, Pacífico, Central, Golfo y Península de Yucatán- , y por continente hasta el año de 1994 (Anexo No. 1). Se incluye una lista de los principales Representantes, Importadores y Envasadores del mercado alemán de miel, que son las principales organizaciones de este producto y por medio de estos se regulan todas las actividades relacionadas con la exportación de la miel de abeja; todo esto se da por la gran influencia que tienen a nivel mundial en este ámbito (Anexo No. 2).

Se incluye un mapa de la región, en la cual se ubica el proyecto donde se va a desarrollar el proceso de exportación de miel a Alemania de la empresa " Agroindustria Apícola de Calotmul". (Anexo No. 3)

INDICE DE CUADROS

No.	NOMBRE	PAG.
1	Producción de Miel por zona Geográfica	5
2	Poder Calórico de la Miel de Abeja	11
3	Producción de Miel en 1995	16
4	Principales Estados Productores	15
5	Producción de Miel en México	17
6	Costos de Producción de Miel	23
7	Especificaciones de Miel	27
8	Designación del color de la Miel	29
9	Exportación de Miel por Año	31
10	Exportación Definitiva de Miel por País	32
11	Comportamiento del Consumo de Miel en México	34
12	Principales Productores Mundiales	33
13	Precio por Puerto de Destino	39
14	Precios Pagados por compradores en punto de ingreso Miel a granel	41
15	Crecimiento Porcentual de Producción Mundial de Miel	43
16	Régimen Comercial	47
17	Producción de Miel en Alemania	53
18	Comercio Exterior Global de Miel en Alemania	53
19	Alemania Comercio Exterior de Miel de Abeja 1990-1994	55
20	Importaciones Alemanas de Miel por País de Origen	54

21	Exportaciones Alemanas de Miel por Pais de Destino	56
22	Consumo de Miel en Alemania	58
23	Consumo Percapita	58
24	Estructura de Canales de Distribución	61
25	Precio Promedio de Miel al Consumidor	63
26	Participación de México en Importaciones Alemanas Miel	74
27	Producción de la Empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul"	81
28	Estimación de la Producción para el resto del año 1996	82
29	Exportaciones Mexicanas de Miel a Granel precios pagados por Importadores	84
30	Barreras Arancelarias y No Arancelarias	93
31	Forma de Pago Internacional	96

CAPITULO I

PANORAMA GENERAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS APICOLAS

I. ANTECEDENTES

En Mexico, la mayoría de los productores de miel en nuestro país no dan valor agregado a la transformación de sus productos, teniendo que aceptar el precio que les fijen, aunque este sea bajo, porque desconocen o no cuentan con los recursos y experiencia necesarios para comercializar ya sea nacional o internacionalmente.

Yucatan es el estado más industrializado de la península y aunque ha decaído en los últimos años, es la industria henequenera la de mayor consideración, representando cerca de la mitad del valor de la producción industrial en el estado.

En la actualidad, la mayoría de los productores de la región, de la Península de Yucatan, desarrollan su actividad productiva de manera individual y solamente para la cosecha de la miel. Por dos motivos uno, porque dedican poco tiempo en la atención de las abejas y el otro porque desconocen el manejo de las abejas para una diversificación de la producción a la cera, jalea real, polen, propóleo, y veneno de abeja.

La problemática que presenta el estado de Yucatan hace necesario impulsar y desarrollar productos que permitan incrementar y mejorar la producción apícola aprovechando así el potencial melífero existente en la zona y obtener mejores condiciones de mercado, acudiendo a las áreas del mercado nacional no atendidas hasta la fecha.

"El estado de Yucatan cuenta con una de las floras más uniformes que se puede encontrar en la República Mexicana, y es el principal productor de miel del país ya que contribuye con el 15% de la producción total nacional".¹

Las condiciones socioeconómicas del Estado de Yucatan identificadas en una economía nacional subdesarrollada, reclaman el establecimiento de un adecuado marco que permita incrementar los índices productivos. Así mismo fortalecen el nivel de ingresos del sector agropecuario en base a una mayor rentabilidad, en consecuencia se torna inminente, propiciar el desarrollo de actividades conexas, que lejos de mermar la productividad de las ya establecidas, las complementen, e incluso resultan indispensables para la obtención de mejores logros.

Dentro de este contexto, la apicultura emerge como viable solución a corto plazo, toda vez que las características distintivas de su explotación, proporcionan de una parte, un producto alimenticio de gran valor nutritivo, y de otra, contribuyen a la labor polinizadora. En lo económico-social, coadyuvan a atenuar el grave problema de la subocupación.

¹ Dirección General de Información Agropecuaria, Forestal y de Fauna silvestre. Semanario mensual de la producción pecuaria 1995. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR).

En los aspectos economicos, a corto, e incluso a mediano plazo, existe la posibilidad de desarrollo del estado de Yucatan, fundamentalmente basada en la factibilidad de la producción agropecuaria. Por lo tanto, su industria debiera ser de transformación de bienes agropecuarios

Las condiciones ecologicas que posee permiten producir muchos de algunos bienes agricolas y pecuarios como, el ganado porcino, bovino, el maiz, el frijol, sorgo, leguminosas, etc.

"En cuanto a las vias de comunicacion, la entidad esta bien comunicada por todos los medios con la Capital de la Republica y los principales centros de poblacion de la misma entidad, cuenta con un puerto de cabotaje y ademas con un moderno aeropuerto, lograndose comunicacion con las principales ciudades del pais y algunas del mundo."²

La comunicacion por via maritima es significativa tanto para Yucatan, como para el resto del pais, del puerto de Progreso salen embarcaciones con destino a importantes puertos nacionales y extranjeros.

El aparato comercial del Estado todavia es bastante deficiente, pues su caracteristica esencial, con la sola excepcion de Merida (principal centro de distribucion y venta de la peninsula), es la pequenez de los centros de consumo. Lo distante que la entidad se encuentra de los centros productores del pais, provoca una sensible elevacion de costos que perjudica a la poblacion yucateca. Los principales productos que demanda, tanto del resto del pais, como del extranjero, son productos agricolas y pecuarios, maquinaria y otros de la industria de transformación.

Astí, cabe mencionar que los amplios recursos con que cuenta como lo es el agua del subsuelo, su mano de obra abundante y barata, los amplios recursos marinos y la utilizacion de tecnicas apropiadas de cultivo, permitiran implementar otros ordenes mas prosperos y diversificados, sustituyendo a la economia henequenera por una nueva economia industrial. Para efectos del consumo regional, esa nueva economia habra de sustentarse en el desarrollo de industrias rurales y unidades de explotacion que contribuirán mas eficientemente a resolver las necesidades agropecuarias del propio estado y de otros circunvecinos.

Es necesario canalizar esfuerzos tendientes a intensificar la ocupacion de la mano de obra yucateca en aquellas actividades industriales que resulten mas adecuadas y remunerativas, de acuerdo a los recursos disponibles y a las facilidades que otorgue el estado.

Con estas medidas se sentarian las bases para desarrollar la infraestructura del estado y lograr una mayor participacion de actividades y en consecuencia contribuir en el producto bruto estatal. Un renglon de gran importancia lo constituye la explotacion apicola integral. "En la apicultura se entiende por colmena cualquier clase de recinto en el que las abejas hacen su vivienda, las abejas viven en enjambres, aproximadamente cada uno de estos lo componen de 50 mil a 100 mil abejas, de los cuales el 99.5% son obreras, el resto son zanganos y sólo una reina."³

² Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática "Yucatan Síntesis de Resultados XI Censo de Población y Vivienda 1990"

³ Lacercia M. Alberto "Las Abejas" pag. 24

"La reina proviene de una larva de cualquier huevo fecundado, dicha larva es alimentada especialmente con jalea real. Una reina de alta calidad puede asegurar un alto rendimiento al poner al menos 1000 huevos diarios en periodos de fuertes aportes de polen

La obrera es mas pequeña y delgada que la reina y el zángano, su función consiste en realizar tareas de limpia, alimentacion y recolección fuera y dentro de la colmena.

El zángano es utilizado exclusivamente para la fecundacion de las reinas esto es para la conservacion de la especie, carece de aguijon y durante todo su ciclo de vida es alimentado por las obreras "

El tipo de abeja existente en el municipio de Calotmul es la apis mellifera o abeja doméstica (italiana y africana) y sus principales características son: Buenas productoras de miel, colonias fuertes, debil inclinacion a la enjambrazon, activas y aborradoras exigen un clima suave y marítimo

2. ZONAS APICOLAS DE LA REPUBLICA MEXICANA *

Considerando las principales características de la apicultura en cada región se tienen diferentes tipos de vegetacion, tipo de floracion, cosechas, tipos de mieles, principales problemas regionales por lo cual se ha dividido a la Republica Mexicana en zonas apícolas o cuencas melíferas (Anexo No. 1)

Zona norte

Comprende una superficie de 1,105,802 km² que incluye los estados de Baja California Norte y Baja California Sur, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo Leon, Durango, Sinaloa, Zacatecas y San Luis Potosi se estima que existen 17,000 unidades de producción aproximadamente las cuales poseen 217,000 colmenas, que producen 6300 ton. de miel, el 60% de las colmenas son de tipo rustico

Debido a su clima clasificado como semi-desértico, la apicultura se ha desarrollado en menor medida, presenta posibilidades uniformes de crecimiento

Zonas central

Se encuentra conformada por los estados de México, Distrito Federal, Puebla, Aguascalientes, Morelos, Guanajuato, Hidalgo, Queretaro y Tlaxcala con una extensión de 141,303 km² se estima que cuenta con 11,500 unidades de producción, las cuales cuentan con 249,000 colmenas aprox. de las que un tercio es todavia de tipo rustico operadas por 10,000 productores con una producción aprox. de 6,300 ton. en el último año.

⁴ Philippe Jean Marie "Guía del Apicultor" pags. 43,47 y 49

⁵ La información recopilada tiene como fuente: Instituto Nacional de Geografía y Estadística (VII Censo Agrícola y Ganadero 94) y la Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural (Seguimiento de miel)

Su clima es subtropical húmedo o del altiplano mexicano; casi toda la miel producida es de excelente calidad color ámbar extra claro bajo contenido de humedad con aroma y sabor agradables

De la producción nacional obtenida, se canaliza la mayor parte para el consumo interno de la zona central, por ser la región del país con más población, incluyendo las ciudades de Guadalajara y Puebla.

Zona Pacífico:

Comprende la región de la Sierra Madre Occidental a la costa del Océano Pacífico hasta la frontera con Guatemala tiene una extensión de 406,122 km², cuenta con 24,000 unidades de producción y dispone de 308,000 colmenas, de las cuales el 85% son modernas, que manejan 7,500 apicultores y producen aproximadamente al año 18,000 ton.

Las mayores contribuciones corresponden a los estados de Guerrero, Chiapas, y a las regiones occidentales de Jalisco, Michoacán, Nayarit, Colima y Oaxaca. La calidad de la miel es variable y va del color ámbar extra claro al ámbar claro, el porcentaje de humedad es un poco alto. Existen posibilidades de desarrollo de la apicultura

Zona del Golfo

Con una superficie de 176,189 km² tiene aprox. 99,350 colmenas explotadas con 7,200 unidades de producción que son manejadas por más de 5,500 apicultores que obtienen cada año 5,000 ton. de miel. La zona de mayor producción es la del estado de Veracruz, seguida de dos estados poco productores, como lo son Tamaulipas y Tabasco, el rendimiento anual promedio es de 50 kgs por colmena

Zona de la península de Yucatán

El área se encuentra conformada por los estados de Yucatán, Campeche y Quintana Roo con una extensión de tierra de 141,523 km² comprendida entre las zonas con menor extensión territorial, pero es la zona con mayor producción en toda la República Mexicana, esto obedece a la abundante floración que existe, su clima tropical es favorable para la práctica de la apicultura, se utilizan colmenas modernas en las que se obtienen rendimientos de 50 kgs. hasta los 70 Kgs. Es importante mencionar que el inventario más alto de colmenas aprox. 371,800 a nivel nacional corresponde a Yucatán, explotadas por 18,000 apicultores, con 17,700 unidades de producción; por esta razón el estado es considerado el principal productor apícola

También es una de las regiones más modernizadas en cuanto a técnicas de explotación, cosecha y maquinaria. Se le considera como la principal región exportadora de miel y otros productos apícolas. La Península de Yucatán se encuentra considerada como la organizadora más importante a nivel nacional, ya que controla el precio en el mercado nacional.

"Las colmenas comparadas de los años 1970 a 1990, aumentaron en 190.9% ya que la población de estas en 1970 era de 0.4 millones y en 1990 de 1.2 millones. Los estados de Yucatán, Campeche, Jalisco, Zacatecas y Veracruz, concentran el 42.6 % del total de las colmenas (1.2) y son los estados con las mayores existencias del país".*

De la producción obtenida, en el año de 1995 se determina que el rendimiento promedio por unidad de producción asciende a 0.47 toneladas por apicultor y que las colmenas tienen una productividad de 0.04 toneladas por colmena.

El cuadro No 1 se puede ver que las regiones más productoras son la del Pacífico y la Península de Yucatán que representan el 64% de la producción total, estas zonas no cuentan con una superficie extensa pero mantienen un nivel de colmenas alto comparado con las demás zonas.

Cuadro No. 1

PRODUCCION DE MIEL POR ZONA GEOGRAFICA				
1995	Superficie	Un. de Producción	Colmenas	Toneladas
Z. Norte	1,105,802	16,376	216,967	6,362
Z. Central	141,303	22,607	248,936	6,360
Z. Pacífico	406,122	23,988	307,952	18,072
Z. del Golfo	176,189	7,262	99,369	5,176
Z. Pen. de Yucatán	141,523	17,688	371,844	14,389
TOTAL	1,970,939	87,921	1,245,068	50,359

INEGI VII Censo Agrícola y Ganadero Resultados Definitivos 1994 .

3. DESCRIPCION Y COMPOSICION DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS APICOLAS

3.1 MIEL

La miel de abeja es un bien del cual se utiliza prácticamente todo, ya que los productos derivados que se obtienen también son industrializados y aprovechados. Aún cuando cada país tiene sus variantes referentes al concepto de miel de abeja.

3.1.1 DESCRIPCION DE LA MIEL

Para tener una base técnica sobre el significado de la miel se presenta la definición aceptada en el decreto "COMISION MIXTA FAO-ONS DEL CODEX ALIMENTARIUS (STAN 12-1981) SOBRE NORMAS ALIMENTICIAS cuyo texto define a la miel como sigue:

* Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática "Compendio de los Estados Unidos Mexicanos Datos Estadísticos, Agrícolas y Ejidales" 1991 pags. 50, 53.

"Se entiende por miel la sustancia dulce natural producida por las abejas obreras a partir del néctar de las flores o de exudaciones de otras partes vivas de las flores o presentes en ellas, que dichas abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias, almacenan y dejan en los panales para que se sazone."

Esta norma se aplica a todas las mieles producidas por abejas obreras y abarca todos los estilos de presentación de la miel que se ofrecen al consumo directo. La norma también comprende la miel que se envasa en recipientes que no se venden al por menor (a granel) y que se destina a su reenvasado en recipientes al por menor.

Descripción y Definiciones

"Miel de Flores o Néctar" es la que procede principalmente de los néctares de las flores.

Miel de Mielada" es la que procede principalmente de exudaciones de las partes vivas de las plantas o excreciones de los insectos que chupan de las plantas o de las partes vivas de las plantas. Su color varía de pardo muy claro, o verdoso, a casi negro.

Miel Centrifugada" es la obtenida la centrifugación de los panales desoperculados sin larvas.

Miel Prensada" es la obtenida mediante la compresión de los panales, sin larvas, con o sin aplicación de calor moderado.

Miel Ecurrida" es la miel obtenida mediante el drenaje de los panales desoperculados sin larvas.

Presentación

Miel, Miel en Panal, Miel en Trozos, Miel Cristalizada o Granulada, Miel Cremosa (o montada).

Composición esencial

Contenido aparente de azúcar reductor, calculado como azúcar invertido

Miel no menos de 65%

Contenido de Humedad.

Miel no más de 21%

Contenido aparente de sacarosa.

Miel no más del 5%

Contenido de sólidos insolubles en agua.

Para mieles distintas de la Miel Prensada no más de 0.1%

Miel Prensada no más de 0.5%

Contenido de sustancias minerales (cenizas).

Mieles no indicadas a continuación no más del 0.6%

Miel de Mielada o mezcla de Miel de Mielada y de Flores no más de 1.0%

Acidez

No más de 40 miliequivalentes de ácido por kg.

Actividad de diastasa

Después de elaborada y mezclada no menos de 3

Contenido de hidroximetilfurfural

No más de 80 mg/kg. ¹⁸

3.1.2 COMPOSICION DE LA MIEL.

"La miel se compone esencialmente de diferentes azúcares (dextrosa, sacarosa, y maltosa) sobre todo glucosa y fructosa, vitaminas (A, B1, complejo B2, B6, B12, C, D, E, H) además contiene proteínas, aminoácidos, enzimas, ácidos orgánicos, sustancias minerales, (calcio, zinc, cloro, cobre, fósforo, hierro, magnesio, manganeso, potasio, sodio, yodo) polen y otras sustancias.

Su color varía de un matiz casi incoloro al castaño oscuro. En cuanto a su consistencia, la miel puede ser fluida, viscosa o parcial o totalmente cristalizada ¹⁹

Su sabor y aroma varían, pero normalmente proceden de la planta originaria

¹⁸ FAO Publicación Boletín Anual de la FAO-OMS Codex Alimentarius División Azúcares 1982
¹⁹ Philippe Jean Marie "Guía del Apicultor" págs: 234, 235.

Tomando en cuenta que la utilidad fundamental de la miel es como endulzante, cualquier otro producto de consumo final que pueda actuar de forma similar, podrá reemplazar a la miel, entre los principales productos sustitutos se encuentran:

- Azúcar refinada o sin refinar
- Piloncillo
- Jaleas
- Mermeladas
- Mielles de molino (que se obtiene del magüev, plátano etc)
- Jarabe de maíz isomerizado (miel karo)

Este ultimo por sus propiedades es el sustituto mas cercano, los demás, aun cuando pueden ser utilizados en las mismas aplicaciones que la miel, no poseen las propiedades nutricionales de esta, en cambio tienen un precio mas accesible

3.2 JALEA REAL.

La jalea real se puede definir como el alimento larval, secreción de las glándulas faringeas y mandibulares de las obreras o nodrizas, producido de 5 a 15 dias, depositado en las celdas reales y que nutre a las larvas destinadas a ser reinas

3.2.1 DESCRIPCION DE LA JALEA REAL.

"La jalea real es un liquido muy espeso una sustancia semisólida, sustancia cremosa de color blanco amarillento y lechoso, de olor un poco acre, sabor levemente picante y amargo, es fuertemente ácido y se oxida al contacto con el aire y puede descomponerse si no se le cuida, sin refrigeración pierde sus mejores cualidades en siete horas"¹⁰

3.2.2 COMPOSICION DE LA JALEA REAL.

"El analisis que se ha hecho de la jalea real fresca contiene agua, proteínas (brutas), lípidos totales, azúcares, minerales (cenizas potasio, magnesio, sodio, calcio) sustancias indeterminadas, aminoácidos en grandes proporciones, vitaminas (como B1, B2, B3, B6, B8, C, D, PP) y ácidos

La jalea real contiene también compuestos de fósforo de ácidos nucleicos y tiene propiedades antibióticas"¹¹

¹⁰ Root A.I. "el ABC y XYZ de la Apicultura" pág. 592

¹¹ Philippe Jean Marie "Guía del Apicultor" pag. 248

3.3 CERA

"La cera de abeja es una sustancia grasa segregada por los cuatro pares de glándulas de cera situadas en la parte ventral del abdomen de las obreras del alrededor de dos semanas de edad. Es una sustancia solida que segregan las abejas para formar las celdillas de los panales."¹²

Para fabricar un kilo de cera las abejas consumen de 6 a 8 kilogramos de miel.

3.3.1 DESCRIPCION DE LA CERA

La cera virgen es una sustancia natural producida íntegramente por las abejas. La cera recién segregada tiene color muy blanco; se hace amarilla y después parda muy obscura con la edad; y con el paso del tiempo el propóleo y el polen le confieren ese típico color amarillo brillante. Su olor se asemeja al de la miel, es untuosa al tacto.

3.3.2 COMPOSICION DE LA CERA

"Químicamente la cera de la abeja doméstica se compone de hidratos de carbono, ácidos grasos, alcoholes y otras sustancias, se trata de un conjunto de sustancias heterogéneas pertenecientes al grupo de las grasas. La proporción de estas últimas, y en parte también su naturaleza, puede variar de acuerdo con el tipo de miel ingerido por las abejas. Sensible a la temperatura y funde a 62-65 °C, es insoluble en agua y ligeramente soluble en alcohol."¹³

3.4 POLEN

El grano de polen es la célula macho de las flores, liberada por las anteras. Cada antera libera una multitud de granos de polen que serán llevados por el viento o los insectos. Es el polvillo fecundante contenido en las anteras de las flores y las abejas aseguran la fecundación de las especies vegetales, el polen está encerrado en los sacos polínicos de los estambres. Es un alimento proteico esencial para la crianza de larvas de abeja.

3.4.1 DESCRIPCION DEL POLEN

Hay dos tipos de polen : el que conservan las abejas en los panales, y el polen en forma de granos que se obtienen con las trampas.

El polen constituye la principal fuente de alimento de la cría de las abejas desde el estado larvario, hasta el de joven adulto.

¹² Lorenzo Benedetti "Apicultura" pag. 110.

¹³ Idem pag. 111.

El color del polen varía de un género de planta a otro, amarillo claro o vivo, naranja, blanco grisáceo, malva, violeta, pardo y negruzco. Los más bellos polenes para comercialización son los de retamas y jaras, de un color naranja vivo.

3.4.2 COMPOSICION DEL POLEN

"La composición química del polen varía según el género y la especie botánica del que proceda, pero en general contienen proteínas, glucidos, lípidos, minerales, vitaminas (A, B1, B2, B3, B5, B6, B7, B8, B9, B12, C, D y E), pigmentos, enzimas y aminoácidos"¹⁴

Además de sus propiedades alimenticias y terapéuticas, el polen se aplica también en el campo de la cosmética y forma parte de las cremas para la piel que tenga necesidad de un aporte vitamínico.

3.5 PROPOLEO

Propoleo es fabricado por las abejas a partir de resinas naturales, recogida de los vegetales, de cera y polen, utilizado por las obreras para rellenar las fisuras y orificios, así como fijar partes de la colmena; sirve como sustancia antiséptica para envolver un cuerpo extraño, que no son capaces de evacuar de la colmena. Esto le da una protección bactericida y antiséptica.

3.5.1 DESCRIPCION DEL PROPOLEO

El propoleo es una sustancia viscosa y pegajosa, de color variable del amarillo claro al negro, pasando por el verde y el pardo, de consistencia similar a la de la breva, de poca duración, frágil y mínima resistencia cuando está frío. Es una goma que las abejas recogen de diversas plantas.

3.5.2 COMPOSICION DEL PROPOLEO

La composición química del propoleo según los análisis realizados son los siguientes compuestos: ceras, resinas y bálsamos, aceites esenciales y polen.

Separado de la cera y el polen, el propoleo contiene carburos de hidrógeno, lípidos, en combinación estos, con alcoholes y ácidos grasos.

¹⁴ Philippe Jean Marie "Guía del Apicultor" pags: 240, 241.

3.6 USOS, VALORES ALIMENTICIOS Y TERAPEUTICOS

3.6.1 MIEL

Se le considera un alimento de alto valor nutritivo dada la diversidad de sus componentes; también posee diversas propiedades terapéuticas, entre otros usos destaca, el de auxiliar en el tratamiento de problemas circulatorios y del aparato digestivo.

La miel tiene diversos usos industriales: se emplea como edulcorante en las industrias de repostería, confitería y preparación de cereales. También se utiliza en la elaboración de alimentos infantiles y de otros productos alimenticios, refrescos, bebidas no alcohólicas y vinos y licores. Se le usa además como humectante en el caso de la industria del tabaco y del cigile, de las industrias farmacéuticas y de cosméticos.

Propiedades alimenticias - valor alimenticio de la miel de abeja 100 gr de miel aportan al organismo

Cuadro No. 2

PODER CALORICO DE LA MIEL DE ABEJA		
COMPONENTE	GRAMOS	CALORIAS
AGUA	18	-----
PROTEINA	1.5	6.2
LIPIDOS	0.2	1.8
CARBOHIDRATOS	80	320.0
VITAMINAS (enzimas)	0.1	-----
SALES MINERALES	0.2	-----
TOTAL	100.0	328.0
ENERGIA APORTADA 328CAL/100GRS.		

Root A.L. "ABC y XYZ de la apicultura" pág. 352.

La miel es esencialmente un alimento natural rico en azúcares simples directamente asimilables, que no necesita una digestión previa; es dotada de un poder azucarero muy importante para satisfacer así las necesidades energéticas del organismo (Cuadro No. 2)

El azúcar blanca refinada lleva al organismo únicamente carbohidratos con aporte total de 100 calorías por 25 gr.

El valor energético para el organismo de ambos productos alimenticios tiene el siguiente equivalente:

Dos cucharaditas de azúcar equivalen a 100 cal.

Una cucharadita de miel equivale a 100 cal

El consumo de miel, es absorbido con facilidad y rapidez, y a diferencia de muchos de los alimentos de la dieta normal, no irrita el revestimiento del trato digestivo y actúa como laxante natural. En comparación, el azúcar de caña o sacarosa debe pasar por un proceso más complejo durante la digestión intestinal previamente a su absorción y asimilación

En la actualidad esta probado que la miel posee propiedades regeneradoras de ciertas funciones del organismo, por las enzimas y las vitaminas. Se ha demostrado que ejerce función curativa respecto al hígado, en casos de diarrea, actúa en la calcificación ósea y dentaria; es remedio contra los males de garganta y bronquitis

3.6.2 JALEA REAL

El examen y análisis químicos de la jalea real, no han determinado su composición, desconociendo sustancias que ejercen acción beneficiosa sobre el hombre

De los resultados de las experiencias puede resumirse que el consumo de la jalea real, esta indicado sobre todo en niños pequeños, personas enfermas y personas de edad avanzada. Estimulando y aumentando el metabolismo, es recomendable en casos neurosis, insomnio convalecencias, tratamiento de úlcera

Regulariza el sistema neurovegetativo significando esto un aumento en el rendimiento del trabajo físico e intelectual; es eficaz contra la anemia por el fuerte aumento de glóbulos rojos, disminuye la tasa de colesterol, es terapéutico en personas cardíacas y se ha probado una disminución importante en los índices de azúcar en los diabéticos. También ejerce acción sobre la prevención del cáncer, inoculando células cancerosas

La jalea real juega un papel protector contra los efectos nocivos de los rayos X. Tiene poder bactericida y antibiótica, así mismo regenera los huesos heridos

3.6.3 CERA

La cera es un buen impermeabilizante y protector contra el aire, tiene aplicación en la industria de la mecánica de precisión (automovilística, aeronáutica, etc.), en la fabricación de pinturas y productos de limpieza (de revestimiento), en la elaboración de la madera y el cuero, en el arte, en la medicina, en la industria farmacéutica (pomadas) y en la cosmética. Su valor comercial es elevado, pero pocas veces se pone a la venta, ya que la cera que se produce anualmente en el apiarío se recicla para hacer las hojas de cera

Es utilizada en la industria y fabricación de cirios y velas, en la fabricación de cera para suelos, como aislante eléctrico. En algunos países se produce lámina de cera estampada destinadas a la apicultura.

3.6.4 POLEN

El polen es un alimento nuevo. No se a utilizado en la alimentación humana desde hace más de treinta años, su mercado parece abocado a un prospero porvenir

Se han identificado en el polen más de cincuenta sustancias activas que tienen influencia sobre el organismo humano y esto lo hace un alimento ideal para personas débiles e inapetentes. Otra característica en un contenido altísimo en sales minerales, sobre todo de cobre y hierro, que intervienen en la prevención y curación de las anemias y de todas las carencias de sales.

El polen con una media de 25% de proteínas es uno de los alimentos más ricos en aminoácidos, es más rico en protidos que la mayor parte de los alimentos: tales como carne, huevo, pescado, queso, etc ; 100 gr de polen contienen las mismas cantidades de aminoácidos que medio kilo de carne de vaca. No se recomienda sustituir estos alimentos por polen sino reemplazarlos parcialmente

El polen tiene los siguientes efectos conocidos en el cuerpo humano

- Acción reguladora de las funciones intestinales (diarrea, estreñimiento)
- Aumento de tasa de Hemoglobina en los casos de anemia
- Recuperación del apetito y peso en personas debilitadas, recuperación de fuerzas después de una gripe
- Acción beneficios sobre la fatiga intelectual (gracias a los aminoácidos)
- Acción fortificante sobre el sistema circulatorio y especialmente el capilar, preventivo de las hemorragias y reforzados de las contracciones del corazón
- Acción positiva sobre el crecimiento de los niños
- Acción rejuvenecedora por recuperación de la potencia masculina.
- Acción eficaz sobre las funciones del hígado
- Acción curativa eficaz de la prostatitis (se puede prevenir desarreglos de próstata consumiendo diariamente un poco de polen a partir de los cuarenta y cinco a cincuenta años, la ingestión diaria de polen puede llegar a evitar la intervención quirúrgica

Dadas las cualidades curativas del polen no se le debe considerar como un medicamento, si no como un alimento complementario diario.

3.6.5 PROPOLEO

Al igual que polen, el propoleo es un producto que se puede transferir al hombre, se utiliza en la construcción de instrumentos de cuerda, para decoración, también se utiliza en perfumería y en la composición de ciertos cosméticos

Posee infinidad de propiedades (antisépticas, bactericidas y fungicidas), posee también propiedades antiinflamatorias, analgésicas y antibióticas. Se usa sobre todo en la terapia de afecciones del aparato respiratorio y de la cavidad oral, pero su campo de aplicación es más extenso. La dermatología, la medicina interna y hasta la cosmética se han beneficiado de las propiedades regeneradoras y cicatrizantes de la sustancia más original que recolectan las abejas.

Las cualidades terapéuticas del propoleo engloban cicatrizantes en heridas, supuraciones y abscesos, tiene propiedades antisépticas, antibacterianas y curativas. Se ha ensayado con éxito en especialidades como traumatología, cirugía, otorrinolaringología, dermatología, neumología, anestesia y ginecología.

