



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN
DE MIEL ORGÁNICA: LITUANIA**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES**

**PRESENTA
LESLY GRIMALDO URIBE**

Asesor: Fabiola V. Lara Treviño.

Fecha: Mayo 2012



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.

INDICE

Capítulo I: Miel Orgánica.....	7
1. Que Es La Miel: Definición Y Descripción.....	7
2. Producción De Miel Orgánica.....	9
3. Tipos De Miel.	13
4. Usos Y Aplicaciones De La Miel.	14
5. Calidad De Miel Orgánica Mexicana.	15
6. Mercado Nacional De La Miel.	18
7. La Miel Mexicana En El Mundo: Principales Mercados.....	19
8. Competencia Internacional.....	22
Capitulo II Lituania: Mercado Meta	26
1. Información General De Lituania.	26
1.1 Geografía	27
1.2 Economía.....	28
2. Lituania Como Parte De La Unión Europea.....	29
2.1 El Espacio Schengen.....	29
2.2 Euros Y Litas	30
3. Relaciones Comerciales México Y La Unión Europea (Ue).....	31
4. Relaciones Comerciales Entre México Y Lituania.....	37
4.1 Comercio Exterior De Lituania	38
4.2 Evolucion Del Consumo En Miel En Lituania	39
5. Investigacion Del Mercado.	40
5.1 Analisis De La Demanda	42
5.2 Factores De Competitividad.....	43
5.4 Cartera De Clientes	46
6. Precio.....	48
Capitulo III La Exportación De Miel A Lituania	54
1. La Idea Del Negocio.....	54
2. El Producto Y Fracción Arancelaria	55
3. Requisitos De Exportación	56
3.1 Certificación Y Normas De Calidad A Nivel Nacional.	56
3.2 Apoyo A La Exportación De Miel Mexicana	59
3.3 Documentacion	61

4. Requisitos De Entrada.....	64
4.1 Mercado De Origen.....	64
4.3 Restricciones Y Regulaciones No Arancelarias.....	66
4.3.1 Control De Contaminantes En Los Productos Alimenticios.....	66
4.3.2 Control De Residuos De Plaguicidas En Vegetales Y Productos De Origen Animal Destinados Al Consumo Humano	67
4.3.3 Control De Residuos De Medicamentos Veterinarios En Los Animales Y Productos De Origen Animal Destinados Al Consumo Humano	
68	
4.3.3.1 Concentraciones Seguras De Residuos De Medicamentos Veterinarios	69
4.3.3.2 Residuos De Sustancias Farmacológicamente Activas	69
4.3.3.3 Residuos En La Miel	69
4.3.4 Control Sanitario De Productos De Origen Animal Destinados Al Consumo Humano.....	70
4.3.4.1 Condiciones Relacionadas Con El Público Y La Protección De Animales.....	70
4.3.4.1.1 Normas Generales De Higiene De Los Productos Alimenticios Y Las Especificaciones De Higiene De Los Alimentos De Origen Animal.....	71
4.3.4.1.2 Condiciones De Sanidad Animal.	71
4.3.4.1.3 Requisitos De Bienestar De Los Animales	71
4.3.4.2 Condiciones Específicas De Preparación De Alimentos.....	72
4.3.4.3 Aprobación De Salud Del País.....	72
4.3.4.4 Los Establecimientos.....	72
4.3.4.5 Certificados De Salud	73
4.3.4.6 Control Sanitario	73
4.3.5 Control Sanitario De Productos De Origen Animal No Destinados A Consumo Humano	73
4.3.6 Etiquetado De Los Productos Alimenticios	73
4.3.6.1 Disposiciones Específicas Para Determinados Grupos De Productos.....	75
4.3.7 Productos Procedentes De Producción Ecológica.....	76
4.4 Cláusula De Salvaguardia Y Retirada Temporal	78
Conclusiones	80
Anexos.....	83
Glosario	99

INTRODUCCIÓN.

Todos los países del mundo son diferentes entre sí, ya sea por su tecnología, la distribución de los recursos minerales, forestales, acuíferos, económicos, sociales etc. O simplemente por las preferencias o necesidades de consumo. Y dado que ningún país es lo suficientemente grande, rico o dotado para ser autosuficiente o independiente de los demás, se ve en la necesidad de adquirir productos o servicios que no tiene o no produce, dando así origen al comercio internacional.

El teórico clásico Adam Smith en su libro “ La riqueza de las naciones” explica que la riqueza de un país se basa en los bienes y servicios, ya que si un país se especializa en producir un bien o servicio en el que tenga una ventaja absoluta, obtendrá ganancias al comercialarlo, es decir, que aquel bien que se fabrique con menor cantidad de recursos y horas de trabajo es en el que la nación debe concentrarse en hacer de manera más eficiente, para posteriormente intercambiarlo con otras naciones especializadas en otros productos, para que de esta forma los consumidores tengan acceso a Mayor cantidad de recursos o a productos que no estaban disponibles en sus naciones.

Esto es conocido como la “Teoría de la ventaja absoluta” y explica de manera muy clara como es que Latinoamérica que cuenta con grandes cantidades de recursos naturales exporta productos de origen agrícola, mientras importa productos tecnológicos, de naciones que cuentan con esta especialidad.

Si bien nuestro país produce una gran cantidad de productos agrícolas, la apicultura es una de las actividades en la que México tiene una ventaja absoluta por su especialización, ya que data desde épocas prehispánicas. Y es hoy en día un producto clave dentro del comercio exterior de nuestro país, posicionándonos dentro de los primeros lugares a nivel mundial de producción de miel.

El aumento de la población y con ella el aumento en la demanda y exigencias de los consumidores, se ha recurrido a procesos de tecnificación para aumentar la producción, pero durante estos procesos se incluyen ciertos productos químicos que le restan calidad y contaminan el producto provocando a su vez daños a la salud y al medio ambiente,

actualmente vivimos una época en la que la tierra reclama el respeto que merece, dado que el equilibrio biológico se ha roto, la naturaleza se manifiesta con cambios climáticos y fenómenos naturales de manera violenta y esto a su vez nos hace volver la mirada hacia una nueva forma de producción que se base en procesos limpios y naturales que minimicen daños ocasionados en el ser humano y en la ecología. Una nueva forma de especialización de productos que hoy conocemos como “Orgánicos”.

La agricultura orgánica nació hace 25 años, es decir, relativamente reciente, como un sistema de producción alternativo al sistema ordinario que utiliza pesticidas y sustancias químicas, orgánica es una opción para promover la diversificación de la producción de los pequeños agricultores.

En este proceso debe adecuarse a las necesidades fisiológicas y etológicas, promoviendo un buen trato a los animales evitando alteraciones, hoy en día podemos encontrar todo tipo de productos orgánicos y la miel no es la excepción, aunque la apicultura orgánica representa únicamente 2.5 por ciento del sector apícola convencional en cuanto a volumen de producción¹.

La dotación de recursos naturales en México hace que la miel se produzca en todo el territorio nacional, destacando estados como Yucatán, Veracruz, Campeche, Jalisco, Guerrero, Chiapas, Puebla, Quintana Roo, Michoacán, Tlaxcala y Nuevo León, aunque la variedad y temporalidad de la producción de miel varía a lo largo del país, pero se puede asegurar que cada región produce miel de distintas cualidades, con calidad de exportación, durante todo el año, ajustándose a los ciclos de abastecimiento.

La exportación de miel representa en el sector pecuario, la tercera fuente generadora de divisas para la economía de nuestro país, de acuerdo al informe 2004 de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), México es el tercer exportador y el quinto productor mundial de miel. Actualmente México exporta cuatro de cada diez toneladas que produce, con lo que se obtienen cerca de 60 millones de dólares al año por este concepto.

¹ Aumenta demanda de miel orgánica mexicana en mercado internacional, Ernesto Perea, Gerardo Suarez. http://imagenagropecuaria.com/2007/aumenta_demanda_de_miel_organica_mexicana_en_mercado_internacional/. Fecha de Consulta: Febrero 22, 2012.

La miel de abeja mexicana es de las más cotizadas en el mundo por sus estrictas normas de control de calidad, la que junto con su sabor han logrado penetrar con éxito en mercados como el europeo, uno de los más exigentes en el ámbito internacional, de hecho las exportaciones mexicanas de miel van dedicadas principalmente a la Unión Europea, específicamente a España y Alemania que son a su vez los principales importadores mundiales de miel, ellos la re-exportan para surtir el mercado europeo, es decir, triangulan el comercio de este producto. Gracias al acuerdo comercial firmado entre México y la UE tenemos preferencias arancelarias que convierte a México en el país que paga el arancel más bajo de este producto, lo que nos da una ventaja frente a China y Argentina quienes son nuestros principales competidores en el mercado.

Alemania además de ser el principal importador de miel a nivel mundial también ocupa uno de los primeros lugares en la exportación del mismo, lo que nos indica que funge como intermediario en el comercio de este producto, por lo que también debe ser considerado como mercado estratégico, sin embargo, hacer que las exportaciones de miel a la UE dependan de uno o dos países cuando se tiene un mercado potencial en un grupo de 27 naciones es incoherente, ya que si llegara a ocurrir cualquier tipo de situación o conflicto comercial con este único importador nuestro comercio exterior caería notablemente, lo que resultaría en una baja de la economía nacional, aunado a esto la importancia de expandir el mercado para lograr la cobertura total de este grupo de países es necesario buscar un nuevo mercado estratégico que funja también como distribuidor y puerta de enlace, para de esta forma poder incursionar con clientes de nuevos países fuera de este grupo ampliando aun mas las exportaciones y por ende las ganancias.

Lituania uno de los países de relativo reciente ingreso a la UE, anteriormente había destacado como productor de miel por lo que sabemos que conocen el valor producto pero debido a los cambios climáticos esta se ha reducido y se ven en la necesidad de importarla además de que cuenta con características como su ubicación, que es frontera tanto con Rusia como con Alemania y cuenta con salida al mar Báltico, ademan del enclave de Kaliningrado que es un paso para las mercancías a Rusia, aunado esto a su creciente economía ofrece la oportunidad de convertirse en un nuevo mercado estratégico para cumplir con las pautas antes mencionadas, es por ello que en el presente trabajo abordaremos las oportunidades y carencias que nos brinda Lituania como un mercado meta para la exportación de miel orgánica mexicana.

CAPÍTULO I: MIEL ORGÁNICA.

1. QUE ES LA MIEL: DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN.

La miel es un alimento que producen las abejas y que ha sido utilizado en todas las épocas y culturas de la humanidad, siempre se han conocido sus cualidades nutritivas y medicinales, además del rico sabor, debido a estas propiedades la miel es considerada por algunos como el alimento perfecto.

De acuerdo al Codex Alimentarius creado en 1963 por la Organización de Alimentos y Agricultura de las Naciones Unidas FAO, (por sus siglas aun inglés Food And Agricultura Organization Of United Nations) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) para normas alimentarias y que tiene por objetivo la coordinación de todas las mismas, acordadas por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales encontramos por definición y descripción lo siguiente:

Definición: “Se entiende por miel el líquido dulce natural producida por abejas *Apis mellifera* a partir del néctar de las plantas o de secreciones de éstas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de las mismas, que las abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias y depositan, deshidratan, almacenan y dejan en el panal para que madure y añeje.”²

Descripción: “La miel se compone esencialmente de diferentes azúcares, predominantemente fructosa y glucosa además de otras sustancias como ácidos orgánicos, enzimas y partículas sólidas derivadas de la recolección. El color de la miel varía como se muestra en la siguiente imagen.

IMAGEN 1: Variedad de Colores en la Miel.



² CODEX STAN 12-1981 Vol. 11, Norma para la miel Pag. 1

Fuente: Manual de Buenas Prácticas de Manejo y Envasado de la Miel, SENASICA 2010.³

Su consistencia puede ser fluida, viscosa total o parcialmente cristalizada. El sabor y el aroma varían, pero derivan de la planta de origen.”⁴ Su aroma varía aunque generalmente posee el de las plantas de las que procede, sus colores son múltiples y van desde el cristalino o transparente hasta el ocre oscuro o dorado.

La composición de la miel depende de las flores de las cuales procede, aunque la más común se describe a continuación:

TABLA 1: Componentes de la Miel

NUTRIENTE	CANTIDAD PROMEDIO EN 100g
Agua	17.10 g
Fructosa	38.50 g
Glucosa	31.00 g
Maltosa	7.20 g
Sucrosa	1.50 g
Proteínas, aminoácidos, vitaminas y minerales	0.50 g
Energía	304 Kcal
Grasas (lípidos)	0.0 g
Colesterol	0.0 g
Vitaminas	
Tiamina	< 0.00 mg
Riboflavina	< 0.06 mg
Niacina	< 0.36 mg
Ácido pantoténico	< 0.11 mg
Piridoxina (B6)	< 0.32 mg
Ácido ascórbico	2.2 - 2.4 mg
Minerales	
Calcio	4.4 - 9.20 mg
Cobre	0.003 - 0.10 mg
Fierro	0.06 - 1.5 mg
Magnesio	1.2 - 3.50 mg
Manganeso	0.02 - 0.4 mg
Fósforo	1.9 - 6.30 mg
Potasio	13.2 - 16.8 mg
Sodio	0.0 - 7.6 mg
Zinc	0.03 - 0.4

Fuente: http://www.profeco.gob.mx/revista/pdf/est_01/miel.pdf

³ <http://www.senasica.gob.mx/?doc=14851> Fecha de consulta: Febrero 28, 2012

⁴ Ibídem pag1.

2. PRODUCCIÓN DE MIEL ORGÁNICA.

La diferencia entre la miel ordinaria y la orgánica se hace durante el proceso de elaboración, ésta diferencia corresponde a que la producción orgánica usa insumos naturales y se encuentra lejos de contaminantes, es decir, sustituye insumos químicos sintéticos por prácticas biológicas y mecánicas esto es lo que dá a la miel orgánica un valor agregado.

La producción de miel orgánica es posible en todo el país, siempre que cubra los lineamientos específicos y está vinculado a la sanidad de las colmenas, como por ejemplo, que la ubicación de los apiarios y el área de pecoreo⁵ de las abejas sean lugares alejadas a posibles fuentes de contaminación, como son zonas industriales, canales de aguas negras, basureros, áreas urbanas, cultivos genéticamente modificados, etc., ya que las características de la miel se determinan por el tipo de néctar que recogen las abejas. La distancia mínima de los apiarios a áreas de libación contaminadas debe ser de mínimo 1.5 km. y la distancia hacia otras fuentes de contaminación (poblaciones, fábricas, etc.) no deberá ser inferior a 3 kilómetros⁶.

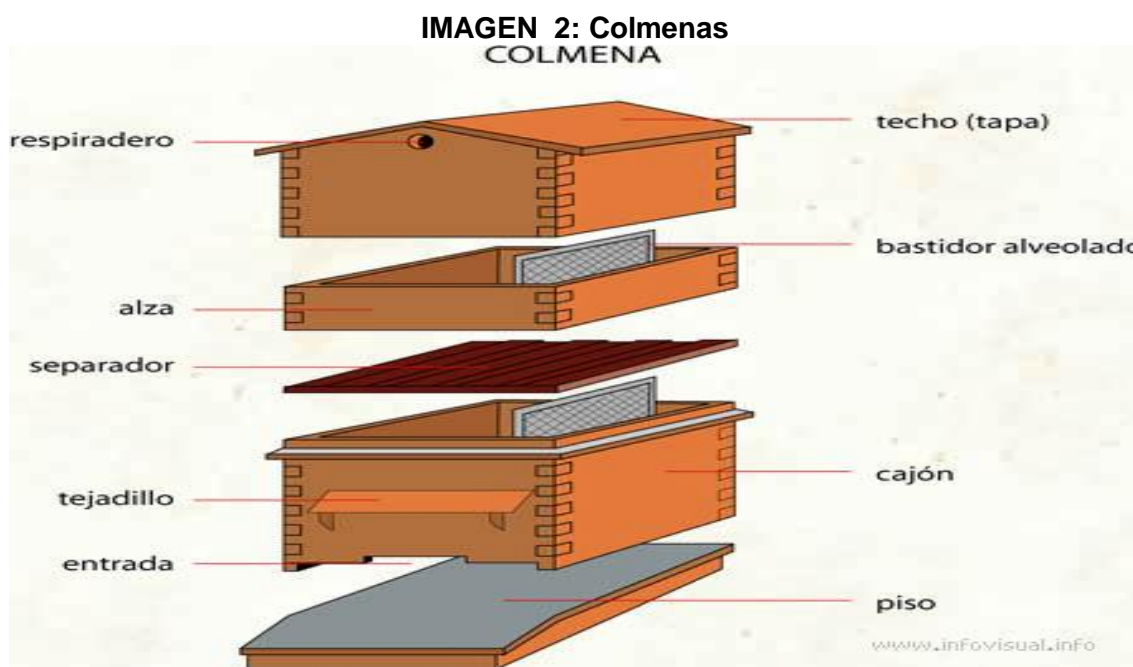
El proceso de producción de la miel orgánica se compone de la siguiente forma:

Las abejas *Apis mellifera* lo recogen, transforman y combinan con la enzima invertasa que contiene la saliva de las abejas y lo almacenan en los panales, cada celda donde es depositada la miel es sellada con una capa de cera, a ésta se le llama opérculo, ahí la miel se madura, él apicultor hace la recolección de los panales cuando su capacidad esta casi llena, éstos se llevan a una sala de vaciado donde se procede a la descarga y alza de los bastidores, los cuales se colocan en charolas para evitar perder la miel que escurre, En las charolas se hace la desoperculación que consiste en retirar el opérculo para transferir los bastidores a una máquina que se encarga de separar la miel de la cera a través de un proceso de centrífuga. Al salir la miel, pasa por un colador en el cual se

⁵ Se entiende como Pecoreo la Recolección de polen y néctar de la flora apícola

⁶ Programa nacional para el control de la abeja africana, manual de producción de miel orgánica http://aaoch.cl/files/manual_de_produccion_organica.pdf Fecha de consulta: Febrero 28, 2012

recuperan algunos contaminantes como pedazos de cera y otros, para llegar a los depósitos de recolección que llevarán el líquido espeso a un tanque para el sedimento. Posteriormente se procede al envasado en el cual se decide cual será su presentación y destino.



Fuente: El diccionario visual⁷.

La producción de miel de calidad para la exportación creció desde 1944 y se mantuvo a una tasa anual de crecimiento de 4.9% y en 1986, se alcanzó la producción récord al cosecharse 75,000 toneladas. Pero debido a la llegada de la abeja africana en 1986 y el ácaro de la varroa en 1992, se inició un proceso de disminución. En la década de los noventa, la apicultura reinició el ascenso, ya que de las 49,178 toneladas producidas en 1996 se alcanzaron 58,935 y 55,783 en 2000 y 2001, respectivamente⁸.

México se divide en diferentes regiones apícolas. Cada una de estas produce un tipo de miel diferente esto debido a la variedad del tipo de flora que se encuentra en cada una de ellas. Las cinco regiones apícolas de México son: Norte, Centro, Pacífico, Peninsular y Sureste. Como se muestra en la siguiente imagen.

⁷ http://www.infovisual.info/02/043_es.html. Fecha de consulta abril 11, 2012

⁸ Estadísticas de SAGARPA en los años 2000 y 2002 fuente

IMAGEN 3: Regiones Apícolas De México.



Fuente: Coordinación General de Ganadería/ Plan Nacional Para el Control de la Abeja Africana (PNPCAA)/ SAGARPA ⁹

Aunque la producción de miel orgánica es relativamente reciente en nuestro país, ésta continúa a la alza. En 2004, el número de productores dedicados a esta actividad era de 2,461, es decir un 36% más que en el año 2000, empezando a tomar auge a pasos lentos. Actualmente la producción de miel orgánica oscila entre 3,500 y 5,000 toneladas.

Debido a que las condiciones para producir miel orgánica son específicas esta solo se logra en pequeñas áreas de estados como Jalisco, Colima, Guerrero, Oaxaca, Michoacán, Chiapas, Morelos, Campeche y Quintana Roo; los primeros seis pertenecen a la región de la costa del pacífico, mientras que Morelos a la del altiplano y los últimos dos a la de la península de Yucatán. Como lo muestra la siguiente imagen.

9

<http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Publicaciones/Lists/Estudios%20de%20situacin%20actual%20y%20perspectiva/Attachments/26/sppa00.pdf> . Fecha de consulta: Febrero 28, 2011

IMAGEN 4: Mapa de las Principales Zonas de Producción de Miel Orgánica



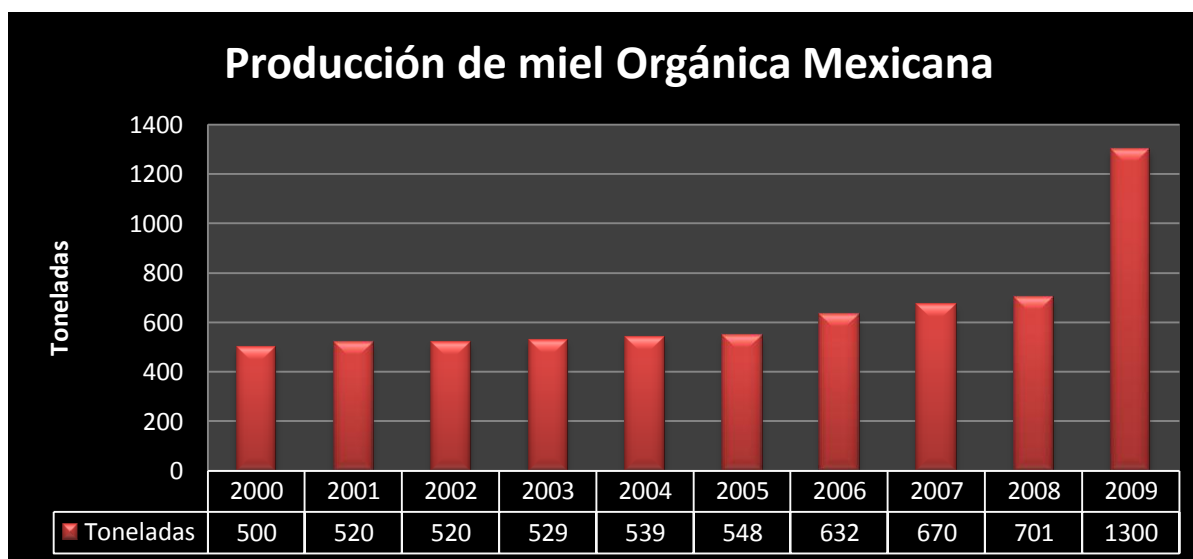
Fuente: Plan Nacional Para el Control de la Abeja Africana (PNPCAA)/ SAGARPA¹⁰

La razón primordial que motiva al apicultor a reconvertirse al sistema orgánico es precio Premium que la miel obtiene en el mercado nacional e internacional, el cual es de 35% sobre el precio de la miel normal. Asimismo, el aseguramiento del mercado ha hecho que algunos productores abandonen la producción apícola convencional, buscando con ello garantizar la venta de su cosecha.

La apicultura orgánica aun es poca en nuestro país ésta ha tenido grandes avances en los últimos años y como lo vemos de manera más clara en la siguiente gráfica el crecimiento de la misma es continuo.

¹⁰ Ídem

GRÁFICA 1: Producción De Miel Orgánica En México.



Fuente: Elaboración Propia con datos de SAGARPA y Financiera Rural.

La producción de miel orgánica en México se mantuvo estable de 500 toneladas anuales entre los años 2000 y 2005, con un crecimiento lento a partir del 2006, alcanzando un record de producción en el 2009 con 1300 toneladas. Dando por resultado suficiente producto para abastecer la demanda interna en México e incrementar el mercado externo.

3. TIPOS DE MIEL.

La miel puede clasificarse de distintas formas: Por sus características, origen o su presentación; a continuación describiremos algunos tipos de miel organizadas de acuerdo al grupo que corresponde.

De acuerdo al Codex Alimentarius de la FAO encontramos la Clasificación de miel como Miel de flores o miel de néctar, que procede del néctar de las plantas y Miel de mielada que es la que procede principalmente de excreciones que los insectos succionadores (Hemíptera) dejan sobre las partes vivas de las plantas o de secreciones.

Para el mercado se clasifica de acuerdo a su presentación, elaboración u origen por ejemplo:

- Presentación: Miel en panal, Miel extractada (la que ya fue removida de los panales), Miel filtrada (es cuando se elimina por filtración o colado materia orgánica e inorgánica),
- Elaboración: Miel orgánica,

- Origen: Origen Floral (Mono floral, Multiflora) Origen Geográfico (la miel de las zonas tropicales contiene un alto contenido de humedad, que en ocasiones llega a 21%, su coloración es oscura, En el del altiplano la humedad de la miel oscila entre el 14 y 18%, su color va del blanco agua al ámbar claro¹¹).

Gracias a la gran variedad del producto tanto en presentación y elaboración sin alterar las propiedades intrínsecas del mismo, las preferencias de los consumidores los han llevado a innovar en los usos y aplicaciones del mismo pasando de ser solo alimento a convertirse en insumo industrial.

4. USOS Y APLICACIONES DE LA MIEL.

La explotación de la abeja melífera por parte del hombre es tan antigua como la humanidad, en España tenemos el primer testimonio de esta explotación en una pintura mural de más de 10 mil años de antigüedad.

Los egipcios la tenían en gran consideración con fines alimentarios y medicinales, también de ellos el uso de humo para la extracción de la miel, posteriormente los griegos recetaban la miel como parte necesaria en la dieta, Aristóteles en “Historia de los Animales” nos introduce al uso de listones de madera para guiar las construcciones de cera, En Roma se servía con vino, siendo tan apreciada que llegó a ser exigida como tributo a los enemigos derrotados. En América éste néctar se utilizó como tratamiento contra las enfermedades infecciosas, En 1600 DC Butler determinó el sexo de la abeja reina conocida hasta entonces como rey.

Debido a las múltiples propiedades de la miel, ésta puede utilizarse de muchas formas, principalmente segmentadas en dos: miel para consumo doméstico y miel para uso industrial, dentro de la primera un estimado de 85%¹² de toda la va directamente al consumo y en la segunda la encontramos en aplicaciones cosméticas y terapéuticas. A continuación describiremos las aplicaciones de cada una:

Gastronómica: La manera más frecuente de encontrar la miel, es en la cocina y la pastelería como acompañamiento, como aditivo, como endulzante o como edulcorante.

¹¹

http://www.mexicoapicola.org/contenido/informacion_util/todo_sobre_la_miel/aspectos_tecnicos/los_tipos_de_miel.php. Fecha de consulta: Febrero 28, 2012

¹² Mercado de la miel y el azúcar en la Unión Europea http://www.infoagro.com/hortalizas/miel_azucar.htm. Fecha de consulta: Febrero 28, 2012

También se utiliza como humectante o para mejorar la conservación de los alimentos. Es fuente de carbohidratos, de vitaminas y antioxidantes, además de agregar diversidad nutritiva en un régimen alimenticio.

Terapéutico: La miel posee un gran poder antibiótico, bactericida y emoliente, por lo que ha sido utilizada desde siempre en el tratamiento de heridas, quemaduras, úlceras, etc., debido al contenido de una sustancia de efecto antimicrobiano denominada *inhibina*¹³. En los papiros de Eberts y Smith, que datan de antes del año 1500 a. C. ya se aconsejaba tratar con miel las heridas, ésta además de lo ya mencionado ayuda a facilitar la digestión y la asimilación de otros alimentos, posee propiedades sedantes, es antihemorrágica, anti anémica, antiséptica, antitóxica, emoliente y febrífuga, estimula la formación de glóbulos rojos, es utilizada para el tratamiento de gripes faringitis, laringitis y rinitis.

Cosmética: “la miel de abeja es uno de los mejores humectantes naturales para la piel gracias a su alto contenido de azúcar, previene la sequedad de la piel y la hidrata profundamente”. Asegura Pragna Chakravarti, directora ejecutiva del área científica de Jafra Cosmetics International. Por lo que se utiliza en la elaboración de artículos cosméticos, como cremas, jabones y mascarillas que se destinan al cuidado del cutis sirve de bálsamo limpiador por su contenido de ceras, azúcares y minerales. También puede ser utilizada como antioxidante que protege contra daños causados por los rayos solares y como regenerador de la piel reseca y marchita, así mismo es utilizada para brindar sedosidad y brillo al cabello.

Industrial: en esta parte se resumen todas las aplicaciones anteriores, como ya se mencionó es utilizada en la fabricación de otros alimentos para preservar su frescura. Esto debido a las propiedades de la miel para mantener frescos a los horneados por más tiempo. Otras industrias que usan miel incluyen a los fabricantes de tabaco y de productos farmacéuticos.

5. CALIDAD DE MIEL ORGÁNICA MEXICANA.

El cambio de los hábitos de consumo de productos naturales y sanos, ha creado mercados cada vez más exigentes, mismos que buscan productos de alta calidad definida. México se adapta a este esquema ya que produce una de las mejores mieles,

cumpliendo con los más altos estándares en materia de sanidad e inocuidad, por esto es muy cotizada en el mundo.

Los beneficios de ingresar en un sistema de producción orgánica certificada son múltiples, como el aumento en el activo del productor (proveniente sobre todo de los países de alto poder adquisitivo que privilegian la calidad y los productos con valor agregado). En el mundo existen más de 133 organismos certificadores que verifican la aplicación de normas y estándares para garantizar la calidad de miel que el consumidor busca. De este total, 50 se encuentran en Alemania, principal consumidor de miel mexicana.

Las organizaciones certificadas o en proceso de certificación son ya 17 empresas, ubicadas principalmente en entidades como Chiapas, Yucatán, Campeche y Oaxaca.

Entre las principales empresas productoras de miel orgánica en México encontramos las siguientes¹⁴:

- Productores Indígenas Serranos de Chiapas – (PROISCH-ARIC) son 150 Productores con 7,500 colmenas certificados por Maya Cert y BCS Äko Garantie
- Unión de Ejidos Profesor Otilio Montaña y Café Mundo Maya y Miyol con 625 productores y 4,500 colmenas, Certificados por IMO Control y Naturland
- Red Maya de Productores Orgánicos con 1,300 productores y 4,140 colmenas Certificada por OCIA Internacional, Quality Assurance International (QAI) e IMO Control y Naturland y BCS Äko Garantie
- Chilan Kaabo, S. de S.S. con 122 productores y 4000 colmenas Certificados por Certimex e IMO Control y Naturland
- Cooperativa Nueva Morelia/Piedra Huixtlacuenta con 160 productores y 3,500 colmenas Certificados por Maya Cert
- Productores y Agropecuarios de la Selva Lacandona – CIES tiene 98 productores y 3,214 colmenas, Certificados por Certimex

Así mismo el gobierno junto con varias organizaciones certificadoras y la SAGARPA ha implementado programas que tienen por objeto mantener la competitividad de la miel mexicana en el mercado mundial.

¹⁴Productores de Miel de Abeja Orgánica en México por Estado 2005

[http://vinculando.org/organicos/directorio de agricultores organicos en mexico/productores de miel de abeja organica en mexico por estad.html](http://vinculando.org/organicos/directorio_de_agricultores_organicos_en_mexico/productores_de_miel_de_abeja_organica_en_mexico_por_estad.html). Fecha de consulta :Febrero 12, 2012

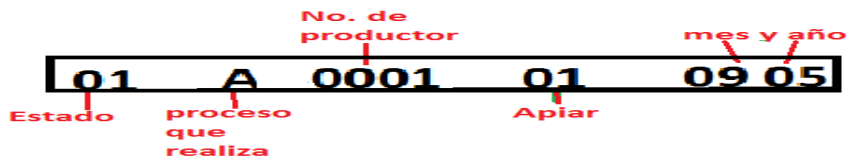
- **Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana:** que promueve el cambio anual de la abeja reina y núcleos, pudiendo acceder al programa apícola para adquirirlos al 50% de su costo.
- **Campaña Nacional contra la varroasis:** Esta campaña apoya y promueve el control de infestación del parásito, además de proporcionar capacitación acerca del tema.
- **Programa Nacional de Inocuidad y Calidad de la Miel.** Considera la aplicación de Buenas Prácticas para la Producción y Manufactura de la Miel. Incluye lineamientos para el trabajo apropiado de las unidades de producción y establecimientos de extracción y envasado de miel de abeja
- **Buenas Prácticas de Producción y Manufactura de Miel.** Es un programa de asesoría y capacitación técnica con transferencia de tecnología, su labor es asesorar en las actividades del campo, en la sala de extracción, hasta su manufacturación, es decir, colocación y mantenimiento de apiarios, alzas, extracción, almacén, comercialización y etiquetado. Todo esto para evitar riesgos de contaminación

Con estos programas se pretende concientizar y fomentar entre los productores la aplicación y seguimiento de sistemas de reducción de riesgos de contaminación a fin de lograr alimentos inocuos, para así lograr la homologación entre las normas mexicanas con las internacionales y así garantizar por un lado mercados nacionales e internacionales a los productores y por el otro a los consumidores la seguridad de que la miel mexicana es de excelente calidad

De la misma forma desde el año 2006 es posible rastrear el origen de la miel en México, gracias al “Sistema Nacional de Identificación de Miel”, implementado por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) y la Coordinación General de Ganadería de la SAGARPA, con el uso de una clave única que se compone de 13 dígitos e incluye a todos los que participan en la producción y se conforma así:

- Dos dígitos que indican el número de la entidad federativa, asignados por el INEGI donde se encuentra la unidad de producción
- Letra que indica el o los procesos que realiza :
A. apicultor,

- B. acopiador/envasador,
 - C. exportador,
 - D. importador,
 - E. apicultor/acopiador/envasador,
 - F. apicultor/envasador/exportador,
 - G. apicultor/importador,
 - H. acopiador/envasador/exportador, I:importador/exportador
- cuatro números que indican el número consecutivo del productor en el estado
 - Dos números que indican el apiar
 - Cuatro dígitos que indican el mes y el año (mm/aa)
- Ejemplo:



Todo lo anterior, permite que los apicultores conserven y mejoren la posición de México en el comercio mundial de la miel, y así satisfacer un mercado cada día más exigente, pues es indispensable que la miel mexicana continúe siendo competitiva en inocuidad y calidad para hacer frente a nuestros grandes contendientes.

6. MERCADO NACIONAL DE LA MIEL.

En nuestro país la producción y el consumo de miel ha hecho de este producto parte de nuestras costumbres y tradiciones, por lo que la apicultura es una actividad que tiene un papel fundamental del país, ya que por una parte genera muchos empleos (80% de los apicultores son campesinos de escasos recursos) y por la otra, se constituye como la segunda fuente generadora de divisas en el sector ganadero¹⁵.

A pesar del arraigo de esta actividad en México, el mercado interno o nacional de la miel no es tan alto como la demanda internacional, no obstante las campañas de promoción, y las tendencias de consumo de alimentos naturales surgidas en los últimos años, han

¹⁵

<http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Publicaciones/Lists/Estudios%20de%20situacin%20actual%20y%20perspectiva/Attachments/25/sppa9098.pdf>. Fecha de consulta Mayo 15, del 2011

logrado un incremento significativo. En el 2009 El consumo anual per cápita de miel en México aumentó de 200 a 350 gramos. Sin embargo es baja en comparación a los países europeos donde llega el consumo a 20 kilos por persona en el mismo período¹⁶, y hablando en específico de la miel orgánica es aún menor ya que tiene un precio superior a la miel común de 20% por lo que no es muy solicitada debido a los bajos niveles de poder adquisitivo que hay en México.

En nuestro país la comercialización de la miel es en dos líneas generalmente. La primera es a través de las grandes marcas que se consiguen en tiendas o supermercados y la segunda es a granel y se obtiene en los mercados sobre ruedas o directamente con los productores.

Según un estudio realizado por Investigadores del Fondo Internacional para el desarrollo de la Agricultura (IFAD) sobre la adopción de la agricultura orgánica por parte de los pequeños agricultores de América Latina y el Caribe,¹⁷ demostró que en La comercialización de los productos orgánicos en forma directa con los compradores resultó que los productores obtuvieran mejores precios. Mientras los contratos de pequeños productores con empresas comercializadoras y procesadoras de productos orgánicos les facilitó el acceso al mercado, a servicios de extensión, y en ocasiones a créditos, pero también tuvieron ciertas desventajas. Los productores se encontraron en general en una situación relativamente débil para negociar con las empresas debido a su insuficiente información y débil organización, lo que llevó a que obtuvieran precios relativamente bajos y a que aceptaran términos contractuales desfavorables.

7. LA MIEL MEXICANA EN EL MUNDO: PRINCIPALES MERCADOS.

Desde mediados de los setentas México se colocó como el principal Exportador de miel en el mundo pero debido a factores negativos en la década de los ochentas sufrió un proceso de depresión. “En los últimos años aumentó el valor de exportación de miel

¹⁶ Perfil del Mercado para la miel en la Unión Europea, Francisco j. Güemes, Universidad de Quintana Roo. www.miel.uqroo.mx/perfil.pdf. Fecha de consulta Febrero 28, 2012

¹⁷ International Fund for Agricultural Development (IFAD). http://www.ifad.org/evaluation/public_html/eksyst/doc/thematic/pl/organic_s.htm. Fecha de consulta Abril 11, 2011.

mexicana, que en el año 2006 fue de 48 millones de dólares, el año siguiente llegó a 56 millones y en 2008 alcanzó 84 millones de dólares.”¹⁸

En el ámbito global se ha incrementado el consumo de productos orgánicos, y la miel no ha sido la excepción. De la producción orgánica de México, 85% se destina a la exportación, el restante 15% se vende en el mercado interno, sobre todo como producto convencional, porque todavía no existe una alta demanda nacional para estos productos. Los destinos de las ventas externas son Estados Unidos, Alemania, los Países Bajos, Japón, el Reino Unido y Suiza, entre otros.

De acuerdo a datos de la FAO correspondientes al 2004, los principales compradores a nivel mundial de miel, son Estados Unidos con 107.6 miles de Tons, Alemania con 92.52 miles Tons. Japón con 47.033 miles TM, Reino Unido con 24.24 miles TM, Francia con 16.37 miles TM e Italia con 15.31 miles TM. A ellos les siguen otros países de la Unión Europea con cantidades un poco inferiores a las francesas. Lo que destaca el organismo internacional es que Dinamarca y Arabia Saudita han ido incrementando su demanda al mercado internacional al punto de sobrepasar a países tradicionales. China, con su crecimiento económico en los últimos años, podría entrar a la lista muy pronto si su producción local no llega a adaptarse a la demanda interna de compra.

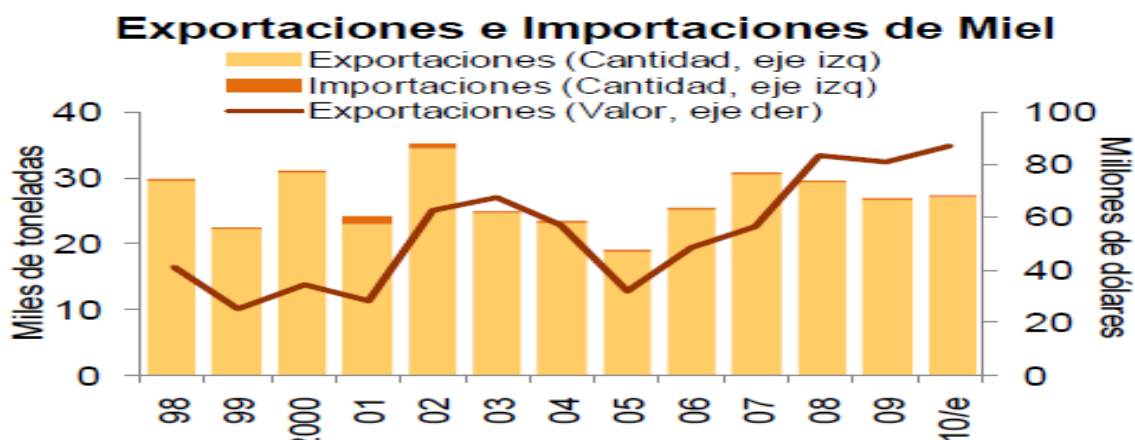
La Unión Europea es el destino de la Mayor parte de la miel mundial y el principal país consumidor de miel orgánica mexicana es Alemania, seguido de Bélgica e Inglaterra.

Las exportaciones de miel generan un ingreso en divisas superior a los 50 millones de dólares anuales, que las ubica como una de las tres actividades más relevantes de exportación en el sector pecuario,¹⁹ en 2008, México fue quinto productor mundial de miel de abeja y el tercer exportador, de acuerdo con la FAO.

¹⁸ Fuente: http://www.mexicoapicola.org/contenido/informacion_util/competitividad/ Fecha de consulta: Abril 15, 2011

¹⁹ <http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Document/Monografias/Monograf%C3%ADaMiel.pdf>. Fecha de consulta Febrero 28 2012

GRÁFICA 2: Exportaciones e Importaciones de Miel.



Fuente: Financiera Rural con datos del INEGI y Secretaria De Economía²⁰.

Entre 2002 y 2006 la Mayor parte de la miel exportada tuvo como destino Alemania (45% del total), el resto se exportó a Estados Unidos (20%), Arabia (8%), Bélgica (4%), Japón (1%) y un conglomerado de otros países (22%). Reino Unido, Bélgica y Suiza, se encuentran también entre los principales compradores de miel mexicana.

TABLA 2: Exportaciones Mexicanas De Miel Enero-Mayo 2011

País	Porcentaje	Volumen en Kg.	Valor en USD
Total	100.00%	2,285,341.80	\$8,170,094.80
Alemania	55.78%	1,320,777.20	\$4,557,191.80
Suiza	11.66%	280,636.60	\$952,584.00
EE.UU.	9.68%	222,404.40	\$790,626.40
Arabia S.	8.72%	212,801.00	\$712,028.80
Reino unido	5.86%	143,427.20	\$479,043.40
Bélgica	4.29%	10,592.00	\$350,782.40
Japón	1.36%	29,721.40	\$111,451.20
Ucrania	1.31%	33,408.00	\$106,905.60
España	0.82%	19,200.00	\$66,912.00
China	0.52%	12,374.00	\$42,569.20

Fuente: Elaboración Propia con datos de la Secretaria de economía²¹

²⁰<http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaMielf.pdf>.

Fecha de consulta Febrero 28 2012

²¹<http://www.economía-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=04090001&paper=cm1exp>.

Fecha de consulta: 6 Septiembre 2011.

En la tabla anterior podemos ver los 10 principales destinos de exportación de miel del 2011. De la misma vemos que Alemania sigue siendo el principal cliente absorbiendo el 55%, seguida por Suiza con 12% y EE.UU. con 9%; De acuerdo a los valores vemos que el Bélgica que ocupa la octava posición es el destino que la compra por un valor más bajo en comparación con las anteriores.

TABLA 3: Principales Países Importadores De Miel 2008.

País	Cantidad en toneladas	Valor miles de USD	Precio Miles de USD por tonelada
Alemania	91,923	\$248,402	\$2.70
EE. UU.	104,962	\$220,291	\$2.10
Reino unido	30,297	\$104,683	\$3.46
Francia	27,960	\$94,194	\$3.37
Japón	41,682	\$85,554	\$2.05
Italia	13,389	\$44,223	\$3.30
Bélgica	16,340	\$42,392	\$2.59
España	16,290	\$39,839	\$2.45
Arabia S.	8,819	\$34,253	\$3.88
Países Bajos	8,583	\$28,601	\$3.33
Suiza	7,244	\$27,167	\$3.75

Fuente: Elaboración Propia con datos de FAOSTAT

Según las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (por sus siglas en inglés FAO) en el 2008 el principal país importador mundial de miel es Estados Unidos, quien la adquiere a un precio muy bajo mientras que Arabia S. se encuentra dentro de los primeros diez lugares es de las naciones que adquiere este producto a un precio Mayor que sus competidores.

De acuerdo a las tablas anteriores sabemos que Alemania y Estados Unidos figuran en las principales posiciones de compra de miel lo que nos demuestra que ambos al ser parte de los principales clientes de México, también son mercados bien abastecidos y en los que este producto ha sido exitoso por lo que es importante buscar nuevos mercados potenciales.