Se ha demostrado la eficacia contra la tuberculosis, la amigdalitis, el virus de la gripe, así como la curación de quemaduras y mejora la audición.

Fuera del campo médico el propoleo tiene otros usos. En apicultura se puede emplear para barnizar las cajas, y gracias a sus propiedades impermeabilizantes los resultados son muy buenos.

Se puede diluir en alcohol u otros disolventes para grasas, y se puede usar también mezclado con aceite de linaza cocido.

4. PRODUCCION DE MIEL EN LA REPUBLICA MEXICANA

La producción es una fuente significativa de empleo y divisas, la producción de miel de buena calidad propia para la exportación ha crecido a un excelente ritmo a partir de 1944, cuando apareció un fertilizante que permitió controlar las plagas que impedían el desarrollo comercial de la apicultura.

"Actualmente existen en nuestro país entre 40 mil y 50 mil millones de abejas, con 1,2 millones de colmenas aproximadamente, mientras que en conjunto dependen de la apicultura cerca de 5 millones de mexicanos".¹⁵

¹⁵ INEGI VII Censo Agrícola y Ganadero "Resultados Definitivos" 1994 pág. 662

Cerca de el 95% de los apicultores son campesinos. Algunos de ellos practican esta actividad en forma complementaria; y otros le dedican todo su tiempo sobre todo en las zonas donde los recursos para el desarrollo de la agricultura son escasos como en el caso del estado de Yucatán.

Cabe señalar que la mayor parte de la producción nacional se destina para mercado mundial, esta producción tiene como primordial elemento la exportación de miel como materia prima, para su proceso de elaboración en el lugar de arribo, lo que determina como principal motor del sector apícola a los productores exportadores. Los apicultores nacionales exportan aproximadamente el 80% de su producción y destinan así el 20% restante al consumo nacional organizada en pequeño por los mismos productores o intervienen grandes centros de comercialización para su venta.

De la República Mexicana, el único estado que no reporta producción de miel alguna, es Baja California Norte, mientras que la mayoría de los estados tienen una participación menor del 5%, esto se debe, a que esta actividad depende de las condiciones climáticas y de producción, además de que no tiene un gran crecimiento a causa de falta de técnicas especializadas (Cuadro No. 3)

Los principales productores de miel en la República Mexicana son, entre otros, Yucatán, Jalisco y Veracruz que en conjunto significan el 35 % de la producción nacional, esto como resultado de la floración y el clima con el que cuenta la zona, así como la capacidad productiva y modernización en las técnicas, equipo, colmenas, etc (Cuadro No.4)

Cuadro No. 4

PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES		
	PRODUCCION 1995	
	TONELADAS	%
YUCATAN	7,839	15.57
JALISCO	5,832	11.58
VERACRUZ	4,146	8.23
GUERRERO	3,933	7.81
CAMPECHE	3,706	7.36
CHIAPAS	3,050	6.06
QUINTANA ROO	2,844	5.65
ZACATECAS	2,167	4.30
OAXACA	2,011	3.99
PUEBLA	2,001	3.97
OTROS	12,830	25.48

Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural Seguimiento de Producción Pecuaria 1995

Cuadro No. 3

PRODUCCION DE MIEL EN 1995		
ESTADO	TON.	%
AGUASCALIENTES	177	0.35
BAJA CALIFORNIA N	0	0.00
BAJA CALIFORNIA SUR	212	0.42
CAMPECHE	3,716	7.36
COAHUILA	164	0.33
COLIMA	1,075	2.13
CHHAPAS	3,050	6.06
CHIHUAHUA	218	0.43
DISTRITO FEDERAL	70	0.14
DURANGO	302	0.60
GUANAJUATO	1,050	2.09
GUERRERO	3,933	7.81
HIDALGO	1,312	2.61
JALISCO	5,832	11.58
MENICO	794	1.58
MICHOACAN	1,708	3.39
MORELOS	475	0.94
NAYARIT	463	0.92
NUEVO LEON	500	0.99
OAXACA	2,011	3.99
PUEBLA	2,001	3.97
QUERETARO	185	0.37
QUINTANA ROO	2,844	5.65
SAN LUIS POTOSI	1,052	2.09
SINALOA	942	1.87
SONORA	805	1.60
TABASCO	244	0.48
TAMAULIPAS	786	1.56
TLAXCALA	296	0.59
VERACRUZ	4,146	8.23
YUCATAN	7,839	15.57
ZACATECAS	2,167	4.30
PRODUCCION NACIONAL	50,350	100

Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural Prod. Miel 1995

Un análisis de la producción nacional de miel en nuestro país, muestra que, entre los años de 1970 y 1995, la producción se incrementó en un 68.28%; esto se debe a que los sistemas productivos y el rendimiento de la actividad apícola se han modernizado, y el sistema de colmenas rústicas se ha tecnificado, esto para mejorar el sistema integral apícola.

"Una interpretación histórica en la producción de miel en nuestro país, nos demuestra que es una industria que ha mantenido un crecimiento constante, pero que a partir de los nuevos escenarios mundiales podría enfrentar algunos problemas. Así encontramos que durante el periodo de 1972-1980, la producción nacional creció a una tasa media anual de 4.9%"¹⁶

Durante los ochentas el crecimiento se mantiene estable (a excepción de 1988) e incluso a finales de esa década el crecimiento rebasa las proyecciones realizadas en ese tiempo. Es significativo que por ejemplo el incremento que tuvo en 1989 con respecto al año anterior fue de 6.8%, para 1990 el incremento es de 7.6% y para 1991 fue de 4.51%. Fue hasta 1991 que tuvo su último incremento, ya que en 1992 se observa un significativo decremento en la producción nacional correspondiente al 8.07% y que influyó de manera negativa sobre la captación de divisas.

A partir de este año, existen otros factores que causaron una baja en la producción de 1992, como son variaciones en la producción de miel debido a la plaga llamada "Varroa Jacobsoni" que apareció a mediados de este año, cuya erradicación parece muy difícil y que sigue afectando la producción de los años subsiguientes, causando una disminución acumulada del 27.53% desde 1991 año del último incremento, hasta 1995 (Cuadro No. 5).

Cuadro No. 5

PRODUCCION DE MIEL EN MEXICO		
AÑO	VOL. TONELADAS	VARIACION %
1989	61,757	6.84
1990	66,493	7.67
1991	69,495	4.51
1992	63,886	-8.07
1993	61,973	-2.99
1994	56,432	-8.94
1995	50,359	-10.76
PRODUCCION PROMEDIO 61,485		
Revista ASERCA con datos de SAGAR 1995 pag. 6		

¹⁶

ASERCA Apoyo y Servicios a la Comercialización Agropecuaria Publicación "Claridades Agropecuarias No. 4 Diciembre de 1993" pag. 6

De tal manera que el promedio de producción anual durante el periodo de 1989-1995 se registro en 61.485 ton

Al tener conocimiento de la producción anual de miel, es fácil determinar que la producción de la misma ha venido sufriendo un decremento en los últimos años, esto debido a la presencia de enfermedades entre las principales se encuentra la Varroa Jacobsoni, que provoca un parasito, por lo cual puede provocar en tres o cuatro años la perdida de la colonia y que actualmente, se encuentra en el estado de Yucatan. Por lo que la población de colmenas se ha visto disminuida

Otro problema fue la falta de credito nacional e internacional, que permitiera no solo tener los recursos para prevenir la africanizacion, o poder enfrentar a las plagas, sino para mejorar la tecnologia que permita elevar la producción y reducir los costos

Todo lo anterior indica que la industria apícola en nuestro país se encuentra en un periodo de receso, debido principalmente a las tendencias mundiales que influyen de manera determinante en la cadena de producción-consumo

"El mercado de la miel puede dividirse en dos, el mayor volumen de la miel es usado como miel de mesa o de consumo directo en el hogar y el resto con fines industriales. Aunque el consumo de los dos tipos varia de un país a otro, puede decirse que el consumo de la miel de mesa es de un 85% a un 95%. La demanda de la miel para fines industriales ha disminuido debido al aumento de precio y al incremento de sucedaneos con precios mas bajos."

La producción nacional de miel depende de la demanda interna del país y del desconocimiento de los productos apícolas así como la existencia de productos en el mercado con precios de venta inferiores a los de la miel, esto determina su precio, sobre todo en épocas de crisis. La participación del sector pecuario en el producto interno bruto, ha sido constante en la década de los noventa con un porcentaje de 2.35, del cual el 1% del PIB nacional corresponde a la miel.

El consumo nacional aparente de miel en México, no ha seguido un comportamiento homogéneo al no ser considerado un alimento básico. La tasa de crecimiento promedio para el periodo 1989-95 en el consumo nacional aparente fue del 1.9%.

El consumo per cápita de los mexicanos durante 1990-95 se ve mermado por un promedio de 70 gr. por habitante, este dato puede ser poco relevante si en realidad el consumo promedio por habitante apenas alcanza los 270 gr. por habitante, esto representa una caída importante respecto al consumo de miel

5. COMERCIALIZACION DE LA MIEL

La comercialización a nivel nacional, es muy escasa, debido al poco o desconocimiento total de estos productos. Tanto como alimento diario, complemento alimenticio o agente curativo en alguna enfermedad (enfermedades descritas anteriormente)

La comercialización de la miel producida en nuestro país, se destina básicamente a la exportación, ya que el consumo doméstico es poco significativo debido a factores que van desde culturales hasta económicos. Sin embargo el consumo interno ha manifestado una serie de fluctuaciones que primordialmente ha tenido a ir en aumento en los últimos años

"Se encontró que en 1988, del total de la miel destinada a abastecer el mercado tanto nacional como internacional (incluyendo las reservas y las importaciones) el 15% fue para consumo nacional, en 1989 fue de 17%, para 1990 se registró en 16%, en 1991 alcanzó 15%, en 1992, se dio un ligero aumento llegando al 18%. Pese a este incremento significativo, un hecho importante es que el consumo interno no llega ni a la quinta parte ¹⁸"

Esto contrasta con otros países y específicamente China. En donde la mayor parte de miel producida se destina al consumo de la población

Es fundamental para las perspectivas de la producción de miel en México, incrementar y abrir las posibilidades del mercado interno, que bien puede ser una alternativa viable, esto sin descontar la necesidad de abrir nuevos mercados internacionales

Un 10% aprox de la producción de miel se consume en las regiones productoras, el resto se comercializa, ya sea a través de las compañías envasadoras o de agentes mayoristas y otros medios para su exportación

De la producción apícola nacional se destinan cuatro quintas partes para exportación, lo restante se utiliza para comercio nacional o consumo regional, y esto determina la obligación de exportar y el excedente emplearlo para consumo interno.

5.1 CANALES DE DISTRIBUCION

Estos productos se comercializan de diferente manera de acuerdo a sus especificaciones de calidad y conservación de sus características, y a las formas de producción, ya que los pequeños productores cuentan con poca mano de obra y sus recursos son muy bajos, estos venden generalmente a través de un distribuidor, y los grandes productores venden a base de muestras.

¹⁸ ASERCA Apoyo y Servicios a la Comercialización Agropecuaria Publicación "Claridades Agropecuarias No. 4 Diciembre de 1993" pág. 6

Los canales de distribución de los productos apícolas en el país son variados ya que se puede distinguir entre la miel, la que se dirige especialmente para las grandes ciudades, y la que se expende sin registro oficial cuyo mercado se limita a las cercanías de la zona de producción, de los cuales envasa la miel en forma rústica y lo ofrecen directamente al consumidor en las carreteras y o poblados cercanos

La comercialización de la miel se realiza de diferentes maneras dependiendo de los apicultores, las formas que se dan para comercializar son

- El apicultor vende su miel al envasador quien pone su marca y la distribuye a las casas comerciales detallistas
- El productor envasa la miel, la vende a la casa comercial y esta le pone su marca ejemplo (Aurtera)
- El productor envasa su miel, pone su marca y la vende al distribuidor quien la expende a las tiendas
- El productor envasa su miel y cuenta con sistemas de distribución al mayoreo o con una empresa filial que coloca el producto en las casas comerciales
- El productor pertenece a una asociación la cual entrega los envases para depositar la miel, al llegar la miel a la planta se vacía en tambores homogeneizados latas de 27 kgs. o tambores de 200 kgs casi con 300 kgs de miel la miel es graduada y se le paga al productor una parte del precio total, ya para la venta se le paga al productor el remanente del precio de venta

La comercialización se ha limitado ha realizar el proceso de: El productor vende su miel, recibe un pago anticipado, la miel es transportada hacia los centros de acopio, donde se le purifica y filtra para posteriormente envasarse. Todo este proceso se hace a través de intermediarios extranjeros, o casas importadoras de miel con sucursales en México, quienes resultan más beneficiados al obtener mejores ganancias.

Las asociaciones del estado de Guanajuato y Aguascalientes realizan la comercialización por medio de intermediarios, en Jalisco se vende la miel a grandes intermediarios que son los que la exportan, en Morelos existe un grupo ejidal de productores que vende en el exterior por medio de un intermediario y en la península de Yucatán los apicultores pertenecen a asociaciones y cooperativas, por lo que las cooperativas realizan su propia comercialización

Dada la gran producción que se da en el estado de Yucatán se prevé la formación de asociaciones agrupadoras de los productores apícolas ya que uno solo no cubriría las demandas del mercado para exportación

5.2 COMPETENCIA

Se estima que el número de marcas existentes en el mercado nacional ascienden a 30 de las que destacan por su tamaño y el mercado que abarcan son "Miel Carlota, Vita Real, La Suprema, Guajardo, Clemente Jacques, Vera Miel, Marca Propia Aurrera, Abarca, Nutrisa"¹⁹ principalmente.

Estas empresas son las principales comercializadoras, abocándose casi únicamente a la miel de abeja, y en menor medida se comercializan los productos secundarios, descuidando, o no enfocándose a la venta de los demás productos apícolas (cera, polen, propóleo y jalea real). Con esto se desaprovecha un mercado cautivo muy amplio de explotación, debido a la poca difusión y promoción (características de los productos) que se les da a los productos apícolas, por lo cual su valor es superior en el escaso mercado en el que se maneja.

5.3 PRECIOS DE VENTA

Los precios de los productos de la colmena, han sufrido variaciones en cuanto a su precio, debido a las condiciones climáticas imperantes en la República Mexicana, la situación económica del país, falta de recursos apropiados, enfermedades, etc.

"Los precios nacionales promedio por venta al mayoreo hasta noviembre de 1993, se cotizaron de la siguiente manera: las zonas donde se pago el mayor precio fueron la del Pacífico, Centro, Golfo, y Norte con \$ 2,500/ton, mientras que en contraparte la de menor precio fue la sureste con \$ 2,100/ton. Lo anterior refleja que el precio de la miel tanto nacional como internacional, se encuentra en un nivel muy bajo, lo que podría provocar que ni siquiera permita obtener los gastos de operación."²⁰

De esta manera los márgenes de ganancia se ven afectados por dos factores.

-- Cuando las condiciones climáticas son negativas (fuertes lluvias), se hace necesario alimentar a las abejas, lo que representa un gasto adicional extra que merma la ganancia.

-- La caída en los precios internacionales que obviamente, incide en los productos nacionales.

Los precios de la miel extraída y no procesada por kilogramo varían según el estado, la flora que se presenta en determinado estado y la calidad de la miel. (mientras más clara, más cara) pero la mayoría se encuentran en una media de \$9.30 pesos con un valor mínimo de \$8.00 y el máximo \$10.50 pesos.

¹⁹ Revista del Consumidor Procuraduría Federal del Consumidor Análisis de precios por cadena comercial 1995

²⁰ Claridades Agropecuarias ASERCA Publicación Dic. 1993 No. 4 Pág., 8

Los precios en el último semestre de 1995 se han incrementado, también según la calidad de la miel, por ejemplo la miel blanca y la miel ámbar extra clara su precio se ha incrementado en 48.5%, mientras que las demás mieles (ámbar clara, ámbar oscura y la oscura) han aumentado en un 86%.

"En referencia a los precios de los demás productos apícolas sus variaciones son mínimas respecto a los diferentes estados de la República Mexicana, el kilogramo de polen se encuentra sobre los \$50.00 pesos, cera \$14.00, la jalea real es el producto más caro de todos los productos apícolas con un precio de \$1,300.00 el kg. y el propóleo su precio es de \$65.00 pesos.

Las marcas que distribuyen sus productos en el mercado lo realizan de acuerdo a su área de producción ya que algunos productores o comercializadores no cuentan con la capacidad de distribuirlo nacionalmente, es por eso que se encuentran diferentes marcas en diversos estados, de la República Mexicana por ejemplo en el estado de Colima se comercializa la miel "Abeja reina" en envase único de 1 Kg., con un precio de \$8.00, en Jalisco se vende la miel "San Gabriel" en envase de 1.20 Kg. con un precio de \$22.00 pesos"²¹

Las presentaciones de los productos son:

La forma de envasar el producto, depende del mercado al cual se busque cubrir, industrial o doméstico. Para el caso del mercado industrial la presentación más común es en tambos de PVC o acero revestidos, cuya capacidad oscile entre los 300 kg., mismos que se utilizan para exportaciones. En el mercado de consumo la tendencia es, la sustitución de envases de vidrio por plástico transparente de alta resistencia.

Miel

De acuerdo a los principales comercializadores de miel, esta se envasa y distribuye en envases de vidrio y plástico, con presentaciones que van desde 250 gr. hasta 1500 gr. Los principales distribuidores "Miel Carlota, Vita Real, Vera Miel". Los precios oscilan entre \$8.00 de la menor presentación hasta \$50.00 las presentaciones más grandes.

Cera

La cera se comercializa principalmente por kilogramos, con precios que oscilan entre los \$11.00 y los \$15.00 el kilo.

Polen

El polen se comercializa en envases de plástico, con presentaciones que van desde los 150 gr. a los 500 gr. Los principales distribuidores son: Néctar de Campeche, Abarca, con precios de \$30.00 hasta

²¹ Servicio Nacional de Información de Mercados publicación "Boletín Informativo de Productos Apícolas" datos al 31 dic. 1995.

Propóleo

El propóleo se comercializa en envases de plástico, con presentaciones de 170 gr. hasta el kilogramo. Los principales distribuidores de propóleo "Del Exágono", con precios desde \$15.00 hasta \$140.00 el Kg.

Jalea Real

La jalea real se comercializa en envases de vidrio, con presentaciones desde 30 miligramos hasta un Kilogramo. Los principales distribuidores son "Néctar de Campeche", con precios de \$26.00 hasta \$1,800.00 el Kg.

5.4 COSTO NACIONAL.

Los costos de producción de miel en México dependen de las zonas de producción y el tamaño del productor. Los costos obtenidos muestran que las variaciones oscilan desde 0.28 a 0.78 dls/kg. (Cuadro No. 6)

En la zona de Veracruz los costos más importantes son el costo por cuota (pago de los apicultores para ubicar sus colmenas) y el costo de las abejas reinas. En las otras zonas los costos más altos son en Yucatán, la mano de obra y en el altiplano el transporte.

Cuadro No. 6

COSTOS DE PRODUCCION DE MIEL (DLS./KG.)				
	EU (Minnesota)	Veracruz	México Altiplano	Yucatán
Abejas reinas	0.05	0.12		0.0001
Azúcar alimento	0.04	0.06	0.11	0.0005
Sustitutosde polen	0.01			
Medicamentos	0.02	0.01		0.001
Servicios	0.04			
Transporte	0.02	0.09	0.15	
Mano de obra	0.29	0.05	0.05	0.04
Varios cuotas		0.23	0.03	
Tambor		0.11	0.12	0.12
Mantenimiento		0.11		0.11
Depreciación	0.34			
Otros			0.2	
Total	0.84	0.78	0.66	0.28

Apicultural Research February 1990 Análisis INFOTEC

"Los costos de producción de miel en México son competitivos, con los de los Estados Unidos, principalmente, en el costo de mano de obra. Los componentes más importantes son, la mano de obra y las depreciaciones, el primero constituye el 34.5% y el segundo el 40.5%, por lo tanto el resto de los costos variables es solamente de 25%. Los costos de producción son mas bajos que en Estados Unidos, ya que es de 0.84 dolares/Kg (especifico para Minnesota) y puede llegar hasta 1.17 dls /kg

Al analizar precios, debe considerarse que en Estados Unidos existe un programa de sustentación de precios apoyado directamente por el Commodity Credit Corporation del Departamento de Agricultura (CCC), el cual permite a los apicultores obtener precios mínimos para la miel por medio de un programa de préstamos ²²

La oferta de la miel depende en gran medida de las condiciones climatológicas en los países productores y los precios son consecuencia de los cambios en la producción. Existen también diferenciales de precios que obedecen a la calidad y tipo de miel. Los Estados Unidos pagan mejor la miel clara y aceptan la miel oscura a precios mas bajos, para destinarlos a usos industriales.

El mercado de miel es muy sensible a los cambios de precio del producto, ya que puede ser sustituido por otros productos como se menciona anteriormente. El costo de producción de estos productos sustitutos es mas bajo que el de la miel y se consideran como adecuados, sobre todo cuando no es importante que un producto tenga sabor a miel. El jarabe de fructosa puede constituir una amenaza para la miel puesto que se puede mezclar con ella y venderse como miel barata.

México produce miel con una de las mejores calidades, preferida por su sabor en algunos países y es por esta razón que obtiene precios mas elevados en comparación con otros países productores como por ejemplo China, Argentina, y El Salvador

5.5 FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CONSUMO DE MIEL EN EL MERCADO NACIONAL

Los principales factores que influyen en el consumo nacional son el desconocimiento de las cualidades alimenticias, esto provoca que no se realice una adecuada distribución de la miel y en consecuencia se produce un estancamiento generalizado del producto, aunado a esto la existencia de productos sustitutos a precios mas accesibles que van de acuerdo a la capacidad de compra de la población, esto va relacionado a que su ingreso no es suficiente para comprar productos alimenticios de la calidad de la miel

Otro factor que influye en la compra de la miel es la existencia de productos dietéticos, esto por el desconocimiento y la creencia de que la miel es un agente que aporta muchas calorías en comparación con estos productos

²² Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos "Miel Competitividad Internacional y Sensibilidad Comercial" Oct. 1990

Las desventajas que presenta la miel son, que su utilización ha disminuido en los últimos años, como resultado del incremento de los precios; por esta razón se le ha sustituido por algunos sucedáneos, cuyos precios son inferiores a los de la miel. Entre estos destaca el jarabe de maíz isomerizado (azúcar, sustitutos jarabes etc.), que por sus propiedades son los sustitutos más cercanos.

Ante la situación que presenta el mercado, la miel de abeja se encuentra en desventaja ante sus similares por 2 razones básicas:

- El desconocimiento del público en general del valor alimenticio de la miel ante otro tipo de endulzante.
- Los precios más accesibles de los productos sustitutos

6. ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES APICOLAS

En México existen alrededor de 400,000 apicultores

Existen a nivel nacional, dos agrupaciones

UNION NACIONAL DE APICULTORES (UNAPI):

La Unión Nacional de Apicultores es una organización dependiente de la Confederación Nacional Ganadera, regida por la ley y reglamento de asociaciones ganaderas.

Sus funciones son fortalecer la cooperación entre sus miembros, asesorar técnicamente a los productores, simplificar y reducir las obligaciones fiscales, organizar la compra de insumos a precios accesibles, evitar el intermediarismo, organización de cursos y conferencias.

CONSEJO APICOLA DEL SURESTE (CAS):

En esta asociación se contemplan los mismos objetivos que la UNAPI pero rigiéndose bajo sus propias reglamentaciones

Esta agrupación comprende varias agrupaciones de los estados de Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco y Chiapas, entre los objetivos que siguen se encuentran, asesoría técnica, coordinación en la producción y comercialización de la miel, fijación de normas de calidad uniformes, contacto con los mercados externos a fin de conocer la demanda y los precios existentes en ellos, trámite de exportación, evitar la competencia desleal entre productores

7. NORMAS DE CALIDAD Y ESPECIFICACIONES DE MERCADO NACIONAL

7.1 NORMA DE CALIDAD MEXICANA ²³

La miel de abeja para que pueda ser comercializada legalmente al público consumidor en México debe cubrir una serie de requisitos que están asentados en esta norma de calidad:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-F-36-A-1981 "MIEL DE ABEJA -ESPECIFICACIONES-" (Esta norma cancela la NOM F-36-1953 y la NOM PC/4/1980)

"Las especificaciones que se establecen en esta norma solo podran satisfacerse cuando la extraccion, sedimentacion, filtracion y envase de la misma se realicen en locales e instalaciones bajo condiciones higienicas, que aseguren que el producto es apto para el consumo humano, de acuerdo con el código sanitario de los Estados Unidos Mexicanos, sus reglamentos y demás disposiciones de la Secretaria de Salubridad y Asistencia. Esta Norma Oficial Mexicana establece las especificaciones que debe cumplir la miel de abeja destinada para consumo humano directo en envases menores de 10 kgs.

Para los efectos de esta norma. Se entiende por Miel de Abeja - La sustancia dulce producida por las abejas a partir del nectar de las flores o de exudaciones de otras partes vivas de las plantas o presentes en ellas, que dichas abejas recogen, transforman y almacenan despues en panales; de los cuales se extrae el producto que es objeto de esta norma, sin ninguna adición.

El color, debe ser propio caracteristico, variable del ambar muy claro al obscuro, asi como el sabor dulce caracteristico. La miel de abeja no debe tener ningun sabor o aroma desagradables, absorbidos de materias extrañas durante su extraccion, sedimentación, filtración y/o almacenamiento, ni los sintomas de fermentacion.

El producto objeto de esta norma no debera contener ningun contaminante quimico (plaguicidas u otros), en cantidades que puedan presentar un riesgo para la salud. Los limites máximos para estos contaminantes quedan sujetos a los que establezca la Secretaria de Salubridad y Asistencia.

Markado en el envase - Cada envase del producto debe llevar una etiqueta o impresión permanente, visible e indeleble con los siguientes datos.

Denominacion 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 con las disposiciones de la Secretaria de Comercio.

Nombre o razón social del fabricante o titular del registro y domicilio donde se envasa el producto.

²³ Diario Oficial de la Federacion 23 Septiembre 1981

La leyenda "PRODUCIDO EN MEXICO".

Texto de las siglas: Reg. S.S.A. No. "A" debiendo figurar en el espacio el número de registro correspondiente

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 calidad, ni sus especificaciones sensoriales

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

La miel de abeja debe cumplir con las especificaciones físicas y químicas anotadas en el Cuadro No. 7

Cuadro No. 7

ESPECIFICACIONES DE MIEL.	
Contenido aparente de azucar reductor expresado como % (gr./100gr.) de azucar invertido Min	63.88
Contenido de sacarosa % (gr./100gr.) Max	8
Contenido glucosa % (gr./100gr.) Max	38
Humedad % (gr./100gr.) Max	20
Sólidos insolubles en agua % (gr./100gr.) Max excepto la miel en panal	0.3
Cenizas % (gr./100gr.) Max	0.60
Acidez expresada como miliequivalentes/kilogramos Max.	40
Hidroximetilfurfural (HMF) expresado en mg./kg Max.	150
Dextrinas % (gr./100gr.) Max	8
Indice de diastasa Max	4

Diario Oficial de la Federación 23 sept. 1981

REFERENCIAS

Esta norma se contempla con las siguientes normas oficiales mexicanas vigentes:
NOM-R-18 Muestreo para la inspección por atributos.
NOM-F-382-S Miel de Abeja- Métodos de Prueba.
NOM-F-312 Alimentos- Determinación de reductores Directos y Totales.

Con objeto de proteger el consumo interno el comité de planeación apícola promovió entre la Secretaría de Comercio la revisión y modificación de las normas de calidad para la comercialización interna de la miel en México, las normas anteriores habían sido establecidas en 1953 y 1980; siendo derogadas y sustituidas por una nueva.

APENDICE

A1 Las normas NOM que se mencionan en esta norma corresponden a las DGN vigentes de la misma letra y número

A2 La leyenda "Contenido Neto", deberá ir seguida del dato cualitativo y símbolo de la unidad correspondiente de acuerdo al sistema general de medida, expresado en minúsculas sin pluralizar y sin punto abreviatorio, deberá presentarse en el ángulo inferior derecho o centrada en la parte inferior, de manera clara y ostensible en un tamaño que guarde proporción con el texto mas 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." ²⁴

7.2 NORMA SANITARIA

La norma sanitaria que especifica la mayoría de los productos alimenticios se determina en la norma NOM-120-SSA1-1994, y se refiere a las prácticas de higiene y sanidad para procesos alimenticios y bebidas alcohólicas y no alcohólicas publicada el 28 de agosto de 1995, la cual entra en vigor a partir de febrero de 1996

Para efectos del etiquetado se estipula la norma NOM-051-SCFI-1994, que entra en vigor a partir del 1° de noviembre de 1996

7.3 TIPOS Y CALIDADES DE LA MIEL

Los tipos y calidades de la miel dependen de sus varias características: como es la acidez, coloides, higrascopisidad, cristalización, color, densidad, etc las cuales varían según las propiedades de la floración existente en las regiones donde se localizan las colonias apícolas productoras de miel. Sin embargo la miel se clasifica principalmente por su color, el cual permite determinar su calidad

Higrascopisidad.- Es la propiedad que tiene la miel de absorber y retener la humedad. Esta es una razón importante por la que se mantiene firme en el mercado de la industria panadera y confitería, por conservar los productos para el consumo en un buen tiempo.

Viscosidad.- Es la propiedad de la miel que se refiere al cuerpo de la miel y se utiliza en la confitería.

²⁴ Diario Oficial de la Federación 23 Septiembre de 1981

Densidad.- Es el peso por unidad de volumen (gr./mm) o bien el peso de un litro de miel expresado en kilos.

Aroma y Gustos.- De olor y sabor agradable al consumidor

Color.- Dependiendo del color de la miel, se clasifica en diferentes calidades.

Las tonalidades en el color van, desde el que es comparado con el agua hasta el oscuro, pasando por el claro, ámbar pálido y ámbar oscuro. Por lo regular el sabor y el aroma están en función del color a colores mas claros corresponde miel y aroma mas exquisito, mientras que las de color oscuro corresponde a miel de sabores fuertes y poco aroma. La determinación del color se hace a través de un aparato llamado comparador colorimetro (escala PFUND) que tiene una escala graduada entre 1 y 140 mm (cuadro No. 8)

Las variedades de miel que primordialmente maneja el comercio mundial son, Miel de tipo blanca, ámbar, ámbar dátil, ámbar extra claro, y ámbar claro. México, exporta miel que va desde el color ámbar extra claro al ámbar claro variedad solicitada en Europa. De acuerdo al tipo y calidad de la miel que México maneja, lo ubica en el cuarto lugar de la producción mundial y segundo exportador en este mismo nivel.