8. COMPETENCIA INTERNACIONAL.

Los países que más demandan miel, son Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido, Italia, Francia, España y Países Bajos. Todos ellos concentran cerca del 78%, Estados

Unidos con un 19.4% y Japón 12.3% mientras que Europa sigue siendo el principal demandante, pues se abastece en un 48% con producto importado. Con estas cifras podemos decir que la demanda proviene de países desarrollados cuya población posee un alto nivel de poder adquisitivo. En algunos de estos países, las importaciones no son solo para satisfacer la demanda interna, sino que sirven para completar las exportaciones que realizan, este es el caso por ejemplo de los Países Bajos y Alemania.

Hay seis países que han destacado por su participación exitosa en la producción de miel abarcando cerca del 46% del total mundial, estos países son China con una aportación del 18.2% colocándose como el principal productor mundial, EE.UU. con 7.8%, Argentina con 6%, Turquía con 5.1%, México con 4.9% y la India con 4.3%²².

“Las exportaciones mundiales de miel se mantienen en una tasa de crecimiento anual de 2.6%, de los seis países mencionados solo cuatro de estos se destacan como exportadores, concentrando más del 60% de las exportaciones mundiales Argentina con 19.5% China, con 15.9%, México con 7.5%²³ y Alemania con 5.8% este ultimo junto con Hungría que también aporta 5.8%²⁴ son un caso especial ya que si bien Alemania destina más del 60% de su producción a la exportación, las cifras de importación de miel también son muy altas y rebasan su consumo aparente, mientras que Hungría al no destacar como productor, si lo es como exportador con niveles altos, lo cual nos indica que ambos países triangulan el producto proveniente de otras naciones.

Regresando a las tres primeras posiciones de exportación que se posicionan también dentro de los mejores productores, encontramos así a nuestros principales competidores China y Argentina

Argentina, destina más de 90% de sus volúmenes a la exportación, con lo que cubre el 19.5% de la demanda mundial, sin embargo su miel en el mercado Europeo se ha visto afectada, ya que si bien es una miel de calidad, también se ha demostrado que contiene residuos contaminantes, por ejemplo, hace algunos años encontraron residuos de

²² La producción de miel en México Modernidad y tradición
<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/revistas/128/ca128.pdf>. Fecha de consulta Febrero 28, 2012

²³<http://www.agronet.com.mx/cgi/articles.cgi?Action=Viewhistory&Article=0&Type=G&Datemin>. Fecha de consulta Febrero 28 2012

²⁴ Monografía de la miel
<http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaMiel%28Ene11%29vf.pdf>. Fecha de consulta: Febrero 28, 2012.

nitrofurano en sus mieles, por lo cual no cuenta con la calidad requerida, y esto a su vez lo que ocasionó graves problemas para poder comercializarla. La Unión Europea ha impuesto restricciones a la miel argentina pues ha demostrado contener residuos ya sea arriba o debajo de lo permitido de acuerdo a sus estándares, esto aunado a que no cuenta con acuerdos comerciales con la Unión Europea ni con EE.UU., por lo que paga aranceles más elevados para poder ingresar su producto en estos mercados. En la UE el arancel que paga es el 17.3 %, mientras que en Estados Unidos tiene que pagar aranceles adicionales que promedian un 36.5%, esto es debido a medidas de protección anti dumping y de subsidios. El alto costo que representa para los argentinos estas medidas se reflejan en el costo alto que se le impone al consumidor.

China destina solo 40.6% de su producción nacional para cubrir el 15.9% de la demanda mundial. La producción de miel en China es de forma familiar y no profesionalizada, lo que les ha ocasionado problemas, por ejemplo en el 2003 la UE detectó miel proveniente de China contaminada con un antibiótico llamado cloranfenicol, razón por la cual se restringió el ingreso de miel y otros alimentos como pescados, crustáceos y carnes provenientes de ese país destinados al consumo humano y animal en la UE Estados Unidos y Canadá. Con esta medida La UE encontró la manera de apartar al gigante asiático de su mercado ya que logró que las importaciones de miel a Europa se redujeran en 73.67% en los primeros 11 meses de ese año. Hasta el año 2005 cuando se levantó la prohibición, no sin antes exigir que las autoridades del Ministerio de Agricultura Chino prohibieran rotundamente en su país la aplicación de este antibiótico en la producción de alimentos, sin embargo a futuro ocasionó la desconfianza en los consumidores sobre los productos de esa procedencia.

México destina más del 50% de su producción al extranjero contribuyendo así al 7.5% del mercado mundial, se posiciona delante de sus competidores ya que tiene ventajas comparativas ante los anteriores. Por un lado nuestro país cuenta con empresas certificadoras que avalan la alta calidad de este producto, de acuerdo a los estándares exigidos en los países de destino, además cuenta con tratados de libre comercio con los principales consumidores, entre ellos el TLCUEM y el TLCAN, lo que otorga preferencia arancelaria a nuestra miel, que se ve reflejada en un mejor precio y una Mayor accesibilidad al consumidor final.

De acuerdo a lo anterior, sabemos que la miel mexicana es reconocida por su buena calidad a nivel mundial y que ha tenido una buena aceptación en mercados tan exigentes como el de Alemania, al que destina la Mayor parte de sus ventas, a través de esto es posible abrir camino a nuevos mercados en donde este producto sea bien recibido con el fin de diversificar y ampliar las ventas internacionales para de este modo no depender únicamente de un cliente que a su vez funge como distribuidor, proponiendo así a Lituania como un mercado Meta.

CAPITULO II LITUANIA: MERCADO META

El país que se ha elegido como destino es Lituania, a fin de incrementar las actividades comerciales entre México y ésta ex-república soviética, ya que a pesar de que es parte de la Unión Europea y por lo tanto del TLCUEM; el comercio entre estas dos naciones es mínimo.

Lituania es un país que guarda muchas similitudes con el nuestro y es también un consumidor de miel cuya demanda va en ascenso a la par de su crecimiento económico, sin embargo su producción está decayendo no lo mismo su producción ya que a pesar de que gran parte de su territorio está ocupado por áreas verdes, existen únicamente cuatro empresas dedicadas a la obtención de este bien, por lo tanto no poseen la capacidad de cubrir la demanda interna del producto; así mismo se ha detectado que la miel lituana no posee la calidad correspondiente a las exigencias del mercado Europeo .

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LITUANIA.

Con el fin de conocer y la situación del país al que pretendemos enfocarnos como próximo mercado estratégico es importante conocer ciertos datos de manera general para de este modo apoyar a que el exportador tenga un panorama general de la sociedad Lituana y el contexto de la misma y tener éxito así tanto en las negociaciones como en la mercadotecnia aplicada a la venta del producto.

El nombre oficial es República de Lituania o *Lietuvos Respublika* (en lituano) es República parlamentaria con una población La población es de 3.3 millones de habitantes, es el Mayor y más poblado de los estados bálticos,²⁵, el idioma oficial es el lituano, Los primeros lituanos, fueron una rama de los baltos, el primer Estado lituano fue constituido en 1253 en Vilna, fue anexionada a Polonia en 1569, formando la República de las Dos Naciones convirtiéndose en el país más grande de Europa. Posteriormente fue incorporada a Rusia en 1795. Durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, (1915-1918 y 1942-1944 respectivamente) fue ocupada por Alemania,

En 1940 las tropas de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) ocuparon el país y desde ese año hasta 1990 se convirtió en la República Socialista Soviética de Lituania, proclamando su independencia el 11 de marzo de 1990.

²⁵ http://europa.eu/abc/european_countries/eu_members/lithuania/index_es.htm

Desde el 2004, Lituania forma parte de la Unión Europea y del Consejo de Estados del Mar Báltico. Actualmente se encuentra en negociaciones para adherirse también al Consejo Nórdico, además de ser miembro en pleno derecho de diferentes organizaciones internacionales como la OTAN.



Fuente: Elaboración propia con imágenes de dosmanzanas.com²⁶ y europa.eu²⁷

1.1 GEOGRAFÍA

Lituania es el más poblado, extenso y meridional, de los Estados bálticos, se encuentra al Norte de Europa, junto al mar Báltico que comparte con Suecia, Finlandia, Estonia, Letonia, Polonia, Alemania, Dinamarca y Rusia. Al norte limita con Letonia, al este con Bielorrusia y al suroeste con Polonia y el enclave ruso de Kaliningrado.

Tiene una superficie de 65 000 km², el paisaje lituano es predominantemente llano, tiene 758 ríos, más de 2,800 lagos y 99 km de costa en el Mar Báltico, dedicada en su Mayor parte a zonas de recreo y conservación de la naturaleza. Los bosques ocupan algo más del 30% de la superficie del país. Lituania ésta dividida en 10 condados y su capital es Vilna y se encuentra a orillas de los ríos Neris y Vilna²⁸

Las principales ciudades del país están unidas por autovías de cuatro carriles. Lituania cuenta con 4 aeropuertos: Aeropuerto Internacional de Palanga, Aeropuerto Internacional de Vilna, Aeropuerto de Kaunas y Aeropuerto de Riga; Kláipeda, es su puerto más

²⁶ <http://www.dosmanzanas.com/2011/01/el-parlamento-europeo-pide-a-Lituania-que-no-apruebe-una-ley-abiertamente-homofoba.html> Fecha de consulta Mayo 8, 2011

²⁷ http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/lithuania/index_es.htm. Fecha de consulta Mayo 8 2011

²⁸ <http://www.localidadesturisticas.com/tag/turismo-historico>. Fecha de consulta Febrero 28, 2012.

importante porque no interrumpe su actividad en el invierno a causa del hielo, es el que tiene instalaciones más modernas y eficientes. La ciudad más poblada es Riga en la cual reside el 42% de la población y Vilna que es la capital son las mejores ciudades para vender el producto, la segunda cuenta con la Mayor concentración de tiendas especializadas en productos orgánicos²⁹.

1.2 ECONOMÍA.

Desde su independencia en 1991, el Estado lituano ha hecho grandes reformas económicas, logrando pasar de ser una economía en recesión en 1991, a tener un crecimiento económico del 10.3% en 2003, esto se vio afectado debido a la crisis económica de 2008-2009, que golpeó duramente al país, tiene un Producto Interno Bruto Per Cápita de 12.32³⁰ USD un porcentaje de desempleo de 5.30% que representa alrededor de 3, 585,906 habitantes.

Los recursos naturales de Lituania son principalmente forestales aunque también maneja la piedra caliza y el cuarzo, es en especial un buen productor de ámbar, En el sector secundario destacan la producción de energía, la fabricación de Láser reconocidos mundialmente, la Biotech, plásticos, tratamiento de metal, maquinaria y equipos eléctricos, transformación de la madera de muebles, textiles y prendas de vestir (uno de los países de la UE más especializada del sector) Alimentos, Inmobiliario y Turismo ecológico intacto, con una bien desarrollada red de turismo rural.

Estos datos nos indican que el poder adquisitivo de los lituanos es creciente por lo que el precio de la miel de importación es accesible aun con él sobre precio del 30% que tiene la miel orgánica, también es importante para considerar dentro de que rangos puede fluctuar el precio de nuestro producto, aunado a esto sabemos que aun con este valor el precio de la miel producida en su territorio sigue siendo Mayor que el de la miel importada.

²⁹ Tiendas de alimentos Saludables en Lituania
http://translate.google.com.mx/translate?hl=es&langpair=lt|es&u=http://www.sveikasirjaunas.lt/index.php%3Foption%3Dcom_content%26view%3Darticle%26id%3D48%26Itemid%3D67. Fecha de consulta Marzo 15,2012

³⁰ Fuente: Fondo Monetario Internacional

Al crecer la economía del Lituania creció también la demanda de sus consumidores por productos que brinden cierto estatus, en este caso el acceso a una vida más saludable, lo que es un dato a tener en cuenta ya que el exportador de miel ofrecerá un producto que cumple con estas características.

2. LITUANIA COMO PARTE DE LA UNIÓN EUROPEA.

Las negociaciones para formar parte de la UE iniciaron el 8 de diciembre de 1995, cuando se presentó formalmente la solicitud de entrada en la Unión. Sin embargo, fue hasta Mayo de 2003 que se firmó el Tratado de Adhesión así Lituania ingresó en el 2004 a la UE. Es un país que ha aumentado su calidad de vida, economía a partir de su incorporación, de hecho se mantiene como el país con Mayor crecimiento de esta integración. *Lituania sigue una política exterior liberal*, por lo que el volumen del comercio con el extranjero va en continuo crecimiento, con ello aumenta sus niveles de consumo, ya que al abrir sus fronteras se han encontrado con productos y servicios que estuvieron fuera de su alcance por mucho tiempo y ahora tiene la posibilidad de adquirir a un mejor precio.

A lo largo de este proceso de adhesión Lituania y la UE negociaron algunos temas como la central nuclear de Ignalina, que proporciona más del 70% de la energía del país y que muchos califican como un desastre latente. El segundo tema a negociar y quizás más importante es el enclave ruso de Kaliningrado, un pequeño territorio de alrededor de un millón de habitantes por el que pasaba gran parte del tráfico de alcohol y cigarrillos hacia Rusia y que con la ampliación, ha quedado rodeado por la UE y se convirtió en el primer estado de los 27 en aprobar la nueva constitución de la UE.

2.1 EL ESPACIO SCHENGEN.

La aceptación de Lituania en el espacio Schengen³¹ fue complicada debido a dificultades técnicas relacionadas al ajuste del sistema de información Schengen (SIS) con el sistema lituano pero sobre todo a complicaciones de carácter económico, pues, se había planteado que 10 miembros de la UE, entre ellos Lituania a pesar de su preparación con

³¹ El espacio y la cooperación Schengen se basan en el Tratado Schengen de 1985. representa un territorio donde está garantizada la libre circulación de las personas suprimiendo todas las fronteras interiores y en su lugar han establecido una única frontera exterior. Dentro de esta se aplican procedimientos y normas comunes en lo referente a los visados para estancias cortas, las solicitudes de asilo y los controles fronterizos.

los aumentos en el flujo de capital y la apreciación anticipada de su moneda³², no serían capaces de unirse al sistema Schengen, y por lo tanto no podrían convertirse en miembros plenos, las dificultades se resolvieron gracias a la ayuda de Portugal, que propuso una alternativa provisional para ajustar el sistema actual a los nuevos Estados, así Lituania, ajustó con éxito su sistema nacional, y se convirtió en miembro del espacio Schengen el 21 de diciembre de 2007. Como resultado, el control de las fronteras se abolió y permite que los ciudadanos se muevan libremente.

La incorporación de Lituania a espacio Schengen es un dato a tener en cuenta para el exportador ya que como miembro de este la libre circulación de bienes y servicios se vuelve muy útil si deseamos ubicar a Lituania como mercado estratégico de distribución, aunado a esto el movimiento de personas resulta un factor importante si consideramos el turismo gastronómico.

Tal como exige el Pacto de Estabilidad y Crecimiento, al final de cada año Lituania presenta una actualización de la estrategia fiscal a mediano plazo, y programas de estabilidad. Este pacto apoya a brindar cierta seguridad en las inversiones extranjeras.

2.2 EUROS Y LITAS

Lituania no ha adoptado aún el euro como su moneda, por lo que sigue usando la moneda oficial del país llamada Lita. Como parte de los preparativos para unirse a la zona del euro, lo cual se pretende sea en el 2014, Lituania es miembro del Mecanismo de Tipos de Cambio II (MTC II). El tipo de cambio de la zona del euro de los Estados miembros se fija frente al euro y sólo se le permite fluctuar dentro de los límites establecidos. Hasta un 15% por encima o por debajo de este tipo central, Las Litass de Lituania se incorporaron al MTCII en junio del 2004 y tiene una paridad al euro de 3.45 es decir que:

1.00 Lita (Ltl) = 0.2896 Euros (€) ó 1.00 Euro (€) = 3.4528 Litass (Ltl).



³² <http://www.oecd.org/dataoecd/59/23/2503638.pdf> Fecha de consulta Abril 15, 2012

Dado que el Euro se ha convertido en una moneda global y atractiva que es utilizada en el comercio internacional, Lituania se unirá a la zona del euro tan pronto como cumpla las condiciones necesarias tal como se define en los criterios de convergencia de Maastricht. El progreso hacia éstos es evaluado por la Comisión y el Banco Central Europeo en los informes periódicos de convergencia.

Con respecto a la política del país en relación a la UE, se ha presentado un proyecto llamado “La política de Lituania a la UE” este es un documento estratégico de mediano plazo, que de conformidad con las prioridades de desarrollo nacional en general, en él se establecen los principios básicos de la política de Lituania a la UE que son proporcionar orientaciones estratégicas para el período 2008-2013, participar activamente en el proceso de toma de decisiones y para asegurar que éstas sean coherentes con los intereses nacionales y comunes de la UE, así mismo Lituania contribuirá a la seguridad de los ciudadanos y el bienestar, con el desarrollo de un mejor estado y de las condiciones de la sociedad, los objetivos de esta política son establecer las disposiciones fundamentales de la UE, la visión de Lituania, cómo parte de la UE debe seguir desarrollándose y su papel en este proceso es ayudar a identificar a las autoridades lituanas de las prioridades de la UE, crear las condiciones para la UE la política de Lituania sería aún más clara y más comprensible, apoyar los preparativos de Lituania para la presidencia de la UE en 2013 la posición de Lituania y las prioridades de las directrices de la UE sobre la política de las cuestiones más apremiantes, el fortalecimiento de la capacidad administrativa de servicio público.³³

3. RELACIONES COMERCIALES MÉXICO Y LA UNIÓN EUROPEA (UE).

México es el país que cuenta con más tratados comerciales en el mundo, pero su comercio exterior se limita principalmente a Estados Unidos, esto puede ser explicado por diversos factores como son su cercanía geográfica y la migración excesiva de mexicanos a ese país, pero desgraciadamente esta limitación en el comercio exterior también nos da por resultado una dependencia económica y de cierta forma política ante nuestro vecino del norte, de esta manera es como México buscando diversificar socios comerciales y ampliar el comercio exterior inicia negociaciones con la Unión Europea y en 1997 después

³³ <http://www.lrv.lt/lt/lietuva-es/lietuvos-es-politikos-strategines-kryptys/> Fecha de consulta:, Junio13, 2011

de varios años y 9 rondas de negociaciones, México firma y ratifica el tratado de libre comercio con la unión europea (TLCUEM) que entró en vigor el 1 de Julio del 2000, convirtiéndose así en el primer país en Latino América en concretar un acuerdo con la Unión Europea, quien contaba con solo 15 miembros en ese momento, y posteriormente incorporaron 10 miembros más, entre ellos las ex-repúblicas soviéticas.

Este fue un tratado de difícil negociación ya que antes de su entrada en vigor, organizaciones mexicanas y europeas iniciaron un intenso trabajo de análisis, incidencia y cabildeo sobre el contenido y los procedimientos de las negociaciones en torno al TLCUEM y el Acuerdo Global. En México este espacio se denominó “Ciudades de México ante la Unión Europea” y sus objetivos incluían:

- Alcanzar un Acuerdo Global entre las partes que beneficie a la población en general.
- La creación de mecanismos claros y concretos para la participación y la consulta de las organizaciones no gubernamentales y otros sectores sociales en el diseño, formulación, evaluación y verificación del Acuerdo.
- La promoción y la protección del derecho a la información;
- El fortalecimiento jurídico de la cláusula democrática.³⁴
- La realización de informes semestrales y/o anuales en los que se evalúe el impacto del Acuerdo en diversos sectores o áreas;
- La inclusión de una agenda social en la que se incorporen medidas concretas para proteger, compensar y dar soluciones justas a los sectores afectados por la crisis social resultante de las políticas de apertura económica.³⁵

De esta forma se logró consolidar el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea, Los once capítulos de los cuales consta este Tratado son:

³⁴ la cláusula democrática establecida en el Artículo 1 del TLCUEM, establece que: “el respeto a los principios democráticos y a los derechos humanos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que inspiran las políticas internas e internacionales de las partes y constituye un elemento fundamental del acuerdo” cuya sanción al incumplirse va desde la suspensión del mismo hasta un embargo comercial. Sin embargo a 12 años de la entrada en vigor aun no hay organismos ni mecanismos que aseguren el cumplimiento de la cláusula ni que evalúen la situación de derechos humanos y medio ambiente en las naciones comprometidas, y aun que la marcan como elemento fundamental esta cláusula no es vinculante es decir que compromete a México pero no a la UE y si bien los 27 países se exigen entre ellos a México solo le piden reformas en áreas fiscales, energéticas y de trabajo con el fin e involucrar más a sus empresas en estos sectores e incrementar sus ganancias. .

³⁵ Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMALC) <http://www.rmalc.org.mx/tratados/ue/documentos/meyer.pdf>. Fecha de consulta Junio 13, 2011

- Acceso a mercados
- Reglas de origen
- Normas técnicas
- Normas sanitarias y fitosanitarias
- Salvaguardias
- Inversión y pagos relacionados
- Comercio de servicios
- Compras del Sector Público
- Competencia
- Propiedad Intelectual
- Solución de controversias

Dentro de los resultados de la negociación en materia de acceso a mercados encontramos que las propuestas son:

- Eliminar gradual y recíprocamente los aranceles a la importación.
- Reconocer la asimetría entre México y la Unión Europea mediante plazos de desgravación diferenciados para los distintos sectores.
- Eliminar las prohibiciones y restricciones cuantitativas (permisos a la importación o exportación)³⁶

Para productos industriales quedaría:

- Un trato asimétrico a favor de México, debido a que la desgravación arancelaria europea concluyo en 2003, mientras que la mexicana lo haría en el 2007.
- La consolidación del sistema de acceso preferencial a las exportaciones mexicanas en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP); la unión Europea tomaría como tasa base de desgravación de los aranceles vigentes en el SGP para las exportaciones mexicanas.