Cuadro No 8

DESIGNACION DEL COLOR DE LA MIEL			
COLOR ESTANDAR	COLOR RANGO ESCALA PFUND (Milímetros).		DENSIDAD OPTICA
	MINIMO	MAXIMO	
BLANCO DE AGUA	1 00	8 00	0 0945
EXTRA BLANCO	8 01	17 00	0 189
BLANCO	16 51	34 00	0 378
AMBAR EXTRA CLARO	34 01	50 00	0 595
AMBAR CLARO	50 01	85 00	1 389
AMBAR	85 01	114 00	3 008
OSCURO	114 01	en adelante	-----

BOLETIN 1993 U.S. Market Profiles Series III Honey-OEA-CIES

CAPITULO II

ANALISIS DEL ENTORNO MUNDIAL DE LA MIEL DE ABEJA

I. PRODUCCION MUNDIAL

El consumo de miel es importante en los países desarrollados, donde se considera como artículo de primera necesidad ya que forma parte de la composición de la dieta nutricional. Esto lleva a la conclusión de que la miel es un producto exclusivo en un alto porcentaje de la producción mundial.

En los últimos años la producción mundial de miel se ha incrementado, esto en respuesta al ritmo creciente del consumo.

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

No obstante los volúmenes producidos en referencia al mercado mundial la oferta es limitada, ya que algunos productores son a la vez importantes consumidores, como Estados Unidos, Alemania y los países consumidores de Europa, mismos que llegan a tener importantes producciones de miel, y que destinan solo un 20% de exportación, misma que es producción especializada a países de primer mundo, e importan estos productos de países en vías de desarrollo ya que los precios son inferiores.

En los años subsiguientes cabría esperar una oferta creciente de miel, debido a que diversos países en vías de desarrollo están tratando de incrementar tanto su producción como su industria apícola en general.

La oferta mundial, no se incrementará significativamente en el corto plazo, sino en los próximos 10 o 15 años.

La proporción exportada de la producción de cada país depende no solamente de la demanda mundial, si no también de factores como la demanda interna, calidad de la miel, conocimiento de mercado y la comercialización, se calcula que las regiones productoras para mercado mundial exportan de un 20 a un 50 % de su producción, en el caso de México el desconocimiento del producto ocasiona que el porcentaje de exportación exceda en determinados años al 80 %.

La miel mexicana es un producto dirigido principalmente al mercado de exportación. El mercado nacional es pequeño y no se espera un crecimiento importante a corto plazo. Tiene una clara competitividad comercial frente a las diferentes calidades que manejan en otros países en el mercado mundial debido a menores costos de producción y a una excelente calidad (sabor y color).

"Las exportaciones mexicanas realizadas en 1995 fueron de 25.650 Toneladas, mismas que representan el 50.9 % de la producción total nacional. México ocupó en producción, el segundo lugar en 1994, manteniéndose para 1995 entre los tres primeros productores y exportadores de miel a nivel mundial"¹ (Cuadro No 9)

Cuadro No 9

EXPORTACION DE MIEL POR AÑO --MEXICO--				
AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION	EXPORTACION	%
	Ton.			
1989	61,757	107	32,208	52.1
1990	66,493	8	33,092	49.7
1991	69,495	15	51,089	73.5
1992	63,886	18	36,093	56.4
1993	61,973	15	35,998	58.0
1994	62,682	29	30,167	48.1
1995	50,359	7	25,650	50.9

Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural "Exportación definitiva 1995"

Esto demuestra la necesidad de considerar que en el comercio mundial existe la oportunidad de México a adquirir nuevos mercados, por lo que es necesario no sólo mantener los mercados a través de la calidad, si no diversificarlos, lo cual permitiría hacer frente a las diversas contingencias que se presenten en el mercado.

La apicultura a pesar de ser una de las actividades que no recibe grandes apoyos económicos, a contribuido a obtener divisas al país. "En 1995 el valor de las divisas fue de 30,464,279 U\$ dls."²

La producción mundial creció 22.4% de 1981 a 94; este crecimiento ha evolucionado de manera distinta en los diferentes productores. México no ha incrementado su producción, debido a que el clima no fue el más adecuado, esto ha contribuido a disminuir la producción en las regiones productoras tales como Yucatán, Michoacán, Jalisco y Veracruz.

Las estadísticas sobre la producción mundial de miel son contradictorias, según la fuente de que se obtenga, al igual que los datos estadísticos nacionales.

El consumo mundial per cápita anual de miel es de 0.17 kg., comparado con 20 kg. de azúcar, aunque existen amplias y variadas variaciones en cada país. El consumo de miel y azúcar es mayor en Europa sobre todo la miel en países como Alemania.

¹ Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural "Exportación Definitiva 1995"

² Idem.

La demanda de nuestra miel por los grandes países importadores principalmente Alemania Estados Unidos y Gran Bretaña, refleja la dependencia del 94% de las exportaciones mexicanas. (Cuadro No. 10)

Con respecto a Alemania, se considera como el mercado cautivo que ha ido en ascenso, ya que en el periodo 1989-1995 el promedio de exportación por parte de México a este país fue del 73% del total de la producción. El Reino Unido es el segundo país al que se exporta miel, la exportación ha sido bastante estable, ya que el porcentaje de exportación a este país se ha mantenido en un promedio de 12%. Por su parte Estados Unidos es un mercado que tiende a aumentar, ya que en los últimos cuatro años, la exportación a este país se ha incrementado porcentualmente desde 6 % hasta un 9 % en 1995.

Cuadro No. 10

EXPORTACION DEFINITIVA DE MIEL POR PAIS	
	TONELADAS
Alemania	18,667
Estados Unidos	2,949
Reino Unido	2,512
Arabia Saudita	682
Canadá	224
Bélgica-Luxemburgo	134
Filipinas	81
Japón	79
Holanda	63
Suiza	45
Puerto Rico	42
Bahamas	40
Costa Rica	22
Venezuela	21
Italia	21
Austria	20
Otros	48
TOTAL	25,650

Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural "Exportación Definitiva 1995"

México y Brasil son consumidores medios-altos del azúcar, pero consumidores bajos de la miel. En México el consumo nacional aparente es muy bajo en comparación con los países industrializados, esto repercute en el mercado nacional que absorbe el 49.1% de nuestra producción por las condiciones mencionadas anteriormente, falta de hábito y desconocimiento de los valores nutricionales; este porcentaje se ha visto incrementado en los últimos años, debido a que el precio de la miel en el mercado de exportación se ha visto castigado, en consecuencia los productores exportan menos cantidades y se ha comercializado en el mercado interno.

Otra razón por la cual se ha incrementado el consumo nacional aparente, es la aparición de la Varroasis, la cual ha provocado un decremento en la producción, mismo que ocasiona menores volúmenes de exportación.

Es necesario hacer mención que el mercado nacional es poco sensible, ya que no ha habido un crecimiento importante en el consumo aparente, en consecuencia el consumo per cápita no es muy significativo; ya que tan solo alcanza en promedio los 237 gr. debido a la falta de hábito, factores de tipo social y económico así como costumbres y niveles de ingreso (Cuadro No 11).

2. PRINCIPALES PRODUCTORES APICOLAS EN EL MUNDO

A nivel internacional existen cuatro regiones productoras: América del Norte, América del Sur, Asia, y Europa, de las cuales las más importantes por su alto nivel de producción son: Asia con un 29%, Europa y América del Norte con un 30% y 19% respectivamente en promedio.

Del comercio mundial de la miel que se produce y es consumida en todos los continentes, los mayores productores son: China, México, Ucrania, Turquía, Rusia y Argentina, estos países contribuyen aproximadamente con el 42% de la producción mundial. Los países como Estados Unidos y Alemania producen miel, también en grandes cantidades, pero en estos países se le destina para consumo interno (cuadro No. 12).

Cuadro No. 12

PRINCIPALES PRODUCTORES MUNDIALES			
País	Producción 1994		Participación Mundial %
	Ton.		
China	191,100		17.0
México	62,682		5.5
Ucrania	62,050		5.4
Turquía	60,000		5.2
Rusia	55,000		4.8
Argentina	53,600		4.6
India	51,100		4.4
Bielorrusia	50,000		4.3

FAO-ONU "Anuario de Comercio 1994 vol. 48"

CUADRO No. 11

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO DE MIEL EN MEXICO							
AÑO	CONSUMO NACIONAL			%	POBLACION HAB.	CONSUMO PERCAPITA Kg.	
	PRODUCCION TON.	IMPORTACION TON.	EXPORTACION TON.				APARENTE TON.
1989	61.757	107	38.208	23.656	38.3	82.621	0.286
1990	66.493	8	43.424	23.077	34.7	84.511	0.273
1991	69.495	15	48.750	20.760	29.8	86.022	0.241
1992	63.889	18	37.548	26.359	41.2	88.187	0.298
1993	61.973	15	34.950	27.038	43.6	90.027	0.300
1994	56.432	29	30.166	26.295	46.5	91.858	0.286
1995	50.359	7	25.650	24.716	49.1	93.511	0.264

FUENTE: Comercio Mundial miel y cera de abeja Proexpo 1995. - Secretaría de Agricultura Ganadera y Desarrollo Rural
seguimiento de miel 1995. FAO anuario estadístico de producción 1994

"Sobre las exportaciones la mayor parte de la miel es consumida en el país en que se produce; sin embargo desde 1989 México y Argentina han exportado cerca del 85% de su producción domestica de miel."³

México, China y Argentina son los principales proveedores de miel a Alemania.

3. COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

El objeto de la comercialización es buscar la forma óptima de hacer llegar el producto al mercado deseado, en el menor tiempo posible, al menor costo y con la presentación acorde al tipo de mercado en que se va a incursionar

Cada país demandante de miel, siempre buscará el tipo, de producto que más convenga a sus necesidades en cuanto a sabor, olor, precio, etc., este es el motivo que permite tener mercados dinámicos en donde los principales productores siempre deben estar en busca de nuevos mercados y de mejorar la calidad de su producto a fin de no perder sus ventajas sobre el resto de los oferentes de miel

La exportación de miel a tomado mayor fuerza e importancia en los últimos años debido a lo competitivo que se han hecho los principales mercados demandantes de este producto, motivo por el cual la selección del método mas eficaz para penetrar un mercado (intermediario, envasador o venta directa), deberá combinarse con una presentación acorde. Esto debe adaptarse al mercado al cual se quiere incursionar.

La producción mundial de miel se ve influida por factores como son la situación global, económica, política y social a nivel mundial y esto repercute en alteraciones a los niveles de precios en general

Las cifras de consumo que comprende la miel, tanto la consumida en los hogares como la utilizada como ingrediente en otros productos alimenticios, de los que puede exportarse cantidades considerables. Hay básicamente dos segmentos de mercado de la miel. La miel de mesa y La miel industrial.

La miel de mesa comprende la mayor parte de la miel comercializada. Quedan comprendidos en esta categoría las tres cuartas partes del consumo total

El mercado de la miel industrial varia en importancia desde el 40% del mercado general hasta casi 0% en algunos países. Este tipo de miel se emplea principalmente en la industria panadera, confitería, alimentos para niños, productos farmacéuticos y cosméticos

³ United States Department of Agriculture Bureau of the Census Department of Commerce "Honey Background for 1990 Farm Legislation" Autor: Frederick L. Hoff y Jane K. Phillips. Bancomext.

La miel producida en México tiene una clara competitividad debido a que a pesar de tener menores rendimientos por colmena, los costos mexicanos representan entre el 33% y 98% del costo norteamericano, ya que en México existen condiciones climatológicas más favorables. Sin embargo el programa de sustentación de precios americano garantiza la producción nacional de miel otorgando al productor precios altos para hacer atractiva la producción

México se encuentra orientado a la exportación y ha aprovechado las ventajas proporcionadas por el clima y vegetación para la obtención de miel de mayor calidad, aceptada principalmente en el mercado Europeo a pesar de tener un precio mayor

Las exportaciones de miel mexicana no se verían afectadas debido principalmente a

- El mercado americano absorbe solamente el 4º de las exportaciones mexicanas actuales.
- El mercado nacional es muy pequeño
- Europa tiene un gran aprecio por la miel mexicana y es un mercado sensibilizado a pagar calidad

3.1 PRINCIPALES CLIENTES MUNDIALES

Los principales demandantes de la miel en el mundo son, reconocidos como primer mundistas, por lo que sus necesidades en el consumo de este producto son superiores, ya que en su idiosincrasia alimentaria se incluye la miel como producto de primera necesidad, y el mercado se compone de tres principales países que captan gran parte de la producción mundial

Alemania - Es por excelencia el primer consumidor e importador de miel de abeja a nivel mundial, aunque no es considerado un exportador importante. En el terreno de la importación su crecimiento a sido constante. El mercado alemán tiene una característica muy peculiar, la importación cubrió entre el 90 y 100% del consumo nacional aparente, porque la miel que ese país produce es considerada de tan buena calidad que es orientada hacia la exportación

La miel mexicana que mayor presencia tiene en este país, es la procedente de Yucatán y Guanajuato, aunque otros estados también exportan cantidades importantes

De esta forma las expectativas de México en este país son sólidas y la meta a cubrir es alcanzar cada vez mayor participación en el total de las exportaciones alemanas, ya que México es por excelencia el primer abastecedor de dicho producto en este país

Estados Unidos - Es considerado el segundo país importador a nivel mundial, la proporción que guarda entre sus importaciones y exportaciones es superior por parte de las primeras. Este país consumidor neto de miel, que tiene problemas climáticos continuos debe mantener sus niveles de producción altos motivo por el cual sus importaciones es muy fluctuante.

A pesar de las variaciones en los volúmenes importados, el consumo per cápita se ha mantenido en un promedio de 549 gr.

El mercado Norteamericano ha sido disputado, por cuatro países México, China, Canadá y Argentina, como resultado de esta competencia México a resultado ser el principal exportador de miel a Estados Unidos, uno de los principales factores es la calidad

Gran Bretaña - Este país ocupa el tercer lugar en importaciones a nivel mundial, los altos índices de este rubro, son consecuencia de su bajo nivel de producción que además destina en parte a la exportación. Las importaciones tienen una participación superior al 90% del consumo nacional aparente lo cual refleja su alta dependencia de la producción externa debido a los cambios en su producción anual mismos que se reflejan por sus condiciones climáticas adversas.

Existe un importante consumo de miel entre la población, esto se refleja en el consumo per cápita que equivale a 338 gr. en promedio anual

De esta forma el Reino Unido es un reconocido consumidor de miel y su comportamiento manifiesta posibilidades de ampliación de mercado en base al aumento sostenido del consumo nacional aparente

Los países que han abastecido este mercado son Australia, México y China. México tiene posibilidades de seguir ganando mercado a sus dos principales consumidores, en base a la producción de mieles especiales que son tan buscadas por los ingleses y que este país no cuenta con las condiciones climáticas ideales para lograr aumentar su producción por lo cual dependen de la importación

Japón - Tiene presencia entre los principales importadores de miel. Su producción es demasiado pequeña para satisfacer su demanda, razón por la que debe cubrirse mediante las exportaciones. El ingreso per cápita a manifestado aspectos positivos en promedio, rebasando los 300 gr.

El mercado de la miel de importación del Japon a sido dominado por cuatro países China, Argentina, Rusia y Turquía. Puede atribuirse que China a demostrado una hegemonía en cuanto a este mercado a causa de la gran diversidad de tipos de miel que envía China.

Con estos elementos se puede ver que el mercado de miel en Japon es muy estable y los consumidores tienen muy bien identificados sus gustos y preferencias, motivos que dificultan una mejor colocación de la miel mexicana en dicho país, esto se refleja en las exportaciones de México a Japon que lo ubican en el octavo lugar como país abastecedor en 1995

3.2 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO PARA EXPORTACION

Es de máxima importancia que la miel a exportar debe estar limpia y pura (partículas mínimas de cera, insectos, plumas, etc.), ya que la miel adulterada no se acepta, es fundamental, que haya un régimen de calidad en los países productores, este control de calidad debe garantizar que la miel se ajuste a la legislación vigente en el país de destino

Por lo que respecta al color, en la mayoría de los mercados se prefiere la miel de color claro y los nuevos abastecedores habrán de tener en cuenta esa preferencia, si pueden producir esa clase de miel. En cambio algunos países prefieren mieles más oscuras, por consiguiente es importante separar las mieles de diferentes colores para atender las distintas necesidades del mercado

La miel monoflora alcanza precios más elevados que la poliflora. El sabor de la miel tendrá que poseer un sabor conocido, el productor tendrá que asegurarse de que despierte el interés de los consumidores

En algunos mercados los consumidores prefieren miel cristalizada, la miel líquida es la de mayor demanda. La miel debe calentarse en el menor grado y con la menor frecuencia posibles, cuanto más se reduzca el tiempo de almacenamiento y transporte en el país productor, más fácil será que la miel llegue sin cristalizar al consumidor

La presentación del producto, debe ajustarse a las exigencias del mercado, envasándose en tambores nuevos con recubrimiento de resina fenólica de la capacidad necesaria

3.3 DETERMINACION DEL PRECIO MUNDIAL

El precio de la miel en el mercado internacional es muy sensible a las variaciones en la producción debidas a cambios climatológicos, variaciones en la vegetación, enfermedades y cambios en las técnicas de explotación. Existen también diferencias en precio que obedecen a la calidad y tipo de miel. Un cambio en los factores anteriores influye en la obtención de una abundante o mal cosecha de miel, lo cual incide directamente en el alza o baja del precio de este producto en el mercado

Los precios de importación dependen en gran medida de la calidad y tipo de miel ofrecida, composición y color, origen, etapa de elaboración y presentación de la miel, así como la disponibilidad de sucedáneos y los precios que se paguen por ellos en el país de destino

México produce miel con una de las mejores calidades, preferidas por su sabor, es por esta razón que obtiene precios más elevados en comparación con otros países productores como: China, Argentina, Guatemala y El Salvador. Como se observa en el (Cuadro No. 13) las calidades de la miel también varían de acuerdo al puerto de salida, así como la humedad de la miel influye en el precio y depende del país de destino

Cuadro No.13

PRECIO POR PUERTO DE DESTINO				
PTO.EXP/DESTINO	CLASIFICACION / HUMEDAD	MINIMO	PRECIO MAXIMO N\$/Kg	UNICO
Veraacruz / Alemania	Ambar Clara / 14%			3.00
L. Cárdenas / Alemania	Ambar Clara / 17%			2.67
Veraacruz / Alemania	Ambar Clara / 17.5%	2.55	2.60	
Veraacruz / Inglaterra	Ambar Clara / 18%	2.45	2.55	

Servicio Nacional de Información de Mercados "Boletín Informativo de productos apícolas" ene-dic 1995

En lo que se refiere a precios de miel, estos no son uniformes debido al intermediarismo existente en esa actividad. Un aspecto que resulta en la variación del precio depende de cada una de las regiones y responde en gran parte a los factores como:

- Variedad y tipo de miel
- Venta directa del producto
- Cantidad de miel cosechada

Son varios los factores que determinan los precios mundiales de la miel, por ejemplo:

- Las condiciones de producción y la demanda interna de los países exportadores
- Las condiciones de producción y la demanda en los países importadores
- La calidad y el tipo de miel destinada a la exportación
- La existencia de productos competitivos y los precios que tienen en el mercado los productos sucedáneos
- Las barreras arancelarias y no arancelarias y los arreglos de subvención gubernamentales

Otro factor es que a pesar de ser mayor el número de importadores que de exportadores, los volúmenes que se ofrecen de miel han superado a los volúmenes que se demandan, por lo que la conquista de mercados cautivos es poco probable, siendo más factible el ganar un mercado de algún otro exportador y una medida para hacerlo es la vía del precio.

Es necesario elaborar y evaluar estudios de costos, ya que la distancia en algunos casos es determinante para considerar rentable o no una exportación y marca la pauta para fijar un precio a la miel.

Cabe mencionar que el mercado mundial de la miel esta controlado por grandes Brokers alemanes y norteamericanos, que venden la miel a los envasadores de paises consumidores. México a estado vinculado con estos Brokers, quienes manipulan el mercado y los apicultores aseguran la venta de su cosecha

El comportamiento mundial de los precios fue en forma ascendente desde la década de los 70's hasta 1982, posteriormente se dio un descenso generalizado de precios entre los principales exportadores, ya que en 1983 se obtuvieron buenas cosechas en muchos paises demandantes, llegando a repetirse este fenomeno hasta 1985, fecha en que se registraron los precios más bajos de toda la década

La tendencia que se observa en los ultimos años es a la baja, un tanto por el debilitamiento observado en la moneda norteamericana frente a las principales divisas y los oferentes se ven afectados, ya que para poder permanecer o ingresar en algunos mercados es necesario otorgar precios muy castigados

Cabe destacar que México vende su miel a granel en tambores de 200 Lt a precios FOB puerto mexicano. Los principales paises a donde Mexico exporta son Alemania (62.5%), Reino Unido (17%), Belgica (9%) y E.U. (4%) los precios de exportacion varian de 1.70 dols/kg a 0.11 dols/kg.

"En cuanto a las variaciones de los precios en el exterior, encontramos que el promedio pagado por importadores en el punto de ingreso de miel a granel, con pago de aranceles y contenedores incluidos a tenido los siguientes movimientos:

Punto de ingreso	Precio Dols./Kg.
Costa Este	1.10
Costa Oeste	1.04
Costa Golfo	1.10" 4

En el mercado norteamericano, México compite con Hungría que ofrece el precio más bajo, a 0.64 dols/kg, seguido de China y Guatemala en 0.73 dols/kg. México vende en el mercado norteamericano a 0.70 dols/kg al igual que Hong Kong.

En el caso de México, dependiendo del mercado al cual se ha dirigido, el precio pagado por el importador, varia en un rango desde 820 Dols./Ton hasta 920 Dols./Ton. Un punto importante es que las cifras presentadas por China, sus exportaciones son en todas las clasificaciones existentes de miel y los precios son equivalentes a los de México y Argentina pero la calidad es superior por parte de México y a su vez, el mercado es más receptivo a los productos mexicanos. (Cuadro No. 14)

Aunque México ofrece su producto a precios relativamente bajos comparados con el promedio que se maneja a nivel internacional, su principal competidor (China), comenzó a ofrecer precios por debajo de los manejados por los apicultores mexicanos esto se debe a que la calidad en la miel China es inferior a la mexicana.

Cuadro No 14

PRECIOS PAGADOS POR IMPORTADORES EN PUNTO DE INGRESO, MIEL A GRANEL				
De Enero A Diciembre De 1995		ORIGEN*		
PUNTO DE INGRESO	CLASIFICACION	MÉXICO	ARGENTINA	CHINA
Estados Unidos	Ambar Clara Blanca	Nd	\$ 360.00	\$ 800.00
	Ambar Clara (Yucatán)	\$ 820.00	Nd	\$ 790.00
	Ambar Extra Clara/Mixta	\$ 830.00	\$ 830.00	\$ 790.00
Alemania	Ambar Clara	Nd	\$ 920.00	\$ 820.00
	Ambar Clara (Yucatán)	\$ 860.00	Nd	\$ 810.00
	Ambar Extra Clara/Mixta	\$ 920.00	Nd	\$ 820.00
Inglaterra	Ambar Clara	Nd	\$ 920.00	\$ 820.00
	Ambar Clara (Yucatán)	\$ 860.00	Nd	\$ 810.00
	Ambar Extra Clara/Mixta	\$ 880.00	\$ 910.00	\$ 820.00

* Us Dis Costo + Flete/Ton Métrica Nd - No disponible

Servicio Nacional De Información De Mercados "Boletín Informativo De Productos Apícolas" Enero 1996

3.3.1. CREDITOS Y FINANCIAMIENTOS

Ante las recientes dificultades, autoridades y productores han aplicado algunas medidas para mejorar la competitividad externa del producto. Entre ellas cabe mencionar el otorgamiento de créditos preferenciales a la exportación, con recursos del fondo para el fomento de las exportaciones, así como la autorización de efectuar exportaciones temporales de lámina para la fabricación de tambores para el envasado de la miel de exportación, con el objeto de abatir el costo que representa su adquisición.

También se proporcionan créditos a los apicultores directamente y a través de sus sociedades de crédito apícola o de la UNAPI. Generalmente, el crédito está enfocado a cubrir la comercialización de la miel más que la producción de la misma.

Se cuenta también con servicios financieros internacionales otorgados por Nacional Financiera S.N.C. que otorga líneas de crédito a corto plazo con una amplia red de bancos corresponsales con cobertura mundial, para el financiamiento de hasta 100% de las operaciones de preexportación, exportación e importación. Destinado a la micro, pequeña, mediana y grande empresa, cuyas actividades se relacionen con el comercio exterior.

Otro organismo que otorga financiamiento para el fomento en la exportación de este tipo de productos es el FIRA este fideicomiso otorga financiamientos a tasas preferenciales.

3.4 COMPETENCIA INTERNACIONAL

En el contexto mundial, México ha sido por muchos años el primer exportador de miel de abeja, principalmente a Estados Unidos y gran parte de Europa; sin embargo, las estrategias comerciales más agresivas de sus competidores han ocasionado que ese lugar le fuera paulatinamente arrebatado por China provocando caídas considerables en los volúmenes de la producción nacional como en 1982 y 1985 (Cuadro No 15)

El caso de México es muy particular ya que no es un país cuyos habitantes sean grandes consumidores de miel, por lo que la existencia de esta actividad depende en gran parte del exterior; obligando a los productores a moderar sus volúmenes de producción o quedarse con elevadas cantidades almacenadas.

Contradictoriamente, el año con la peor producción (1985), fue cuando lograron exportar casi la totalidad de la miel, con lo cual se demuestra que al productor nacional no le interesaba en esos años atender su mercado interno

CHINA

Es el país que ha logrado superar a México en volúmenes exportados en más de una ocasión. Dado su vasto territorio, su producción es la segunda del mundo (solo superada por Rusia) y aunque su población es una de las más elevadas, tiene la capacidad suficiente para exportar altas cantidades de miel, sobre todo desde principios de la década de los 80, en que se nota una clara tendencia a comercializar este producto en el extranjero duplicando su exportación. En la década de los 80 le ha significado a China un dominio paulatino del mercado mundial, dejando muy atrás a Rusia y Argentina, solo encontrando cierta competencia con México.

La recuperación de los volúmenes de producción anual ha sido lenta pero sostenida; lo importante es que lo obtenido cada año es más suficiente para abastecer sus principales mercados como son el Japón, Reino Unido y en los últimos años de este periodo Estados Unidos, en contraparte, ha ido perdiendo posición dentro del mercado alemán que es el más exigente en cuanto a calidad.

³ La información recopilada tiene como fuente Bancomext "Comercio Mundial de Miel y Cera"

CUADRO No. 15

CRECIMIENTO PORCENTUAL DE LA PRODUCCION MUNDIAL DE MIEL		
PAIS	PROMEDIO PRODUCCION	% CRECIMIENTO
CHINA	173,570	37
E.U.	99,411	4
MEXICO	63,574	-5
UCRANIA 92-94	60,945	9
TURQUIA	51,653	121
RUSIA 92-94	50,666	17
ARGENTINA	48,975	44
INDIA	49,108	18
BIELORRUSIA 92-94	52,666	-9

FUENTE: FAO-ONU ANUARIO ESTADISTICO PRODUCCION 1994

Este país continuó consolidando su proceso de expansión de mercados durante los últimos años, creciendo a un promedio anual del 4.2% en el terreno de las exportaciones y colocándose como el primer exportador a nivel mundial

China perdió paulatinamente el mercado alemán, pero logró consolidarse en el norteamericano y japonés y ha penetrado lentamente al inglés, sin dejar de dominar la zona de los países del lejano oriente, éste será sin lugar a dudas el país a vencer en los mercados internacionales en el corto plazo ya que aun está en un período de auge y crecimiento en este sector.

El escenario probable para este país de oriente es ampliamente positivo en casi todas sus variables relacionadas con la miel de abeja. En el terreno de la exportación, se estima que mantendrán un crecimiento promedio anual del 3.4%.

ARGENTINA

Es también un país netamente exportador de miel de abeja, en las estadísticas de Argentina existen cuatro años (1975-1978) en donde el Consumo Nacional Aparente fue negativo, porque se exportó más de lo que se produjo y no se tiene ningún registro de importaciones que compensaran ese fenómeno, lo único que se puede suponer en este caso, es que Argentina utilizó todos sus excedentes de años anteriores que no fueron consumidos por su población para satisfacer la demanda de sus principales clientes en el extranjero.

Aunque no es un país que abarque grandes zonas del mundo para abastecerlas de miel de abeja, tiene muy bien definidos sus mercados a los cuales orienta su exportación y en los que dominio es muy marcado, para colocarse como el segundo exportador a nivel mundial superando a México.

El haber llegado al segundo lugar mundial, fue gracias a que sigue conservándose entre los primeros lugares como exportador de miel en dos de los principales mercados demandantes de Europa además de Estados Unidos, mientras que el competidor al que desbancó (México), perdió terreno en varias zonas donde era el principal abastecedor.

Sus volúmenes anuales de producción le pueden permitir en el largo plazo expandir sus mercados internacionales, ya que proyección proyectada de la oferta argentina puede crecer a un ritmo promedio del 2.6% por año, ligeramente superior a su exportación y destinar el restante al consumo interno que también estará creciendo.

Lo que termina por dar un panorama sólido en el futuro del comercio exterior de la miel de abeja argentina, es que continuaran ampliando sus mercados sin necesidad de depender en alguna porción de otros países para abastecer su demanda interna ya que pueden llegar al año 2000 sin registrar en un solo año importación alguna.

UCRANIA

En más de una ocasión Ucrania (anteriormente URSS) ha sido la primera productora del mundo en lo que a miel de abeja se refiere, sus volúmenes son equiparables con los de China. A pesar de ello, con sus cantidades exportadas apenas ha logrado colocarse en el cuarto lugar.

Al inicio de la década de los 70, su participación en el campo de las exportaciones era mínimo comparado con los tres primeros países (China, México y Argentina), enviando al exterior entre el 2% y el 4% de su producción.