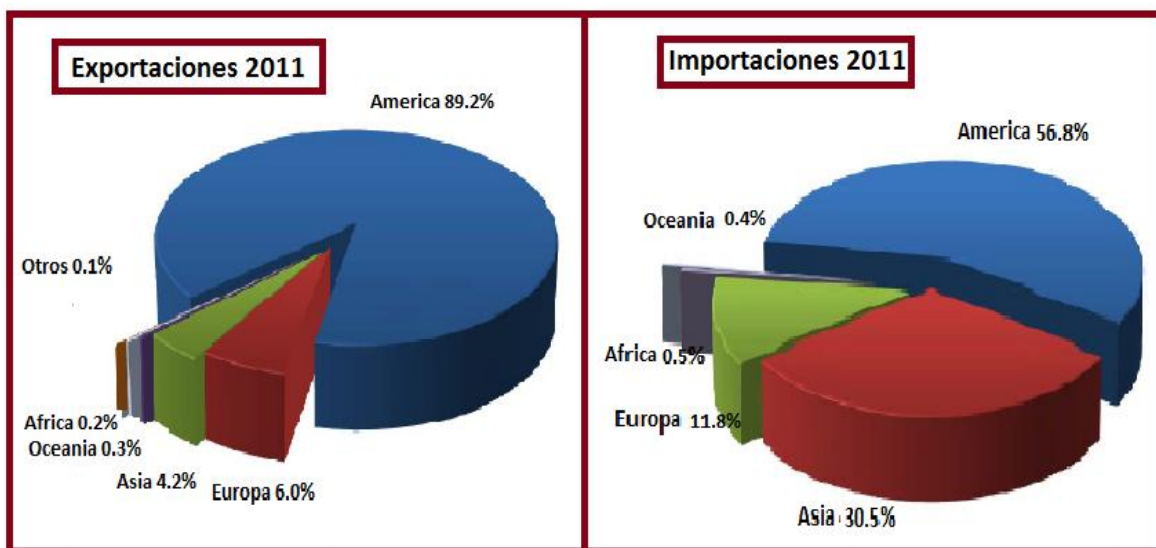
Para los productos agrícolas:

- Se reconocerían las condiciones especiales del sector y se establecería una desgravación paulatina de 10 años, cuotas de importación y una lista de espera para productos en los que la UE otorga importantes apoyos a la producción y a la exportación.

³⁶ Pero se conservaría el derecho de adoptar medidas necesarias para proteger la vida o la salud humana, animal o vegetal del medio ambiente o la moral pública.

Pero a pesar del empeño puesto en esta negociación y la competitividad y el crecimiento económico que obtuvo México no se le ha dado la fuerza e importancia que requiere ya que el comercio de nuestro país y la unión europea representa solo el 6% de nuestra balanza comercial, como se muestra en la siguiente grafica

GRÁFICA 3: Porcentajes de Comercio Exterior de México por Continentes.



Fuente: elaboración propia con imágenes y datos de: Estadísticas de comercio exterior de México información preliminar Enero-diciembre 2011.³⁷

De esta cifra los negocios se realizan únicamente con pocos, países como Alemania, España, Francia, Holanda, Italia y el Reino Unido que son el destino y origen de más del 80 por ciento de las transacciones, (*sólo España y Alemania concentran 53.06% de nuestras exportaciones a la Unión Europea*)³⁸

Del mismo modo en la grafica anterior podemos ver que nuestro comercio se enfoca Mayoritariamente con América, esto demuestra que México ha dejado de lado el comercio con otros países pertenecientes a la UE ya sea por su lejanía o su diferencia de culturas, lo que nos da por resultado un mercado virgen y poco explorado pero sobre todo con un gran potencial con el cual México ya tiene la puerta abierta.

³⁷ http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/ecem.pdf Fecha de consulta Marzo 1, 2012

³⁸ Balance del Acuerdo Global entre México y la Unión Europea a 8 años de su entrada en vigor, Arroyo Alberto, Villareal Jorge <http://www.equipopueblo.org.mx/descargas/libro%20EU-boell.pdf> Fecha de consulta Junio 13, 2011.

La UE ve a México como un socio comercial estratégicamente importante por dos razones: La primera, porque después de Brasil, México es la segunda economía de América Latina, con más de cien millones de consumidores y en segunda, por la cantidad de acuerdos de libre comercio que tiene Nuestro País, ésto aunado a su posición geográfica para acceder libremente al mercado americano.

Aunque la Unión Europea se ha convertido en el segundo socio comercial y la segunda fuente de inversión extranjera directa en México³⁹ Europa debería ser el primer socio comercial por factores como diversificación y ampliación de mercado, pues la UE es considerada la primera potencia comercial del mundo, porque concentra casi la quinta parte del comercio mundial y tiene una población de 600 millones de habitantes, con continuo crecimiento en poder adquisitivo.

De acuerdo con el Banco de México y Eurostat (oficina europea de estadística), en 1999 el comercio bilateral registró 18.4 mil millones de dólares, para 2007 rebasó los 48 mil millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 162 %, las exportaciones de productos mexicanos a la UE sumaron 14 mil millones de dólares, mientras que las importaciones totalizaron 34 mil millones de dólares. Lo que representa una diferencia muy marcada y a su vez una pérdida económica, pero debido al efecto de la crisis económica internacional, durante el primer cuatrimestre de 2010 destaca la recuperación de las exportaciones mexicanas con un 30%

A 11 años de la entrada en vigor del TLCUEM, se han encontrado atractivos mercados para las exportaciones mexicanas de productos agropecuarios, químicos, maquinaria, equipo de transporte y manufacturas diversas, por lo que se han implementado programas de cooperación para promover la facilitación comercial y su aprovechamiento por parte de Pymes. Tales como:

- **PIAPYME** (Programa Integral de Apoyo a la PYME) que pretende incrementar la competitividad y capacidad exportadora de PYMES mexicanas. apoyando proyectos de negocios a la UE con información, capacitación y asistencia técnica (alianzas estratégicas, transferencia de tecnología y adquisición

³⁹ “En marzo de 2010, la inversión acumulada superó los 80 mil millones de dólares lo que equivale a un tercio de la inversión extranjera directa recibida en el país”, A Diez años de la firma del TLCUEM, <http://www.continentaltrading.com.mx/productos/a-10-anos-de-la-firma-del-tlcuem>. Fecha de consulta Junio 13, 2012

de patentes).uno de los caso de éxito es el Proyecto Integral para Apicultores Mayas y Proyecto de DO «Café Veracruz»⁴⁰.

- **PROTLCUEM.** Proyecto de Facilitación del TLC México-UE. El objetivo de este programa es profundizar las relaciones económicas, comerciales y empresariales México-UE a través del fortalecimiento institucional de organismos gubernamentales mexicanos responsables de implantar el TLCUEM. Dando Formación y capacitación a funcionarios mexicanos, realización de estudios y análisis sectoriales, asistencia técnica y asesoría de expertos en instituciones como la Administración General de Aduanas,(AGA) Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Comisión Federal de Competencia (CFC), etc. apoyando también con equipamiento y modernización de instalaciones mexicanas y programas de competitividad e innovación México-UE⁴¹.

Los productos que México exporta a la Unión Europea son petróleo, (29% de la ventas a la UE) vehículos, maquinaria y material eléctrico, reactores nucleares, perlas y piedras preciosas, instrumentos y aparatos de óptica, cereales; zinc, plomo, productos fotográficos o cinematográficos.

La concentración de las exportaciones mexicanas a la UE es en un reducido número de productos, lo que confirma que existen aún grandes retos en materia de penetración al mercado europeo.

Los Estados miembros de la UE que Mayor inversión han destinado a México son: España, Países Bajos, Reino Unido y Alemania. En conjunto representan 89.1% de la IED proveniente de la UE y se encuentra concentrada en la industria manufacturera y servicios financieros, pues existe un gran número de empresas europeas en México, ya sea para atender el mercado mexicano o para exportar a EE.UU., pero de igual forma implica entrada de divisas y creación de empleos.

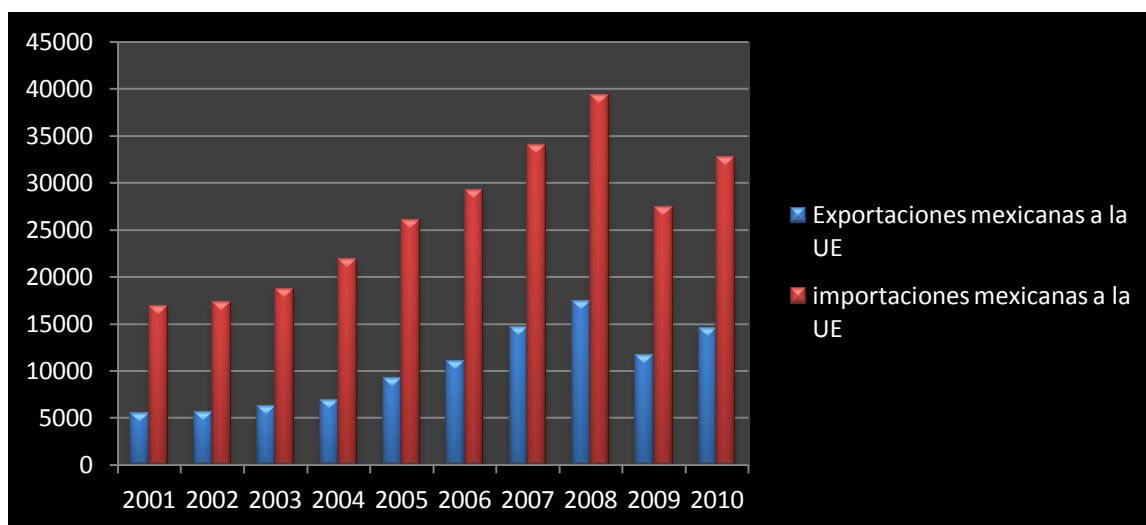
Por otro lado las Importaciones mexicanas provenientes de la UE son insumos y no bienes de consumo. Las empresas comunitarias establecidas en México importan insumos de la UE, los transforman en bienes terminados y en muchos casos los exportan al mercado estadounidense, aprovechando la posición estratégica de México.

⁴⁰ 12ava Guía básica del exportador, Promedio
<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaBasicaDelExportador.pdf>.
Fecha de consulta Junio 13 2011

⁴¹ Ibídem.

Algunos de los productos que se importan con Mayor dinamismo a partir del TLCUEM son: vehículos, sal, gomas y resinas, plomo y fibras sintéticas, gasolina, medicamentos, insumos para las industrias automotrices.⁴²

GRÁFICA 4: Crecimiento del comercio entre México y la UE (millones de Dólares)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI⁴³

De acuerdo a la gráfica anterior podemos observar que el comercio con la Unión Europea se ha mantenido en crecimiento alcanzando un record en el año 2008 con exportaciones superiores a los \$17,300 millones de dólares, y aun que en el 2009 sufrió un retroceso parece iniciar una nueva etapa de crecimiento que debemos aprovechar para diversificar los mercados dentro de la UE, ya que como ya se ha mencionado de los 27 estados que la integran las relaciones comerciales fuerte son solo con unos cuantos miembros.

4. RELACIONES COMERCIALES ENTRE MÉXICO Y LITUANIA

Como ya se mencionó, desde la entrada de Lituania a la Unión Europea, quedó dentro del tratado comercial que esta tiene con México, sin embargo y por desgracia ninguna de las dos naciones han hecho grandes esfuerzos por ampliar sus relaciones y es tan

⁴² http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/Studies/Resultados_s.pdf. Fecha de consulta Febrero 28, 2012

⁴³ INEGI Balanza comercial Exportaciones por zona geográfica <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=sext02&s=est&c=24790>. INEGI Balanza comercial Importaciones por zona geográfica Fecha de consulta Marzo 3, 2012 <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=sext01&s=est&c=24748>. Fecha de consulta Marzo 3 2012

notable que incluso la representación mexicana ante Lituania se encuentra establecida en Suecia.

Los principales productos que nuestro país exporta a Lituania se concentran principalmente en químicos, medicamentos, sangre, maquinaria para procesamiento de datos, automóviles, cerveza, artículos de plomería, productos orgánicos, aparatos para corte, micrófonos y sus soportes y algunos alimentos; mientras que nosotros importamos de este país aceites de petróleo, cigarros y cigarrillos, aparatos y dispositivos eléctricos de encendido o de arranque, hilos, cables, madera, prendas de vestir, maquinaria para la fabricación de productos, equipo de telecomunicaciones.⁴⁴, (Ver anexo 1)

Es claro que tenemos la posibilidad de ampliar este mercado ya que México cuenta con muchos productos que pueden resultar de interés a los consumidores lituanos, o simplemente impulsar y desarrollar en ese mercado los productos que ya son conocidos y aprobados como es el caso de productos orgánicos

4.1 COMERCIO EXTERIOR DE LITUANIA

Lituania es un punto imprescindible en las relaciones entre Rusia y los miembros de la Unión Europea por su ubicación geográfica ya que está inserta estratégicamente entre los mercados del este y del oeste, la exportación de productos nacionales y de servicios, ha ascendido en un 30% en los últimos años, pero depende de la importación de energéticos, tanto fósiles como nucleares; esta última ocupa el 80% del consumo en Lituania.

Los principales socios de Lituania son sus países vecinos como Rusia, Polonia, Estonia, Letonia, Suecia, Dinamarca, Finlandia y otros pertenecientes a la unión Europea, en realidad este grupo representa alrededor del 64.3% del comercio exterior de Lituania y 78.7% de la Inversión Extranjera Directa (IED).

EXPORTACIONES: Las exportaciones de Lituania ascienden a los \$ 20,168 millones de euros de su balanza comercial y están dedicadas en un 13.2% a Rusia, Polonia 7.2% Estonia 7.2%, el Reino Unido, Letonia y Alemania.

⁴⁴ <http://www.economía.gob.mx/swb/work/models/economía/Resource/833/1/images/Lituania.pdf>. Fecha de consulta Septiembre 12, 2011

Los bienes exportados son principalmente los productos minerales con un 23%, las materias y productos textiles (de los más desarrollados y especializados de la UE) con 16.3%, instalaciones eléctricas (10.7%), medios e instalaciones de transporte (9.2%), la industria química y la producción de sus ramas (6.4%).⁴⁵ aunque destacan otros sectores como Energía, *Láser*, *Biotech* (cuya producción no tienen equivalentes en Europa Central y Oriental), *transformación de la madera de muebles* (de hecho posee una de las Mayores fábricas en Europa del Este, y se coloca como uno de los más importantes proveedores de IKEA) *Alimentos* de alta demanda, *Inmobiliario* con el mercado más grande entre los Estados del Báltico⁴⁶

IMPORTACIONES: Por la parte de las importaciones alcanza los \$22,635 , millones de Euros y provienen de Rusia el 30%, de Polonia 10%, Letonia 6,42%, en menor medidas de otros socios importantes como Alemania, Italia, Holanda, Francia, Suecia, Estonia, Dinamarca, EE.UU. y Suiza(ver anexos 2 y 3).

Los Productos que importa son crudos de petróleo, vehículos de transporte, minerales, maquinaria y equipamientos, equipos de transporte, químicos, textiles, ropa y metales., (ver anexos 2 y 3)

4.2 EVOLUCION DEL CONSUMO EN MIEL EN LITUANIA

Aún persisten diferencias con los hábitos de consumo de otros países de Europa Occidental, ya que el capital disponible todavía es muy bajo. Y que los lituanos se centran en el objeto deseado, es decir, quieren comprar productos que les ofrezcan calidad y/o estatus social.

La influencia de las viejas costumbres y los nuevos hábitos enaltece la producción gastronómica, ya que pone en juego ambas situaciones, en otras palabras, la preparación de alimentos usando las tradiciones antiguas, exigiendo productos de alto valor y calidad, entre ellos la miel orgánica.

La miel es un producto que se consume en todo el mundo y en cualquier época del año, y como *entre las costumbres lituanas el Midus⁴⁷, el Krupnikas⁴⁸, las tartas de miel, junto*

⁴⁵ www.calcis.com. Fecha de consulta: Septiembre 12, 201.

⁴⁶ http://es.alumni.eeni.com/lt_es.asp

⁴⁷ Bebida alcohólica hecha de agua diluida de miel y fermentada

con otros platillos, forma parte de una tradición importante. El MIDUS que es una especie de bebida alcohólica con un sabor ligero preparada a base de la fermentación de miel. No se toma todos los días, sino que se reserva para ciertas ocasiones particulares, como bodas o fechas patrias. Esta bebida alcohólica es la más antigua del país,⁴⁹ puede darse por preparación casera, pero también encontramos una empresa que se dedica a su producción y comercialización.

En el caso específico de Lituania, sabemos que la miel es un elemento básico en la preparación de platillos y bebidas tradicionales y el incremento del consumo de miel ha crecido un 80 % en los últimos años, lo que demuestra que son consumidores potenciales.

La UE concentra cerca del 52 % de las importaciones, debido a un elevado consumo per cápita, que es en promedio de 0.7 kg por persona al año. Aunque difiere de país a país, existiendo grandes consumidores como los alemanes, griegos, españoles y austriacos, con un consumo superior a 1 kg., mientras que los lituanos consumen 0.3 kg. Su mercado muestra una tendencia hacia el alta, incrementando paulatinamente su consumo de miel, al igual que los países de Europa del Este y Central y las otras antiguas repúblicas de la Unión Soviética.

Destacando datos como que si bien la Unión Europea es un Buen productor de miel no esto no es suficiente para abastecer su consumo interno es por ello que se ven en la necesidad de importarla, específicamente en Lituania, si bien la población es consumidora de miel por tradición la comercialización de este producto se concentra en seis empresas de las cuales solo cuatro son productoras; de este modo se propone a Lituania como mercado potencial para la exportación de miel orgánica mexicana, en el cual el producto podría penetrar con éxito. .

5. INVESTIGACION DEL MERCADO.

Un mercado es un grupo de personas con necesidades específicas que están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que cumplan características como calidad, atención, precio, y otros para satisfacerlas por ello la investigación de mercados se divide en tres objetivos:

a) Social: permite conocer las preferencias y necesidades del cliente, **b) Económico** que

⁴⁸ Se acostumbra llevar un regalo cuando se visita a la casa de alguien, un regalo apropiado es una botella de Krupnika, licor de miel tradicional de Lituania.

⁴⁹ <http://www.enLituania.com/?p=195>. :Fecha de consulta: Marzo 3, 2012

determina el grado el poder adquisitivo y **c) Administrativo** que nos ayuda a saber el tamaño de la demanda a cubrir para planificar y controlar los recursos, para así cubrir estas necesidades en tiempo oportuno⁵⁰.

Desde el punto de vista del objetivo social tenemos que la miel es un producto que es consumido por cualquier tipo de cliente, sin importar su estado civil, edad, creencias o cultura y pertenece a los productos de consumo habitual en Lituania, ya que es parte fundamental en la preparación de platillos y bebidas tradicionales. Desde el 2002 naciones bálticas como Lituania subieron sus compras mundiales del dulce en más del 80 por ciento, lo que nos indica que estas naciones son un mercado potencial para el producto, sabemos además que el mercado de la Unión Europea cumple con un perfil que da certidumbre al productor de este endulzante, ya que tenemos caso de éxito como Alemania, España y Reino Unido.

En el objetivo económico tenemos que Europa significa un segmento con poder adquisitivo alto y que hace valer su compra por calidad y servicio con el precio, la región báltica y de la zona del mediterráneo cuentan con millones de personas que en promedio tienen un ingreso per cápita de 20 mil dólares,⁵¹ que continua ascendiendo de manera constante y junto con el aumento su poder adquisitivo, sus gustos se han inclinado no solo a la seguridad alimentaria, sino hacia productos que dan un estatus, es decir que reclaman Mayor calidad.

Una encuesta hecha por Gerda Abraityté, de la universidad agropecuaria de Lituania, revelo que el 73% de de 610 personas encuestadas, declaro comprar comida orgánica argumentando la seguridad alimentaria, mientras que el 37% restante, declaro no hacerlo debido a los altos precios de los productos orgánicos, o la poca disponibilidad, ya que por ejemplo el precio en Lituania del miel orgánica sobre la miel normal es de 14%⁵² mas, y Hay 108 tiendas de alimentos orgánicos en diferentes regiones de Lituania, pero los productos que más comercializan, son los a base de cereales como: granos, pan, pasteles, galletas y verduras, así mismo la encuesta revelo que si hubiese una Mayor participación de las tiendas en la venta de productos orgánicos, daría como resultado la

⁵⁰ Contacto pymes

⁵¹ www.sargarpa.com.mx Fecha de consulta: Febrero 28, 2011

⁵² La miel originaria es más cara que la importada.

disminución del precio de los mismos, generando así Mayor accesibilidad a los clientes y por ende mejores ventas⁵³.

Dada la información anterior en el objetivo administrativo, tenemos que uno de los principales obstáculos para un Mayor desarrollo de los alimentos orgánicos en Lituania, es la baja oferta de estos productos, la poca variedad y los altos costos de distribución, que dan como resultado altos precios de estos productos, aunado a la falta de presentación del producto atractivo y vendible.

si bien es cierto que Los supermercados, tienen una participación sustancial en el mercado de los orgánicos,⁵⁴ también es cierto aun no cuentan con la variedad suficiente estos productos. Y que en el caso de la miel importada debido a la triangulación del comercio anteriormente mencionada el costo termina más alto para el consumidor

Es muy importante identificar de forma muy precisa que tipo de miel demandan, para poder cumplir con sus necesidades, las naciones del báltico son consumidores habituales de miel, al incrementar su economía, aumentaron así su demanda s exigencias de calidad de este producto podemos deducir que es un mercado en potencia para la miel orgánica mexicana.

5.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

La Unión Europea representa aproximadamente el 24% del consumo mundial de miel. Entre el 2001 y el 2005, el consumo de la UE se incrementó en un 1,5% anualmente. Estonia y Lituania y países del mediterráneo como Malta incrementaron sus compras mundiales del dulce en más del 80 por ciento.

Anteriormente los lituanos habían destacado como productores y hasta exportadores, pero debido a diversas situaciones, como el cambio climático, la demanda de este producto ha superado a la oferta, por lo que se han visto en la necesidad de importarla, Lituania es un producto que ocupa un lugar importante en la preparación de alimentos tradicionales como el *midus*⁵⁵.

⁵³Producción Ecológica y El Suministro de Mercado, Oportunidades de la comercialización y perspectivas, Jadwiga Ramanauskiene, Audrius Gargasas, Universidad de Agricultura de Lituania <http://baitas.lzuu.lt/mazylis/jurIram12/142.pdf> Fecha de consulta Septiembre 20, 2011

⁵⁴Op. Sit.

⁵⁵ un tipo de aguardiente obtenido a partir de la miel que suele acompañar al café después de las comidas

Un factor importante que contribuyó al crecimiento del mercado es la tendencia de la salud, ya que los consumidores de la UE, han incrementado en gran proporción su interés en un estilo de vida saludable y consecuentemente, en el consumo de comida saludable, y como la miel encaja muy bien en esta tendencia saludable y natural, debido a que es un producto completamente natural que cuenta con varias propiedades que promueven la buena salud.