A pesar de tantos problemas de orden político que comenzaron a manifestarse en este país desde fines de 1990, logró niveles de exportación que lo sostuvieron en el cuarto sitio a nivel mundial y acercándose cada vez más al tercer lugar en que cayó México. El consumo per cápita no bajó de los 600 gr. que en promedio es lo consumido en este país.

MEXICO

Las cifras representaron una disminución promedio durante estos últimos años, que confirman que la inconsistencia de la demanda externa es lo que provoca las fluctuaciones tan grandes entre un año y el siguiente en las exportaciones mexicanas, el problema es que dichas variaciones muestran en el mediano plazo mayor tendencia a la baja, obligando a los productores a depender cada vez menos de los ingresos solo por concepto del sector externo y buscar vías de colocación del producto a nivel nacional.

Por otra parte, la pérdida paulatina de los mercados provoca cierta incertidumbre que impide incrementar la producción anual de manera constante por temor a quedarse con grandes volúmenes almacenados, por lo que la fluctuación en esta variable, también se convierte en un aspecto común en el caso mexicano.

En el caso de que se apliquen medidas correctivas en las políticas de control de calidad y búsqueda de nuevos mercados, la producción de miel muestra un drástico panorama en donde esta actividad puede dejar de ser atractiva para los inversionistas.

Afortunadamente se están gestando acuerdos comerciales con países de Norteamérica y algunos apoyos industriales con países europeos (como en el caso de Alemania), de los cuales pueden obtenerse situaciones de provecho para los apicultores dedicados fundamentalmente a la exportación.

En términos generales, el posible escenario que se presenta para México no es muy favorable ante la gran competitividad que se está presentando a nivel internacional.

3.5 CANALES DE DISTRIBUCION

Los canales de distribución varían según los mercados, pero en realidad para el terreno del comercio internacional predominan los importadores (compañías especializadas en el mercado que se dedican a la compra de miel bajo su propio riesgo a los países productores, posteriormente la ofrecen a los envasadores locales), fundamentalmente en Estados Unidos no se interesan por importar directamente. En Japon, la mayor parte de la miel es importada por compañías comerciales.

"Sólo los países exportadores con experiencia deberían plantearse la posibilidad de construir sus propias organizaciones de ventas en los mercados importadores y tendrán que hacerlo a sabiendas que tropezaran en la hostilidad y la rivalidad de los principales comerciantes"

Muchos países exportadores se hallan ante el problema de elegir una vía de distribución: vender la miel por conducto de representantes, importadores o directamente a envasadores y consumidores industriales, o establecer sus propias organizaciones de ventas. Estas decisiones dependen de la elección del mercado al que se desee exportar. Por ello es necesario que los países exportadores establezcan canales comerciales regulares, con un número limitado de clientes, estas relaciones con los representantes o importadores, son importantes, ya que aseguran los mercados, a los que quieren exportar. Los importadores y envasadores prefieren recibir suministros con regularidad y en general se interesan en acuerdos a largo plazo.

Los intermediarios comerciales principalmente con miel a granel y abastecen tanto a los envasadores como a los usuarios industriales. Una vez envasada para la venta al por menor en el país importador, la miel llega a los consumidores por los canales de distribución de alimentos. Algunos importadores y a veces las grandes organizaciones de minoristas importan la miel preenvasada. Cantidades insignificantes de esta miel proceden de países en desarrollo.

La figura de los representantes de compañías locales dedicadas a comercializar internamente el producto de un país, o marca extranjera en donde estos llevan cierto margen de ganancia, ha tenido buena aceptación en el mercado europeo, pero es más común encontrar envasadores que prefieren importar la miel directamente del productor. Esto se debe a que los representantes e importadores se les reconoce como especialistas en el comercio de la miel, que les permite seguir de cerca las condiciones del mercado, tanto en lo que se refiere a la oferta como a la demanda.

"Es aconsejable seleccionar más de un mercado para la exportación y si la cantidad de que se dispone para ese fin lo justifica, lograr exportaciones a dos o tres mercados es importante a fin de reducir la dependencia del exportador con respecto a un solo mercado o cliente."

La elección de mercados por el exportador y la de los canales de distribución dependerán de varios factores, entre ellos:

* Centro de Comercio Internacional UNCTAD / GATT "Principales Mercados de la Miel Posibilidades que ofrecen los Productos de Buena Calidad Procedentes de los Países en Desarrollo Ginebra 1977"

- Grado de desarrollo de la apicultura en el país exportador
- Calidad y tipo (origen botánico, aroma, color, etc.) de la miel disponible
- Cantidad de miel de que se dispone para la exportación
- Acceso al mercado a los que se desea exportar
- Conocimiento del mercado y experiencia en materia de comercialización
- Obligaciones contractuales existentes* 7

4. NORMAS DE CALIDAD INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACION DE LA MIEL DE ABEJA Y ESPECIFICACIONES PARA MERCADO DE EXPORTACION

Régimen comercial

El régimen comercial impuesto por México a las exportaciones de miel es más restrictivo que el norteamericano. E.U. impone aranceles que equivalen aproximadamente al 2.2 del valor unitario de las importaciones, en cambio México impone el 20% sobre este valor. En consecuencia las barreras arancelarias impuestas por E.U. no son impedimento para las importaciones. En realidad la principal barrera de entrada a las exportaciones mexicanas es el programa de sustentación de precios existentes en E.U., lo que permite al productor norteamericano comercializar su producto a un precio mayor que el de la miel importada. (Cuadro No.16)

Cuadro No.16

REGIMEN COMERCIAL - MEXICO -

FRACCION	PRODUCTO	PERMISOS		ARANCELES		
		Exportaciones	Importaciones	Exportaciones	Importaciones	
040900	Miel Natural	No	No	Exento	20%	
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial						
REGIMEN COMERCIAL - ESTADOS UNIDOS -						
FRACCION	PRODUCTO	GENERAL	MEXICO	CANADA	A	E
04.09.00.00	Natural Honey	2.2cents/Kg.	2.2cents/Kg.	Exento		Ex
H. Tariff Schedule of the U.S.						

Nota A= Sistema generalizado de preferencias
E= Programa de apoyo a Centroamérica y el Caribe

* Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT CC1 Estudio de Mercado Miel Estudio de los principales Mercados Ginebra 1986

4.1 PRINCIPALES ARANCELES MUNDIALES

Impuestos a la importación

Tarifa General libre de impuestos

Categoría A: Exento de arancel a partir del 1o. de Enero de 1994.

Documentos de entrada

Pedimento de exportación (agente aduanal)

Certificado del transportista

Manifiesto de entrada (F Ad. 7533 o solicitud urgencia F Ad.3461

Factura Comercial

Listado del Contenido

Certificado de origen (NAFTA). Otros documentos que se juzguen necesarios en el acceso

Barreras no arancelarias

Permiso: Certificado fitosanitario expedido por la SAGAR.

El F.D.A. esta facultado para inspeccionar cualquier producto agricola que quiera ser introducido en los E.U.

Food and Drug Administration

Division of Regulatory Guidance (HEF-314)

200 C. Street S.W.

Washington, D.C. 20204

Representacion comercial de Bancomext --Atlanta Georgia

"Los costos de produccion en México son competitivos con los de E.U., principalmente en el costo de mano de obra, en México el costo no se toma en cuenta y podría encarecer el producto y no hacerlo competitivo ""

4.2 PRINCIPALES NORMAS SANITARIAS MUNDIALES

Aunque no existen normas sanitarias especificas para la importación de miel, se aplican las disposiciones generales de la FDA, que realiza visitas a empacadoras y toma muestras de los lotes de miel importada.

4.3 ESPECIFICACION MUNDIAL DE CALIDAD

NORMA EUROPEA

La miel no deberá tener ningún sabor, aroma o color desagradables, no debe estar fermentada ni efervescente, la acidez no debe cambiarse artificialmente, no se permita ningún tipo de aditivos alimenticios y adiciones, así como la higiene se recomienda, que el producto este regulado por las disposiciones de esta norma.

Etiquetado - Se ajustará a las normas generales de la C.E.E. del 22 de julio de 1974 (74/409/CEE) que indica

Los envases y etiquetas de la miel deberán aparecer visibles legibles e indelebles.

- A) La denominación de la miel (tipo de miel).
- B) Peso neto expresado en kilogramos.
- C) El nombre o la razón social.

La miel deberá designarse según su procedencia floral vegetal.

Contenido Neto, Marca registrada y País de origen

LEGISLACION ESTADOUNIDENSE

En otros países existen normas y estándares específicos para que se pueda importar a ellos miel de abeja, como en los E.U.A. es donde las importaciones están sujetas a una inspección por parte de la Food and Drug Administration (FDA)

Las normas de calidad aplicables a la miel son:

- La miel debe ser 100% pura
- El contenido de humedad no debe ser mayor de 18.6%
- La miel debe estar completamente limpia (FDA no aceptará ningún embarque que contenga insectos, basura o elementos extraños en general.)
- Los lotes deberán ser uniformes
- Los barriles (generalmente de 300 kgs.) tendrán que estar completamente limpios y preferentemente barnizados en su interior, aunque también se admiten recubiertos con cera de abejas

"El departamento de Agricultura de los Estados Unidos ha establecido un sistema de clasificación voluntaria por calidades aplicables a la miel:

- *La calidad US Grade A o US Fancy
- *La calidad US Grade B o US Choice
- *La calidad US Grade C o US Standard
- *La calidad US Grade D o US Substandard

La clasificación de la miel por calidades tiene en cuenta el sabor, color, claridad, grado de humedad y defectos. Se arribuyen puntos y se determina la calidad en función de estos.

En el recipiente se debe indicar el nombre y dirección del envasador, el nombre del producto y su peso. Los artículos o sus recipientes deben ser marcados en lugar visible tan legible, indeleble y permanente como lo permita la naturaleza del artículo o el recipiente, y de forma que se indique al consumidor final de los Estados Unidos el nombre en inglés del país de procedencia del artículo ¹⁹⁹

5. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CONSUMO INTERNACIONAL

Los factores que han determinado el crecimiento de la producción apícola son:

- Alza de precios en el mercado internacional
- Desgravámenes por parte de algunos países consumidores de miel
- Tratados comerciales en los que participa México

Los factores que influyen en la demanda y oferta de miel son:

- Nivel de vida más alto en los países consumidores
- Mayor interés del consumidor por productos alimenticios naturales
- Aparición de nuevos países importadores
- Políticas de envasado más agresivas por parte de envasadores, distribuidores y cadenas de venta al menudeo en algunos grandes mercados

El débil incremento en la producción se ha debido a la actualización del material en cierta manera y al incremento de las colmenas, situación que se vio fomentada en la pasada administración presidencial de apoyo a las exportaciones y la creciente demanda de estos productos en el extranjero.

Esto debido a los problemas que enfrentan los principales países productores-exportadores (Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Alemania, Japón y México), tales como la recesión económica, altos costos de producción, reducción en los niveles de ganancia y la disminución de áreas floridas que son fundamentales para este producto

* National Honey Market News Jul. 1990

Dichas tendencias podrían determinar la nueva situación mundial de la miel, esto causaría un detrimento del nivel de producción, en el nivel de exportación y en el de consumo doméstico del producto.

Otro factor que influye es el comportamiento de las cuentas externas, ya que las exportaciones del país crecieron en 25% con respecto a 1994. La balanza agropecuaria presentó un superavit de 1,444 mdd en 1995 teniendo como consecuencia un crecimiento del 54% en relación con las exportaciones. En lo referente a la miel de abeja, la exportación tuvo una variación de 11% en 1995 con respecto al año anterior.

"El reciente fenómeno devaluatorio del peso mexicano a fines de 1994 fortalecerá en el futuro las ventas externas agropecuarias. La ventaja cambiaría que crea este proceso es muy significativa para dicho sector ya que permite tener ingresos extraordinarios o no esperados para su financiamiento y reconversión de procesos de producción, por otro lado la relación de precios relativos a las exportaciones es positiva a largo plazo, ya que existe la tendencia a penetrar en los mercados internacionales por la demanda externa y la contracción de la demanda interna.

Entre los productos agropecuarios de exportación que se verán mayormente beneficiados por la ventaja cambiaría destacan legumbres y hortalizas frescas, garbanzo, cártamo, ganado vacuno, miel de abeja y langosta, entre otros."¹⁰

¹⁰ Agro Business publicación enero 1995 año 3 num. 040 pág. 4

CAPITULO III

ALEMANIA - PERFIL DE MERCADO PARA LA MIEL DE ABEJA -

1. PERFIL DEL MERCADO - ALEMANIA -

"De acuerdo a informes del GATT, en los últimos años ha ocupado uno de los tres primeros lugares como país importador a nivel mundial (tan solo en 1993 importó más de 320,000 millones de dólares)"¹

Alemania se ubica como una de las principales potencias más industrializadas del mundo. Ocupa la segunda posición gracias a su amplia y coherente apertura comercial al mundo. Su rendimiento económico global se sitúa en tercer lugar a escala mundial, por las cifras de comercio exterior.

Alemania es miembro de la Comunidad Económica Europea y también participa en el sistema monetario Europeo. Es un mercado de gran dinamismo debido a sus exportaciones e importaciones, además de contar con reexportaciones de relevancia (aproximadamente el 50% en 1993 de la producción nacional es para exportación directa). Esto implica que la economía Alemana depende de otros países y de su gran apertura comercial.

El mercado común Europeo se encuentra unificado por 12 miembros, esta unión permitirá a los países miembros ajustar sus sistemas económicos y sociales, y así reducir diferencias entre los miembros; armonizando leyes y regulaciones, creando estándares y requerimientos de calidad, simplificando procedimientos administrativos y la estructura monetaria se equipara en todos los países miembros.

Para compañías de países extranjeros, el trato con Unión Europea se volverá más fácil. Accediendo a un país, significa una penetración global dentro de la Comunidad Europea y a largo plazo se eliminarán barreras. El mercado Europeo se convierte en una opción muy interesante: un mercado de 345 millones de consumidores, los cuales tienen diferencias culturales en gustos, por lo cual es un mercado muy diversificado en cuanto a productos.

"El potencial del mercado alemán se explica por diversos factores, entre ellos su gran población de más de 80 millones de habitantes, 6.5 millones extranjeros, con una densidad de población de 224 habitantes /Km² lo que sitúa al país como uno de los más densamente poblados en Europa además de un elevado ingreso anual (22,355 Dls.), la solidez de su moneda y su economía orientada hacia los mercados externos (1/3 de su Producto Interno Bruto esta asociado al comercio exterior)"²

¹ Alemania "mercado de miel Abeja" Bancomex Conserjería comercial en Bonn 1995 Ministerio Alemán de miel pag 3

² Idem.

2. PRODUCCION

En Alemania esta actividad posee una infraestructura desarrollada y cuenta con una alta participación y crecimiento, ya que se realiza por apicultores profesionales, semiprofesionales y aficionados. Se produce miel en muchas regiones del país, pero "las principales zonas de producción de miel son Baviera y Baden-Württemberg."³

Aunque la producción nacional es importante, le corresponde una parte menor en el consumo, en comparación con las importaciones. (Cuadro No 17)

Cuadro No. 17

PRODUCCION DE MIEL EN ALEMANIA	
Año	Volumen
1985 / 86	10,900
1986 / 87	16,200
1987 / 88	15,800
1988 / 89	18,200
1989 / 90	29,000
1990 / 91	25,500
1991 / 92	25,000
1992 / 93	24,600

Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Bancomext S.N.C. Conserjería Comercial en Bonn, Alemania 1995 Ministerio Aleman de Miel Pag. 4

Alemania importó en el primer semestre de 1994 miel de abeja por un valor que rebasó los 52 millones de dólares (Cuadro No. 18), el valor de sus exportaciones como se muestra en la tabla constituyen una diferencia de aproximada del 70 % en comparación con las importaciones.

Cuadro No. 18

COMERCIO EXTERIOR GLOBAL DE MIEL EN ALEMANIA (miles dls)		
AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
1990	86,968.00	29,407.21
1991	102,640.26	25,147.48
1992	110,966.97	30,563.64
1993	85,956.23	27,649.30
1994	52,826.63	17,264.50

Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Bancomext S.N.C. Conserjería Comercial en Bonn, Alemania 1995 Ministerio Aleman de Miel

"Durante muchos años Alemania a importado cerca del 80 % del total de la oferta de miel a nivel mundial" ⁴ Las importaciones procedentes de otros miembros de la Comunidad Económica Europea, es muy baja. Las importaciones provenientes de países en desarrollo se han incrementado en un 60 % hasta 1994, la calidad de los productos de estos países no tienen problemas con residuos e insecticidas, consecuentemente las ventas hacia Alemania se han incrementado significativamente (Cuadro No. 19)

Actualmente México es el principal proveedor a Alemania, con casi "19,000 Ton. las cuales tienen un valor de 22 millones de dólares" ⁵, sin embargo se ha registrado un aumento en la calidad de las exportaciones de países como Argentina y China, constituyéndose en importante competencia para México (Cuadro No 20)

Cuadro No 20

IMPORTACIONES ALEMANAS DE MIEL POR PAIS DE ORIGEN (miles de dls)					
PAIS DE ORIGEN	1990	1991	1992	1993	1994
México	23,600.64	27,808.21	27,709.52	20,845.62	13,376.33
Argentina	10,512.34	16,759.57	23,721.06	16,417.43	11,876.92
China	1,921.29	3,197.68	10,302.02	12,523.57	6,040.24
Hungría	5,772.53	4,704.43	3,805.06	5,387.45	2,806.50

Alemania "Mercado De Miel De Abaja" Banco Nacional De Comercio Exterior S.N.C. Conserjería Comercial En Bonn, Alemania 1995 Ministerio Aleman De Miel

Las fluctuaciones en las importaciones provenientes de diferentes países, depende de factores como lo son: la calidad, precio, clima en el país productor, situación política en el país productor, así como la producción y demanda de los consumidores en Alemania.

Las exportaciones alemanas se basan en productos relativos a la miel, en un grado de especialidad superior. La miel que recibe de los productores de los países en vías de desarrollo, es procesada y se destinan a países que cuentan con mayor grado de conocimiento acerca de estos productos, el principal destino de la miel que exporta Alemania son países de Europa y Asia. (Cuadro No. 21).

⁴ Honey and Beeswax A. Survey of the Netherlands and Other Major Markets in the European Community Research of the agricultural Institute - s- Hertenbosch 1993 pag. 51

⁵ Banco de México "Exportación definitiva Fracción - País) Miel Natural 1996.

CUADRO No. 19

ALEMANIA: COMERCIO EXTERIOR DE MIEL DE ABEJA, 1990 - 1994 *															
IMPORTACIONES															
PRINCIPALES PAISES:	1990			1991			1992			1993			1994 *		
	TONS	MILES USD	% PART	TONS	MILES USD	% PART	TONS	MILES USD	% PART	TONS	MILES USD	% PART	TONS	MILES USD	% PART
Francia	1659.01	3349.63	4.54	2225.61	5151.63	5.02	1205.4	4132.73	3.72	1587.61	3117.43	3.74	612.71	1295.86	2.45
España	2613.11	4624.05	5.32	1915.21	4207.80	4.10	528.3	2166.57	1.93	1610.11	2571.05	3.11	934.21	1464.49	2.77
URSS	8713.91	6560.85	7.54	6591.51	5327.47	5.19	1256.81	1152.89	1.04						
Bielorrusia							143.41	141.71	0.13						
Federación Rusa							2020.11	1726.83	1.55	1063.91	812.98	0.95	654.3	459.82	0.89
Polonia	3784.71	3311.26	4.50	1525.71	2533.71	2.47	1052.51	2567.33	1.86	393.01	1194.99	1.39	175.51	500.59	0.95
Checoslovaquia	6384.31	5473.61	6.28	6375.71	7157.47	6.97	2529.61	3355.75	3.56						
República Checa										1450.31	2036.95	2.36	899.71	1376.92	2.61
República Eslovaca										122.41	245.40	0.29	456.61	456.86	0.88
Hungría	4561.71	5772.53	6.64	3416.51	4704.43	4.58	2036.71	3805.05	3.43	4809.91	5337.45	6.27	2339.81	2806.50	5.31
Canadá	1696.71	2535.73	2.92	2243.31	3154.94	3.07	1872.51	2971.43	2.59	1648.51	2215.91	2.58	1063.61	1539.40	3.03
Estados Unidos	1069.61	1429.36	1.64	1056.41	1320.25	1.27	500.11	506.06	0.82	225.11	342.11	0.41	205.91	298.82	0.57
México	24436.31	23600.64	27.14	27668.21	27508.21	27.09	24843.11	27709.51	24.97	20123.81	20345.61	24.25	13788.11	13378.31	25.33
Argentina	11322.71	10512.34	12.09	16729.71	16759.57	16.33	22306.01	23721.11	21.36	17182.11	16447.41	19.10	13815.41	11876.91	22.48
China	1604.11	1921.29	2.21	2819.31	3197.68	3.12	3409.71	10302	9.28	16158.71	12523.61	14.57	8109.21	6043.24	11.43
Uruguay	2233.21	2171.27	2.50	2577.51	2574.04	2.51	4917.51	5349.15	4.82	2745.71	2711.55	3.15	2192.31	2018.93	3.82
Cuba	1550.70	1452.88	1.67	4292.91	3802.57	3.70	3760.61	3725.55	3.36	1973.81	1772.24	2.08	1130.51	870.41	1.65
SUBTOTAL	70027	73915.54	85	79653.61	67679.54	85.42	76721.31	80762.71	84.5	70999.91	72954.78	84.22	46448.01	44462.09	84.17
Resto de Países	8660.71	13052.45	15	9636.81	14690.33	14.58	10513.91	17204.27	15.5	5973.41	13651.45	15.73	6560.11	8354.54	15.33
TOTAL	78977.71	86968.01	100	89192.11	102640.31	100	89235.21	110067	100	80673.21	85956.21	100	53008.11	52826.61	100

* Datos hasta el 1° semestre de 1994

FUENTE: Perfil de Mercado de miel de abeja. Miel Competitividad Interacional y sensibilidad Comercial SECOP1 y Alemania mercado de miel de abeja. Comisión Nacional en Bonn, Alemania 1995.

Cuadro No.21

EXPORTACIONES ALEMANAS DE MIEL POR PAIS DE DESTINO (miles de dts.)					
PAIS DE DESTINO	1990	1991	1992	1993	1994
Holanda	7,637 52	7,799 18	8,782 30	7,873 55	6,193 05
Arabia Saudita	3,343 85	3,802 67	4,500 16	3,447 17	2,362 13
Francia	2,249 86	2,186 97	3,352 99	3,872 70	1,898 22
Italia	3,570 94	1,475 44	1,751 84	3,601 30	1,426 03
Alemania "Mercado De Miel De Abeja" Banco Nacional De Comercio Exterior S.N.C. Conserjería Comercial En Bonn, Alemania 1995 Ministerio Alemán de Miel					

3. SEGMENTACION DE MERCADO Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

Existen básicamente dos segmentos de mercado para la miel, el mercado de la miel de mesa y el mercado para la miel industrial.

Miel de mesa. - "Se estima que la miel de mesa representa del 90 % del consumo total."* Se le emplea principalmente para untar pan, se utiliza como edulzante para productos naturales como leche o té, pero también se utiliza cierta cantidad como edulcorante en la repostería casera. El mercado de la miel de mesa puede ser dividido en miel líquida y cristalizada o cremosa. Los consumidores consideran que la miel nacional es la de mejor calidad y la que tiene mejor sabor, y por consiguiente sus precios son elevados.

"El 75% aproximadamente de los consumidores prefieren la miel líquida". El color varía según el origen botánico, pero en el caso de las mieles mezcladas los colores más populares parecen ser el ámbar claro o extra-claro.

Requerimientos de miel de mesa para importación

La miel de mesa importada debe ajustarse a las disposiciones nacionales y de la CEE concernientes a la miel. Además con frecuencia cada comprador tiene sus propias exigencias, cabe hacer notar que los requisitos impuestos por Alemania son rigurosos y los países en desarrollo tienen a menudo dificultades para cumplirlos. Muchos envasadores y usuarios industriales prefieren no comprar directamente sino por intermedio de representantes o importadores, para estar seguros de que obtendrán una miel de la calidad requerida.

Según los principales importadores, las empresas envasadoras de Alemania prestan normalmente especial atención a los siguientes aspectos, cuando compran miel importada:

* Honey and Beeswax A. Survey of the Netherlands and Other Major Markets In the European Community Research of the agricultural Institute 's-Hertogenbosch 1993 pag. 21

Idem

- Contenido de humedad
- Contenido de hidroximetilfurfural (HMF) 40 mg/kg (entre menos contenido, la calidad de la miel será mejor)
- Índice de diastasa (mientras su índice sea mayor -8-, mejor será la calidad de la miel).
- Contenido de sacarosa (sucrosa)

Cada vez se presta más atención al contenido de polen (como medio de determinar el origen botánico de la miel y su pureza) y al nivel de residuos.

Miel industrial - El mercado industrial de la miel representa en consecuencia el 10 % del mercado total. La miel que en su contenido de HMF tenga más de 40 mg/kg es usada para aplicaciones industriales, la miel que se encuentre sobrecalentada o sea, de menor calidad que la miel de mesa, de acuerdo a la legislación de miel en Alemania y la Comunidad Económica Europea, esta miel no debe ser usada como miel de mesa.

A causa de las cantidades relativamente pequeñas que utiliza cada industria, no ha sido posible precisar los distintos usuarios industriales. En todo caso, la mayor parte de la miel industrial se destina al sector de la panadería y confitería; también se utilizan algunas cantidades por los fabricantes de alimentos para niños y productos farmacéuticos. También se utiliza en la industria tabacalera. El elevado precio de la miel nacional impide su utilización en la industria.

Salvo en las industrias de la panadería y de la confitería, en cuyo caso se prefiere una miel de buena calidad que conserve su aroma, la que se utiliza con fines industriales es generalmente una miel importada de inferior calidad, y el precio es el factor determinante en la elección de proveedores. En su mayoría, las industrias se abastecen por conducto de importadores o representantes, ya sea porque sus compras son reducidas o porque no están al corriente de las condiciones del mercado.

4. CONSUMO

El consumo de miel en Alemania ha mostrado un incremento en los últimos años, así como la producción se ha incrementado en forma considerable aproximadamente en 126% esto indica que la demanda de la miel se ha incrementado ya que tanto las importaciones como las exportaciones se han estabilizado y en algunos casos disminuido en resumen, los consumidores alemanes prefieren la miel alemana (Cuadro No 22)

Cuadro No. 22

CONSUMO DE MIEL EN ALEMANIA (miles de toneladas)				
AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION	EXPORTACION	CONSUMO
		más	menos	"
1985/86	10.9	83.3	16.0	78.2
1986/87	16.2	86.1	15.1	87.2
1987/88	15.8	82.4	14.1	84.1
1988/89	18.2	85.5	16.9	86.8
1989/90	29.0	80.4	15.8	93.6
1990/91	25.5	87.8	17.3	96.0
1991/92	25.0	90.0	13.1	101.9
1992/93	24.6	78.1	12.4	90.3

Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. Conserjería Comercial En Bonn. Alemania 1995 Ministerio Alemán de Miel

El consumo per capita de sus habitantes es considerable y uno de los más elevados de la Unión Europea, lo que se refleja en el renglon de alimentos, y dentro de este el de los productos importados. El consumo anual per capita de miel en Alemania, de 1986 a 1990 el promedio de la miel se estableció en 1.4 Kg. Desde la reunificación de Alemania (octubre de 1990) a la fecha, la demanda total de miel ha tenido una pequeña disminución a 1.2 Kg. per capita. (Cuadro No. 23)

Cuadro No. 23

CONSUMO PER CAPITA	
AÑO	Kg
1985/86	1.282
1986/87	1.426
1987/88	1.373
1988/89	1.406
1989/90	1.493
1990/91	1.204
1991/92	1.269
1992/93	1.115

Bancomext "Alemania Estudio miel"

5. DEMANDA

El nivel nutritivo puede observarse a través de todos los mercados de la sociedad y esto es equiparable en el mercado de la comida. Quizás una de las principales tendencias internacionales es la de un mejor modo de vida que se incrementa con la nutrición y el ejercicio. En este punto se demandan productos alimenticios más saludables. Demográficamente esta a producido un incremento en la demanda de los productos nutritivos; en contraste a incrementado su consumo en base a la experimentación y conocimiento de productos de alta calidad, esto implica el desarrollo de productos de alta calidad para la industria de la miel.

La demanda de los consumidores de miel depende de:

- Precio
- Temporada (el consumo es mayor en invierno que en verano)
- Edad del Consumidor (la gente de edad avanzada consume más miel que la gente joven)
- Sustitutos (mermelada, jalea, etc)
- Comportamiento del consumidor (el interés del consumidor se incrementa en productos naturales y saludables para el organismo).
- Los altos estándares de vida y los cambios en los hábitos de alimentación.

La demanda de la industria depende de

- Precio
- La demanda derivada de los consumidores (miel industrial)
- La entrada de nuevos países en el mercado
- La calidad de la miel

En síntesis el consumidor de hoy requiere productos alimenticios, los cuales sean convenientes y que estén disponibles a través del año, mantengan su consistencia en calidad y lo más cercano a lo natural y a los productos tradicionales de la alimentación casera. También el consumidor tiene una actitud crítica hacia los métodos de producción.

6. CANALES DE DISTRIBUCION

"En los últimos años, los canales de distribución en la República Federal de Alemania han experimentado un cambio sustancial. El comercio minorista ha tenido un profundo ajuste estructural, sobre todo el sistema de los autoservicios, que en un primer momento se impuso en el ramo de la alimentación, dio lugar a una intensa racionalización. Surgieron nuevas formas de operación como las tiendas de descuento y los mercados de consumo, lo que hizo más difícil la competencia dentro del ramo y recortó los márgenes de ganancia."

* Alemania "mercado de miel Abeja" Bancomest Conserjería comercial en Bonn 1995 Ministerio Alemán de miel pag 4

El cliente que tiene más opciones de donde elegir y a mejores precios. El comercio minorista cedió paso a los supermercados e hipermercados. Los importadores o representantes venden los productos por conducto de empresa subsidiarias a las empresas emparadoras, cooperativas, almacenes múltiples y mayoristas secundarios en las ciudades en que tienen su sede y a otros grandes mercados del país.