5.2 FACTORES DE COMPETITIVIDAD

Entendemos por Competitividad la habilidad de una empresa u organización para operar de manera eficaz y remuneradora en relación a otras similares, o sea que produzca bienes y servicios en forma eficiente, manteniendo ventajas comparativas, haciendo que sus productos sean atractivos para generar la Mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, sosteniendo y mejorando una determinada posición en el mercado. Es decir, que una empresa es competitiva si obtiene mejores resultados económicos al producir con costos declinantes y calidad creciente, Por lo tanto decir que un aumento de los costos de producción, que afecte negativamente al precio o al margen de beneficio, sin aportar mejoras a la calidad del producto, reduce la competitividad de la industria Por ello es importante mejorar la competitividad de las empresas, para ofrecer productos y servicios con Mayor valor agregado, calidad, servicio, diseño, innovación y todo aquello que haga de nuestros productos la mejor opción, es la clave para competir en el mercado internacional.⁵⁶

Sí el objetivo es tratar de atraer clientes, el principal obstáculo es superar a la competencia por medio de las ventajas comparativas Pero debido a las estrictas normas de calidad que exige el mercado Europeo, los proveedores se han visto reducidos, Pues la autoridad sanitaria de la UE notificó que la apicultura mexicana no utiliza antibióticos ni plaguicidas que pudieran dejar residuos tóxicos, lo que, de manera temporal, no pudieron garantizar sus principales competidores⁵⁷ otra ventaja competitiva la encontramos en el factor económico, ya que debido al TLCUEM recibimos una reducción arancelaria del 50% y un cupo anual de 30,000 toneladas, lo que resulta al final un precio más bajo para el consumidor, este factor es muy importante, dado que ni Argentina ni China cuentan con

⁵⁶ <http://www.iberomex.com/articulos/PIAPYME062005.pdf> Fecha de consulta marzo 5, 2012

⁵⁷ Declaración de Amanda Validez en la entrega de reconocimientos a empresas farmacéuticas

un tratado semejante, a pesar de que este último sea de sus principales socios comerciales

El primer obstáculo con el que nos encontramos, son los productores locales que no representan gran competencia, ya que su producción ha disminuido en los últimos años debidos a factores como el frío invierno, la falta de lluvias o la baja población de abejas.⁵⁸ Por otra parte como ya se menciona, el principal cliente dentro de Europa es Alemania, que realiza una triangulación del producto por lo que este país es también una competencia para México, sin embargo la ventaja que tenemos frente este, es precisamente que aunque sea un distribuidor fuerte no es buen productor, ya que requiere de importar la miel que consume y que vende lo que invariablemente se verá reflejado en un aumento en el precio que paga el consumidor final.

TABLA 4: Importación Lituanas de Miel Para El Período 2009-2010.

País	2009			2010		
	Cantidad	Euros (miles)	USD (miles)	Cantidad	Euros (miles)	USD (miles)
China	40600	\$75.08	\$54.73	60900	\$113.22	\$82.54
República Checa	746	\$6.10	\$4.45	763	\$6.80	\$4.96
Alemania	34958	\$137.32	\$100.11	146524	\$466.75	\$340.27
Dinamarca	2074	\$12.32	\$8.98	-	-	-
España	1486	\$9.98	\$7.27	39718	\$109.65	\$79.94
Francia	-	-	-	23040	\$101.31	\$73.85
Hungría	723	\$2.92	\$2.13	17035	\$79.85	\$58.21
Letonia	4070	\$19.11	\$13.93	118510.9	\$489.45	\$356.81
Holanda	-	-	-	63000	\$149.77	\$109.19
Polonia	20615	\$66.17	\$48.24	13011	\$72.70	\$53.00
Eslovenia	-	-	-	16429	\$59.19	\$43.15
Turquía	-	-	-	21000	\$42.91	\$31.28
otros	83	\$0.60	\$0.44	310.4	\$2.48	\$1.81
Total	105355	\$329.60	\$240.28	520241.3	\$1,694.09	\$1,235.01

Fuente: Elaboración propia con datos del centro de Información Agropecuaria y Empresas Rurales de Lituania (zemes ukio informacijo ir kaimo verslo centra).

Por dicho proceso de triangulación comercial sabemos que la miel mexicana llega a países miembros de la UE y socios comerciales de la misma, suponemos entonces que

⁵⁸ Instituto Lituano de Reforma Agraria y Forestal del Centro de investigación del instituto de Agricultura en el sector Apícola.

este producto ya es conocido en el mercado lituano, aun que tal vez no con esa denominación de origen.

5.3 ESTRATEGIA DE PENETRACION.

Iniciar la venta de un producto o un servicio en un mercado nuevo requiere de la planificación de estrategias de marketing, con el fin de captar nuevos clientes u obtener los de la competencia mediante una mejor publicidad, Mayor distribución, reducciones de precio, etc., existen varias estrategias como exportación directa, (venta directa) indirecta (intermediarios independientes) o concertada (colabora con otras empresas para introducirse en el mercado).

La UE es el mejor mercado actualmente para la miel en el mundo, Lituania, como la Mayoría de los otros países en transición, el sector agrícola es sensible por lo que continúa llevando adelante una reforma agrícola;⁵⁹ La UE, tiene una política cada vez más exigente sobre la presencia de residuos⁶⁰ . Y si de algo podemos jactarnos, es que México no solo ha aprobado las normas fitosanitarias y de calidad sino que se ha hecho acreedor, beneficios que ningún otro tiene. De los cuales debemos aprovechar tanto para brindar un buen precio sin arriesgar la calidad de producción,

En el caso de este proyecto deseamos eliminar la intermediación que hace Alemania y otras naciones respecto a la venta del producto en el mercado europeo, sin dejar de lado que el precio como la calidad, deben de ir de la mano, en la incursión de la miel hemos seleccionado las siguientes estrategias:

- Exportación directa: implica gran capacidad logística, pero elimina márgenes de intermediarios y con ello costos, permite también una rápida respuesta entre el cliente y la empresa
- Estandarización de producto: es decir que se comercializara con la misma marca e imagen en cualquier mercado, lo que beneficia en una reducción de costos,
- Propiedades intrínsecas: producto natural, sano, energético, que brinda seguridad alimentaria, métodos de producción respetuosos con el medio ambiente.

⁵⁹ http://ec.europa.eu/food/fvo/country_profiles/CP_lithuania.pdf Fecha de consulta: Octubre 10, 2011

⁶⁰ <http://www.SAGARPA.gob.mx/cgcs/boletines/2005/agosto/B249.htm> Fecha de consulta: Octubre 10, 2011

- Propiedades extrínsecas: envase que sea ecológico y con una presentación que brinde al cliente la seguridad de que lo que está consumiendo no solo es un producto limpio, sino que es confiables y de calidad, etiqueta agrada a la vista.
- Canales de distribución: supermercados y tiendas especializadas en productos orgánicos.
- Promoción: Se pretende presentar el producto en las principales ferias de alimentos en la ciudad de Lituania que son: AGROBALT en el sector agroalimentario que se celebra en Mayo y RIGAFOOD, el evento más importante de alimentos en el Báltico se celebra en Septiembre. Medaus Munge o feria de la miel En Vilna.

La estrategia pretende poner el producto al alcance del público en general, a un precio accesible que nos brinde un buen volumen de venta y apoyándose de la promoción a la excelente calidad de la miel orgánica mexicana y sus propiedades.

5.4 CARTERA DE CLIENTES

Las ventas de miel corresponden en un 35% a productores, mientras la UE únicamente 22% a minoristas., en la Mayoría de los estados miembros de la unión Europea, la venta se hace directamente del exportado al Importador.

SUPERMERCADOS: En Lituania constituyen la principal fuente de ventas, especialmente en el sector de la alimentación, el mercado está dominado por las empresas locales. La Mayor de ellas es VP Market, líder en el mercado lituano de las ventas en alimentación a través de sus 195 supermercados en el país. Estos se presentan como la cadena de establecimientos MAXIMA que cuenta con una línea de Productos orgánicos y saludables.

La cadena belga PALINK, se sitúa como el segundo Mayor minorista del país, con 132 supermercados, ofrece productos alimenticios importados, Destacando las verduras, frutas, carne, leche, queso, yogurt y pan. La cadena se compone de supermercados IKI, IKIUKAS y PIGIAU GRYBO.

Por otra parte, la cadena noruega RIMI LIETUVA es Joint Venture fundada por ICA Baltic AB and Kesko Food Ltd. con 161 tiendas, 30 de las cuales se sitúan en Lituania. La

cadena se compone de los supermercados RIMI, Hyper Rimi, Sustok ir Pirk, Eko y Vikonda.⁶¹

TIENDAS DE ORGÁNICOS EN LITUANIA: Encontramos 47 tiendas especializadas en productos orgánicos, entre las que destacan las siguientes:

TABLA 5: Tiendas de Productos Orgánicos en Lituania

Nombre	Giro	Contacto
Žalia žalia	cosméticos orgánicos, productos alimenticios, natural	www.zaliazalia.lt,
Sveiki produktai	alimentos orgánicos, naturales y biodinámicas, suplementos de salud	www.sveikiproduktai.lt
skonio namai	tienda gourmet orgánicos, aceites esenciales y productos orgánicos	www.skioniamai.com
Bambukas	El restaurante de comida saludable. comida, platos vegetarianos y otras golosinas	www.zaliasibambukas.lt
Eco Hit	productos saludables	www.ecohit.lt
Salvija	Alimentos orgánicos y naturales, cosméticos orgánicos y productos de cuidado corporal.	www.salvijaeko.lt
Tikrai Be	Productos alimenticios naturales adaptados para diferentes necesidades de nutrición.	www.tikraibe.lt
Bionaturoazė	Productos orgánicos certificados.	www.bionaturoaze.lt,
Sveiki produktai	Alimentos orgánicos, naturales y biodinámicas.	www.gamtoskerai.lt
Gamtos kerai	Productos naturales y orgánicos para su belleza, salud y bienestar.	www.laikaseko.lt, info@laikaseko.lt
Laikas eko	Productos alimenticios y para el hogar orgánicos.	Panevezysveikatos.m@gmail.com
Žalias	Productos alimenticios naturales y orgánicos, productos cosméticos y de higiene.	www.dvisirdys.eu,
Sveikatos Menas	alimentos sanos, suplementos alimenticios, infusiones, cosméticos naturales y productos de higiene	www.sveikasproduktas.lt

⁶¹http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5304719_5296234_0_LT,00.html. Fecha de consulta: Septiembre 20, 2011

TABLA 6: Tiendas virtuales de Productos orgánicos

ekoeko.lt	productos alimenticios orgánicos	www.ekoeko.lt
Maitoturgos	Mercados de productos orgánicos, alimentos naturales en línea.	www.maistoturgus.lt
Dvisirdys	Productos orgánicos y naturales.	www.dvisirdys.eu
Ekopirk	Productos ecológicos responsable e innovadora	www.ekopirk.lt
Tikraibe	especializados para la nutrición, ,alimentos y productos terapéuticos orgánicos	www.tikraibe.lt
Verde	productos alimenticios naturales y orgánicos, especias, alimentos	www.ekoalias.lt

Fuente: elaboración propia con base a www.sveikasirjaunas.lt⁶²

6. PRECIO

El precio internacional de la miel se encuentra en constante fluctuación, ya que debe someterse a una comparativa con los precios de la competencia en los mercados de destino.

Con la gran demanda de miel en el mercado mundial y la falta de la misma, Los precios se han elevado en los últimos años, como en la Mayoría de los productos sobretodo en el continente europeo. De acuerdo, con el instituto de reforma agraria y forestal del centro de investigación del instituto de agricultura. de Lituania la población de abejas están desapareciendo, por lo que se ven obligados a llamar a los principales proveedores de miel en el mundo argentinos y mexicanos,⁶³ y dado que en estos momentos el Euro es mucho más fuerte que el dólar, y eso hace que el mercado europeo compre con más facilidad.⁶⁴

El precio de la miel se rige según la oferta y la demanda, aun que también influyen el origen y el proceso, se comercializa en más de 2 mil 500 dólares la tonelada en el

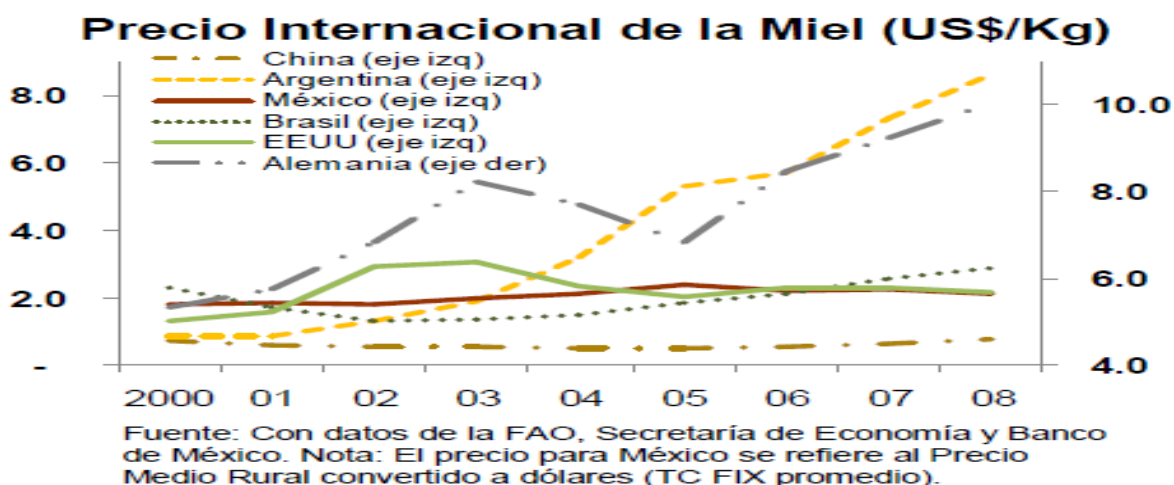
⁶² http://www.sveikasirjaunas.lt/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=67Pro. Fecha de consulta: Septiembre 25, 2011.

⁶³ <http://www.balsas.lt/naujiena/542305/medaus-maziau-todel-jo-kaina-auga>. Fecha de consulta Septiembre 25, 2011

⁶⁴ <http://www.noticiasapicolas.com/cnea.htm>. Fecha de consulta Septiembre 25, 2011

extranjero, siendo la mexicana la más demandada y mejor pagada con precios de hasta 3 mil 100 dólares⁶⁵.

GRÁFICA 5: Precio Internacional de la Miel



En la grafica anterior podemos ver las fluctuaciones en precios que ha tenido la miel en el mundo destacando la de argentina como la más cara y la China como la más barata mientras que la miel mexicana se mantiene es un precio medio entre ambas haciendo de nuestro producto accesible al mercado

De acuerdo con la FAO en el 2009 el precio que se pago al productor por tonelada de miel común fue de \$2,179 dólares, sin embargo la miel orgánica tiene un valor agregado y por lo tanto su precio es superior. En Lituania La miel se comercializa de 25 a 30 litas por Kg⁶⁶ (lo que equivale a 7.00€ u 8.5€ Euros) lo que no es sorprendente ya que cuando existe una alta demanda, y poca oferta es normal que un producto sea caro.

Al inicio, de las exportaciones en un mercado nuevo las empresas procuran asumir los menores riesgos posibles es por esto que optan por una exportación indirecta, pero a medida que van aumentando su compromiso y van ganando experiencia la transforman en exportación directa, es por esto que el precio tiene que ir en relación con estas

⁶⁵ <http://www.masnegocios.com.mx/index.php/component/content/article/3-newsflash/69-miel-mexicana-la-mejor-pagada-en-el-extranjero> . Fecha de consulta: Septiembre 28, 2011.

⁶⁶ <http://ekonomika.atn.lt/straipsnis/37027/sostines-turguose-daugeja-ekologisku-produktu>. Septiembre 28, 2011.

estrategias por lo cual es bueno establecerlo de acuerdo con los costes que implica llevar la mercancía al lugar de entrega.

En este caso será importante que el exportador escoja un precio de acuerdo a los INCOTERMS del grupo F (FCA, FAS Y FOB: Utilizado cuando el vendedor coloca la mercancía a disposición de un transportador nominado por el comprador.), el más adecuado sería un precio FOB,⁶⁷ este termino implica la transmisión del riesgo al comprador desde el instante en que la mercancía vendida se pone a bordo del buque para ser transportada, además este término resulta muy útil ya que las ventas con este término facilitan al exportador ahorrar ciertos gastos y riesgos para de esta forma ofrecer un precio competitivo, mientras que al comprador le facilitan el cálculo y elección del beneficio de cobertura tanto del seguro como del Flete internacional

IMAGEN 5: Responsabilidades de Exportador e Importador en términos FOB.



Fuente: Elaboración Propia con Imágenes de Logman.com⁶⁸

También es importante establecer un precio de exportación de acuerdo con un pedido "óptimo", es decir, una cantidad de venta donde todos los factores del costo se correspondan con los porcentuales y valores calculados en el precio de venta. Las ventas que superen el "óptimo" se beneficiarán con descuentos por cantidad. Quienes soliciten cantidades menores al "óptimo", deberán afrontar un incremento sobre el precio ofertado⁶⁹

⁶⁷"Free on board" por sus siglas en ingles y se define como "libre a bordo". Se refiere al Valor de Venta de los productos en su lugar de origen más el Costo de los fletes, seguros y otros Gastos necesarios para hacer llegar la Mercancía hasta la Aduana de salida. http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_FOB.htm. Fecha de consulta: Marzo 28, 2012

⁶⁸http://www.lomag-man.org/incoterms/incoterms_tableau_documentation/incoterms_etapes_schemas.php

⁶⁹www.exportar.org.ar/download.php?st=pub&fid...ppt&mn Fecha de Consulta: Marzo 28, 2012

El incoterm más conveniente para el exportador es FOB utilizando como puerto de salida el Puerto de Veracruz y de entrada en el país de destino el puerto de Kláipeda ya que por cuestiones logísticas son los más recomendables.

7. CADENA DE SUMINISTROS

La logística a emplear en este proceso de exportación, utiliza diferentes medios de transporte comenzando porque el producto en bruto al recogerse de las granjas y llevado a la planta productiva, donde se le dará el tratamiento adecuado, se hace por medios terrestres, en el segundo paso darle un envase y embalaje El producto se debe envasar en un material atóxico, resistente e inocuo, que garantice la estabilidad del mismo, que evite su contaminación, no altere su calidad, para su exportación en este caso utilizaremos frascos de vidrio, para el embalaje se deben usar cajas de cartón o de algún, otro material apropiado, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro exterior, a la vez que faciliten su manipulación en el almacenamiento y distribución de los mismos, sin exponer a las personas que lo manipulan, los frascos de vidrio que irán acomodados en cajas de cartón las cuales a su vez se posicionaran sobre una tarima de plástico de .80x1.20 con 9 patas, que se llama Euro Pallet para una Mayor facilitación del movimiento de la mercancía, de esta forma serán cubiertos por un plástico expandible.

Se ha analizado tanto costos como funcionalidad para el medio de transporte los cuales exponemos a continuación:

MARITIMO: la ruta tiene un tiempo de transito de 34 días, lo que para algunos productos alimenticios podría resultar poco conveniente pero no para la miel ya que esta tiene un largo tiempo de vida antes de su cristalización, la cual tampoco llega a cubrir ya que por su composición química y física la miel tiene la capacidad de absorber la humedad de su alrededor para evitar la cristalización. Se eligió para el inicio de la exportación un contenedor de 40 pies Dey Cargo, ya que la diferencia en precio comparado con el de 20 pies es de 100 USD, sin embargo el de cuarenta tiene Mayor capacidad debido al peso y forma de nuestro producto, puede acomodarse en una o dos camas para ocupar un Mayor espacio, el contenedor que mismo que será arrastrado en una plataforma al Puerto de Veracruz donde se hará el trámite correspondiente a la inspección previa y despacho de exportación. el cierre de documentación tanto para la reservación del contenedor como

la de el viaje, tendrá que haber sido cerrada 8 días antes de que el contenedor suba al buque, esto afín de que en caso de que ocurriera algún conflicto con los papeles se tenga el tiempo pertinente para poder solucionarlo.

El flete marítimo se realizará desde el puerto de Veracruz a Kláipeda, que principal puerto de entrada al comercio con Lituania posteriormente a su llegada el contenedor será reexpedido por medio terrestre a la ciudad de Vilna, donde se realizara el despacho de importación Las principales ciudades del país están unidas por autovías de cuatro carriles.

IMAGEN 6 : Cadena de suministro.



Fuente: Elaboración propia con imágenes de ferro modelismo⁷⁰, google maps, sagarpa⁷¹ y mieles⁷²

Hay que considerar que en ocasiones se requieren envíos Express para no perder la línea de la cadena de suministro, en estos casos es importante considerar Vías de transporte más ágiles, la aérea, aun que implica un costo Mayor por poco volumen y por ende una alza en el precio final, es importante tenerla en cuenta.

⁷⁰ <http://ferromodelismonmexico.blogspot.com/>

⁷¹ <http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Publicaciones/Lists/Manuales%20apcolas/Attachments/1/mbpp.pdf>

⁷² <http://www.equipoapicola.com.mx/productos/lista>

Podemos acceder a Lituania de manera aérea por medio de 3 aeropuertos, que son el de Palanga, Kaunas y Vilna este último sería el destino del flete aéreo que tendrá como origen el aeropuerto de la Ciudad de México.

CAPITULO III LA EXPORTACIÓN DE MIEL A LITUANIA

1. LA IDEA DEL NEGOCIO.

Este proyecto surge de dos ideas fundamentales, la primera que siendo México uno de los países con más tratados internacionales en el mundo, poco provecho saca de ellos, ya que el comercio se enfoca principalmente en Estados Unidos, lo cual ha provocado que la economía mexicana se vea dependiente de la de ese país, y de sus políticas que en muchas ocasiones han limitado nuestros negocios como en el caso del embargo atunero. La ratificación del tratado de libre comercio con la UE (TLCUEM), logró para México la asociación con naciones importantes que ofrecen un mercado con gran potencial y oportunidad de negocios y crecimiento, este Tratado nos da la ocasión de penetrar barreras que han sido de compleja negociación para otras naciones, dándonos preferencias que resultan muy benéficas para los negocios

La UE es el mejor mercado actualmente para la miel en el mundo, ya que de acuerdo a las estadísticas Europa es el primer importador y también el primer consumidor de miel en el mundo, por otra parte México está entre los primeros lugares de producción y exportación de miel, cumpliendo con los estándares de calidad e inocuidad que el paladar europeo exige.