La mayoría de los países exportadores se encuentran con el problema de decidir que canal de distribución escoger. Si deben vender su miel a través de agentes o importadores, si deben hacerlo directamente a empaadores o usuarios industriales, o si deben establecer su propia organización de ventas. Estas decisiones dependen del mercado meta al cual se quiere enfocar y otros factores que determinan el mercado potencial, como son:

- El estado de desarrollo de la industria apícola en el país exportador
- La calidad y tipo de la miel (fuente botánica, aroma, color, etc.)
- Cantidad de la miel disponible para exportación
- Acceso al mercado
- Conocimiento del mercado y experiencia en Mercadotecnia
- Obligaciones contractuales existentes

La miel importada a Alemania no está refinada, la mayoría de la miel se importa en tambos, pero también se importa para venta al por menor. Existen cuatro maneras de comercializar la miel:

- En tambos a través de importadores, los cuales venden la miel
- En tambos a través de compañías de miel, las cuales refinan, mezclan, empaacan y etiquetan.
- En tambos a través de usuarios industriales
- Miel empaacada para venta al menudeo, a través de un agente o importador.

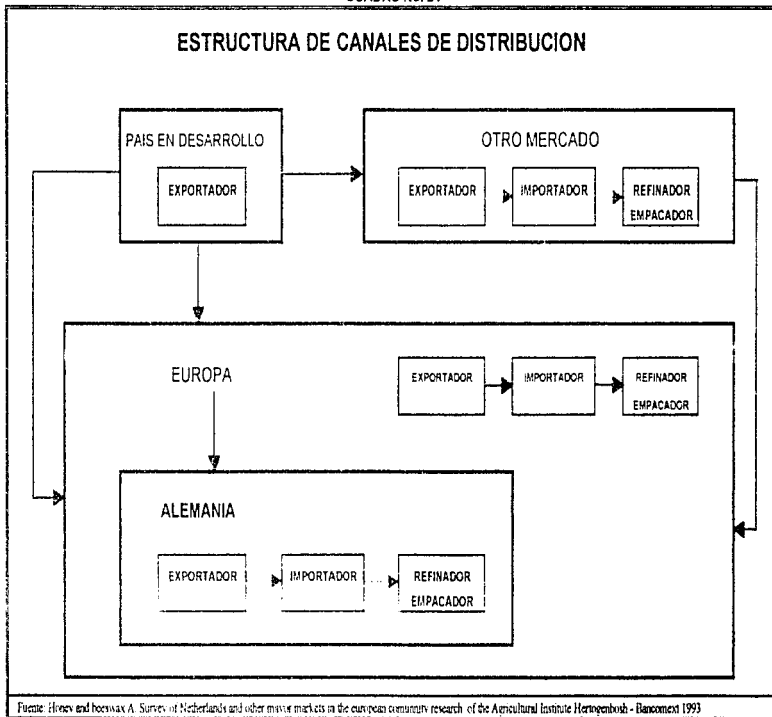
Los productores de países en vías de desarrollo tienen tres maneras de vender la miel:

- A un comprador de estas mercancías (exportador) en su propio país
- A un importador de un país extranjero
- Directamente a la industria refinadora y empaadora de un país extranjero (Cuadro No 24)

Las empresas del comercio al mayoreo suministran mercancías a fabricantes o mercados internacionales, a minoristas, reelaboradores o consumidores en grueso; compran grandes cantidades y revenden en partidas menores. El comercio al por mayor abastece sobre todo al comercio al por menor de bienes de consumo perecederos y no perecederos.

En el caso de la miel, el exportador vende por lo general al importador, quien a su vez la vende al envasador. El envasador también compra directamente al exportador para nivelar sus costos y distribuye a supermercados, tiendas departamentales y de alimentos.

CUADRO No. 24



Por lo general los apicultores venden directamente la miel que se produce en el país a los minoristas o consumidores, sin recurrir a los canales normales de distribución. La miel de mesa importada entra en los canales normales del comercio de productos alimenticios después de haber sido envasada para su venta al por menor.

Durante los últimos años se ha producido cierto número de cambios en el sector de la miel, como consecuencia de una competencia más intensa. Algunas empresas han quebrado o han dejado el comercio de la miel.

"La miel importada se vende con la etiqueta del envasador o del minorista. La marca más popular es Langnese (Dr. Oetker). La miel se presenta normalmente en envases individuales de 20g, en frascos o tarros de vidrio de 250g, 500g y 1 kg, y en latas de 2 kg, 3 kg y 5 kg. del consumo total, probablemente un 75% corresponde a la miel envasada en frascos de vidrio de 500g."

Los agentes actúan como intermediarios para los exportadores tratando de conseguir pedidos. Los importadores también actúan como intermediarios, compran por su propia cuenta y normalmente almacenan algunas existencias. Algunas compañías trabajan de ambas maneras.

7. MEDIOS DE TRANSPORTE Y COSTO DE FLETE

Como importante país exportador e importador, Alemania cuenta con una importante infraestructura y modernas instalaciones de embarque y desembarque, las cuales permiten que los puertos sean de los más competitivos frente al comercio internacional. "Entre los puertos alemanes que más destacan son los de Hamburgo, Bremen, Wilhelmshaven, Lubeck y Rostock, han consolidado su posición frente a otros puertos como el de Rotterdam que tiene una ubicación más ventajosa."⁹

Una buena miel, debido a un pobre almacenaje y transportación puede convertirse en una miel inferior de condiciones deplorables, este problema es de particular relevancia, para los países en vías de desarrollo donde la miel, que producen se encuentra a una distancia considerable del puerto de embarque. La miel no debe exponerse al calor, el tiempo de almacenaje y transportación debe disminuirse al mínimo. Los contenedores en los cuales se transporta la miel, no deben exponerse al sol. Si la miel es expuesta al calor puede seguir siendo exportable, pero la calidad de esta deteriorara y esto significa pérdida en las ganancias para el país exportador.

"De acuerdo a los informes presentados por las compañías alemanas de transporte, los costos de un contenedor son los siguientes:

- De 20 pies : 1,200 US Dls + CSC (container service charge) por 295 marcos alemanes.
- De 40 pies : 1,900 US Dls + CSC (el valor de los contenedores de 40 pies con temperatura controlada es de 1,000 US Dls + 295 Marcos alemanes) "¹⁰

⁹ "Estudio de Mercado de la Miel" GATT-ONU Centro de Comercio Internacional UNCTAD/1986 pág 59

¹⁰ Enciclopedia Ilustrada Cumbre T. I Ed. Cumbre pag. 188, 189.

En resumen se recomienda mejorar los procesos de transportación y almacenaje, a los cuales se les debe dar una alta prioridad. Regularmente los servicios de embarque son esenciales y no solo reducen el tiempo de almacenamiento, si no también aseguran el constante flujo de mercancías a los importadores

8. IMPORTADORES, REPRESENTANTES Y ENVASADORES DE MIEL.

En Alemania los representantes de compañías, e importadores de miel representan un papel muy importante en las negociaciones de miel, ya que estos son especialistas, cuentan con una información fidedigna sobre las condiciones de la oferta y la demanda en el mercado, además de determinar su evolución y aprovechar las posibilidades de venta y abastecimiento. La mayoría de estos comerciantes se especializan en la venta de miel a granel, los importadores recurren frecuentemente a los servicios de representantes ya que estos también abastecen al mercado

Los representantes, importadores y envasadores, así como las asociaciones de comercio desempeñan un papel muy importante relativo al comercio exterior de la miel, y son base fundamental del mercadeo de la miel en ese país. A continuación se presenta una lista de representantes, importadores y envasadores, más importantes en el mercado alemán. (Anexo No 2)

9. COMPETENCIA Y PRECIOS

"Mas del 75 % de la miel nacional se vende al margen de los canales normales de distribución de productos alimenticios, y el resto constituye solo una pequeña parte del mercado general, no hay realmente una competencia entre la miel nacional y la importada. De hecho, las campañas generales de promoción de Alemania se orientan a aumentar las ventas de miel procedente de ambas fuentes. La competencia surge de productos como jaleas, mermeladas y otros productos para untar."¹²

Se fijan precios mínimos para la miel nacional y los apicultores pueden vender su producción a esos precios a cualquiera de unos 50 envasadores que trabajan con los miembros del DIB. Los precios al por menor de la miel nacional pueden ser hasta el doble de los de la miel importada, aunque es posible que la nacional se haya acortado en los últimos años. (cuadro No 25)

Cuadro No. 25

PRECIO PROMEDIO DE LA MIEL AL CONSUMIDOR (marcos alemanes)								
Año	1970	1980	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Preciodm/Kg	3.82	7.08	7.91	7.81	7.81	7.84	8.58	8.40
Alemania "Mercado De Miel De Abeja" Banco Nacional De Comercio Exterior S N C. Consejería Comercial en Bonn, Alemania 1995 Ministerio Aleman de Miel Pag. 8								

¹¹ Alemania mercado de miel de abeja" Banco Nacional de Comercio Exterior S N C. Consejería Nacional en Bonn, Alemania 1995 Ministerio Aleman de miel pag. 9

¹² Estudio de Mercado de la Miel "GAIT- ONU Centro de Comercio Internacional 1986 pag.62

Los precios de importación corresponden a los precios mundiales de este producto. Dada la importancia de Alemania en el comercio mundial de la miel, ya que una proporción considerable de las importaciones europeas de este artículo corre a cargo de representantes o importadores de Bremen y Hamburgo, la estructura de los precios en este país influye mucho en los precios del mercado mundial.

Los países en vías desarrollo enfrentan la competencia en el mercado mundial de exportadores establecidos, mismos que cuentan con infraestructura necesaria para enfrentar altos costos, motivo por el cual los países en desarrollo se encuentran en desventaja. Pero en general la competencia principal proviene de países como México, Cuba, Argentina y Chile.

Los porcentajes de precio de la miel China son bajos, esto se equipara con la baja calidad de la miel (esta miel es usada principalmente en la industria).

Los precios de la miel se determinan en base a factores como:

- Las condiciones de producción y demanda doméstica en países exportadores
- Condiciones de producción y demanda en países importadores
- Disponibilidad de productos competitivos y precios de mercado para prevenir posibles sustitutos
- Las tarifas y las barreras no arancelarias, así como acuerdos de ayuda con el gobierno

La demanda para la miel de exportación depende de los estándares de vida, la situación económica general, el interés del consumidor en la miel y las políticas de mercadotecnia de los mayores empacadores y distribuidores (organizaciones de venta al menudeo). Los precios de la miel se determinan en base a la calidad y tipo de la miel, el precio también depende del país productor, ya que algunos exportan desde miel oscura hasta miel de mesa por lo cual los precios para esta miel son superiores.

La política internacional y la situación económica también tienen influencia para el comercio de la miel y el mercado de precios. Los precios no solo se forman como resultado de las condiciones de oferta y demanda, sino también de la situación cambiaria, la clase de consumidores o clientes, los volúmenes en las órdenes, los precios de importación y los costos de producción.

10. ENVASE Y EMPAQUE

"Los envases definitivos de productos para la venta al público no deben aparentar en ningún caso un contenido mayor que el que realmente contienen (prohibición de envases engañosos). En consecuencia, queda terminantemente prohibido dejar cámaras de aire demasiado grandes o que el envase tenga un volumen desproporcionado con relación al contenido

La miel sólo debe almacenarse o transportarse en recipientes que estén limpios por dentro; que no tengan influencia nociva sobre el olor, sabor o composición del producto; que estén fabricados o revestidos con materiales destinados a estar en contacto con los productos alimenticios y que se empleen exclusivamente para el almacenamiento o transporte de productos alimenticios.

La miel a granel se envasa en tambores de 200 y 300 kilogramos netos revestidos con barniz interior para alimentos. No se acepta el revestido con cera, se pueden usar tambores nuevos o reconstruidos (Se pone especial atención a la limpieza de los tambores)

En el mercado alemán, es escasa la miel envasada de origen. Si bien es probable comercializar la miel en esta modalidad de presentación, hay que tomar en cuenta las siguientes consideraciones.

- Se requiere garantizar un estricto control de calidad de la miel y uniformidad de la misma. Así se deberá obtener una miel con las siguientes características.

Humedad:	max. 10 %
HMF:	max. 15 mg/kg
Residuos y pesticidas:	ninguno
Color:	uniforme
Floración:	puede ser multiflora o uniflora; en este último caso se deberá garantizar un mínimo de 60 % de contenido de floración que se anuncia en la etiqueta.

- Se deberá tomar en consideración que los frascos mayormente usados son los de vidrio, de 500 gramos, y en menor escala los de 250 y 1000 gramos.

Los envases de plástico no tienen aceptación, ya que existe una tendencia general de reducir su uso en Alemania. Se debe analizar la posibilidad de ofrecer un frasco atractivo, ya sea de vidrio o cerámica. La miel industrial se distribuye en pesos que van desde los 28 a los 1200 kg.

11. NORMAS DE ETIQUETADO ²¹

Los productos alimenticios que se importan en la República Federal de Alemania ya envasados para su venta directa al consumidor, deberán ajustarse tanto a la legislación alimentaria, como a las normas estipuladas en el Derecho de Contrastes. En el concepto de envasado se incluyen no solo las latas de conserva y los frascos de vidrio, sino también cualquier material empleado al efecto, es decir, plástico, papel, cartón u otros materiales. La ley de Contrastes y un decreto suplementario sobre envases definitivos para la venta al público regulan, en lo esencial los siguientes requerimientos:

- Exactitud de la cantidad contenida en un envase en cuanto a peso y volumen. En la República Federal de Alemania solo esta permitido importar productos alimenticios en envases cerrados, si éstos contienen la cantidad media correspondiente al momento de su fabricación; dando como resultado que dichos envases contienen, por término medio, el peso o volumen indicado en la etiqueta del envolvente

- Indicación de la cantidad contenida en el envase. En los envases de productos alimenticios tiene que indicarse la cantidad contenida según los siguientes principios

1.- En una parte del envase donde salte a la vista. Es recomendable indicar la cantidad contenida en la cara delantera del envase o de la etiqueta

2.- La denominación usual en el comercio, la duración de utilización mínima y la indicación de la cantidad contenida tienen que figurar impresas conjuntamente en la misma parte de la etiqueta. Deben consignarse de tal manera que el consumidor pueda captarlas a primera vista, por lo que las tres indicaciones deben aparecer juntas

3.- En letra visible y fácilmente legible. Para las indicaciones numéricas de la cantidad contenida nominal, número de unidades, número de envases individuales, peso escurecido y cantidad total habrán que utilizarse letras del tamaño mínimo siguiente

4.- En impresión indeleble, es decir que la inscripción debe ponerse de tal manera que bajo condiciones normales a las que están expuestos los empaques y envases de productos alimenticios durante el transporte y en el comercio, no sufra alteraciones y quede visible

5.- Se indicará en los envases definitivos de productos alimenticios líquidos, el volumen, como principio las indicaciones de cantidad para productos alimenticios será en mililitros (ml), centilitros (cl) o litros (l), para otros productos alimenticios según su peso en gramos (g) o kilogramos (kg)

Las únicas menciones que es obligatorio hacer constar en los embalajes, envases o etiquetas de la miel y deben aparecer en lugar visible, claramente legibles e indelebles, son las siguientes

- La denominación "miel". Debe designarse expresamente la "miel en panal" y la "miel con trozos de panal" o bien "miel de pastelería" o "miel industrial" esta mención podrá complementarse por una mención de origen floral o vegetal, o bien un nombre regional, territorial o topográfico)

- El peso neto expresado en gramos o kilogramos

- El nombre o la razón social y la dirección o el domicilio oficial del productor o envasador o de un vendedor establecido en la Unión Europea

12. NORMAS DE CALIDAD ¹³

Por miel se entenderá siempre el producto alimenticio a que dan lugar 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.

La miel importada que se someta en la República Federal de Alemania a procesos de depuración, mezcla o envasado, no debe designarse como "Miel alemana". Sin embargo, el importador alemán no está obligado a declarar una miel importada según el país de origen.

Se considera alterada toda miel que por fermentación del ácido acético o láctico o de forma similar se haya vuelto agria y cuyo contenido de ácidos libres sobrepase los 40 miliequivalentes; la miel que contenga incubaciones, esté enmohecida o tenga muchas impurezas; la miel que presente un olor o sabor repugnante; la miel obtenida por golpeo o calentamiento o de panales no libres de incubaciones o que se haya mezclado con la misma; la miel que haya pasado a un estado avanzado de fermentación, así como toda la miel "espumosa" (efervescente) con gusto alterado o la que, debido a su calentamiento excesivo, haya sufrido una pérdida importante de diastasas o que esté quemada (caramelizada).

En síntesis, la miel no deberá tener sabor o color extraño, haber empezado a fermentar o presentar efervescencia, haber sido calentada hasta un grado tal que sus enzimas naturales se hayan destruido o hayan quedado inactivas; presentar una acidez modificada artificialmente, ni deberá contener en ningún caso sustancias en cantidad tal que constituyan un peligro para la salud humana ¹⁴

13. PROMOCION DE VENTAS Y PUBLICIDAD

"Una de las razones de la alta tasa de consumo de miel en Alemania, se debe a que los comerciantes del ramo han fomentado las ventas con una publicidad mucho más intensa que en la mayoría de los países. La firma envasadora Dr. Oetker Nahrungsmittel (Dibona), que comercia con la miel marca Langnese, es el principal anunciador de este producto y gasta grandes sumas de dinero al año en la promoción de sus productos, tanto en el nivel mayorista como en el minorista. Se hace propaganda a la marca Langnese en los diarios y revistas, y por la televisión. Al gozar de un prestigio creado a lo largo de los años, la miel Langnese tiene hoy gran aceptación entre los consumidores." ¹⁴

¹³ Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Bancomec S.N.C. Consejería Mundial en Bonn, Alemania 1995 Ministerio alemán de Miel págs. 9, 11, 12, 13

¹⁴ C.B.I. Centre for promotion of import from developing countries. "Honey" F4. G.A.E.A. Bartel and R.L.A.M. Bramdembrand 1993 pag. 50

Las organizaciones mas pequeñas de envasadores y minoristas también hacen propaganda regularmente. A menudo la publicidad va unida a una campaña de promoción de ventas que se desarrolla en los principales supermercados y grandes almacenes.

El Deutscher Inker Bund e. V. (DIB), Asociación Nacional de Apicultores, hace una labor de promoción y de publicidad respecto de la miel nacional, para destacar su alta calidad y su sabor agradable. El prestigio de la miel nacional se mantiene gracias a un estricto control de calidad. Los miembros del DIB, tienen derecho a emplear una etiqueta y un frasco de vidrio especiales si la miel que producen satisface los requisitos exigidos por la asociación. El DIB publica también folletos sobre las propiedades de la miel, en los que se destaca su valor nutritivo y sus ventajas para la salud, bebidas, etc.

Segun los comerciantes del ramo, otra de las razones fundamentales del gran consumo de miel en el país es que entre el DIB, los importadores y envasadores de miel se ha establecido una buena relación de trabajo, por ejemplo, se han emprendido a veces actividades conjuntas de propaganda y promoción que han beneficiado a ambas partes.

"Mecanismos de promoción (ferias y exposiciones)

Nombre de la feria : ANUGA
Lugar : Colonia RFA
Frecuencia : bianual (1995, 97, 99 - octubre)
Organizador : Messe-und Ausstellungs-Ges m b H.

Nombre de la feria : GRUNE WOCHE (Semana Verde)
Lugar : Berlin, RFA
Frecuencia : anual (finales de enero-principios de febrero)
Organizador : AMK Berlin Fecha de la proxima edición : 19 al 28 de enero de 1996"¹⁵

14. OPORTUNIDADES DEL MERCADO PARA LA EXPORTACION

El consumo de alimentos naturales nutritivos se ha incrementado considerablemente en Alemania, por lo que el consumidor alemán tiene un refinamiento en sus costumbres dietéticas; es por esto que en la actualidad existe una mayor receptividad a productos de mayor calidad y exclusividad. En lo que respecta a la miel, una de las mieles mas aceptada es la miel uniflora, encontrándose ahora mieles de las mas variadas floraciones en el comercio. Por la evolucion de este mercado puede afirmarse, sin duda, que las mieles de floraciones exóticas tendrian gran aceptación, tales como las de mango y piña. La ventaja de la comercialización de estas mieles radica no solo en alcanzar un precio de venta mayor, sino ademas, en presentar un producto nuevo en un mercado altamente receptivo a la innovación y a lo exótico.

¹⁵ Banco Nacional de Comercio Exterior Boletín informativo de mercados del Exterior pag. 7

"Existen medios de difusión y publicidad en torno a los productos mexicanos tales como periódicos y revistas especializadas en donde las empresas mexicanas pueden publicar artículos sobre su oferta o intereses específicos, entre los que Lebensmittelzeitung, periódico semanal especializado en el sector de alimentos (Mainzer Landstrasse 251, 60326 Frankfurt am Main, teléfono: (49-69) 7595 1767; fax: (49-69) 7595 1760). Asimismo puede disponerse de información respecto al mercado de alimentos y bebidas alemán."¹⁶

Hay que tener presente que aunque Alemania representa un atractivo mercado para los oferentes extranjeros, constituye también un mercado muy competitivo y maduro, caracterizado por su estabilidad, en que los importadores y agentes buscan establecer relaciones comerciales de largo plazo con sus oferentes, basadas en la confianza, seriedad y estricto cumplimiento de los convenios de compra-venta.

La importancia de Alemania como mercado prioritario debe ejercer presión sobre los productores mexicanos ya que como se a mencionado es un mercado atractivo para productos del sector alimenticio. Los proyectos de comercio exterior forman parte de una estrategia promocional a mediano y largo plazo.

México cuenta con un posicionamiento de la miel en el mercado alemán, como ya se ha mencionado anteriormente países como China y Argentina han ejercido una fuerte competencia, que se podría incrementar debido a las condiciones en que se encuentra la infraestructura apícola mexicana (la Varroa Jacobsoni). Las características del mercado alemán, permiten concluir que las importaciones de miel no se incrementarían significativamente en los próximos años, por lo que para mantener la participación de México en dicho mercado, los exportadores mexicanos tendrán que ofrecer mejores condiciones de venta y cuidar la calidad de la miel mexicana.

CAPITULO IV

PROCESO DE EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA MEXICANA PARA LA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL" A ALEMANIA

1. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACION

1.1 PERFIL DEL PROBLEMA

La presente investigación pretendió mostrar la viabilidad técnica y operativa, del proceso de exportación de miel de abeja a Alemania, de la pequeña empresa denominada "Agroindustria Apícola de Calotmul", y determinar los posibles compradores, así como las condiciones necesarias para su introducción al mercado alemán, así como identificar los factores necesarios para ofrecer productos de calidad.

Las oportunidades previamente identificadas para llevar a cabo esta investigación son las siguientes:

- La existencia de un mercado potencial muy amplio considerando que se encuentra dentro de la Comunidad Económica Europea
- Con la introducción a un mercado miembro de esta comunidad, las posibilidades de exportación se incrementan y las condiciones de venta en cuanto a requisitos y reglamentaciones no son muy variables de un país a otro
- La obtención de un precio del producto por encima del precio de mercado nacional abre las expectativas para la comercialización internacional
- Obtención de divisas que benefician el desarrollo tanto de la región como del país, así mismo se tiene una aportación positiva en la balanza comercial
- La calidad nutritiva real de los productos de la colmena es muy superior a los productos sustitutos, pero poco conocidos entre los consumidores
- El mercado es propicio para introducir los productos alimenticios de la colmena, sin menoscabo de su calidad, presente las mismas ventajas competitivas de los productos sucedáneos, en cuanto a la nutrición que representan estos productos.
- Asegurar la venta de la producción para evitar pérdida del producto, almacenaje
- Obtención de productos de calidad, con esto se pretende incrementar la imagen de los productos mexicanos en el extranjero

-- El alto nivel de ingreso de la población para adquirir estos productos, así como la existencia de determinados grupos de la sociedad para adquirir estos productos

Es necesario considerar las siguientes barreras de entrada.

-- La competencia internacional que se encuentra establecida, la cual tiene un posicionamiento firme dentro del mercado

-- Las barreras arancelarias y requisitos para su introducción al mercado

-- La obtención de clientes constantes y no de clientes ocasionales

-- La búsqueda de importadores profesionales, para garantizar una introducción adecuada al mercado

-- El desconocimiento de la mayoría de los consumidores sobre la existencia de productos mexicanos con calidad

-- La existencia de un producto sustituto como lo es la fructosa que es el principal competidor de la miel

-- Existencia de los productos alternativos, de preferencia del público consumidor (azúcar, jaleas, productos dietéticos, etc)

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar las posibilidades de exportación de la miel de abeja al mercado alemán, analizando el comportamiento y las necesidades del mercado meta, buscando un reconocimiento y participación dentro del mercado, con un producto de calidad - miel -, así como determinar los requisitos tanto nacionales como de importación para fijar las bases para futuras exportaciones

1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Con la presente investigación se pretendió determinar la entrada al mercado alemán por medio de las exportaciones de miel mexicana de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" y definir sus condiciones de venta

--Presentación de la situación actual del mercado y las necesidades de este para la óptima introducción, del producto al mercado, y la implantación de un proceso de exportación adecuado para la efectiva venta y distribución de los productos.

- **Identificar en el mercado alemán se existe mercado potencial para la miel**
- **Determinar la información sobre los requerimientos del mercado, preferencias de productos**
- **Identificar las regulaciones que afectan las importaciones, tarifas y aranceles**
- **Proveer información acerca de los canales de distribución e identificar a los mayores importadores, representantes y envasadores, así como los medios de transporte más adecuados para la miel**
- **Analizar la información relativa a precios y competencia existente en el mercado**
- **Analizar las mejores condiciones para la venta de la miel y su factibilidad de ser introducida al mercado como**

Envase, Empaque, Medios de Transporte, Canales de Distribución, Competencia, Precios Internacionales
- **Detectar a los posibles compradores alemanes (importadores), para una adecuada venta de la miel**
- **Analizar el consumo de miel existente en el mercado alemán**
- **Verificar la capacidad técnica con que cuenta la empresa para cumplir con las expectativas de mercado e incrementar la producción y maximizar la calidad, así como ofrecer una alternativa de crecimiento para la empresa**
- **Identificar la calidad que deben tener los productos para su posterior exportación en los mercados, ya sea de consumo o industrial, así como determinar los consumidores, la demanda en los mercados factibles y los precios que se manejan**
- **Aprovechar las ventajas que ofrece la zona para obtener productos e incrementar el potencial melífero**
- **Identificar a la competencia para obtener un posicionamiento dentro del mercado**
- **Analizar la información más importante acerca de los trámites necesarios para la exportación de la miel. Identificar el proceso para la exportación, así como los términos internacionales, la comercialización, negociación y las formas de pago internacionales.**

2. OBTENCION DE LA INFORMACION

Se recurrió a información documental referente al mercado alemán de la miel, la cual se obtuvo principalmente del Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., además de Anuarios Estadísticos de la FAO, SECOFI donde se recabo información sobre el proceso de exportación por medio de pláticas para nuevos exportadores, también estadísticas del Banco de México, Información de la Biblioteca Central de Ciudad Universitaria, Biblioteca de la Universidad Anáhuac en lo referente a tesis de exportaciones. Se recibió información del Servicio Nacional de Investigación de Mercados así como de la Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural.

El análisis de la información sobre el mercado, es abundante de acuerdo a la aceptación que tiene este producto en el mercado y constituye un factor importante para el desarrollo de la empresa "Agroindustria Apícola de Calomul". El flujo de información tanto interno como externo es importante, ya que esto reflejará su desarrollo y de ello depende la permanencia en el mercado. La empresa debe conocer realmente cual es el medio de su mercado, debe tener conciencia de oportunidades y amenazas que se le presentan, así mismo de que el medio cambia y esto puede afectar el desarrollo de la empresa.

De acuerdo a las condiciones que se encontraron se determino la necesidad de ampliar las oportunidades para la satisfacción de necesidades y deseos del consumidor, así mismo se considera el gran mercado potencial que existe en Alemania y la Comunidad Económica Europea.

3. COMERCIO MEXICO- ALEMANIA

Alemania es el tercer socio comercial de México. Como país de destino de las exportaciones mexicanas se ubica en la sexta posición, en tanto que ocupa el tercer lugar como país proveedor de México.

Las relaciones bilaterales demuestran el interés de ambos países para fomentar los medios existentes para una comercialización eficiente, elaborar una estrategia para mejorar las relaciones comerciales, así mismo difundir información sobre oportunidades de inversión y de comercio entre otros aspectos. El comercio entre México y Alemania en los últimos tres años se ha mantenido por arriba de tres mil millones de dólares, lo cual es deficitario para México. Entre los principales productos exportados por México destacan: miel, autopartes, productos electrónicos, calzado de piel, petróleo crudo, máquinas de escribir y plásticos.

México se ha mantenido como el primer proveedor de miel en Alemania, en los últimos años el promedio de participación del total de miel importada es de 26 % aproximadamente. Destinando México cerca del 50 % de la producción de miel al mercado alemán. La miel representa parte importante dentro de las importaciones totales de productos mexicanos realizadas por Alemania, ocupando así el quinto lugar de los productos exportados por nuestro país. En las importaciones totales de alimentos, México se ubica en primer lugar dentro de dicho sector (Cuadro No. 26).

Cuadro No. 26

PARTICIPACION DE MEXICO EN LAS IMPORTACIONES ALEMANAS DE MIEL (miles de dtls)			
AÑO	IMPORTACIONES TOTALES	IMPORTACIONES DE MEXICO	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
1990	86,968 00	23,600 64	27.14
1991	102,640 26	27,808 21	27.09
1992	110,966 97	27,709 52	24.97
1993	85,956 23	20,815 62	24.25
1994 *	52,826 63	13,376 33	25.32
Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Bancomext. Conserjera Comercial En Bonn, 1995 Ministerio Aleman de Miel Información al mes de agosto de 1994			

Otros aspectos importantes son que la reunificación de las Alemaniás trae como consecuencia, una disminución en los índices alimenticios y por esto el consumo de productos como la miel se ven mermados. El alto ingreso de la población, supone un consumo elevado. La existencia de una gran diversificación de productos, así como el establecimiento de bastantes compañías relativas a la comercialización de este producto; por lo cual el consumidor final tiene más opciones de compra.

4. PERFIL DE LA EMPRESA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL"

4.1. UBICACION DEL PROYECTO

Este proyecto se ubica dentro de la zona sureste comprendida por La península de Yucatán que incluye las entidades de Campeche, Quintana Roo y Yucatán, con una superficie de 141,000 km².

"El estado de Yucatán se encuentra situado en la parte norte de la península del mismo nombre, limita al norte con el Golfo de México, al oeste con el estado de Campeche, y al este y sureste con el territorio de Quintana Roo. El porcentaje territorial de Yucatán representa el 2.2 del total de la superficie del país, donde el 84% de esta zona ocupa el clima calido-subhúmedo con lluvias en verano."¹

Es la región productora de miel más importante del país y cuenta con la menor superficie, esto se debe a la abundancia de néctar y a que prácticamente todas las colonias de abejas están alojadas en colmenas tecnificadas.

¹ Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática Yucatán Síntesis de resultados XI censo de población y vivienda 1990

Posee un régimen pluviométrico con abundantes lluvias en verano y en menor proporción en todas las estaciones, alcanzando una humedad relativa en el aire que prevalece durante todo el año siendo superior al 70%

En la región de Calotmul se obtiene miel principalmente de la floración de "Dzidzilché" que se da en los meses de abril y mayo, y la segunda clase de miel con "Bejuco y Enredaderas" se da en los meses de septiembre a diciembre, existe una tercera floración "Fahonal" que se da en los meses de diciembre hasta marzo, el brote de las floraciones depende de la temporada de lluvias la cual debe ser suficiente. La humedad que se maneja para la miel es entre los 18° y 17° , mientras mas baja sea la humedad de la miel, de mejor calidad sera

El área del proyecto tiene dos tipos de clima, en la parte costera se localiza el clima semiseco con lluvias en verano y en los límites del estado se tiene el clima calido subhmedo con lluvias en verano, la precipitación media pluvial es de 21mm. La lluvia se presenta durante todo el año, sin existir un periodo de estiaje bien definido. Los suelos juegan un papel muy importante ya que en el área predominan suelos de hondonadas (cenotes), mismos que almacenan el agua. Este fenómeno representa un factor muy importante, ya que a las abejas solo se alimentan de polen y agua almacenada en forma natural. De acuerdo a las características de la zona, las condiciones son las ideales para una excelente producción apícola

Los productores según el censo apícola 1995, referente a el municipio de Calotmul produjeron 377,710 kgs de miel y 321 kgs. de cera. Estos datos se estiman disminuirán en 1996 ya que " la apicultura yucateca corre el riesgo de desplomarse a niveles graves. La Varroasis esta afectando casi en el 50% del número de colmenas en Yucatan, de no tomarse medidas adecuadas la actividad corre el riesgo de producir 12,000 Ton. en Yucatán y dejarían de ingresar al estado varios millones de dólares"²

El presente proyecto se localiza la porción noroeste del estado de Yucatan, lo rodean los municipios de Tizimin, Femozon y Espita (Anexo No. 3 Mapa de la región). La empresa se encuentra localizada en una zona rural altamente productora de miel y demás productos apícolas; su ubicación es consecuencia de dos factores primordiales: 1.- Ser una zona reconocida por su gran producción apícola, lo que respalda una calidad en estos productos; 2.- El ubicarse cerca del puerto de Progreso, esto permite una optimización en los costos de transportación

Localización geográfica de Calotmul

Latitud Norte	21° 01'
Longitud Oeste	88° 10'
Altitud	20 mts. sobre el nivel del mar.

"La principal actividad del municipio de Calotmul es la Agricultura y Ganadería."³

¹ Diario de Yucatan José Castellada Pérez, Diario Mérida, Yucatan 11 de marzo de 1996
² INEGI VII Censo Agrícola y Ganadero Resultados Definitivos Tomo III Yucatán

4.2. TIPO Y GIRO DE LA EMPRESA

La empresa se ubica dentro del Sector Primario, dentro de las actividades de Agricultura, Ganadería, Silvicultura, Caza y Pesca. Incluida en el subsector Agropecuario.

El giro de la empresa - Se clasifica como una empresa agroindustrial de producción con integración hacia la comercialización. Dedicada a la producción de miel y jalea real principalmente, y en menor escala de los productos como el polen, propóleo y cera.

La pequeña empresa se encuentra denominada bajo la razón social de "Agroindustria Apícola de Calotmul S.R.L.", que se encuentra conformada por la familia Cen Pue, la cual pretende iniciar un proyecto de exportación en el mercado alemán. Se estima que si la demanda es superior a la capacidad de la empresa para cubrir el volumen exigido por el mercado, esta se apoyaría en reunir a los pequeños productores del área, tanto de los municipios de Tizimin y Calotmul creando una comercializadora más sólida en cuanto a la venta del producto, con el propósito de unificar su producción para adquirir un mayor posicionamiento del mercado.

El propósito y futuro de la comercializadora (de acuerdo a los resultados obtenidos del mercado y dependiendo de la capacidad de la empresa), es contar con una producción suficiente para poder tener una participación en el mercado alemán y así incrementar su valor para posteriormente iniciar una exportación de los demás productos apícolas, además de ofrecer a los productores asociados los beneficios que arroje el funcionamiento de esta empresa.

En estos beneficios se incluyen capacitación para la mejor explotación de sus productos, obtención de mejores precios por sus productos esto traería como consecuencia, mejoramiento y actualización del equipo, obtención de productos de calidad, los cuales sean reconocidos a nivel internacional, como productos de buena calidad.

Con esto se pretende participar en el mercado internacional con el reconocimiento de nuestros productos y fomentar la exportación de los mismos a otros países.

"La producción apícola que genera la empresa en el año 1995 fue de 3,650 Kilogramos, de miel para 1996 se estima una producción de 4,290 Kilogramos de miel dependiendo de 144 colmenas que se mantienen activas."

La problemática que presenta la apicultura en esta zona hace necesario impulsar y desarrollar productos que incrementen y mejoren la producción apícola, con este fin la comercializadora cuenta con técnicos apicultores especializados para promover la investigación de nuevos métodos de obtención de productos.

Información proporcionada por la empresa: "Agroindustria Apícola de Calotmul" Datos de producción

Así mismo, es importante señalar que entre los pequeños productores apícolas, no se realiza el levantamiento de cosechas en el tiempo requerido, esto provoca que el producto obtenido sea de calidad inferior y no se ajuste a las normas de calidad existentes. Debido a que no cuentan con el material adecuado la extracción y almacenamiento no es el recomendable, además de mezclar varias cosechas lo cual deteriora la constitución, sabor, color y propiedades del producto

4.3 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Los productos que la empresa elabora son principalmente Miel, al mismo tiempo aprovecha los demás productos derivados de la colmena como Jalea Real, Polen, Propóleo y Cera, los cuales por el momento no se producen, esto se debe a que no existe una demanda dentro de la zona de mercado, pero la gran variedad de utilización que tienen hace que sean necesarios para la elaboración de otros productos.

Dichos productos (incluyendo la miel) son destinados por lo general a nuevos procesos productivos, ya que se les utiliza en la industria farmacéutica, cosmética, repostería, fabricación de velas, etc

Actualmente la empresa solo produce miel para consumo regional, debido al desconocimiento del mercado, por lo cual la investigación de mercado determinará el proceso de exportación de la miel, para su comercialización, independientemente de su uso final. La empresa manifiesta que cuenta con todo el equipo necesario para la obtención y producción de la miel, así como de los demás productos de la colmena.

4.4 DESCRIPCIÓN DE RECURSOS DE PRODUCCIÓN

El equipo necesario para desarrollar el proceso productivo apícola requiere de materiales que mas adelante se mencionan, este equipo con la presencia de la abeja africana debe ser funcional para evitar accidentes.

El equipo imprescindible para una adecuada extracción de los diferentes productos apícolas a producir, los cuales incluyen Colmenas, ahumadores (sirve para aquietar las abejas), cepillos, espátulas, velos, excluidores, cuehillos, tambos, agujas, piletas, coas, rastrillos, máquinas de desopercular, extractor centrífugo (sirve para recolección de la miel) y alimentadores, estos materiales son los esenciales para la óptima producción. Además de la recolección de los productores de la zona, para su proceso y comercialización.

Cabe destacar que para la explotación apícola no se requiere una infraestructura compleja ni de grandes inversiones, sin embargo no se le ha dado el impulso necesario en materia de técnica y capacitación, dando como resultado un escaso conocimiento de estos productos y de sus propiedades.

4.5 CICLO PRODUCTIVO Y TECNICAS DE MAXIMIZACION DE LA PRODUCCION

4.5.1 CALENDARIO APICOLA

Existen cuatro factores que determinan una buena cosecha de miel: La atención a las abejas antes de la floración (esto incluye que las colmenas y equipo apícola estén en buen estado), la vegetación y condiciones de clima favorable para el trabajo de las abejas y el manejo de las colmenas durante la floración abundante

La miel es recolectada cuando la colmena tiene sus alzas llenas, en las zonas del hemisferio sur comienza aproximadamente en noviembre-diciembre y concluye antes de que termine las principales aportaciones de néctar, en febrero-marzo. En el hemisferio norte que es en el cual se encuentra esta zona, comienza la cosecha en los meses de mayo-junio y termina en agosto-septiembre

El comportamiento de las colmenas se distingue básicamente por 3 épocas: 1 - período improductivo (no hay floración o esta es mínima, consumo de lo almacenado por la colmena), 2 - período de mantenimiento (poca floración y cubren sus necesidades básicas de alimentación) y 3 - período de producción (abundante floración y almacenamiento de excedentes)

"Las abejas no salen de la colmena cuando la temperatura exterior es inferior a 10°C o 12°C. Entre el 1° y el 15 de febrero se procede a una primera visita de cada colmena para evaluar las reservas de miel y polen, estado sanitario y el valor de su reina"

A diferencia de los países europeos y gran parte de Estados Unidos, México no tiene inviernos largos resultando un año apícola en donde por lo regular tienen una actividad que realizar con las colmenas, todas estas actividades giran al rededor de la cosecha.

"Las actividades que se realizan dentro del calendario apícola son diferentes para cada mes del año

ENERO - Mes invernal de poca actividad por parte de las abejas, revisión de provisiones y cuidado de la reina

FEBRERO - Se registra un poco más de actividad, se preparan las alzas para la recolección de primavera y revisión de alimento

MARZO - Incremento de actividad, aparición de los zánganos fecundación de las reinas, cuidado de las colmenas contra plagas y enfermedades y revisión de las alzas para ver su avance.

ABRIL - Sustitución de alzas llenas por nuevas, intensificar la cría de reinas, y vigilar un mantenimiento adecuado.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

MAYO.- Fin de recolección de primavera, continúa la cría de reinas y formación de nuevos enjambres y preparación de apiarios para época de lluvias

JUNIO.- Mes de lluvias regulares y terminación de la cosecha de miel, disminución de actividad de las abejas y se debe realizar una revisión de las colonias (población, cría, provisiones, etc.)

JULIO - Recolección de néctar, finalización de la cosecha, distribución de miel para comercio

AGOSTO - Mes crítico por época de lluvias, preparación de colonias para cosecha de otoño.

SEPTIEMBRE - Las lluvias disminuyen, se colocan alzas en las colonias y el acarreo de néctar se incrementa

OCTUBRE - Mes de máxima recolección de néctar.

NOVIEMBRE - Se efectúa la cosecha de otoño e inicio del invierno con esto, termina la recolección y todas las colonias deben estar provistas para el invierno

DICIEMBRE- Se hace un balance del colmenar para verificar los resultados de los trabajos anuales **

4.6 TÉCNICA DE DOMESTICACION DE LA ABEJA AFRICANA

Capacitar al apicultor en la aplicación de nuevas técnicas de explotación, considerando que la craza resultante de la abeja africana e italiana, ha dado como resultado efectivamente una raza más agresiva pero más productiva

Con la presencia de la abeja africana a esta región y debido a sus características de defensibilidad y alta capacidad de recolección, en ocasiones se torna difícil la tarea de extracción de la miel sobre todo cuando existe poca entrada de néctar; trayendo consigo la muerte de un gran número de abejas.

"Para poder aprovechar el potencial genético, la capacidad reproductiva y de recolección de las abejas africanas es necesario llevar a cabo programas de mejoramiento genético y selección tratando de mantener la primera generación de las cruzas de las abejas europeas y africanas con la ayuda de tecnología moderna, como la conservación de semen de zanganos y la inseminación artificial; con esto se puede aprovechar el potencial genético de las abejas africanas sin perder las características de las abejas europeas **"

* Información proporcionada por el Técnico Apícola de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" feb. 1996

** Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Social "Programa de Protección de la Abeja Africana95"

4.7. ACTUALIZACION DE MATERIAL.

El equipo utilizado por los apicultores es de una sola mano, esto quiere decir que se usa hasta que su vida útil termina y no se hace un cambio oportuno, se requiere actualizar el material y determinar el ciclo productivo del material, con esto se pretende que el equipo indispensable se encuentre en óptimas condiciones para aprovechar al máximo los tiempos de cosecha de la miel.

La recolección de la miel conviene en que se realice conforme se va presentando el llenado y la maduración de esta en los panales, recordando que, por cada panal que se retira en una colmena se pondrá un panal vacío en el lugar que ocupaba la primera, para que las abejas almacenen su miel y no pierdan el ritmo de producción y empiecen a trabajar en los panales vacíos, con esto se busca incrementar la producción y la productividad.

Se requieren técnicas de mejoramiento genético así como técnicas de alimentación artificial, que gracias a la ayuda de los especialistas apícolas, se determinaran cuales son los mejores sustitutos tanto para el polen como para los demás productos que las abejas consuman, disminuyendo así los costos para su manutención, todo esto debido a la disminución de flora que se presenta en temporadas (sequías, huracanes, incendios forestales etc.)

Se pretende mejorar la raza genética de las abejas de la zona por medio de la cruce o cambio de reinas (italianas de mayor docilidad y las africanas más agresivas pero más productivas) con lo que se busca lograr una raza más productiva.

Se busca actualizar la labor apícola en materia de métodos y técnicas para la elaboración de estos productos, así como su cosecha, extracción y limpieza. Buscar la posibilidad de cosechar miel diversificando las actividades y se toman en cuenta algunos aspectos de capacitación para los apicultores como:

- Fraslado de apiarios durante la noche
- Colocación de colmenas en un solo sentido, evitando corrientes de aire.
- Evitar que los cajones se golpeen
- Practicar la apicultura migratoria a través de rutas de pecoreo, establecidas bajo ciertas bases de polinización por los especialistas apícolas.
- Tener panales móviles que permitan el control sanitario y de la producción elevando esta hasta 50 kg. por colmena anuales

5. ANALISIS DE LA INFORMACION PARA LA EMPRESA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL"

5.1 PRODUCCION

Dada la producción con que cuenta la empresa, esta tiene posibilidades de exportación de miel de abeja al mercado alemán, ya que las estadísticas de producción de 1995 fueron de 3,650 kgs. los cuales fueron cosechados con 131 colmenas. Para el primer cuatrimestre de 1996 se obtuvo una producción de 4,290, con lo que se estima que la producción anual que alcanzará la empresa para este año es de aproximadamente 10,000 kg.

La empresa cuenta con apiarios los cuales se dividen en grupos, donde la distribución de las colmenas para el año de 1995 y 1996 se encuentra de la siguiente manera (cuadro No. 27)

Cuadro No. 27

PRODUCCION DE LA EMPRESA "AGROINDUSTRIA APICOLA DE CALOTMUL"		
1995		
Apiarios	No. de Colmenas	Kg.
Grupo 1	13	400
Grupo 2	29	700
Grupo 3	18	550
Grupo 4	54	1,500
Grupo 5	17	500
Total	131	3,650
1996*		
Apiarios	No. de Colmenas	Kg.
Grupo 1	20	550
Grupo 2	36	860
Grupo 3	14	580
Grupo 4	18	500
Grupo 5	56	1,800
Total	144	4,290

*Datos al primer cuatrimestre de 1996

Producción "Agroindustria Apícola De Calotmul" año 1995-1996

Cuadro No. 28

ESTIMACION DE LA PRODUCCION PARA EL RESTO DEL AÑO 1996 *		
	No. de Colmenas	Kg
2º Cuatrimestre	144	5,350
3º Cuatrimestre	144	1,150
Total 1996		10,790
* Datos estimados por el técnico especialista apícola de la empresa "Agroindustria Apícola De Calotmul"		
Producción "Agroindustria Apícola De Calotmul" año 1995-1996		

La producción que se estima al término de 1996 se encuentra aproximadamente en las 10 toneladas, esto se debe a que el periodo de mayor cosecha se encuentra en los meses de mayo a septiembre, además de que la empresa cuenta con los servicios de un técnico apícola especializado en la miel, el cual ha orientado la producción hacia la mejor explotación de los apiarios de la empresa, incrementando su productividad y evitando contingencias que se presentan como enfermedades, clima, etc (Cuadro No. 28)

De la producción que se obtenga en el año de 1996, se exportará un 90 % de esta ya que el mercado alemán requiere de grandes volúmenes para poder satisfacer su demanda, el 10 % restante se destinará al consumo del mercado nacional específicamente a la zona hotelera de Cancún donde el producto tiene una clara aceptación por parte de los consumidores extranjeros, ya que el consumo de miel en México no es representativo de un gran mercado la empresa se enfocará al comercio exterior

5.2 IDENTIFICACION DE LOS CLIENTES POTENCIALES

Dentro del contexto en el cual se maneja el mercado alemán de la miel se encuentran: Representantes, Importadores y Envasadores o Empacadores por medio de estos se condiciona la venta de miel al consumidor, proveniente de importaciones de miel, motivo por el cual la introducción a este mercado es variada ya que se cuenta con diferentes opciones para realizar la exportación de este producto

La empresa deberá enfocarse su exportación directamente a los envasadores alemanes, con el propósito de evitar excesivos canales de distribución, que incrementen el valor del producto al consumidor, si la empresa se dirige a los envasadores eliminará a los importadores que forman parte del proceso de importación de miel a Alemania. Un punto que constituye una desventaja es que los envasadores prefieren la compra del producto a importadores porque así aseguran el suministro y la calidad del producto. La empresa debe sostener que la calidad de la miel que ofrece, no sufrirá alteraciones ni pérdidas en sus características. Asimismo la empresa debe comprometerse a cumplir con los requisitos estipulados por el envasador (el cual estará renuente), con el propósito de garantizar la venta de la miel y asegurar constantes exportaciones futuras.

Una vez que se determinó la venta de la miel a envasadores y se evitan intermediarios, la empresa se encuentra en la posibilidad de ofrecer y mantener un precio accesible para la adquisición de la miel, ya que se cuenta con una permanencia en el mercado la empresa podrá incrementar sus precios de acuerdo a la calidad de la miel exportada y así incrementar su margen de utilidad

Entre los posibles envasadores a los cuales se deberá enfocar la empresa para dirigir la miel son los que poseen mayor reconocimiento y son los principales centros de distribución dentro del mercado alemán.

1.- Dr. Oetker Nahahrungsmittel (Dibona)

14 Lutterstrasse
4800 Bielefeld 1
Tel (0521) 155-0
Télex 09 32 865

2.- 6 New York Ring
Postfach 60 60 80
2 Hamburgo 60
Tel (040) 6377-1
Télex 2 193-0 EZO D

3.- Karl Bergmann
Honig-Grosshandel
1 Ueser Finien
Postfach 40
2087 Achim B Bremen
Tel. (04202) 71 147
Télex 249406 KABELA D

4.- Fauser Vitaquelwerk KG
60 Pinneberger Chaussee
Postfach 540 629
2 Hamburgo 54
Tel (040) 575 057
Télex 211803 VITA D

5.- Carl A W. Gieseke
Walter Nicklas GmbH & Co. KG
7 Bauerland
2800 Bremen 66
Tel (0421) 585 969
Télex 246020 ICRO D

La empresa determinará la factibilidad de venta de la miel a cualquiera de estas empresas respecto a las condiciones, precio y las posibilidades de la empresa para satisfacer su demanda.

La importancia de los mercados de abasto de miel son la concentración de actividades y las facilidades que tienen al contar con oficinas establecidas dentro del medio. Estos envasadores mayoristas que se encuentran en estos mercados significan los clientes potenciales para la exportación mexicana.

5.3 CALIDAD

La zona de Yucatan es considerada como la mejor productora de miel a nivel nacional, aunado a esto, la empresa cuenta con características apropiadas para obtener miel de excelente calidad ya que cuenta con el apoyo del técnico apícola, mismo que determinará el momento exacto para la cosecha de la miel, con esto se asegura la obtención de la miel en su mejor punto.

La empresa deberá contar con certificados de calidad expedidos por organismos gubernamentales los cuales garantizan la calidad de la miel que se ofrece al mercado alemán.

5.4 PRECIO

Los precios de la miel se encuentran regulados por la oferta-demanda, calidad, estacionalidad así como la estructura de comercialización.

El precio pagado por importadores alemanes, en punto de ingreso, de miel a granel depende de la calidad, tipo y humedad de la miel exportada, el precio por tonelada métrica se especifica en dólares e incluye el costo más el flete (cuadro No. 29)

Cuadro No. 29

EXPORTACIONES MEXICANAS DE MIEL A GRANEL PRECIOS PAGADOS POR IMPORTADORES	
ALEMANIA	
Clasificación	Precio *
Ambar clara	\$ 860
Ambar Extra clara-mista	\$ 920

* Precio en dólares Costo mas Flete por tonelada métrica
Servicio Nacional de Información de Mercados "Boletín Informativo de Productos Apícolas" Marzo de 1995

El precio se determina de acuerdo a las condiciones que se establezcan con el comprador (embarque, empaque, forma de entrega, forma de pago, moneda, etc.)

5.5 COMPETENCIA

La competencia que presenta la empresa, no se refiere a la comercialización de producto terminado, ya que la miel se exportará principalmente como materia prima o miel a granel, por lo que los productos existentes a nivel nacional en el mercado alemán no representan una competencia directa frente al producto a exportar. Sin embargo la competencia entre mieles nacionales alemanas constituye un factor esencial para el desarrollo de las exportaciones mexicanas.

La empresa también se enfrenta a una competencia de otros países (China y Argentina principalmente), los cuales exportan con los requerimientos que exige Alemania, estos países cada día mejoran la calidad de su miel, es por esto que la empresa debe considerar el sostenimiento de la misma, para asegurar la introducción del producto a un mercado con un alto grado de competitividad

5.5.1 COMPETENCIA MEXICANA EN ALEMANIA

De los exportadores y comercializadores que se enfocan principalmente a la venta de miel al extranjero, actualmente de las 22 empresas registradas que realizan exportaciones de miel de abeja a todo el mundo, el 64 % exporta a Alemania, los cuales representan una fuerte competencia para la empresa la cual inicia operaciones y debe considerar que estas empresas cuentan con un posicionamiento dentro de este mercado

A continuación se enlistan únicamente las empresas exportadoras de miel a Alemania:

- * Empresa: Miel y Cera de Campeche Sociedad de Solidaridad Social.
Ubicación Campeche
Países de Exportación: Venezuela, Inglaterra, **Alemania**, Estados Unidos, España y Países Bajos.
Productos de Exportación: Miel de Abeja y Miel de Abeja 100% Natural.
- * Empresa: Miel del Sureste.
Ubicación: Comitán, Chiapas
Países de exportación: **Alemania**.
Productos Exportación: Miel de Abeja
- * Empresa: Miel L.O.L.-CAB, S.A. de C.V.
Ubicación: Mérida Yucatán
Países de exportación: Estados Unidos, **Alemania**, España, Portugal.
Productos Exportación: Miel de Abeja
- * Empresa: U.C.A.F.I.C.S.A. de la Costa Grande de Gro., S.A. de C.V.
Ubicación: Atoyac de Álvarez, Guerrero.
Países de exportación: **Alemania**, Países Bajos y Reino Unido.
Productos Exportación: Café y Miel

* **Empresa:** Néctar de Campeche, S.A. de C.V.

Ubicación: Campeche, Campeche

Países de Exportación: Japón, Francia, Reino Unido, **Alemania**, Estados Unidos y Dinamarca.

Productos exportación: Miel con Jalea Real Maya, Miel con Polen y Miel oro maya.

* **Empresa:** Apimiel Compañía Exportadora, S.A. de C.V.

Ubicación: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Países de exportación: Bélgica, Suiza, Reino Unido, **Alemania**.

Productos exportadores: Miel de Abeja

* **Empresa:** Cera, Mantecon y Sebo, S.A. de C.V.

Ubicación: Guadalajara, Jalisco

Países de exportación: **Alemania**, Estados Unidos.

Productos exportación: Cera de Abeja, Miel de Abeja

* **Empresa:** Ind. la Floresta, S.A. de C.V.

Ubicación: México, D.F.

Países de exportación: Canadá, Europa Occidental (**Alemania**, Italia), Europa Oriental, Estados Unidos.

Productos Exportación: Miel de Abeja, Garbanzo seco, Café Verde.

* **Empresa:** S.C. Apicultores Unidos de Etzatlán Abeja, S.C.L.

Ubicación: Etzatlán, Jalisco

Países de exportación: **Alemania**.

Productos Exportación: Miel de Abeja

* **Empresa:** Colmenar Santa Teresa, S.A. de C.V.

Ubicación: Mérida, Yucatán

Países de exportación: Estados Unidos, **Alemania**, Reino Unido.

Productos Exportación: Miel de Abeja

* **Empresa:** Mexicana de Mielés, S.A. de C.V.

Ubicación: Mérida, Yucatán

Países de Exportación: Estados Unidos, Europa Occidental (**Alemania**, Inglaterra, Italia).

Productos exportación: Miel de Abeja

* **Empresa:** Vera Miel, S.A. de C.V.

Ubicación: Boca del Río, Veracruz.

Países de exportación: Estados Unidos, Europa Occidental, **Alemania**, España.

Productos exportación: Cera de Abeja, Miel de Abeja.

* **Empresa:** Mercedes del Rosario Burguete Cal y Mayor

Ubicación: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Países de exportación: **Alemania**, Arabia Saudita.

Productos exportación: Miel de Abeja, Polen Granulado de Abeja.

* Empresa: S.S.S. de R.I. Apícola Maya de Yucatán
Ubicación: Mérida, Yucatan
Países de exportación: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Suiza, España
Productos exportación: Miel Pura de Abeja. " *

5.6 TRANSPORTE

El medio de transporte por el cual se realizará la exportación de la miel a Alemania, es por vía marítima, la cual tiene un costo inferior (aérea), va que esta vía es la más usual para el embarque de mercancías a nivel mundial

La empresa cuenta con el transporte propio necesario para trasladar la miel de la empresa al puerto de embarque, estos vehículos no cuentan con el equipo adecuado para que la miel no sufra alteraciones en su transportación terrestre, por lo que se requiere de un manejo eficiente y rápido para el óptimo aseguramiento de la calidad

La empresa se ve en la necesidad de transportar el producto al puerto convenido con el comprador, el puerto más factible para la empresa es Progreso, el cual se ubica dentro del mismo estado por lo que el trayecto se reduce y así la miel conserva sus cualidades y características requeridas por el comprador. Sin embargo existe la posibilidad de que el comprador requiera de que la miel sea embarcada en el puerto de Veracruz lo cual incrementaría el costo de la mercancía

Para el embarque de la miel a territorio alemán se deberá de contratar los servicios de una compañía transportista, la cual proporcionará el transporte marítimo incluyendo los contenedores térmicos necesarios para la conservación de la miel, de territorio nacional a su puerto de destino.

5.7 ENLASE, EMBALAJE Y ETIQUETADO

La empresa no envasará directamente la miel va que esta se exportará a granel. Para el embalaje de la miel cuenta con tambores que cumplen con las especificaciones adecuadas para la exportación, (estos serán de 300 kgs. o 200 lbs.), a excepción del barniz especial para alimentos con el cual se deben revestir en su interior. El tambor deberá contener la cantidad exacta que se indica, la cual no deberá tener cámaras de aire. Los recipientes deben estar exentos de cualquier factor que altere las condiciones de la miel. Los tambores deberán contener las especificaciones en cuanto a embalaje y etiquetado requeridas por Alemania, mismas que se presentan en el capítulo anterior.

La utilización de equipo (contenedores térmicos) y canales de distribución adecuados y eficientes, para garantizar la venta de productos con calidad, así como utilizar los más avanzados equipos para empaque y embalaje, referentes al mercado que se pretende atacar. Utilizar maquinaria de punta para garantizar la óptima calidad de los productos, esto implica reducir costos en la importación, así como asegurar la venta de la miel, por lo que la actualización debe considerarse como, alternativa de inversión en activo fijo con el fin de incrementar la producción.

* Alemania Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. Bancomext Trade Directory Of México

5.8 PROMOCION

No se efectuará una promoción directa para la miel de la empresa, debido a que solamente se realizará la venta de la miel al envasador y este a su vez se encargará de la promoción de sus productos para que estos lleguen al consumidor final.

La empresa se dará a conocer dentro de este mercado por medio de mecanismos de promoción como lo son ferias y exposiciones, periódicos y revistas en los cuales la empresa podrá hacer del conocimiento del mercado sus productos y mostrar las características de estos, este factor constituye un punto importante para el desarrollo y conocimiento de los demás productos de la empresa (Jalea real, Polen, Propóleo y Cera), los cuales podrían empezar a comercializarse si existen expectativas y posibilidades de mercado

5.9 EXPORTACION

El éxito de la exportación radica en encontrar el mercado idóneo para la miel, esto dependerá de la planeación de estrategias de introducción y permanencia en el mercado y en consecuencia esto se traducirá en mercados constantes y crecientes.

"El intentar vender toda la producción de un solo golpe resulta peligroso e improductivo. Es mucho más sencillo empezar conservadoramente y aprender de los errores que se cometan, ya que estos implican costos reducidos."⁴

La venta de exportación, documentada con pedimento de exportación sin IVA y en divisas extranjeras se llama exportación directa, esto significa que se puede vender a importadores, distribuidores, representantes detallistas (como ya se menciono anteriormente la venta se hará a través de envasadores) La diferencia estriba en el volumen exportable y en los precios, que se incrementan si se eliminan a ciertos intermediarios

5.9.1 PRINCIPALES VENTAJAS DE EXPORTACION

La exportación es un proceso complejo, que se debe realizar en base a la producción y capacidad de la empresa. Considerando que el mercado nacional no es un aliciente para la comercialización, se debe destinar gran parte de la producción a los mercados externos con menores costos, esto significa una mayor obtención de ingreso, ya que debido a la comercialización internacional el valor sea superior.