Actualmente los requerimientos enfocadas a los productos que estén realizados de manera orgánica crece y debido a la crisis internacional que se vivió en el 2008 y 2009 el precio se coloca como un factor importante, es por esto que la miel orgánica mexicana se posiciona en un lugar privilegiado frente a sus principales competidores que son China y Argentina, ya que el primero ofrece un precio muy bajo pero de igual forma la calidad de su producto es baja, mientras que la miel Argentina tiene Mayor calidad pero al no contar con un TLC con la Unión Europea, el precio que se paga por este producto es alto.

Alemania es el principal importador de miel en la UE, pero también es el principal exportador del mismo producto es decir que funge como distribuidor, sin embargo existen otros países que tienen la característica de mercado estratégico como lo es Lituania, pues tiene una ubicación geográfica excelente insertado en medio del mercado occidental y oriental por lo tanto nos ofrece la oportunidad de iniciar negocios con gran potencial que en un futuro abran paso para la penetración tanto de Europa como de Rusia.

2. EL PRODUCTO Y FRACCIÓN ARANCELARIA

Cuando se habla de miel en términos de comercio exterior es necesario referirnos a códigos específicos como Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías y en el caso de productos alimentarios al Codex Alimentarius.

En el capítulo 1 se habló acerca de la definición y descripción de la miel de acuerdo a la Codex Alimentarius, que es un sistema instaurado por la FAO en conjunción con la OMS con la finalidad de proteger a los consumidores, pero también para servir como pauta y fomento a la elaboración y el establecimiento de definiciones y requisitos para los alimentos, contribuyendo así a la armonización de productos comestibles, facilitando el comercio internacional y garantizando prácticas de comercio equitativas.

Por su parte, El Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías que pretende una clasificación uniforme de productos y servicios en el comercio internacional, por lo que se designa a estos un código numérico de 8 dígitos (6 a nivel internacional y los últimos 2 dígitos los establece el país importador), llamado fracción arancelaria que nos permite clasificarlos e identificarlos.

La fracción arancelaria de la miel en México es 04.09.00.01 mientras que para Europa la fracción es 04.09.00.00; Para comprender mejor la fracción arancelaria es conveniente desglosarla y conocer a si a que refiere cada cifra

- 04 es el número correspondiente al capítulo dedicado a la Leche y productos lácteos, así como también a los huevos de ave, miel natural, y en general a los productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otras partidas.
- 09. es la partida que se refiere específicamente a la miel natural
- 00 es la sub. Partida y tiene esa denominación ya que el producto queda bien definido con las dos anteriores
- 00 ó 01 es la fracción, esta cifra la indica el país importador por ejemplo para la Unión Europea es 00 mientras que para México es 01

3. REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

Para el proceso de exportación lo primero que se debe considerar es que la empresa cumpla con las capacidades tanto de producción como de calidad que se solicitan así mismo debe cumplir con las restricciones y regulaciones que las Leyes de nuestro país en materia de comercio exterior y de los Impuestos Generales de importación y de Exportación señale. Las mercancías en el caso de la miel natural de abeja queda exenta de pago de impuesto para la exportación

3.1 CERTIFICACIÓN Y NORMAS DE CALIDAD A NIVEL NACIONAL.

Una importante diferenciación tiene que ver con la producción orgánica “certificada” y “no certificada”. Por ejemplo los pequeños productores rurales no utilizan insumos químicos y así ya producen en forma orgánica, sin embargo hay una tendencia creciente que requiere que los productos sean certificados por parte de agencias especializadas para que puedan ser comercializados con ese carácter. Esta tendencia es más clara en los países importadores de productos orgánicos (sobre todo de la UE) que han venido exigiendo cada vez más en los últimos años la creación por parte de los países exportadores de leyes y organismos gubernamentales especializados en agricultura orgánica, a fin de asegurar a los consumidores que los productos orgánicos se producen y certifican de acuerdo a sus propias normas, dado que las normas europeas marcan la pauta y tienen incidencia en el mundo como por ejemplo la Organización Internacional para la Estandarización o mejor conocida como “ISO” por sus siglas en ingles.... (International Organization for Standardization),⁷³ es posible afirmar que si un país es capaz de exportar productos a la UE de la calidad que solicitan, también podrá hacerlo hacia otros países sin Mayores conflictos⁷⁴.

Cada año, el Servicio de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), de la SAGARPA México, presenta a la Comisión Europea de la CE, el Plan de Monitoreo y Detección de Residuos Tóxicos para miel, como requisito para continuar accediendo a

⁷³ La International Organization for Standardization (ISO), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de y tiene como objeto desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

⁷⁴ Sistema de información de comercio exterior
http://www.sice.oas.org/Trade/mex_eu/spanish/index_s.asp. Fecha de consulta Noviembre 29, 2012

ese mercado ya que la EU indica los reglamentos CE no. 96/23 y 2004/432 que los países que exporten productos alimenticios a ésta deben disponer de un sistema de trazabilidad como ya se ha mencionado, por tal razón, México cuenta con un Sistema Nacional de Identificación de la Miel de abeja, para garantizar su calidad.⁷⁵

Existen dos opciones de certificación: ya sea por proceso o por lote. En el primero es necesario certificar el procedimiento de elaboración de miel antes de ser exportada o envasada, y el costo es anual; En el caso del certificación de lote, se certifica únicamente un lote de producto, pero el pago es solo por la cantidad que contenga el lote, en ambos casos el costo de la certificación obedece diversos factores, que explicamos a continuación:

COSTO DE CERTIFICACIÓN = CFC+GA+ CI

CFC = costo fijo de certificación = .25% del valor de la mercancía

GA = gastos de administración = variables

CI = costo de inspección CI= (TP.25) (200)

TP: Total de Productores del grupo

.25 es el factor para conocer el número de días aproximado que el inspector requiere para hacer la visita y 200 es la cuota promedio de honorarios (USD) por día de un inspector, puede variar

En la siguiente tabla se muestra un estimado de costos para productores de acuerdo a los datos de la comisión nacional de producción orgánica (CNPO) para el año 2009

ESTIMACION DE COSTOS DE CERTIFICACION

Conceptos	Grupo de 100 productores	Un productor	Empresa
Costo de inspección*	600	400	400
Viáticos del inspector**	200	200	200
Cuota de certificación***	450	450	450
Gastos de acompañamiento****	200	200	200
Administrativos	100	50	50
	1550	1300	1300

Fuente: guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México⁷⁶

⁷⁵ Dicho sistema fue elaborado durante el período 2005-2006 por el SENASICA y la Coordinación General de Ganadería de la SAGARPA de México y se explica en el capítulo ii del presente trabajo.

⁷⁶ Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México por Homero Blas Bustamante http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/13_estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf

Las agencias certificadoras que operan en México y controlan la producción de miel son: OCIA-México, OCIA-Internacional, Certimex, Naturland, BIOAGRICOOOP, IMO-Control, LACON Qualität, Aurora Deméter Association, GOLLA, FVO, OTCO y Quality Assurance Internacional (QAI). Y existen en México empresas ya certificadas o en proceso de certificación, son entre 10 y 15 principalmente ubicadas en Chiapas, Yucatán, Campeche y Oaxaca.

El proceso de certificación inicia cuando al solicitar la inspección y certificación, la empresa certificadora envía un cuestionario al solicitante, mismo que deberá llenar y regresar para que la empresa certificadora, lo revise y elabore propuesta de costos, posteriormente se asigna inspector y se avisa al solicitante, se elabora contrato de servicios y se envía a solicitante, quien lo revisa y firma de conformidad y la regresa nuevamente a la empresa certificadora junto con un depósito del 60% de los costos estimados. El inspector y el solicitante establecen comunicación y precisan la inspección, en la cual se revisara el plano de localización, la relación de productores, los análisis de laboratorio (hechos previamente sobre el producto,) fotos de la zona, la flora, las colmenas, bodegas, equipo, y la muestra testigo.

Concluida la inspección el inspector revisa la documentación de los análisis físico-químicos, microbiológicos, residuales de agroquímicos y metales, para elaborar un informe que la empresa certificadora se revisa para verificar que cumpla con todos los lineamientos establecidos en la guía 65 de ISO IFOAM⁷⁷ y envía una copia al solicitante para su revisión y firma, que deberá regresarlo con el depósito del 40% restante.

De acuerdo a los resultados del informe, si no se cumplen las normas, se manda un plan de Exigencias, si se cumplen las normas se manda un aviso de certificación, certificado y condiciones Específicas.

⁷⁷ Manual de inspección orgánica de la International federation of agricultura movements. Publicado en Alemania por IFOAM, Enero 2009

IMAGEN 7: Sellos De Certificación Orgánica



Para la buena producción y por su puesto para la exportación, la miel debe cumplir con las siguientes Normas y especificaciones:

1. CODEX STAN 1-1985 Etiquetado y declaración de los alimentos pre envasados para regímenes especiales
2. NOM-002-SCFI-1993 Contenido neto tolerancia y métodos de verificación
3. NOM-051-SCFI-1994 Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados.
4. NOM-092-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la cuenta de bacterias en placa.
5. NOM-110-SSA1-1994 Bienes y servicios. Preparación y dilución de muestras de alimentos para su análisis biológico.
6. NOM-111-SSA1-1994 Bienes y servicios. Método para la cuenta de mohos y levaduras en alimentos.
7. NOM-145-SCFI-2001 Información comercial etiquetado de miel en diferentes presentaciones

3.2 APOYO A LA EXPORTACIÓN DE MIEL MEXICANA

Actualmente, el Centro Empresarial México-Unión Europea (CEMUE), a través del Programa de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME), ha dado apoyos a los productores e integradoras de este producto, que van desde el diagnóstico hasta la internacionalización, pasando por sus diferentes etapas de la cadena de valor, como las mejoras en sus procesos productivos, certificaciones, logística, control de procesos, estrategia comercial, entre otros, todo ello con el fin de ayudar a las empresas melíferas o a incursionar e incrementar su participación en el mercado de la UE.

Los proyectos que han sido promovidos y apoyados por el PIAPYME en este sector son:

- Programa de desarrollo de proveedores de miel para los mercados europeos “PODEMOS”, integrador de productores de siete estados en la parte norte del país.
- Proyecto “implementación de sistemas de control de calidad e inocuidad para obtención de la certificación HACCP, para el proceso productivo de la miel de abeja en la zona maya del estado de Quintana Roo”, operado por la empresa DECA.
- Proyecto “Implementación del Sistema HACCP para la empresa Asociación Apícola S.A. de C.V. y sus productores”, operado por el PYMEXPORTA de Yucatán.
- “Programa de capacitación y asistencia técnica a productores de miel para la implementación del Certificado Orgánico”, operado por Bancomext.

De acuerdo a los datos presentados por el CEMUE estos proyectos incentivan la competitividad y capacidad exportadora de más de 270 productores de miel en nueve estados de la República Mexicana. Es importante destacar el proyecto PODEMOS que ha tenido éxito al otorgar apoyos a los productores en los siguientes rubros de relevancia para su internacionalización:

- Manejo de cuadros de colmena.
- Preparación para una invernada de calidad.
- Auditorías en salas de extracción.
- Trazabilidad.
- Control de enfermedades.
- Prevención nutricional.
- Programas informáticos para el control.
- Logística.
- Promoción internacional.

Durante el 2006, los apoyos del PIAPYME en el sector de la miel, se concentraron en apoyar la internacionalización de las empresas integradoras, desarrollando nuevos proyectos que integren a todos los productores del país⁷⁸.

⁷⁸ CEMUE www.cemue.com.mx. y http://www.economía-bruselas.gob.mx/sphp_pages/trade_links/esp/maresp2006.pdf. Fecha de consulta: Marzo 20, 2012.

3.3 DOCUMENTACION

Es necesario Inscribirse en el Padrón de Exportadores que se encuentra a cargo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para lo cual deben encontrarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, comprobar ante las autoridades aduaneras que se encuentran inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes y cumplir con las disposiciones legales que regulan el ingreso y salida de las mercancías. Para inscribirse en el padrón de exportadores, se deberá cumplir con lo siguiente:

- Una Firma Electrónica Avanzada FIEL ⁷⁹ vigente expedida por el Sistema de Administración Tributaria (SAT).
- RFC activo.
- Domicilio fiscal que se encuentre como localizado en el RFC, o en proceso de verificación por parte de la Administración Local de Servicios al Contribuyente.
- Estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Deberán presentar en original con firma autógrafa, el formato denominado "Solicitud para el Padrón de Exportadores Sectorial"⁸⁰, anexando a su solicitud, los siguientes documentos:
 - Sí es persona moral, copia simple del instrumento público con que se acredite que la persona que firma la solicitud tiene poder para actos de administración. O si en su defecto es persona física o que faculten a un tercero para realizar este trámite, escritura pública o carta poder.
 - Copia fotostática de una identificación oficial vigente del solicitante o, en su caso, del representante legal.

El resultado de la solicitud de inscripción al Padrón de Exportadores Sectorial, será dado a conocer en la página electrónica www.aduanas.gob.mx, en un término no Mayor a 7 días contados a partir del día siguiente de la recepción de dicha solicitud, En el caso de que la solicitud haya sido rechazada, el exportador deberá subsanar las inconsistencias observadas y presentar nuevamente su solicitud.

⁷⁹ "FIEL" es un conjunto de datos que se adjuntan a un mensaje electrónico, cuyo propósito es identificar al emisor del mensaje como autor legítimo

⁸⁰ Apartado A del Anexo 1 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior

Además de acuerdo a las leyes mexicanas de comercio exterior, será necesario contratar los servicios de un agente o apoderado aduanal, para que en su nombre realice los trámites correspondientes, a este deberá entregársele una manifestación por escrito, y bajo protesta de decir verdad, con los elementos que permitan determinar el valor en aduana de las mercancías y el documento que compruebe el encargo conferido para realizar sus operaciones.

Para el proceso de exportación son necesarios algunos además de los ya mencionados documentos que se describen a continuación:

Factura Pro Forma ó Factura comercial: En la primera el comprador la necesita para solicitar una importación. Esta factura debe contener información completa y precisa tanto como del exportador, importador y del producto que se exporta y las condiciones acordadas entre el exportador y el importador, incluyendo el precio y todo costo que corra por cuenta del comprador, en esta factura se debe indicar la cantidad y una descripción de la mercancía indicando peso y volumen exactos, precio unitario y precio total, el tipo de cotización de acuerdo a los incoterms utilizados, el método de empaque, el medio de transporte, lugar y fecha de entrega , y forma de pago. Debe estar firmada por el exportador e incluir las leyendas específicas que el importador requiere, la **Factura Comercial:** debe contener la misma información de la factura proforma a demás de toda la información que solicite el país de destino y llevar 7 copias de la misma (por lo general esta factura se realiza en inglés y en el idiomas del país de destino aunque algunos países exigen que esta factura se realice de acuerdo a los formatos especiales que solicitan sus reglas internas.⁸¹ El importador requiere esta factura para poder ingresar la mercancía por la aduana al país y así pagar los derechos correspondientes.

Lista De Empaque: Se individualizan los contenidos de cada paquete, indicando el tipo de empaque ya sea una caja, tambor o envase. También muestra los pesos y medidas netas, brutas y taraje de cada paquete, en unidades inglesas y métricas. Los rótulos en los paquetes deben indicar las referencias del embarcador y el comprador. El embarcador o el expedidor de carga ocupa esta lista para determinar el peso y volumen total del despacho y para asegurarse que se está embarcando la carga correcta. Además, los

⁸¹ Ver Anexo 4

oficiales de aduana en el país de destino pueden ocupar la lista para revisar la carga y los compradores la ocupan para hacer inventario de las mercancías recibidas.

Certificado Fitosanitario expedido por la Secretaría De Agricultura Ganadería Desarrollo Rural Y Pesca (SAGARPA), Este documento certifica que el producto está libre de plagas dañinas que podrían afectar los cultivos o la salud del ser humano, aunque también puede ser necesario tener un certificado de inspección, para asegurar que los contenedores están libres de contaminantes antes de ingresar a ciertos puertos.

Certificado De Origen: Es expedido por la Secretaría de Economía y finanzas que en este caso será el EUR1,⁸² es el documento que certifica que los bienes fueron fabricados o producidos en México. Los importadores lo usan para aprovechar la preferencia del pago de aranceles, de conformidad con los tratados de libre.

Conocimiento de Embarque: Ya sea la guía Aérea o marítima es expedida por la línea transportista, reconociendo que los bienes que se especifican han estado recibidos a bordo para el transporte y que están listos para su entrega a un lugar determinado, es una evidencia del contrato para el transporte de los bienes y sirve también como título de propiedad, especifica el lugar de entrega, los pagos de flete y a quién se consignan los bienes.

Pedimento De Exportación: Es elaborado por el agente aduanal y debe contener la firma electrónica; en este documento se determina el tipo de régimen al que se destinara la mercancía y contiene una descripción de la misma, junto con los datos del exportador, el tipo de transporte, el país de destino El pedimento de exportación se presenta con el pago previo del Derecho De Trámite Aduanero (DTA)⁸³ El embarque pasa al área de inspección del sistema aleatorio (semáforo fiscal), esperado el resultado del reconocimiento aduanero. En caso de luz verde, hay desaduanamiento libre; en caso de luz roja, habrá inspección fiscal de la mercancía; una vez concluido la mercancía se embarca a su destino.

⁸² Ver anexo 5 Certificado para poder obtener preferencias arancelarias en la UE

⁸³ Ley federal de De derechos Art. 49 frac. V. En las operaciones de exportación la cuota a la pagar será de \$223.50; Cuando la exportación de mercancías se efectuó mediante pedimento consolidado a que se refiere la Ley Aduanera, el derecho de trámite aduanero se pagará por cada operación al presentarse el pedimento respectivo, debiendo considerarse a cada vehículo de transporte como una operación distinta ante la aduana correspondiente. También se pagará este derecho por cada operación en que se utilice el pedimento complementario del pedimento de exportación o retorno de mercancías.

4. REQUISITOS DE ENTRADA.

Los productos importados a Lituania están regulados por el Ministerio de finanzas de la republica de Lituania.⁸⁴ La miel de abeja mexicana es de las más valoradas en el mundo, por lo que ha podido penetrar con éxito en mercados internacionales y exigentes como el europeo, gracias a esto la Unión Europea (UE) le ha otorgado preferencias arancelarias y un cupo anual, así nuestro país se posiciona como el único que paga un arancel tan bajo ante la UE.

Sin embargo para poder importar la miel a cualquier país miembro de la Unión Europea. hay que cubrir requisitos tanto económicos, como aranceles e impuestos, y restricciones no arancelarias establecidas por la legislación comunitaria en el ámbito veterinario, que es quien dicta lo que los estados miembros deben aplicar a las importaciones de animales vivos y productos de origen animal procedentes de países terceros.

Esta legislación dispone los requisitos sanitarios y de supervisión para garantizar que los animales y productos importados, cumplan como mínimo, normas equivalente a las exigidas para la producción y comercio intracomunitarios. En algunos casos esta legislación no está armonizada.⁸⁵

4.1 MARCADO DE ORIGEN.

Con esto nos referimos al sello de “Hecho en México”, es un sello distintivo establecido por el gobierno federal a través de la Secretaría de Economía (SE) y sirve para identificar los productos elaborado o fabricados en México frente a los de otros países, solo los productos que demuestren eso podrán usarlo. El objetivo de su uso es lograr la distinción y recordatorio a los consumidores de los productos hechos en México, para así favorecer su preferencia por ellos, se pretende también con él crear una imagen más amable y atractiva. El uso del sello contribuye al posicionamiento de los productos mexicanos en el extranjero.

Para obtener dicho sello es necesario llenar el formato de solicitud del logotipo⁸⁶ que se obtiene en la página de la Secretaria de Economía en la sección de logotipo Hecho en

⁸⁴ www.cust.lt Fecha de consulta: Julio 4, 2011

⁸⁵ www.coag.org. Fecha de consulta: Julio 4, 2011

⁸⁶ Ver Anexo 6

México⁸⁷ o en cualquier subdelegación de la SE. Posteriormente se entregara en la subdelegación correspondiente acompañado de copias simples del Acta Constitutiva de la empresa, Cédula del Registro Federal de Contribuyentes, en caso necesario, instrumento que acredite las facultades del representante legal. En el escrito se debe proporcionar el nombre o denominación social, dirección para recibir notificaciones y la persona autorizada para ello, nombre del representante legal y la indicación y descripción del producto que llevará el logotipo y, en su caso, la forma en que los insumos o partes mexicanas se utilizan en el proceso productivo, a cambio se recibirá un acuse de recibo, y la respuesta por parte de la Secretaría se dará a conocer en un plazo de 5 días hábiles, y si en este plazo no se recibe notificación se autorizara automáticamente, por otra parte, si la SE detecta en los primeros 3 días que la información o documentación contiene errores o está incompleta, hará un requerimiento que tendrá que completar o corregir en un plazo no Mayor a 5 días hábiles, de lo contrario será rechazada la solicitud.

Con la autorización se debe entrar al sitio web,⁸⁸ con el RFC y el folio para descargar el logotipo oficial, es importante mencionar que la vigencia de este logotipo es indefinida y el trámite gratuito, en caso de que el logotipo sea modificado o cambie de versión se realizara el mismo trámite pero en el formato donde indica la descripción de producto se indicara el folio que fue otorgado en el trámite anterior.

IMAGEN 8: Logotipo “Hecho en México”



Fuente: <http://www.lohechoenmexico.mx>

⁸⁷ http://www.economía.gob.mx/swb/es/economía/p_Logotipo_Hecho_Mexico. Fecha de consulta: Mayo 22, 2011

⁸⁸ <http://www.apps1.economía.gob.mx:8080/hechoenmexico/manuales.jsp>. Fecha de consulta: Mayo 22, 2012

El uso del logotipo "Hecho en México" se apegará al Manual de Identidad Gráfica y su mal uso o la utilización de éste sin autorización de la Secretaría de Economía, será sancionado en términos de las disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial

4.2 ARANCELES

El derecho de aduana aplicable a la miel natural importada, originaria de países que sean partes contratantes del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, es del 17 % sobre el valor comercial⁸⁹. El de 1 de julio del 2000 con la firma del TLCUEM, se le otorgo a México una preferencia de reducción del arancel al 50 %, es decir, que paga solo 8.65% y Contingentes de importación de 30.000 TN., de miel al año.