Entre las principales ventajas que se encontraron son:

- Generar divisas
 - Compensar la balanza comercial de la empresa como del país
- * Reyes Díaz, Leal Eduardo "La Mentalidad Exportadora" pág. 44

- Generación de fuentes de empleo
- Lucro
- Apertura comercial
- Apertura a la inversión extranjera
- Privatización casi total

5.9.2 PRINCIPALES DESVENTAJAS DE EXPORTACION

Entre los principales factores que han limitado la exportación de la empresa son:

- La empresa no contaba con los elementos necesarios, técnicas y tácticas para introducirse en mercados externos, así como el desconocimiento de los requisitos nacionales para su exportación.
- No tiene experiencia para atender este tipo de ventas
- Se ha ampliado la base gravable para el pago del impuesto sobre la renta con mayor cobertura fiscal
- Falta de suficiente personal calificado que labore en la empresa
- La empresa como iniciadora en las exportaciones, se encuentra en desventaja con la competencia nacional, ya que sus costos son superiores y en consecuencia sus precios son altos y limitan el crecimiento de la empresa.
- Falta de tecnología que permita competir eficientemente

Los factores que influyen para que no se realicen exportaciones mexicanas en general son:

- "Más del 95% de las empresas mexicanas venden solamente en el mercado nacional.
- Más del 70% de nuestras exportaciones se realizan a un solo país.- Estados Unidos
- Menos del 1% de los empleos en México se dedican a la exportación
- Desequilibrio en la balanza de pagos
- Política cambiaria inestable, incremento en las tasas de interés y descontrol en la inflación." 10

¹⁰ Reyes Díaz, Leal Eduardo "La Mentalidad Exportadora" pág. 37

5.10 REQUISITOS BASICOS PARA REALIZAR LA EXPORTACION DE MIEL MEXICANA

Para realizar la exportación de miel, es necesario cumplir algunos requisitos básicos en cuanto a documentos para la empresa, el cliente y aduanas. Dentro de territorio nacional.

Los documentos requeridos para la exportación de miel son:

◆ **Factura de venta** - Para la exportación de miel es necesario que la mercancía se ampare con este documento, para tramites posteriores, así como el recibimiento de las mercancías, la cual debe presentarse en original y seis copias con firma autógrafa en español o en inglés, y debe contener:

La información que se debe cubrir para la exportación de miel es la siguiente:

- Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino
- Nombre y dirección del vendedor
- Nombre y dirección del comprador
- Descripción detallada de la mercancía (grado de calidad, contenido neto del embarque)
- Cantidades, peso y medidas del embarque
- Precio de la mercancía, especificando tipo de moneda (el valor debe expresarse en moneda de inmediata convertibilidad dólares o marcos) y señalar su equivalente en moneda nacional, sin IVA (especificar divisa utilizada)
- Condiciones de venta (De acuerdo a la negociación con el posible comprador se determinará la forma más adecuada, ya sea FOB o CIF), los montos por concepto de flete, comisiones y costo del embalaje deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite, ya que estos pueden ser la parte gravable para los impuestos a la importación
- Lugar y fecha de expedición

- ◆ **Permiso de exportación** - El cual se solicitará en la Unión Nacional de Apicultores
- ◆ **Compromiso de venta de divisas** (compromiso de vender las divisas obtenidas a una institución de crédito)
- ◆ **Certificado de calidad** - El cual se tramitará en la Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural
- ◆ **Análisis de la miel** humedad, contenido de azúcar, glucosa, fructosa.
- ◆ **Certificado de origen** forma "A" - Este se tramitará en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
- ◆ **Certificado Fitosanitario y de Origen** en formato especial.

- ◆ **Precio oficial (no tiene aunque existe uno internacional, el cual observará la UNAPI)**
- ◆ **Impuesto a la exportación aparentemente esta exento este producto. Pero ocurre lo mismo que en el inciso anterior**

Algunas veces los compradores alemanes, solicitan otros documentos como: **Empaque, Certificado de peso, certificado de calidad, embarque, entre otros**

- ◆ **Lista de empaque - Este permite a la empresa, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías que contienen cada contenedor y la cantidad de tambores, mismas que deben coincidir con la factura, en los tambores deben anotarse los números y marcas que los identifiquen, así como la fracción arancelaria de la mercancía, el valor, el peso y el volumen describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados**
- ◆ **Registro Federal de Contribuyentes - Con homoclave y domicilio fiscal de la empresa**
- ◆ **Carta de instrucciones - Indica el nombre y dirección del comprador así como el lugar a donde se debe enviar la mercancía, la ruta y los medios de transporte, la forma en como se contrataron y el pago de los fletes**

Los documentos que se requieren para el embarque son **Copia del Registro Federal de Contribuyentes, Factura Comercial (triplicado), Carta de Encomienda para el embarque de la mercancía, Reservación de la agencia naviera, Solicitar con tiempo el envío de contenedores vacíos que se encuentre en puerto para su embarque con tres días de anticipación, así como permisos, certificados de análisis químicos (producto) y lista de embarque**

La empresa para la exportación de miel debe contratar los servicios de un agente aduanal **quien fungirá como representante legal ante las autoridades aduanales. Asimismo se obliga a presentar ante la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Dicho pedimento de exportación se debe acompañar de:**

- **La factura que exprese el valor comercial de las mercancías**
- **Los documentos que comprueben el cumplimiento de los requisitos en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias**

"El despacho aduanero aplica una tarifa de honorarios del 0.18 % del valor de la **exportación por prestación de servicios. Se tiene que pagar el derecho de trámite aduanero (DTA)**"¹¹, en cada operación de exportación que se realice. El agente aduanal será responsable **solidario de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la clasificación arancelaria y demás restricciones.**

¹¹ Los datos consultados son de "Guía del Exportador Bancomext 1995" pag. 46, 47

La exportación es un proceso que requiere de más atención, a una venta ordinaria, ya que debe contemplar algunas consideraciones como:

- Producto (volumen, calidad, adaptación, empaque, presentación).
- Trámites (cuotas y licencias, certificados, controles de calidad).
- Precio (costos, transportación, aseguramiento, trámites aduanales, impuestos, distribución)
- Comercialización (promoción, negociación, cobranza, seguimiento).

5.11 REGLAMENTACION ADUANERA Y ARANCELES PARA LA IMPORTACION DE MIEL A ALEMANIA

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino

El arancel Ad Valórem se emplea en tarifas de importación y se expresa en términos porcentuales. El valor del impuesto de importación es el precio gravable del que se consigna en la factura

La identificación y características del producto son, Miel de abeja, que pertenece al sector agroindustrial, comestibles de origen animal, la clasificación arancelaria es 04 09 00 00 referente a la miel natural para alimentación incluyendo los requisitos de importación y las barreras arancelarias y no arancelarias. (Cuadro No. 30)

Para realizar exportaciones al mercado alemán no existen cuotas especiales, ni se requiere permiso de importación, pero es indispensable presentar el certificado de origen, el cual deberá tramitarse ante SECOFI, y se debe incluir un análisis de la composición de la miel

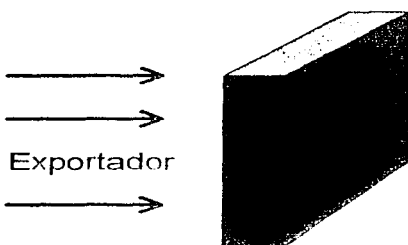
"Las importaciones para el 95 % de las fracciones, no están sujetas a autorización o permiso previo por parte de ningún organismo estatal, lo que significa que pueden introducirse sin restricciones cuantitativas. Sin embargo, las importaciones de determinados productos agrícolas, en particular los frescos, provenientes de terceros países, están sujetas a una legislación especial que exige autorización previa o certificado fitosanitario.

La miel se encuentra en este caso, ya que requiere de un permiso fitosanitario. El Ministerio de Economía para la Alimentación y la Explotación Forestal asume la responsabilidad general en materia de cumplimiento de las normas y los reglamentos de la Unión Europea. Efectúa comprobaciones aleatorias de las importaciones en los puntos de entrada y en los mercados al por mayor. El gobierno federal, por conducto de la Oficina de Control de los Alimentos, asimismo está facultado para extraer muestras a nivel minorista para comprobar que se cumplan las normas de calidad, etiquetado y residuos químicos dispuestas por la Unión Europea " 12

¹² Alemania "Mercado de Miel de Abeja" Bancomext S N C. Conserjería Mundial en Bonn, Alemania 1995
Ministerio alemán de Miel pag. 2

Cuadro No. 30

Regulaciones no arancelarias cualitativas



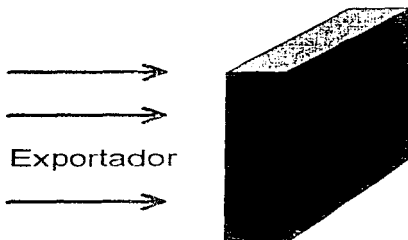
- Regulaciones Sanitarias
- Regulaciones Fitosanitarias
- Requisitos de Empaque
- Requisitos de Etiquetado
- Normas de Calidad
- Marca de País de Origen
- Regulaciones Ecológicas
- Normas Técnicas
- Otras

Aduana extranjera

Bancomext "Guía del Exportador 1995" pag. 74

Cuadro No. 30

Regulaciones no arancelarias cuantitativas



- Permisos de importación
- Cuotas
- Precios oficiales
- Impuestos antidumping
- Impuestos compensatorios

Aduana extranjera

Bancomext "Guía del Exportador 1995" pag. 74

La República Federal de Alemania sustenta su reglamentación aduanera en las disposiciones de la Unión Europea y en la Ley Interna Alemana de Aduanas.

Según el acuerdo de la Unión Europea, no se aplican derechos de aduana ni gravámenes entre los países miembros, en tanto que para terceros países, salvo que estos hayan obtenido acuerdos preferenciales, Alemania opera bajo el sistema unitario del arancel común externo.

"Los países en desarrollo gozan del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que ofrece la Unión Europea, por el cual se conceden exenciones o reducciones de derechos de aduana a determinados productos. México figura en la lista de países que disfrutan de este régimen, dentro del cual México paga 25 % ad valorem, mientras que la tarifa exterior común es de 27 % debiendo cubrir adicionalmente 7 % del IVA. Al respecto, es preciso tener en cuenta las recientes modificaciones a dicho esquema preferencial."¹²

5.12 FORMULAS CONTRACTUALES DE COTIZACION A UTILIZAR POR LA EMPRESA

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

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

Los exportadores mexicanos ofrecen su miel en el mercado internacional, primero parten de la calidad de esta, para cotizarla, tomando como indicativos los precios de los principales centros de consumo son Alemania y Estados Unidos, la forma usual de cotización es Libre a Bordo (LAB o FOB por sus siglas en inglés), esto es, puesto en un lugar específico o bien en el transporte que lo conducirá a su destino, otra forma de cotización son: Costo Seguro y Flete (CIF)

Las fórmulas Contractuales de cotización más usuales y por las cuales se realizará la exportación de la miel a Alemania son:

¹² "Sistema Generalizado de Preferencias " Periodo Enero 1995 al 31 de Diciembre de 1998. pág.

1.- FREE ON BOARD (FOB)

Libre a Bordo

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

2.- COST INSURANCE AND FREIGHT (CIF)

Costo Seguro y Flete

Este término es el mismo que C&F pero con la adición de que el vendedor contratará el seguro marítimo de las mercancías y cubrirá la prima correspondiente. El comprador estará consciente que la responsabilidad del exportador es adquirir el seguro con las mínimas condiciones (FPA Conditions) Free Particular Aviary Conditions

Estas formas quedarán sujetas a negociación con los compradores y a las condiciones en que la empresa pueda sostener, sin decrementar sus márgenes de utilidad.

5. 13 PROCESO DE VENTA PARA EXPORTACION

El proceso se inicia con la recepción del pedido

- Firma del contrato de compra-venta - Este incluye compromisos de ambas partes, base legal del contrato, nombre de la compañía, representantes legales, nombre y dirección de los testigos, etc.

- Recepción de la certificación del pago.- Se hace mediante la carta de crédito preferentemente por medio del cual el comprador importador le garantiza el pago en las condiciones establecidas, si la empresa cumple con el compromiso y avala la certificación a través de la intervención de un banco en donde seguramente el cliente tiene una línea de crédito o depositado el dinero para su pago

- Revisión de la carta de Credito.- Esta tiene por objeto chequear que se cumplirán todos y cada uno de los requisitos estipulados

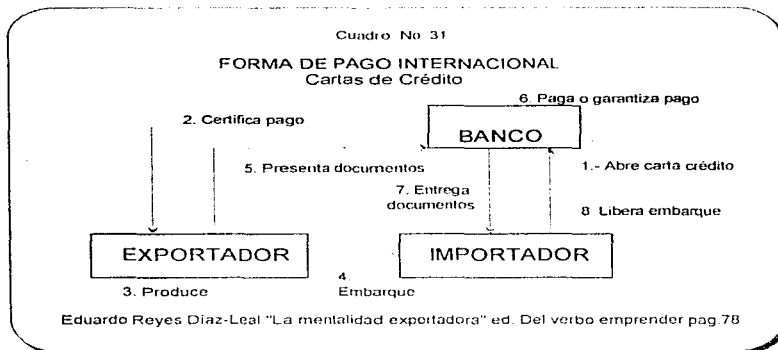
- Producción - De esta dependen exportaciones a futuro va que se deben hacer productos y servicios con calidad

- Facturación.- Tan pronto este lista la mercancía deberá hacerse la facturación, con la información mencionada anteriormente (Factura). Una vez realizada la exportación notifique a su comprador el número de guía o conocimiento de embarque y el nombre del barco, a fin de que este lo notifique a su representante aduanal, para que cuando llegue el embarque la liberación sea

más ágil, así mismo nuestro agente aduanal requiere de un pedimento que certifique que la mercancía abandono el país y ha sido oficialmente exportada.

- Liberación de carta de crédito - El banco fungirá como representante del comprador, revisara la documentación que indique la exportación. El banco no efectuará el pago a la empresa, mientras no se hayan cumplido todas las condiciones, y a su vez el banco no entregara la documentación para que el importador libere la mercancía de la aduana.

La importación - El comprador que contará con un agente aduanal deberá presentar la factura comercial, lista de embarque, permisos y autorizaciones para poder liberar el embarque, mientras el exportador cobra al banco. (Cuadro No. 31)



Para sustentar toda negociación es necesario conocer los factores que son susceptibles de ser modificados en el curso de la misma. Estos son: Precio, Cantidad, Calidad, Lugar de entrega, Formas de pago, Crédito, Marcas y Patentes, Publicidad y Promoción, Servicio, Posventa, Garantías, Contratos, Empaque y Presentación, Seguros, Representaciones, Productos adicionales, Registros y Tiempos de entrega

5.14 FORMA DE PAGO INTERNACIONAL A UTILIZAR POR LA EMPRESA

Carta de crédito - "La carta de crédito es un instrumento financiero, abierto por el importador mediante un banco de su región. La carta de crédito estipula el precio de venta, la cantidad que se deberá embarcar, el tipo de seguro que debe ser contratado y el tipo de precio en cuanto a los términos de venta. La carta de crédito obliga a pagar al importador cuando las condiciones se hayan cumplido por parte del exportador, estas dan seguridad al exportador de la solvencia del importador ya que estos documentos son confirmados, lo que obliga al banco emisor a pagar a un banco local del exportador cuando las condiciones se hayan cumplido"¹⁴. Esta forma de pago es la más conveniente para la exportación de la miel al mercado alemán, teniendo como precedente la selección y solvencia de los compradores.

La empresa para la exportación de miel a Alemania deberá utilizar una Carta de Crédito confirmada gestionada ante el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., mismo que a su vez se encargara de contactar un corresponsal bancario en Alemania para poder asegurar el pago de nuestra factura. El pago de la Carta de Crédito así como la forma de pago (FOB o CIF), se realizarán mediante convenio con el comprador y el cierre de la operación será cubierta contra entrega de los documentos correspondientes al embarque.

¹⁴ Reyes Díaz - Leal Eduardo "La Mentalidad Exportadora" Ed. del Verbo Empezar págs. 125 y 126

CONCLUSIONES

1.- De acuerdo a la información presentada se concluye que, el mercado nacional cuenta con limitadas posibilidades de desarrollo para una adecuada comercialización de la miel, debido a que los resultados obtenidos sobre el consumo de miel a nivel nacional, no es representativo de un gran mercado, a causa de factores que determinan su comercialización, entre los principales se encuentran el escaso conocimiento de las propiedades alimenticias, nutricionales y medicinales; el elevado precio de este producto, que limita la compra frente a los productos sustitutos; el arraigo cultural del azúcar, el cual provoca que la miel no sea considerada como un producto primordial dentro de la dieta y hábitos alimenticios mexicanos y el desconocimiento de técnicas de comercialización adecuadas.

2.- La apicultura, en lo referente a la obtención de miel es una actividad que puede ser de gran importancia para México, ya que posee expectativas de mercado a nivel mundial, debido a que cuenta con las bases necesarias para una adecuada comercialización, es por esto que se considera con perspectivas de crecimiento y rentabilidad, por lo que se requiere de una mayor atención al impulso y desarrollo de la misma, en cuanto a la innovación tecnológica (mayores volúmenes de producción), asesoría operativa y apoyo administrativo para realizar exportaciones, para promover la venta de sus productos, y así incrementar los volúmenes de comercialización. Aunque la apicultura no se encuentra plenamente desarrollada en México, esta actividad cuenta con grandes volúmenes de producción de miel, de diferentes tipos y calidades, las cuales provienen de un extenso número de colmenas y un amplio calendario de cosecha (se obtiene miel a lo largo de todo el año) y en consecuencia, se crean las bases propicias para la exportación de los productos de las abejas, cumpliendo así con las exigencias de diversos mercados.

3.- La miel proveniente de la zona de la Península de Yucatán es considerada una de la mieles de mejor calidad a nivel mundial, debido a factores como el clima, floración, vegetación, precipitaciones y a la cosecha de la miel que se realiza en su punto ideal. Este es un factor de ventaja para la empresa ya que su ubicación favorece la extracción de miel con excelente calidad. Esta zona ejerce gran influencia sobre el control del precio de la miel a nivel nacional; en consecuencia es un factor de trascendencia en el precio a nivel mundial de la miel mexicana.

4.- México satisface su demanda interna con relativa facilidad, ya que los canales de distribución a nivel nacional se ven establecidos por las grandes empresas, las cuales cuentan tanto con grandes volúmenes de producción así como de comercialización, aunado a esto la distribución así como rutas logísticas para estas empresas disminuyen significativamente sus costos, provocando que los pequeños productores no puedan competir y tengan que envasar su producto en forma rústica y ofrecerlo en las cercanías con esto sus márgenes de utilidad se ven disminuidos y su campo de venta es reducido; es por esto que los productores prefieren asegurar la venta de su producto por anticipado a los intermediarios y aceptar precios inferiores al que se maneje en el mercado actual, evitar los almacenajes de sus productos y costos subsecuentes, en consecuencia nuestro país envía la mayor parte de su producción a la exportación.

5.- Un factor predominante para la comercialización de la miel a nivel internacional es el costo de producción que se presenta el estado de Yucatán, el cual es muy inferior al de otros estados y muchos países. El costo de producción de los productos sustitutos en comparación con la miel es inferior y constituye una amenaza (jarabe de fructosa), que puede venderse como miel barata. Ya que la oferta de miel se destinará, al mercado alemán, la existencia de productos sustitutos no constituyen una competencia relevante para la miel, aunado a esto el bajo costo garantiza mayores márgenes de utilidad para la empresa. El costo de producción para la obtención de miel en la zona de la Península de Yucatán es inferior es un 61% a nivel nacional y en 67 % en comparación con los Estados Unidos, aunado a esto la calidad de la miel permiten obtener precios adecuados al mercado sin detrimento de los márgenes de utilidad

6.- Como resultado de la investigación de los mercados analizados para la exportación de la miel se determino la existencia de países altamente industrializados, como Estados Unidos, Inglaterra y como principal consumidor a nivel mundial Alemania, los cuales cuentan amplios mercados de consumo de este producto y reconocen los valores nutritivos y alimenticios de este de la miel, esto permite ampliar los horizontes de comercialización de productos mexicanos como la miel y determinar la introducción al mercado más factible, de acuerdo a las ventajas que presenta nuestro país ya que posee una diversificación de variedades, mismas que satisfacen las más exigentes necesidades y gustos, de los clientes o consumidores internacionales (sabor, color, aroma, humedad, y consistencia)

7.- La miel de exportación sin importar el mercado al cual se va a destinar, debe cumplir con los requisitos tanto de calidad, sanidad y de embalaje que se le exija, para que una empresa sea reconocida en el ámbito mundial de la miel, debe contar con volúmenes superiores a las 5 toneladas de miel para poder competir a nivel mundial y lograr un posicionamiento en este mercado; Se debe considerar que los factores como la cantidad y la calidad son la clave que puede mantener abierto el mercado de la miel de abeja

8.- La miel se encuentra condicionada en cuanto a sus precios, principalmente por el intermediarismo (Brokers, Importadores, Representantes, Envasadores, etc.), ya que estos conocen las exigencias de los diferentes mercados e influyen en la determinación del precio de acuerdo a la oferta y demanda mundial. La comercialización así como los canales de distribución son un tanto extensos, por lo que el precio y los costos de la miel se incrementan y en consecuencia el producto sea más caro. Para contrarrestar los excesivos tratos, la empresa debe comerciar directamente con los envasadores o empaques, aunque estos prefieren comprarle a los importadores; la empresa deberá hacer un esfuerzo adicional por medio de su calidad, formas de entrega y condiciones de pago para hacer atractivo su producto para estos. Por lo que la empresa para la comercialización de su producto deberá buscar alternativas en mercados de exportación (Comunidad Económica Europea a futuro).

9.- El mercado mundial de la miel se ve influenciado por la situación política y económica internacional, esto trae como consecuencia que el precio de exportación de la miel no solo se regule por las condiciones de oferta y demanda, sino también influya la disparidad cambiaria, que provoca que países como México vendan sus productos por debajo de su precio o con cargos comerciales. Otros aspectos a considerar, el cual varía según el mercado mundial, es la fuente (extraída o procesada), la flora que se presenta y la calidad. Por lo tanto la miel mexicana de exportación deberá sujetarse al precio que rija en ese momento, el cual se negociará con el comprador dependiendo de la calidad de la miel.

10.- Otro factor de relevancia en el mercado mundial de la miel, es la existencia de países que cuentan con grandes volúmenes de producción de la cual destinan gran parte a la exportación entre los principales países por orden de importancia se encuentran: China, México y Argentina, los cuales compiten por los mejores mercados, los países que se encuentran con posibilidades de crecimiento dentro del contexto internacional de la miel de abeja son Ucrania y Turquía, que empiezan a representar una competencia de consideración para países como México. Argentina ha mantenido su volumen exportable a través de su prestigio por la calidad de la miel (blanca), sin embargo en los últimos años este país ha decrecido sus volúmenes de producción.

11.- La mayor parte de los exportadores mexicanos envía miel a Alemania, esto debido a la calidad del producto mexicano el cual ha logrado posicionarse en este mercado, este no constituye un punto esencial como competencia u obstáculo para la importación de miel de la empresa, ya que cada productor mexicano tiene trato por separado y el mercado es tan extenso que no existen problemas por pérdidas de demanda debido al gran consumo que se tiene en este país y cada productor puede encontrar donde colocar su producto. Este rubro se puede aprovechar mediante la promoción del producto en ferias y exposiciones las cuales cuentan con la participación de empresas importantes dedicadas a la apicultura a nivel mundial. Respecto a los productos mexicanos, existen medios de difusión y publicidad en Alemania, los cuales pueden resaltar las cualidades y características de estos, asimismo es necesario participar en las diferentes ferias que se realizan anualmente con el propósito de aumentar los mecanismos de promoción y la receptividad a nuestros productos en los consumidores alemanes.

12.- Determinado el análisis del mercado alemán para la introducción de la miel a este, se concluye que Alemania posee un gran interés por el producto, debido a su inclinación por los productos naturales y al conocimiento de las propiedades y ventajas que posee la miel (curativas, alimenticias y nutritivas). Se considera factible el inicio de la exportación de la miel de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" a este mercado, dadas las características de la empresa la cuales cumplen con los requisitos necesarios y el potencial para efectuar una comercialización de sus productos a Alemania. De acuerdo a las condiciones (vegetación, clima, floración, precipitaciones, etc.) que presenta Alemania estas no son propicias para el óptimo desarrollo de la industria apícola, por lo que necesitan realizar importaciones para cubrir su demanda total. En consecuencia este panorama es ideal para iniciar exportaciones por parte de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul", debido a que las condiciones que presenta este mercado son favorables para la excelente producción.

13.- La existencia de diferentes productos así como de diferentes precios crea un mercado de diversificación en el cual tanto el consumidor, (que tiene la posibilidad de identificar las marcas que le satisfagan) como el productor (que tiene la posibilidad de identificar a sus compradores) resulten beneficiados de la amplitud del mercado. Los consumidores de miel de abeja se pueden dividir en dos grandes segmentos, el de miel de mesa y el de miel industrial. La miel de exportación puede considerarse de diferentes usos, tanto para edulzante de consumo doméstico, así como la utilizada como ingrediente en otros productos. Esto indica que la diversificación de la miel implica diferentes calidades y precios de acuerdo a su uso final. Si la miel se destina para uso doméstico, esta debe ser de alta calidad en consecuencia su precio será elevado; mientras que si se utiliza en la industria, su calidad debe ser inferior y su precio será más bajo. La empresa para realizar una efectiva comercialización en el mercado alemán de la miel, debe hacer una clara diferenciación de la miel exportada en cuanto a miel de mesa y miel industrial. La miel que no cumpla con los requisitos que se exigen para ser miel de mesa, se introducirá como miel industrial, la cual también posee gran aceptación para la fabricación de otros productos.

14.- El mercado alemán tiene preferencia por productos como la miel, ya que en su dieta alimenticia es un elemento de primera necesidad, por lo cual su consumo per cápita es uno de los más elevados del mundo, y se ve influenciado por el alto nivel de vida de la población alemana, en el cual influyen factores como el nivel educacional, nivel elevado de sueldos y salarios, así como la posición económica y política del país. Se debe considerar que la mayoría de los consumidores del mercado alemán prefieren la miel doméstica producida en su país; aunque existe una inclinación por esta, su producción no es suficiente para cubrir toda la demanda del mercado alemán; es por esto que se recurre a la importación de mieles de alta calidad. Motivo por el cual la empresa debe de cuidar que la miel exportada cumpla con los requisitos de calidad para que cuenta con una buena aceptación dentro de este mercado, por lo cual es necesario mantener un promedio de miel exportada hacia Alemania. Una de las características de este mercado, es que importa la miel a granel, de la cual destina la mayor parte al consumo nacional y una pequeña proporción para reexportación a los mercados de la Comunidad Económica Europea, después de haberlo procesado o industrializado el producto, y así proporcionar un valor agregado al producto.

15.- El factor principal para la exportación de la empresa, es la determinación de las divisas en las cuales se realizará el convenio así como el conocimiento de acuerdos comerciales, barreras arancelarias, incentivos a la exportación, y todos los requisitos necesarios que beneficien o restrinjan la introducción de la miel mexicana al mercado alemán. El aseguramiento de la exportación de miel mexicana a territorio alemán, beneficia al país por la entrada de divisas y en consecuencia a la empresa que obtendrá ingresos por productos competitivos e incrementa la credibilidad del país en el ámbito internacional.

RECOMENDACIONES

Con las observaciones realizadas a lo largo de la investigación, se afirma que el estudio de mercado de la miel de abeja, a nivel nacional, muestra que la comercialización a nivel nacional no es elemento suficiente para pensar que esta actividad pueda seguir creciendo en el corto o mediano plazo, debido a que el riesgo de no encontrar demanda es alto, anudado a que las zonas nacionales identificadas como principales consumidoras están cubiertas por marcas ya establecidas.

1.- Por lo anterior se recomienda no realizar una introducción al mercado nacional de acuerdo a la información obtenida a través de esta investigación. La producción de miel en la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" es una actividad que no podrá crecer más, si solo se enfoca al mercado nacional, pues el país no es un consumidor neto de este producto.

2.- Alemania representa un atractivo mercado para efectuar exportaciones de la empresa en cuestión ya que esto permite realizar tratos no solo de forma esporádica, debido a que los importadores alemanes buscan relaciones comerciales estables a largo plazo basadas en la confianza seriedad y estricto cumplimiento de los convenios realizados. También significa un mercado muy competitivo y maduro proporcionando un beneficio mutuo, ya que la empresa aseguraría la venta de sus productos y el importador obtiene productos de calidad para su mercado. La introducción al mercado Alemán, (dadas las características que presenta este) de la miel de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" la cual no es factible de exportación como producto terminado, ya que este mercado importa principalmente a granel y las importaciones de productos terminados deben de cumplir con requisitos y reglamentaciones rigurosos, mismos que la empresa en este momento no esta en posibilidades de satisfacer por lo cual se debe realizar una exportación a granel en tambores de 200 kg.

3.- La empresa debe de realizar un plan estratégico para la producción y exportación de miel a Alemania, mismo que depende de la demanda requerida por este país y en que medida esta puede hacer frente al volumen solicitado de miel. Si la demanda rebasa la capacidad de la empresa para hacer frente a esta, se contempla la posibilidad de ampliar la producción a través de la unión con otros apicultores de la zona que cumplan las características necesarias para exportación de miel, siempre buscando mantener o incrementar el nivel de calidad de los productos exportados. Por lo que es necesario realizar alternativas de comercialización para hacer crecer el mercado mexicano de la miel en nuestro país, así como para la empresa. Esto se obtendrá con el establecimiento de objetivos sólidos como son:

- Implementar estrategias de control de calidad, esto se logrará mediante el incremento de la calidad mediante las especificaciones como humedad las cuales deben ser inferiores a 17% y de diástasa, la cual deberá ser superior a 8, ya que estos requisitos son indispensables en una comercialización de exportación.
- Consolidar la base productiva (inventario apícola) por medio del fortalecimiento de una raza de abejas que incremente su capacidad productora con el proposito de ofrecer precios competitivos y obtener un posicionamiento en los mercados existentes.

- Buscar un posicionamiento dentro del mercado alemán
- Crear sistemas de promoción de la miel de la empresa principalmente en la Comunidad Económica Europea.