Se hará válida esta preferencia siempre que se haya presentado un certificado de origen EUR1, avalado por la secretaría de economía del gobierno mexicano, aunado a esto el otro impuesto que se tiene que pagar es el IVA o impuesto al valor agregado y en este es variable de país a país, en el caso de Lituania aplica un tipo único de IVA del 18% a todas las transacciones, incluidas las importaciones.

4.3 RESTRICCIONES Y REGULACIONES NO ARANCELARIAS

4.3.1 CONTROL DE CONTAMINANTES EN LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

El Reglamento de la CE No 315/93, establecen procedimientos comunitarios para contaminantes en los alimentos y estipula que no se colocará en el mercado de la UE y serán rechazados los alimentos que contengan un contaminante a una cantidad inaceptable y en particular a nivel toxicológico, y exige que los niveles de contaminantes se mantengan tan bajos como sea posible dentro de las buenas prácticas de trabajo

Así mismo el Reglamento de la CE No 1881/2006, establece niveles máximos de determinados contaminantes en los alimentos Ya que no se colocaran a la venta si contiene niveles Mayores de contaminantes de los especificados.

En la Sección 1, establece límites de nitrato en vegetales y alimentos de bebé. En la Sección 2, los límites para diferentes mico-toxinas en, preparados para lactantes frutos secos, cereales y sus derivados. En la Sección 3, están límites de metales

⁸⁹ Reglamento de la CE 1789/2003 de la Comisión de 11 de septiembre de 2003, por el que se modifica el anexo I del Reglamento 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y el arancel aduanero común. Fecha de consulta Noviembre 5, 2011

pesados en, leche, carne, pescado, cereales, verduras, frutas y vinos. La Sección 4 da límites para 3-MCPD⁹⁰ en proteínas Hidrolizadas, Así la Sección 5 establece límites para las dioxinas y los PCB⁹¹ similares de dioxina en carne, pescado, leche, huevos, aceites y grasas, por último en la Sección 6, vemos los límites de conjuntos de PAHs⁹² en aceites y grasas ahumados de carnes, pescados, alimentos infantiles.

4.3.2 CONTROL DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS EN VEGETALES Y PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO

La puesta en el mercado de estos productos está cubierta por dos directivas principales:

4.3.2.1 Animales y productos de animales:

Consejo de la Directiva 96/23/CE, describe el procedimiento para evaluar en importaciones de animales y productos de origen animal y si los residuos de sustancias químicas, presentadas por un tercer país pueden considerarse equivalentes a las exigidas por la UE; Específicamente en el artículo 5, Apartado 2, fracción B, punto II, explica que los terceros países presentaran un plan de detección de residuos en dichos productos, así como los niveles y frecuencia de los muestreo, de los mismos para estas evaluaciones.

En el Anexo 2 de este reglamento especifica que los residuos a detectar en la miel son sustancias de los siguientes grupos:

GRUPO B — Medicamentos veterinarios y contaminantes

- 1) Sustancias antibacterianas, incluidas las sulfamidas, quinolinas
- 2) Otros medicamentos veterinarios
- c) Carbamatos y piretroides
- 3) Otras sustancias y contaminantes medioambientales
- a) Compuestos organoclorados, incluidos los PCB

⁹⁰ monocloropropano-1, 2-diol 3-cloro-1,2-esta es un compuesto químico que es cancerígeno y altamente sospechosos para ser genotóxico en los seres humanos, tiene efectos estabilizantes masculinos, y es un subproducto de químico que puede formarse en los alimentos.

⁹¹ El Policloruro de bifenilo (PCB) está considerado según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) como uno de los doce contaminantes más nocivos fabricados por el ser humano. Actualmente su uso está prohibido en casi todo el mundo

⁹² también conocido como hidrocarburos aromáticos poli o hidrocarburos aromáticos polinucleares, son potentes contaminantes atmosféricos que consisten en fusionados aromáticos anillos y no contienen heteroátomos o llevar sustituyentes. El naftaleno es el más simple.

b) Compuestos organofosforados

c) Elementos químicos

Esto a su vez está ligada con el anexo del reglamento CEE 2377/90 que refiere que los límites máximos de estas sustancias son:

Tabla 4: Límites Máximos de Residuos (LMR)

Sustancia F. Activa	Residuo	Especie	LMR	Tejidos
Cumafos	Cumafos	Abejas	100 µg/kg	Miel
Amitraz	Amitraz y todos sus metabólicos con fracc. 2,4-DMA		200 µg/kg	
Cimiazol	Cimiazol	Abejas	1 000 µg/kg	Miel

Existen otras sustancias para las cuales no hay límites máximos pero por eso es que no están permitidas en la UE como la Flumetrina

4.3.2.2 Control de residuos de plaguicidas en la UE: los niveles máximos de residuos (LMR)

El Reglamento de la CE No 396/2005 establece los límites máximos de residuos de plaguicidas (LMR) en alimentos y piensos. Para proteger a los consumidores.

4.3.3 CONTROL DE RESIDUOS DE MEDICAMENTOS VETERINARIOS EN LOS ANIMALES Y PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO

Los países que deseen exportar alimentos de origen animal en la UE, están obligados a presentar un plan anual para detección de residuos, Una vez aprobados, los países están enumerados en la decisión 2004/432/CE y enviarán muestras para la su análisis y detección. Las condiciones de tal muestreo se describen en el Reglamento de la CE No 136/2004, Por ejemplo la proporción de animales muestreados se deben tomar con respecto a las cifras de producción nacional anual. De acuerdo con Decisión 2005/34/CE de la Comisión, Para la miel se han establecido 10 muestras por cada 300 toneladas de producción anual para el consumo humano, durante las primeras 3000 toneladas y una más por cada 300 toneladas a partir de las siguientes. En este reglamento en específico, en el anexo III, encontramos el documento veterinario común de entrada (DVCE) que es el que acompaña a dichas muestras.

4.3.3.1 Concentraciones Seguras de residuos de medicamentos veterinarios

Los envíos de alimentos de origen animal que contengan un residuo de una sustancia superiores a los LMR, que contengan residuos de sustancias para las que no se ha establecido ningún LMR, o que contenga un residuo de una sustancia, ha sido prohibida para su uso en la producción de alimentos animales, en la UE, no se colocaran a la venta, igual que aquellos productos que se han extraído de animales en los que se han utilizado sustancias como estíbenos, tireostáticos, hormonas esteroides o estradiol para cualquier propósito serán rechazadas tal como se especifica en la Directiva 96/22/CE. La concentración máxima de residuos de una sustancia farmacológicamente activa que puede permitirse en los alimentos de origen animal, figura en el Reglamento 37/2010, que también determina sustancias activas para las que no ha sido establecido un LMR

4.3.3.2 Residuos de sustancias farmacológicamente activas

El Reglamento CE Nº 470/2009 dice que, los medicamentos veterinarios destinados para su uso en animales productores de alimentos tienen que ser evaluadas científicamente de acuerdo a las necesidades de seguridad alimentaria. Los productos que no han sido evaluados como seguros de acuerdo con estos requisitos no pueden ser autorizados.

No hay límites máximos de residuos de la UE para los medicamentos antimicrobianos y antibióticos en la miel y por lo tanto, estos medicamentos veterinarios no están autorizados para el tratamiento de las abejas de miel en la UE.

4.3.3.3 Residuos en la miel

En la Directiva 2001/110/CE, es referente a la miel y en contraste con muchos productos alimenticios, para la miel hay relativamente pocos límites máximos de residuos (LMR) establecidos por ejemplo, fluvalinato y amitraz. En particular los antimicrobianos y antibióticos no están autorizados para el tratamiento de las abejas de miel en la UE, porque no hay LMR establecidos y esto puede ocasionar algunos problemas con las importaciones, ya que debido a esto no pueden ser legalmente comercializados en ella. Por lo tanto, es importante que los métodos analíticos utilizados para control de residuos presentados en los planes de los países exportadores, sean lo más sensibles y fiables como sea posible

El Reglamento de la CE N° 470/2009 establece los llamados "Puntos de Referencia para la Acción", (EPR) para los residuos de sustancias farmacológicamente activas para las que los LMR no han sido establecidos. Si el EPR se excede, el Estado miembro está obligado a rechazar el envío, o si un laboratorio de control de alimentos confirma una concentración por debajo del nivel, la autoridad del Estado miembro está obligada a permitir el envío siguiendo ciertos procedimientos administrativos.

En la Decisión 2005/34/CE han establecido EPR a las sustancias como el cloranfenicol y nitrofuranos para la miel, Es importante destacar que, en ausencia de cualquiera de los LMR o EPR para muchos residuos de sustancias farmacológicamente activas en la miel, el hallazgo de cualquier concentración de residuos en la miel, se rechazara la partida.

La Decisión de la Comisión 2002/657/CE establece del límite de funcionamiento mínimo exigido (MRPL) se definen como "contenido mínimo de residuos en una muestra", que por lo menos tiene ser detectado y confirmado. La decisión de la comisión 2003/181 para que en productos como carne, huevo, leche miel y otros de origen animal el MRPL de clorafenicol es de 0.3 mg/kg

4.3.4 CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO

Las importaciones de productos de origen animal destinados al consumo humano, sólo se pueden importar en la UE si provienen de un establecimiento autorizado de un tercer país incluido en una lista positiva de los países elegibles para el producto correspondiente, son acompañados por los certificados de salud adecuada y han logrado el control obligatorio en el puesto de inspección fronterizo del Estado miembro.

Sin embargo, las autoridades europeas podrían suspender las importaciones de todo o parte, a fin de tomar medidas de protección. Las importaciones de productos de origen animal, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

4.3.4.1 CONDICIONES RELACIONADAS CON EL PÚBLICO Y LA PROTECCIÓN DE ANIMALES.

El Reglamento de la CE No 178/2002; dice que Cuando un pienso se considera peligroso, si tiene un efecto nefasto sobre la salud, no debe comercializarse ni darse a animales destinados a la producción de alimentos. En todas las etapas de la cadena

alimentaria, los explotadores de las empresas deben velar por que los alimentos cumplan los requisitos de la legislación alimentaria y verificar la observancia de estos requisitos. Los Estados miembros establecen las medidas y sanciones aplicables en caso de que se infrinja.

La trazabilidad de los alimentos, los piensos, los animales destinados a la producción de alimentos debe estar establecida en todas las etapas de la producción, transformación y distribución. Los explotadores de las empresas de los sectores de que se trate, deben establecer sistemas y procedimientos que permitan dicha trazabilidad.

4.3.4.1.1 Normas generales de higiene de los productos alimenticios y las especificaciones de higiene de los alimentos de origen animal: de acuerdo con el Reglamento de la CE 853/2004, Todos los agentes económicos del sector alimentario, garantizarán que todas las etapas del proceso de las que sean responsables, desde la producción primaria, hasta la puesta a la venta o el abastecimiento de los productos alimenticios al consumidor final, se llevarán a cabo de forma higiénica

4.3.4.1.2 Condiciones de sanidad animal: establecidas en la Directiva 2002/99/CE menciona que los Estados miembros son los responsables de las medidas que deben tomarse para erradicar la transmisión de enfermedades animales; asimismo, establece las condiciones que deben satisfacer los productos de origen animal, prohibiéndolos si proceden de zonas o territorios sujetos a restricciones zoonosanitarias. Exigiendo los certificados veterinarios, así son responsables de los controles veterinarios oficiales y de las medidas aplicables en caso de infracción de las normas zoonosanitarias. Así mismo Las inspecciones o auditorías comunitarias pueden realizarse a lo largo de toda la cadena alimentaria en los terceros países incluidos en las listas.

4.3.4.1.3 Requisitos de bienestar de los animales: 93/119/CE La Directiva dispone que no se cause a los animales agitación, dolor o sufrimiento evitables durante el desplazamiento, la estabulación, la sujeción, el aturdimiento, el sacrificio y la matanza de animales criados y mantenidos para la obtención de carnes, pieles, pieles finas u otros productos

4.3.4.2 Condiciones específicas de preparación de alimentos

El Reglamento CE) No 1935/2004 se aplica a **todos los materiales y objetos destinados a estar en contacto con productos alimenticios**: todo tipo de envases, botellas (plástico y vidrio), tapas e, incluso, el pegamento y las tintas de impresión de las etiquetas que deben estar fabricados de conformidad con las buenas prácticas de fabricación. En ningún caso podrán transferir sus componentes a los alimentos; El etiquetado, la publicidad y la presentación de los materiales u objetos no deben inducir a error a los consumidores

4.3.4.3 APROBACIÓN DE SALUD DEL PAÍS.

La *Dirección General de la Comisión Europea para la salud y los consumidores (DG SANCO)* aplica un procedimiento para evaluar el cumplimiento de un tercer país de condiciones de Sanidad pública y animal. Este procedimiento señala que los establecimientos productores deberán estar registrados, autorizados y reconocidos por la autoridad sanitaria, zoonosanitaria del país exportador, (para México serian la COFEPRIS y la SENASICA) así como cumplir con el programa de control de residuos y los requisitos establecidos en los reglamentos 852/2004 y 853/2004 referentes a las prácticas de higiene en los productos alimenticios, la autoridad sanitaria deberá realizar inspecciones de manera regular al establecimiento, y así mismo la oficina alimentaria y Veterinaria de la UE (OAV) realizara un examen “in situ” para verificar el cumplimiento de las normas una vez aprobado, el tercer país se agrega a la lista de países autorizados⁹³.

4.3.4.4 LOS ESTABLECIMIENTOS

Además de la aprobación del país, la Mayoría de los productos de origen animal, pueden sólo ser importados a la UE si se han obtenido o preparado en establecimientos que aparecen en una lista aprobada *DG SANCO*. Existen listas de establecimientos para cada categoría de productos establecidas en el reglamento 178/2002 CE⁹⁴.

⁹³ <http://www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/AccesoEEUU-UE/GUIAS%20BID/GUIA%20SPS%20PARA%20EXPORTAR%20UE.pdf> Fecha de consulta Abril 20, 2012

⁹⁴ http://www.ced-int.org/TALLER_LEGISLACION_EUROPEA/5_Europa_...pdf Fecha de consulta Abril 15, 2012.

4.3.4.5 CERTIFICADOS DE SALUD

Las importaciones de productos de origen animal deben ser acompañadas de un certificado firmado por el representante de la autoridad competente del país del exportador. En este caso es la sria de salud y sagarpa, que certifique que los productos en cuestión son adecuados para exportar a la UE

4.3.4.6 CONTROL SANITARIO

De a cuerdo a las disposiciones establecidas en la Directiva 97/78/CE A su llegada, los productos y los certificados de acompañamiento, deben verificarse y ser marcados por los funcionarios de veterinario, el resultado de la inspección deberá reflejarse en el Documento veterinario común de entrada (CVED).

Sin embargo, las autoridades europeas podrían suspender las importaciones a fin de tomar medidas de protección

4.3.5 CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL NO DESTINADOS A LCONSUMO HUMANO

En este caso, Los requisitos generales de salud aplicables a estos productos, coinciden con los 4 últimos del punto anterior y que ya han sido explicados y son: Aprobación de salud del país, Los establecimientos, Certificado de salud y Control sanitario.

4.3.6 ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Los consumidores deben obtener toda la información siempre que sea precisa y no inducir a error al consumidor, esto es esencial para hacer una elección informada mientras compran sus productos alimenticios, Por lo tanto, las disposiciones de etiquetado aplicables son los siguientes:

Las normas generales de etiquetas de los productos alimenticios establecidas en 2000/13/CE deben contener los siguientes datos:

- **El nombre bajo el cual el producto es vendido o denominación de venta.** Sin marca, marca o nombre de fantasía, pueden utilizarse además del nombre genérico. Deben incluirse indicaciones sobre el estado físico del producto alimenticio o el tratamiento específico que ha sufrido, donde la omisión de tales puede confundir al comprador.

- **La lista de ingredientes**, precedida por la palabra "Ingredientes", debe mostrar todos los ingredientes (incluidos los aditivos) en orden decreciente de peso. En el caso de aquellos productos que contengan ingredientes que puedan causar alergias o intolerancias, debe colocarse una indicación clara en la etiqueta por la palabra "contiene", seguido del nombre del ingrediente.
- **La cantidad neta** los productos pre envasados en unidades métricas (litro para líquidos y kilogramo para no líquidos).
- **La fecha de duración mínima** conformado por día, mes y año en ese orden y precedida por las palabras "mejor antes" o "utilizar antes", para productos perecederos. De los que su duración no sobrepase los 18 meses, se debe indicar mes y año, y para los que si la rebaza solo con mencionar el año bastara.
- **Las condiciones especiales de mantenimiento o uso.**
- **El nombre o razón social y dirección del fabricante, envasador o importador** establecido en la UE.
- **Lugar de origen o de procedencia**
- **Instrucciones de uso**, en caso necesario.
- **Grado Etílico** para las bebidas alcohólicas

Estas indicaciones deberán figurar en el envase o en una etiqueta unida a los productos alimenticios pre envasado. En el caso de los productos alimenticios vendidos a granel, deben aparecer las indicaciones de etiquetado obligatorio en los documentos comerciales, bajo el nombre que se vende, la fecha de caducidad y el nombre del fabricante deberán figurar en el exterior del embalaje.

El etiquetado no debe inducir a error al comprador ni atribuir las propiedades especiales de alimento para la prevención, tratamiento o cura de una enfermedad humana. La información proporcionada por las etiquetas debe ser fácil de comprender, visibles, legibles e indelebles y debe aparecer en la lengua o lenguas oficiales del Estado miembro donde se comercialice el producto. Puede permitirse el uso de términos extranjeros o expresiones fácilmente comprendidas para el comprador.

4.3.6.1 DISPOSICIONES ESPECÍFICAS PARA DETERMINADOS GRUPOS DE PRODUCTOS.

Hay también en los etiquetados disposiciones aplicables a determinados grupos de productos alimenticios, para dar a los consumidores información más detallada sobre el contenido y la composición de estos productos:

Etiquetado de productos alimenticios para objetivos de nutrición específicos.

Además de las normas aplicables a los productos alimenticios en general, disposiciones específicas (por ejemplo, la declaración del contenido de valor, hidratos de carbono, proteínas y grasas de energía, etc.) para los grupos de alimentos destinados a una alimentación especial, están previstas en las directivas específicas.

Estos productos deben ser adecuados para sus fines nutricionales reclamados y comercializado en forma de indicar su idoneidad.

Etiquetado de los aromas y aditivos alimentarios.

Siempre deben estar etiquetados en el embalaje de productos alimenticios por su categoría con su nombre o número. Establecidos en el Reglamento de la CE nº 1333/2008

Etiquetado de materiales destinados a entrar en contacto con alimentos.

Objetos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios, incluidos los materiales de embalaje y contenedores estarán etiquetados "por contacto con productos alimenticios", o llevarán el símbolo con un tenedor y vidrio. El Reglamento establece 17 grupos de materiales y objetos que pueden ser objeto de medidas específicas.

Etiquetado de ciertos productos alimenticios determinados.

Disposiciones en relación con el etiquetado de determinados productos, están establecidas en la legislación comunitaria específica. Entre ellos la Miel

La Directiva 2000/13/CE, exige que la información de consumo esencial se incluya en el etiquetado. En particular, el etiquetado deberá incluir el país de origen de la miel (con un grado de flexibilidad para una mezcla de mieles de diferentes orígenes), y los nombres de productos según lo establecido en el Anexo i que da la definición de la miel. Sin embargo, estas denominaciones se podrán sustituir, en ciertos los casos de "miel" el nombre del

producto simple (excepto en el caso de la "miel filtrada", "panal de miel", "miel con trozos de panal o cortado panal en miel", o "miel para uso industrial).

Pide también Información sobre el origen regional, territorial o topográfico, o en el origen floral o vegetal, o en criterios de calidad específicos pueden complementar este etiquetado (una excepción de "miel filtrada" y "miel para uso industrial).

Para Lituania el contenido de la etiqueta debe ser al menos en lituano. El cumplimiento de los requisitos de etiquetado y de la exactitud de la información contenida en la etiqueta, se puede comprobar en cualquier etapa de la cadena de distribución.

4.3.7 PRODUCTOS PROCEDENTES DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

La puesta en el mercado de la Unión Europea (UE) de productos agrícolas sin transformar, para alimentos, teniendo una referencia al método de producción ecológica, deben cumplir con las normas establecidas por el Reglamento de la CE nº 834/2007. Principalmente los siguientes aspectos:

- Producción, procesamiento, embalaje, transporte y almacenamiento de los productos
- Uso de ciertos productos y sustancias en el procesamiento de los alimentos reglamento CE Nº 889/2008 los anexos VIII y IX
- Prohibición del uso de organismos genéticamente modificados (OGM) y de productos elaborados a partir de OMG en la producción ecológica
- logo de producción ecológica Unión Europea (nuevo a partir de 01 de julio de 2010). El logotipo y las indicaciones referentes a la producción orgánica, métodos, pueden ser utilizados sólo para ciertos productos que cumplan todas las condiciones establecidas por el Reglamento.

IMAGEN 9: Logotipo de Producción Orgánica UE



Fuente: Agricultura Ecológica Unión Europea⁹⁵

Las medidas de inspección y esquema de control específicos que deben aplicarse para este tipo de productos por las autoridades de los Estados miembros designadas.

Sólo podrán comercializarse en el mercado de la UE con indicaciones referentes a la producción ecológica, si se han producido de conformidad con normas de producción y sometidos a un régimen de inspección de conformidad con, o equivalente a la legislación comunitaria, establecidas en el Reglamento de la CE nº 1235/2008.

4.3.7.1 Autorización de país: A fin de comprobar que se han obtenido con arreglo a normas de producción equivalentes a las establecidas en la Comunidad, se hace una investigación detallada sobre los arreglos en el país, examina los requisitos impuestos sobre la producción, las medidas aplicadas para garantizar un control eficaz. Donde se encuentran las reglas equivalentes, si el país está incluido en la lista de autorizados establecidos en el Anexo III del Reglamento de la CE nº 1235/2008 de la Comisión.