4.- Una condición que beneficia la producción de miel de la empresa, e influir considerablemente en los volúmenes exportados por esta, es la estimación de la producción para 1996, ya que esta se ve considerablemente incrementada en 6 toneladas aproximadamente. Debido a que se cuenta con características adecuadas para obtener mayores volúmenes de producción y productividad (condiciones climáticas, asesoramiento técnico y administrativo) Es por esto que se recomienda una iniciación de operaciones en el mercado alemán con clientes identificados como los principales en la comercialización de la miel por lo que se crean lazos contractuales sólidos y consecuentes. Para una efectiva comercialización con los envasadores alemanes, se recomienda hacer una diferenciación en cuanto a los clientes, respecto a la calidad de la miel. Mismos con los que se pretende tener un trato preferencial y sustentar las bases de una negociación a largo plazo.

5.- Uno de los elementos que intervienen en la exportación de la miel a Alemania es el perfil del consumidor, que indica que la temporada de mayor consumo, es en invierno debido a las condiciones climatológicas que se presentan en toda Europa, por lo que se recomienda que la empresa debe prever una producción adecuada, lista para su exportación, cuando menos con 4 meses antes de fin de año, para asegurar la satisfacción del cliente para el invierno. Asimismo el consumidor alemán tiene preferencias por productos innovadores y exóticos.

6.- La empresa cuenta con equipo necesario para el proceso de producción de la miel, lo cual le permite poder enfocarse a la exportación, por lo cual se recomienda una actualización del equipo utilizado, mismo que ayudara al incremento de la producción por medio de una capacitación técnica, esto implica una diversificación de actividades: domesticación de la abeja africana (obtención de una raza más productiva), utilización del material a su máximo uso, esto es necesario para el óptimo beneficio de los productores apícolas.

7.- En cuanto a las limitaciones que se encontraron son el transporte y traslado de los productos mismo que ocasionaria un costo superior, ya que estos requieren de un almacenaje y transportación especial en contenedores térmicos (estos contenedores mantienen una adecuada temperatura), por lo que su costo es superior, esto es necesario para que la miel no pierda las cualidades específicas que exige el mercado alemán. Otro factor limitante es la transportación del producto a puertos mexicanos para su embarque al extranjero, mismo que también requiere una transportación adecuada para evitar el deterioro del producto. Una limitación más, se presenta en el envasado, estas son las exigencias de introducción al mercado alemán, que establecen que los tambores deben de estar recubiertos con barniz interior para alimentos y no se acepta el revestido con cera, esto ocasiona un incremento en los costos.

8.- Una efectiva operación de exportaciones de miel de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" que las negociaciones en cuanto a las condiciones de puerto de embarque, se enfoquen al puerto de Progreso el cual cuenta con la infraestructura necesaria para reducir costos y evitar su transportación hasta el puerto de Veracruz.

9.- La miel de mesa (de preferencia miel líquida) como consumo interno resulta mayor mercado tanto en su precio como en su calidad y esto puede ser el factor central para dirigir la exportación con ciertos requisitos, ya que la demanda de esta miel es de gran relevancia. En lo que respecta al consumo de la miel en la industria, por lo que se ha observado, tiene un amplio mercado para la fabricación o en ramas productivas que utilizan este producto como bien intermedio. Para aprovechar este rubro, se debe hacer una clara diferenciación de la calidad de la miel de la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" la que no cumpla con los requisitos para su importación a Alemania como miel de mesa, se puede dirigir hacia el mercado industrial ya que sus requerimientos son inferiores y se considera un mercado poco explotado. Las ramas industriales que demandan este producto se encuentran sumamente concentradas a través de grandes consorcios, posición que les permite buscar la mejor negociación con los productores de miel que entran en abierta competencia para obtener convenios y así abastecer de este insumo a las grandes firmas, con lo cual las opciones de colocarse en este tipo de mercado para el resto de los productores no son muchas.

10.- Debido a que la empresa considera como política el no financiamiento externo y cuenta con los elementos necesarios para realizar la exportación, esta solo recurrirá al asesoramiento por parte de Bancomext el cual contactará un corresponsal bancario (Alemania), por medio de este se realizará la carta de crédito. También se apoyará para la exportación en un representante aduanal.

11.- Ya que la empresa puede realizar una diversificación a otros productos (las cualidades alimenticias, nutritivas e industriales de todos los productos apícolas debido a los diferentes usos y beneficios que aportan al ser humano), esto se puede considerar una ventaja competitiva, para ampliar sus horizontes de comercialización en mercados exteriores, lo que le permite a futuro ampliar su base de comercialización a otros productos y otros mercados. De acuerdo al proceso de exportación de miel, para la empresa "Agroindustria Apícola de Calotmul" se recomienda realizar un análisis posterior para determinar la factibilidad a largo plazo de la diversificación a los demás productos de la colmena, dado que en este país existe un mercado potencial para la penetración de estos productos. En este proceso se reducirán costos tanto de transporte como de almacenamiento.

BIBLIOGRAFIA

- Jean Marie Philippe "Guía del Apicultor" Editorial Ediso, España 1990.
- Root A. I. "El ABC XYZ de la Apicultura" Edición 37 Editorial Hemisferio Sur, Buenos Aires 1989.
- Lorenzo Benedetti "Apicultura" Editorial Omega, Barcelona 1990.
- ASERCA "Claridades Agropecuarias" 1993
- Bancomext "Proexpo Comercio Mundial de Miel y Cera de Abeja" 1982
- Banco de México "Exportación Definitiva" 1995.
- ONU Centro de Comercio Internacional UNCTAD - GATT " Principales Mercados de la Miel posibilidades que ofrecen los productos de buena calidad procedentes de los países en Desarrollo " , Ginebra 1977.
- C.C.I. "Estudio de Mercado de Miel de los principales Mercados" 1986.
- Bancomext - Cosejería Comercial en Bonn Ministerio Alemán de 1995 "Mercado de Miel de Abeja"
- Honey and Beeswax A survey of netherlands and other major Markets in the European Community Research of the Agricultural Institute, Hertogenbosch - Bancomext 1993
- CBI Centre for promotion of import from developin countrys "Honey" , Editorial G.A.F. A. Bartel and R.L.A.M. Brandeband 1993 - Bancomext.
- Información Interna de la Empresa " Agroindustria Apícola de Calotmul"
- SAGAR " Programa de protección de la Abeja Africana 1995".
- Tesis " Análisis y perspectivas del mercado de la miel " Autor: Mora Rodriguez Ma. Guadalupe, U N A M 1994
- Tesis " Proyecto para la investigación, para la producción, distribución de miel de abeja " Autor: Montero Moreno Carlos, Mexico, D.F. U.N.A.M. 1984.
- Tesis " Analisis economico y perspectivas de formación de una organización de exportación apícola en el estado de Morelos " Autor: Gómez Cárdenas Raul, México, D.F. U.N.A.M. 1992

- Tesis " Características actuales e investigación sobre la comercialización de miel de abejas en México " Autor Martínez de Velasco Velez Ma. Cristina, México, D.F 1986 Facultad de Contaduría y Administración - Universidad Anáhuac
- " Apicultura Lucrativa " Autor Walter T. Kelley Editorial The Walter T. Kelley Co. Clarkson, Kentucky-42726, U.S.A 1986
- Tesis " La Apicultura en el Estado de Yucatan y sus posibilidades de Desarrollo " Autor: Ma. Cristina Morales Mancera, Facultad de Economía U.N.A.M. México, 1975.
- INEGI - Perfil Sociodemográfico XI Censo general de población y vivienda 1990.
- FAO - ONU " Mercados Nacionales e integración económica " Documento técnico No. 3 Proyecto UFE/MEX/030/ME/XT/1-03/94
- Tesis " Anteproyecto de industrialización de miel en México " Autor: Virtuena Rosas Elisco, México U.N.A.M. 1984
- Tesis " Estudio de la rentabilidad aplicado a una producción apícola " Autor: Mora Ceja Rafael, México, D.F. Universidad La Salle 1987
- Dirección General de Información Agropecuaria, Forestal y de Fauna Silvestre Seguimiento Mensual de la Producción - SAGAR 1995
- INEGI - Yucatán Síntesis de Resultados XI censo de Población y Vivienda 1990
- Lacerea M. Alberto "Las Abejas" Editorial Albatros, Buenos Aires 1991.
- INEGI VII Censo Agrícola y Ganadero 1994
- INEGI Compendio de Estados Unidos Mexicanos datos Estadísticos, Agrícolas y Ejidales 1991
- FAO Boletín Anual FAO-OMIS (CODEN Alimentarius) ONU 1989
- Revista del Consumidor Procuraduría Federal del Consumidor 1995.
- Servicio Nacional de Información de Mercados " Boletín Informativo Productos Apícolas" 1995
- Apicultural Research 1990 Editorial INFOTEC.
- SARI " Miel Competitividad Internacional y Sensibilidad Comercial " Bancomext 1990.
- Diario Oficial 23 de septiembre de 1981

- Bancomext " News Market Profiles Series III Honey -OEA-CIES 1993.
- FAO-ONU "Anuario Comercio, Producción" 1994 - 1995.
- H. Tariff Schedule of U.S.
- National Honey Market News 1990 - Bancomext.
- Agrobusiness Enero 1995 Año 3 No. 40.
- Enciclopedia Ilustrada Cumbre / Editorial Cumbre.
- Bancomext "Boletín informativo de Mercados del Exterior 1995".
- SECOFI - Asesoría a nuevos Exportadores
- Diario de Yucatán, Diario de Mérida, Yucatán 11 de marzo de 1996 - Autor José Castañeda Pérez.
- Bancomext "Trade Directory of Mexico" 1995.
- Díaz Leal Eduardo Reyes " La Mentalidad Exportadora " Editorial del Verbo Emprender México, 1993.
- Bancomext "Guía del exportador 1995"
- Sistema generalizado de Preferencias 1995-1998 Editorial C.E.E.
- Jean Post P " Apicultura " Editorial Mundi Prensa, España Madrid, 3 de Dic. de 1989.
- S. M MacGregor " Apicultura " Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, México 1992.

ANEXO

Con el propósito de conocer y explicar más a fondo la situación del país, en cuanto a la producción de miel durante los últimos años, por principales estados productores; por las diferentes Zonas en las que se encuentran dividida la República Mexicana (Norte, Central, Pacífico, Golfo y Península de Yucatán), y por último la producción mundial, esta considerada por continente, dividiendo al continente Americano en dos partes (Norte y Sur) A continuación se anexan 14 gráficas, las cuales muestran de una forma más fácil y rápida el contenido de dicha información. Se incluye la fuente de información.

Gráficas 1 y 2 - Información de los principales estados productores del país (México)

Gráficas 3 - Información de la producción total del país de los años de 1989 al año de 1995, en cuanto a toneladas de miel por año.

Gráfica 4 a la 13 - Información de las zonas en las que se encuentran dividida la República Mexicana (Zonas: Norte, Central, Pacífico y Península de Yucatán), en cuanto a la producción de Miel y una subdivisión de esas mismas zonas, en cuanto a los estados que las conforman y su producción total dada por toneladas.

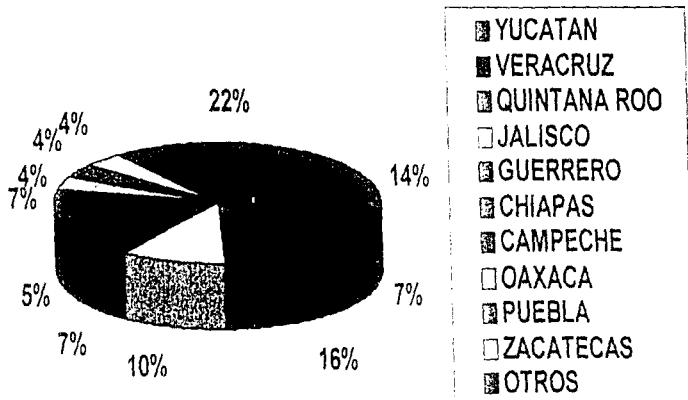
Gráfica 14 - Información referente a la producción mundial (toneladas), de la situación en la que se encuentran por continente (América del Norte, América del Sur, Europa, Asia, África y Oceanía).

Además una relación de Representantes, Importadores y Envasadores de miel en Alemania, la cual posee gran importancia, debido a que por medio de estas organizaciones, se puede introducir algún producto apícola y representa el punto medular, ya que por medio de estos se regula el precio, competencia y demás factores que influyen en el mercado. Con todo esto, se logrará una exitosa exportación.

El mapa, facilita la ubicación del proyecto en el estado de Yucatán, la zona donde se estima desarrollar el proceso de exportación de la miel de la empresa " Agroindustria Apícola de Calotmul".

GRAFICA No. 1

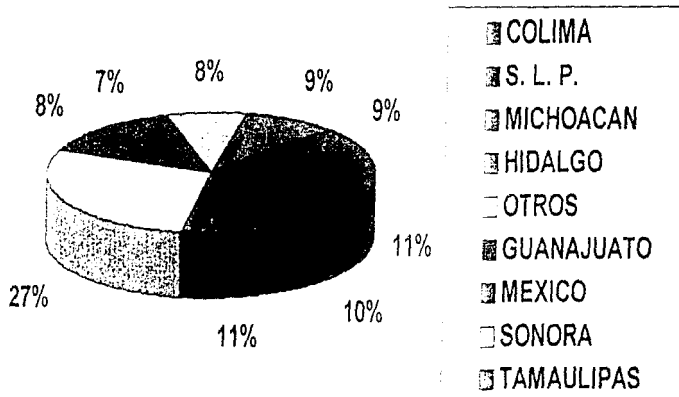
PRODUCCION POR ESTADOS



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 2

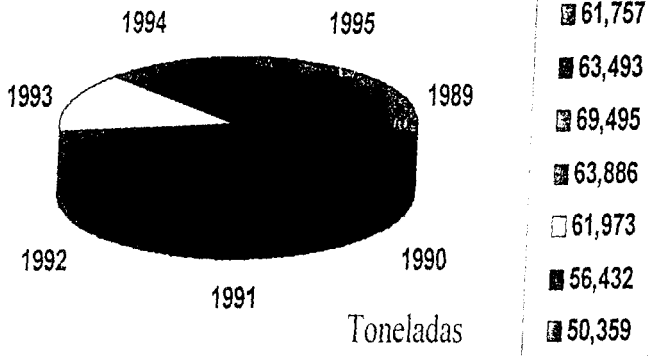
PRODUCCION POR ESTADOS



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 3

PRODUCCION DE MIEL MEXICANA 1989-1995



Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria
No. 4 Diciembre 1995

GRAFICA No. 4

PRODUCCION NACIONAL ZONA PENINSULA DE YUCATAN

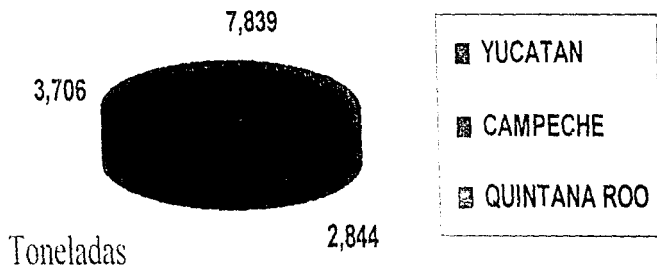


Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 5

PRODUCCION

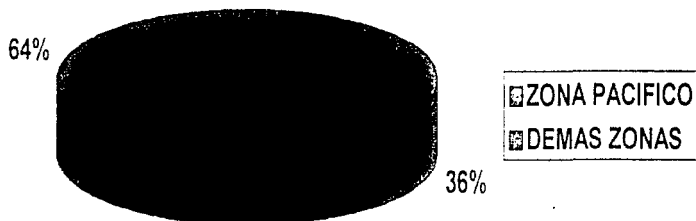
ZONA PENINSULA DE YUCATAN



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 6

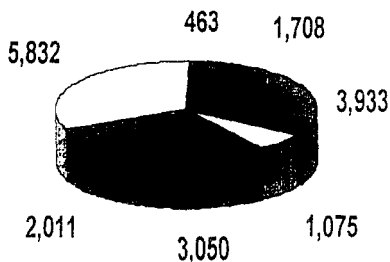
PRODUCCION NACIONAL ZONA PACIFICO



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 7

PRODUCCION ZONA PACIFICO



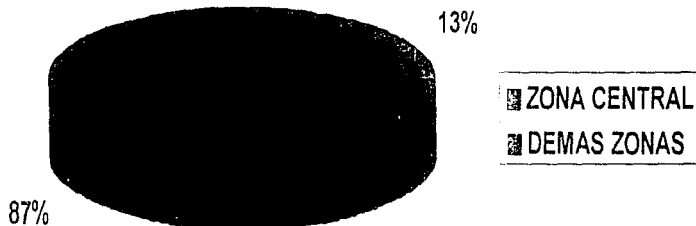
- GUERRERO
- COLIMA
- CHIAPAS
- OAXACA
- JALISCO
- NAYARIT
- MICHOACAN

Toneladas

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 8

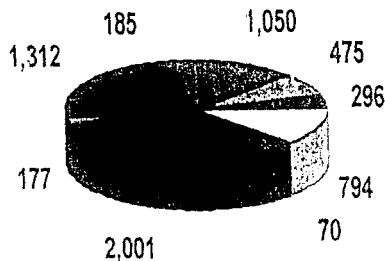
PRODUCCION NACIONAL ZONA CENTRAL



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No.9

PRODUCCION ZONA CENTRAL



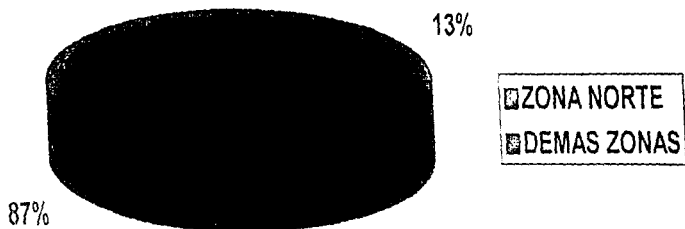
Toneladas

- MORELOS
- TLAXCALA
- MEXICO
- D.F.
- ▨ PUEBLA
- AGUASCALIENTES
- ▨ HIDALGO
- QUERETARO
- GUANAJUATO

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No.10

PRODUCCION NACIONAL ZONA NORTE

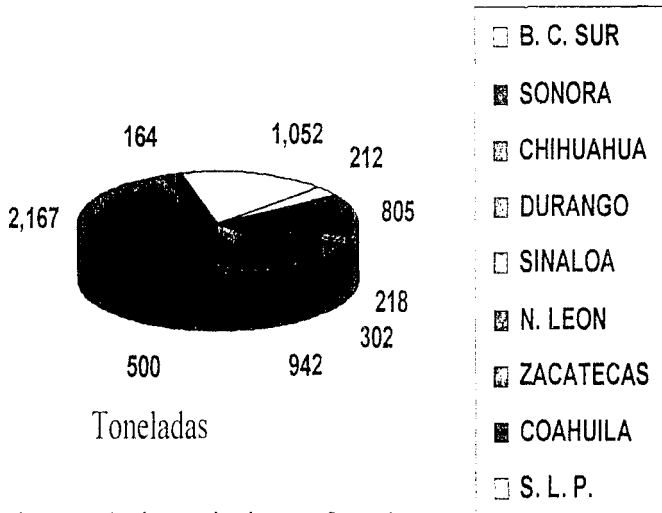


Secretaria de Agricultura. Ganaderia y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No.11

PRODUCCION

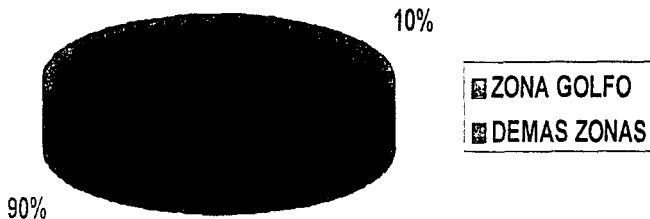
ZONA NORTE



Secretaría de Agricultura. Ganadería
y Desarrollo Rural. Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No. 12

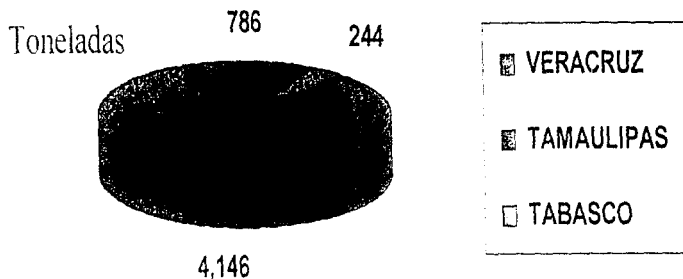
PRODUCCION NACIONAL ZONA DEL GOLFO



Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICA No.13

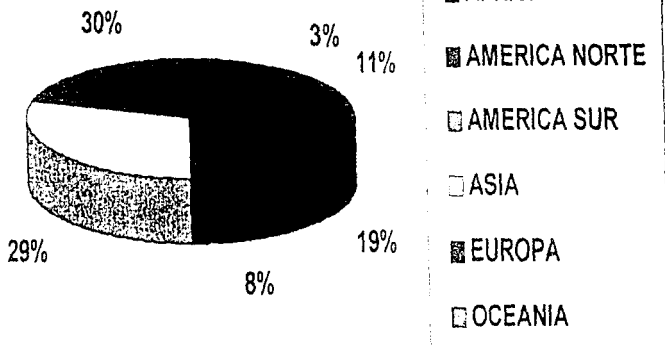
PRODUCCION ZONA GOLFO



Secretaría de Agricultura. Ganadería y Desarrollo Rural.
Seguimiento de miel 1995.

GRAFICNo.14

PRODUCCION MUNDIAL



FAO-ONU "Anuario Estadístico de Producción" 1994.

ANEXO No. 2

REPRESENTANTES

H.E. Hansen GmbH & Co. KG	Fa. Rampold Industrieprodukte
12 Rathausstrasse	Handelsgesellschaft mbH
D-200 Hamburgo 1	14 Schone Aussicht
Tel: (040) 324 142	D-2000 Hamburgo 76
Télex: 02162597 HANS D	Tel: (040) 227 027-30
	Télex: 2174094 ura d
Adolf Deterrmann	Standard Ubersee Handels GmbH
1 Auf dem Sande	3 Rothenbaumchaussee
Freihafen	2000 hamburgo
D-2000 Hamburgo 11	Tel: (040) 441 041
Tel: (040) 365 041-42	Télex: 2 11596
Télex: 213550 abeja d	
Heinz-Gunther Shumacher GmbH	E.A. Springer GmbH & Co.
103 Benderstorfer Str.	Steindamm 86
PO Box 1147	20099 Hamburgo 1
D-2110 Buchholz	Tel: (040) 241 366
Tel: (04181) 7027-28	Télex:
Télex: 2/189397 HEGU D	Fax: 249430
FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel	

REPRESENTANTES

Allwex Food Trading GmbH Auf dem Sande 1 * 20457 Hamburgo Tel: 040 / 362712 Fax: 040 / 372272	Bodo Meraner Saseler Chaussee 56 22391 Hamburg Tel: 040 / 6401041 Fax: 040 / 6407171
Cornelis & Bosse GmbH Kaiser- Wilhelm-Str. 115 * 20355 Hamburgo Tel: 040 / 351345 Fax: 040 / 346347	Mietens & Co. Realitäten Service Spaldingstr. 130 A * 20097 Hamburg Tel: 040 / 231245 Fax: 040 / 231269
Honig-Verband der Bundesrepublik Deutschland e.V. Am Wall 146 * 28195 Bremen Tel: 0421 / 325552 Fax: 0421 / 324387	K. -W. Pfannenschidt GmbH Offakamp 7-9 * 22529 Hamburg Tel: 040 / 5531057 Fax: 040 / 5536414
Jebsen & Jessen (GmbH & Co.) Kg. Lange Mühren 9 * 20095 Hamburgo Tel: 040 / 301401 Fax: 040 / 327091	Schlüter & Maack GmbH & Co. Ost-Xest-Str. 49 * 20457 Hamburg Tel: 040 / 32811030 Fax: 040 / 32811010
Kessler & Co. Agrarprodukten Han- dels-gesellschaft mbH Hone Bleichen 13 * 20354 Hamburgo Tel: 040 / 341201 Telex: 215233 Fax: 040 / 346971	TKL-Technik-Kontor GmbH Heidelerchenweg 46 22399 Hamburg Tel: 040 / 6022127 Fax: 6021222
FUENTE: Bancornext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel	

IMPORTADORES

Robert Kraemer GmbH & Co.	Albert Johann Meyer GmbH
58 Contrescarpe	& Co. KG
Postfach 10 39 06	56 Slevogtstr.
28215 Bremen	Postfach 10 32 47
Tel: (0421) 355 023	2800 Bremen 1
Télex: 2162139 ROKRA d	Tel: (0421) 342 911
	Télex: 245531 ajrn d
Postfach 10 33 29	
Lange Mühren 9	Hans Sommer GmbH & Co. KG
2000 Hamburgo 1	4 Kohlhokerstr.
Tel: (040) 3014 - 1	Postfach 10 14 29
Télex: 2162139	2800 Bremen
	Tel: (0421) 701 040
	Télex: 244437 haso d
Tuchel & Sohn GmbH	Hanseatische Nahrungsmittel
1 Nigen Ragen	Fabrik Bey & Co.
22159 Hamburgo 1	9-11 Tannenallee
Tel: (040) 643 006-9	2057 Reinbek-Neuschönningstedt
Télex: 2174 553 TUSO D	bei Hamburgo
	Tel: (040) 711 0091-92
	Télex: 211918 HABEY D

FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel

IMPORTADORES

13 Gr. Backerstr. (Sudanhaus)	EL PUENTE
2000 Hamburgo 1	Sr. Martin Moritz-Becker
Tel: (040) 362 97 1	Bischofskamp 24 A
Télex: 2 11778 ARABI D	D-32 Hildesheim
ALFRED L. WOLFF	Herbert C. Gohlke
Sr. Becker	Sr. Gohlke
Grosse Baeckerstr. 13	vossberg 5
D-2 Hamburg	d 207 Hamburg-Ahrensburg
Tel. (5121) 51 41 21	Tel: (4102) 51 015
Télex: (5121) 51 51 17	Télex: (4102) 51 018
Joh. Gottfr. Schutte & Co.	Rakemann & Co. Warenhandels GmbH
16-17 Bornstr.	34 Bellevue
Postfach 10 17 07	2 Hamburgo 60
Tel: (0421) 30 421	Tel: (040) 275 046
Télex: 244140 JGSC d	Télex: 2173995 DITL d
FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel	

ENVASADORES

Karl Bergmann	Eden-Waren-GmbH
Honig-Grosshandel	107 Königsteiner Str.
1 Ueser finien	Postfach 105
Postfach 40	6232 Bad Soden/Taunus
2087 Achim b. Bremen	Tel: (06196) 27 071
Tel: (04202) 71 147	Télex: 415639 eden d
Télex: 249406 KABEA d	
Fauser Vitagellwerk KG	Fursten-Reform
60 Pinneberger Chaussee	Dr. med. Hans Plumer Nachf. GmbH
Postfach 540 629	& Co. KG
2 Hamburgo 54	2 Am Salgenholz
Tel: (040) 575 057	3300 Braunschweig-Weden
Télex: 211803 VITA d	Tel: (05307) 237 1-72
	Télex: 952485 BIOF D
Carl A. W. Gieseke +	
Walter Nicklas GmbH & Co KG	H.G. Sanders
7 Bauerland	22 Birtstr.
2800 Bremen 66	2 Hamburg-Wandsbek 70
Tel: (0421) 586 969	Tel: (040) 656 3083
Télex: 246020 ICRO d	
F. Gobber & Co.	Honig-Bracker
-10 Bahnhofstrasse	Steindamm
2813 Eystrup	2352 Bordesholm i. Holst.
Tel: (04254) 841 113	Tel: (04322) 2622
Télex: 0249314	
FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel	

ENVASADORES

Jean Lehr & Sohn Nachf. GmbH Fuchstanzstr. 6000 Francfort del Mein Rodenheim 90 Tel: (069) 783 303 Télex: 4170050 LEHR D	Max Nook 138 Julicher Landstr. 4040 Neuss Tel: (02101) 42018-19
Rothbuch KG Dr. Gerhard Todenhofen 10 Dusseldorfer Str. Postfach 2037 7400 Tübingen Tel: (07071) 32 065 Télex: 7262802 ROTB D	E. Otto Schmidt 30 Zollhaus-Str. 8500 Nuremberg 50 Tel: (0911) 83360 Télex: 623865 eos d
H. Redefsen GmbH & Co. KG 22 Flensburgerstr. 2394 Satrup Tel: (04533) 611 Télex: 22512 REDSA D	Sonnland Nahrungsmittel GmbH & Co. KG 28 Berger-Kreuz-Str. 8 Munich 83
Honig-Mungersdorff GmbH 37 St. Agatha Postfach 25 5000 Colonia Tel: (0221) 213 810	Sonnentau Gebr. Winkelmann KG 15 Bahnhofstr. Postfach 120 2722 Visselhovede Tel: (04262) 751-53 Télex: 24303 SONTAU D

FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel

ENVASADORES

GmbH Co. KG 129 Abtsred Postfach 2426 4790 Paderborn Tel: (05251) 705-0 Telex: 936863 STUT D	G New-York-Ring Postfach 60 60 80 2 Hamburgo 60 Tel: (040) 6377-1 Télex: 2 193-0 EZO D
Coop Handels und Import GmbH 2 Beim Strohhaue Postfach 102206 2 Hamburgo 1 Tel: (040) 24841 (0) Télex: 417338 sbho d	Breitsamer + Ulrich GmbH & Co. KG 28 Berger-Kreuz-Str. 8000 Munich 83 Tel: (089) 400 305 Télex: 523966 BRULM d
Rudolf Klein OHG 2 Eichendorfer Str. 8382 Amstorf Tel: (08723) 1258 Télex: 58826 klein d	Dr. Oetker Nahrungsmittel (Dibona) 14 Lutterstrasse 4800 Bielefeld 1 Tel: (0521) 155-0 Télex: 09 32 865
Dreyer Bienenhonig Reinhold Dreyer 6 Auf der Masch 3110 Ulzen Tel: (0581) 73498 Télex: 91393	Bernhard Holtrup GmbH & Co. KG 16 Merkureck Postfach 36 11 4400 Munster Tel: (02501) 6660 Télex: 892178 honig d
Albert Claussen Post Reinfeld (Holst.) 2067 Ratzbek Tel: 04533/252	Inter Planing GmbH Postfach 44 8908 Krumbach Tel: (08283) 834
FUENTE: Bancomext - " Mercado de Miel de Abeja 1995 " Ministerio Alemán de Miel	