4.3.7.2 Control por un organismo reconocido o reconocida autoridad: La función de estas autoridades y organismos es garantizar que los productos se han producido, en cumplimiento de la normativa de producción orgánica (artículo 32 del Reglamento de la CE nº 834/2007) o son equivalentes, solo se pueden importar si estos organismos lo aprueban.

4.3.7.3 Control documental: Las importaciones procedentes de países autorizados deben obtener un certificado de control expedido por la autoridad competente o el organismo en el país, El original del certificado deberá acompañar a las mercancías a los locales del primer destinatario; a partir de entonces el

⁹⁵ http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_es Fecha de consulta Noviembre 29, 2011

importador debe conservar el certificado a disposición de la autoridad de inspección no menos de dos años, La liberación del despacho en la UE de un lote de productos orgánicos, está condicionada por la presentación del certificado de inspección a la autoridad del Estado miembro, la comprobación y la aprobación del certificado de inspección.

En Lituania El importador o su representante deberán, a más tardar en el momento en que se presente el certificado de inspección, informar al organismo de control de cada lote a importarse de dar el nombre y dirección del primer destinatario, así como los detalles que puede requerir el cuerpo.

El organismo de control verificará que el certificado de inspección, preferiblemente escrito en lituano, es compatible con las necesidades derivadas de la legislación comunitaria mencionada. Además, y si lo considera necesario, podrán ser inspeccionados físicamente los productos reales, a fin de asegurar el nivel necesario de conformidad con estos requisitos.

La liberación a libre circulación de los productos que no cumplan los requisitos, es condicionada a la eliminación de referencias al método de producción ecológica de los documentos de etiquetado, publicidad y acompañamiento. Es importante señalar que aun cuando se tengan preferencias arancelarias, éstas se pueden retirar, cancelar, o modificar.

4.4 CLÁUSULA DE SALVAGUARDIA Y RETIRADA TEMPORAL

El Reglamento incluye también una cláusula de salvaguardia que autoriza a la Comisión, a suspender las preferencias arancelarias si se importa un producto en condiciones que se plantean o pueden plantear dificultades graves a los productores comunitarios, de productos similares o que compiten directamente con los mismos. La decisión de la Comisión se toma, tras una investigación, en un plazo de treinta días, después de la consulta del Comité de Preferencias Generalizadas. En caso de urgencia, la Comisión puede adoptar las medidas preventivas que sean necesarias.⁹⁶

⁹⁶Reglamento (CE) n° [2501/2001](#) del Consejo relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas *Art. 27 fracción 1.*

La concesión de preferencias arancelarias puede retirarse temporalmente para todos o algunos de los productos beneficiarios en determinadas circunstancias,⁹⁷ por ejemplo, si el producto deja de cumplir con las disposiciones emitidas o si su calidad cae presentando residuos fuera de los límites o contaminantes no permitidos.

⁹⁷Por ejemplo si el país incumple la cláusula democrática

CONCLUSIONES

México es uno de los países con más tratados comerciales internacionales en el mundo, poco provecho saca de ellos ya que nuestro comercio se enfoca principalmente a Estados Unidos, lo cual ha provocado que nuestra economía sea dependiente de la suya. La ratificación del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM), logro para México la asociación con naciones importantes que ofrecen un mercado con gran potencial, oportunidad de negocios y crecimiento, este Tratado nos da la ocasión de penetrar barreras que han sido de compleja negociación para otras naciones, dándonos preferencias que resultan muy benéficas para los negocios y dado que nuestro país tiene muchos productos dignos de calidad de exportación, no solo petróleo del cual hemos dependido en gran parte, La miel Orgánica, es uno de ellos, la miel convencional por si sola que es un producto estrella de México como fuente captadora de divisas en específico de euros, que en este momento resultan más fuertes que los dólares y pueden brindarnos la posibilidad de encontrar mejoras económicas para nuestro país a través de la ampliación de mercados de exportación.

La miel es bien conocida por sus cualidades nutritivas, medicinales y su rico sabor por lo que muchos lo consideran el alimento perfecto, además es un producto que consumido por cualquier tipo de cliente, sin importar su estado civil, edad, creencias o cultura nuestro país ha destacado como productor de la misma desde hace muchos años ya que la apicultura se practica en México desde la época prehispánica lo que nos ha dado la experiencia y especialización necesaria en la elaboración de la miel aunado a esto a la tendencia al consumo y uso de productos naturales, y respetuosos con el medio ambiente para una vida saludable, lo que ha sido un factor importante que contribuyó al crecimiento de la demanda, y dado la miel encaja muy bien en esta tendencia saludable y natural, debido a que es un producto completamente natural que cuenta con varias propiedades que promueven la buena salud, por lo que se ha convertido en insumo para industrias farmacéuticas y cosméticas, en específico la miel orgánica ha llamado la atención tanto productores como consumidores estos últimos por la tendencia ya mencionada y los apicultores por el sobreprecio que se obtiene de la venta de la misma.

Es importante mencionar que la miel mexicana goza de ventajas relativas a diferencia de otros países exportadores, ya que se produce en todo el territorio, el costo de insumos

es bajo, tiene una excelente calidad, sabor y precio que han sabido conquistar todos los mercados en los que ha incursionado en específico el Europeo quien, de acuerdo a las estadísticas de la FAO importa más de 137 mil toneladas al año lo que representa aproximadamente el 24% del consumo mundial de miel. Dentro de este grupo destacan los del mediterráneo ya que entre el 2001 y el 2005, países como Estonia, Malta, Letonia, y Lituania subieron sus compras del dulce en más del 80 por ciento; este último que es considerado el mercado meta de este proyecto destaca como un caso especial ya que Lituania Anteriormente había destacado como productor y hasta exportado (ya que este producto pertenece a los de consumo habitual en pues es parte fundamental en la preparación de platillos y bebidas tradicionales), pero debido a diversas situaciones como el frío invierno, la falta de lluvias o la baja población de abejas, implican altos costos de producción en este país y por ende un alto costo del producto a los consumidores, lo que en resultado ha ocasionado que la demanda de este producto supere la oferta del mismo, por lo que se han visto en la necesidad de importarla a precios más accesibles.

En Los principales países Exportadores de miel en el mundo encontramos a China quien destina el 40% de su producción para cubrir 19% del mercado mundial, Argentina 15.9% del mercado ocupando el 90% de su producto nacional, México ocupa el tercer lugar cubriendo el 7.5% de la demanda con el 50% de su producción, y Alemania 5.8%, que es un caso especial ya que no tiene un gran nivel de producción sino que también importa grandes cantidades de miel que rebasan su consumo aparente, lo que nos muestra que hace la función de bróker o dicho de otra forma que triangula el comercio de este producto proveniente de otras naciones; sin embargo existen otros países que tienen la característica de mercado estratégico, como lo es Lituania pues tiene una ubicación geográfica excelente insertado en medio del mercado occidental y oriental, por lo tanto nos ofrece la oportunidad de iniciar negocios con gran potencial que en un futuro abran paso para la penetración tanto de Europa como de Rusia.

En China la producción de miel es de forma familiar y no profesionalizada, lo que les ha ocasionado problemas con los contaminantes, por ejemplo en el 2002 la UE detectó miel proveniente de China contaminada con cloranfenicol, razón por la cual se restringió el ingreso de miel y otros alimentos. Por otra parte la miel Argentina en el mercado Europeo se ha visto afectada, ya que si bien es una miel de calidad, también se ha demostrado que contiene residuos contaminantes, por lo que La Unión Europea ha impuesto restricciones a la miel argentina pues ha demostrado contener residuos ya sea arriba o

debajo de lo permitido de acuerdo a sus estándares, esto aunado a que argentina no cuenta con acuerdos comerciales con la Unión Europea el arancel que paga es el 17.3 %, y el alto costo que representa para los argentinos el pago de estas medidas, se ven reflejados en el alto precio que se le impone al consumidor final.

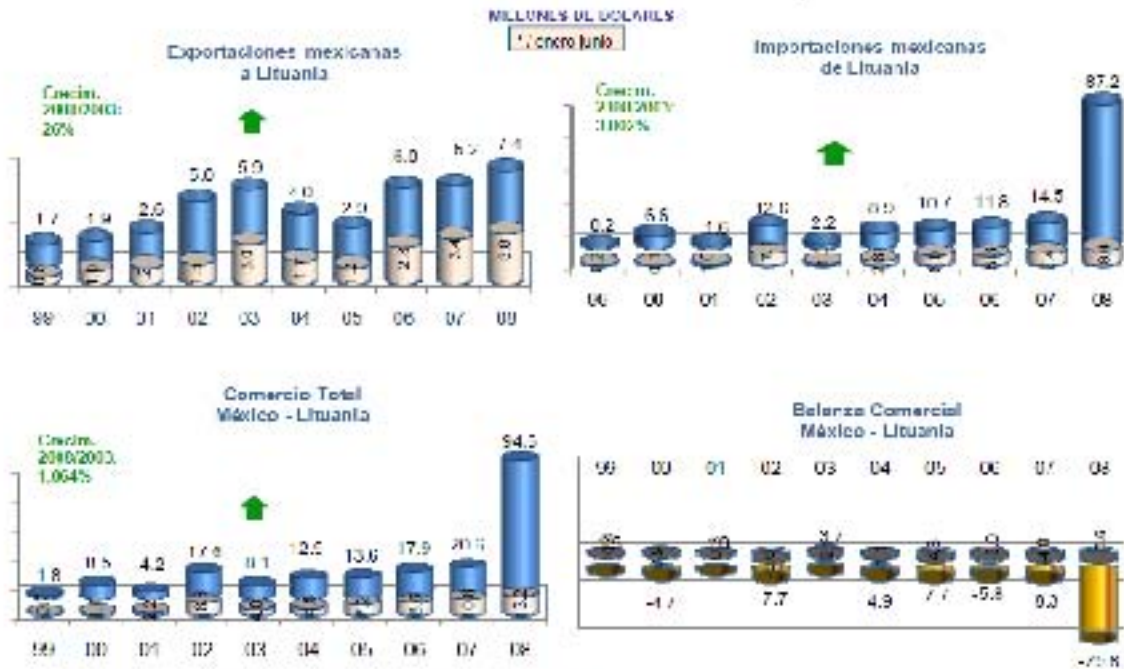
La UE, tiene una política cada vez más exigente sobre la presencia de contaminantes en los alimentos lo que reduce los proveedores de los mismos y de acuerdo a estos datos podemos recalcar que la miel orgánica mexicana se posiciona en un lugar privilegiado frente a sus principales competidores, ya que ha sabido librar estas medidas de protección pues desde el de 1 de julio del 2000 con la firma del TLCUEM, se le otorgo a México una preferencia de reducción del arancel al 50 %, es decir que paga solo 8.65% y Contingentes de importación de 30.000 TN. De miel al año, y aun que estas mediadas preferenciales pretendía ser progresivas aun no tenemos una liberación total, sin embargo con las preferencias ya dadas México se convierte en el país que paga el arancel más bajo de este producto frente a la Unión Europea, lo que se ve reflejado en los precios del consumidor final.

Sí el objetivo es tratar de atraer clientes, a partir de las ventajas comparativas al tiempo insertarse en nuevo mercado con el objetivo de convertirlo en un mercado estratégico tanto Lituania como la miel orgánica mexicana ofrecen las oportunidades necesarias para hacer crecer las exportaciones y con ellas la captación de divisas, del mismo modo esto ayudaría a ampliar las relaciones comerciales entre Nuestro país y la ex republica soviética ya que el comercio entre estas dos naciones es limitado a pocos productos cuando existe una gran gama para ofrecer.

ANEXO 1

Lituania

en el TLC México - Unión Europea



Exportaciones mexicanas a Lituania en 2008		
Principales Productos	Milión Dólar	%
Total	7.4	100.0
Muebles de madera o de plástico, incluso recubiertos o en masa, no ensamblados	4.4	59.0
Textil de algodón, tejido plano, preparado para usos temporales, profibrado o de fibra de algodón	0.7	9.9
Máquina para procesamiento de datos y sus unidades	0.4	5.5
Automóviles para transporte de personas	0.3	3.0
Carrocería de metal	0.2	3.3
Artículos de vidrio y artículos similares para uso en la construcción, edificios o cultivos	0.2	3.0
Aplicación de superficies orgánicas (resaca o pintura), preparaciones similares	0.1	1.7
Aplicación para cables, secuencia automática, profibrado o tejido de fibra de algodón	0.1	1.2
Móviles y sus partes: relojes, incluso móviles de pulsera o de dedo	0.1	1.2
Farmacéuticos y artículos farmacéuticos a base de sales de heparina de cerdo	0.1	1.0

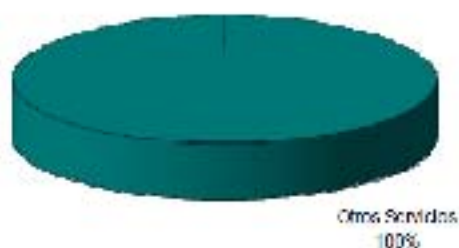
Importaciones mexicanas a Lituania en 2008		
Principales Productos	Milión Dólar	%
Total	87.2	100.0
Acabados de petróleo o de mineral bituminoso	33.1	38.0
Textil de algodón, tejido plano, preparado para usos temporales, profibrado o de fibra de algodón	6.4	7.3
Cigarrillos (granos), cigarrillos puros y cigarrillos de filtro con o sin aditivos de filtro	3.0	3.4
Aplicación y dispositivos eléctricos de uso doméstico o de oficina, para acciones	2.4	2.8
Filos, cables (incluido de aluminio) y demás conductores eléctricos para electricidad	1.1	1.3
Disco, transistores y dispositivos semiconductores, dispositivos semiconductores fotoemisor	0.9	1.1
Máquina con cadena, máquina de punto y máquina de coser	0.4	0.5
Traje, manta, conjunto, chaqueta (excepto sport coat), falda, falda pantalón, pantalón largo	0.4	0.4
Máquina o mecanismo para la fabricación de productos, excepto de	0.3	0.4
Trigo (excepto de grano), sorgo, cebada (excepto de grano), paja de trigo	0.2	0.2

Comercio México - Lituania en 2008
(Por sector)

Sector (SITC V.4)	Millones de dólares			
	Exp.	%	Imp.	%
	7.4	100.0	87.2	100.0
Alimentos y animales vivos	0.1	1.2	0.0	0.0
Bebidas y tabaco	0.3	4.1	3.5	4.1
Minerales excepto combustibles	0.0	0.0	0.0	0.0
Combustibles minerales y lubricantes	0.0	0.0	80.8	79.5
Acidos, grasas y otros animales o vegetales	0.0	0.0	0.0	0.0
Químicos y productos relacionados	5.4	72.3	6.5	7.5
Bienes manufacturados clasificados por material	0.0	0.4	0.7	0.8
Maquinaria y equipo de transporte	1.4	19.1	5.0	5.8
Manufacturas diversas	0.1	1.9	1.5	1.8
Productos no clasificados	0.0	0.0	0.0	0.0
Regla 00	0.0	0.0	0.0	0.4
Otro, metales	0.0	0.0	0.0	0.0

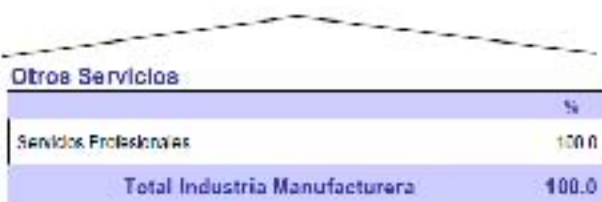


IED de Lituania en México
(Por Sector)



IED de Lituania en México

Sector	Número de empresas	%
Otros servicios	2	100.0
Comercio	0	0.0
Servicios financieros	0	0.0
Transportes y comunicaciones	0	0.0
Minería y extracción	0	0.0
Industria manufacturera	0	0.0
Construcción	0	0.0
Agua y electricidad	0	0.0
Agricultura	0	0.0
TOTAL	2	100.0%



Secretaría de Economía - Misión de México ante la UE, Oficina de Representación ante la UE - Av. Franklin Roosevelt 81, 1050, Bruselas, Bélgica. Para mayor información o preguntas relacionadas sobre el presente documento por favor escribanos a info@economia-bruselas.be, fax: 32 (02) 644 04 45, o visite nuestro sitio de Internet

<http://www.economia-bruselas.gob.mx>

ANEXO 2

Principales Socios Comerciales de Lituania y Principales productos de Importación

Cuadro 3: PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES (Datos en MC)	2007	2008		2008		2009	
			%		%		%
Rusia	3.762,87	3206,2	18,2	6.329,3	30,1	3.942,6	30,1
Alemania	2.284,15	2637,9	14,9	2.460,9	11,7	1.460,9	11.2
Polonia	1.479,11	1876,5	10,6	2.104,7	10,0	1.303,5	10.0
Letonia	737,35	963,3	5,5	1.098,0	5,2	830,7	6.4
Holanda	569,62	748,96	4,2	747,2	3,6	533,0	4.1
Italia	516,61	697,1	3,9	747,2	3,6	499,4	3.8
Bélgica	382,7	511,4	2,9	504,5	2,4	386,7	3.0
Suecia	509,38	664,9	3,8	620,6	3,0	354,8	2.7
Estonia	473,0	633,9	3,6	605,9	2,9	343,2	2.6
Francia	471,1	614,8	3,5	596,0	2,8	326,7	2.5

Cuadro 4: PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES (Datos en MC)	2006	2007		2008		2009	
			%		%		%
Rusia	1.437,3	1874,6	15,0	2582,2	16,1	1.562,9	13.2
Letonia	1.250,8	1607,7	12,8	1869,8	11,6	1.184,9	10.0
Alemania	974,2	1312,5	10,5	1157,0	7,2	1.143,2	9.7
Polonia	678,2	785,2	6,3	927,1	5,8	845,8	7.2
Estonia	731,6	726,9	5,8	917,5	5,7	844,3	7.2
Holanda	551,0	373,0	3,0	547,2	3,4	598,8	5.1
Bielorrusia	307,9	502,0	4,0	722,6	4,5	557,4	4.7
Reino Unido	483,0	570,7	4,6	741,1	4,6	518,8	4.4
Dinamarca	470,1	507,5	4,1	749,8	4,7	450,7	3.8
Francia	974,2	456,3	3,6	775,3	4,8	378,5	3.2

Cuadro 5: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS (Datos en MC)	2006	2007		2008		2009	
			%		%		%
27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	3485,9	2886,1	16,2	5836,1	27,8	3649,2	27,9
84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, partes de estas máquinas o aparatos	1907,6	1736,6	10,0	1655,5	7,9	1006,7	7,7
87. Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	1582,4	2682,2	15,2	2234,1	10,6	749,5	5,7
39. Materias plásticas y manufacturas de estas materias	657,4	744,9	4,2	727,2	3,5	504,3	3,9
29. Productos químicos orgánicos	265,5	552,6	3,1	485,4	2,3	409,3	3,1
08. Frutas y frutos comestibles	191,2	244,6	1,3	352,1	1,7	254,8	1,9
73. Manufacturas de fundición de hierro o de acero	367,0	496,3	2,8	444,6	2,1	234,8	1,8
22. Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	125,6	165,5	0,9	224,2	1,1	173,3	1,3
61. Prendas y complementos de vestir, de punto	85,8	110,7	0,6	177,5	0,8	152,7	1,2

Fuente: Informe económico y comercial elaborado por la oficina de economía y comercio de España en Vilna 20 de Abril 2010.

Actualización de Exportaciones, importaciones por país 2010 y 2011 en Millones de Euros.

2010		
País	Exportaciones	Importaciones
Rusia	\$2,449.63952	5757.30592
Letonia	1464.7968	1116.49488
Alemania	1546.95632	1861.34608
Polonia	1210.18048	1568.7632
Estonia	789.82608	504.88864
Países Bajos	869.35024	787.30656
Belarús	822.57984	300.3152
Reino Unido	769.7568	281.40432
Francia	518.73152	457.22048
Suecia	565.7336	579.3448
Ucrania	565.99424	174.36816

2011		
País	Exportaciones	Importaciones
Rusia	\$ 3,341.14	\$ 7,428.18
Letonia	\$ 2,061.46	\$ 1,502.27
Alemania	\$ 1,875.04	\$ 2,205.74
Polonia	\$ 1,408.53	\$ 2,066.85
Estonia	\$ 1,339.17	\$ 635.09
Países Bajos	\$ 1,235.52	\$ 1,118.35
Belarús	\$ 1,044.47	\$ 555.95
Reino Unido	\$ 836.02	\$ 351.31
Francia	\$ 832.74	\$ 550.07
Suecia	\$ 719.45	\$ 756.35
Ucrania	\$ 667.99	\$ 222.82

Fuente: Elaboración propia con datos de Exportaciones, importaciones por país 1010 y 2011, Lietuvos Statistik Departamentas.

<http://www.stat.gov.lt/en/pages/view/%3Fid%3D423%26PHPSESSID%3D>. Marzo 4, 2012.

A N E X O 3 BALANZA COMERCIAL LITUANIA

tabla 1. saldo del comercio exterior de euros. ltl

	Exportación	Importación	Equilibrio
2010. Enero-agosto	33,103.0	37,195.1	-4.092,1
Enero	3102.9	3535.6	-432,7
Febrero	3594.3	3918.7	-324,4
Marzo	3849.5	4489.2	-639,7
P	10,546.7	11,943.4	-1.396,7
Abril	4155.0	4912.9	-757,9
Mayo	4307.0	4612.7	-305,7
** junio	4642.9	5035.8	-392,9
Qii **	13,104.9	14,561.4	-1456,5
Julio **	4538.3	5469.2	-930,9
Agosto	4913.1	5221.1	-308,0
2009. Enero-agosto	25,879.9	29,212.5	-3.332,6
P	9490.8	10,543.9	-1.053,1
Qii	9543.6	10,838.3	-1.294,7
Agosto	3426.9	4040.2	-613,3
Tercer trimestre	10,611.8	11,934.9	-1.323,1
4 trimestre	11,085.8	11,993.9	-908,1
2009.	40,732.0	45,311.0	-4.579,0

* datos revisados.

Figura 1. Las exportaciones e importaciones para el período 2005-2010 Enero-agosto.

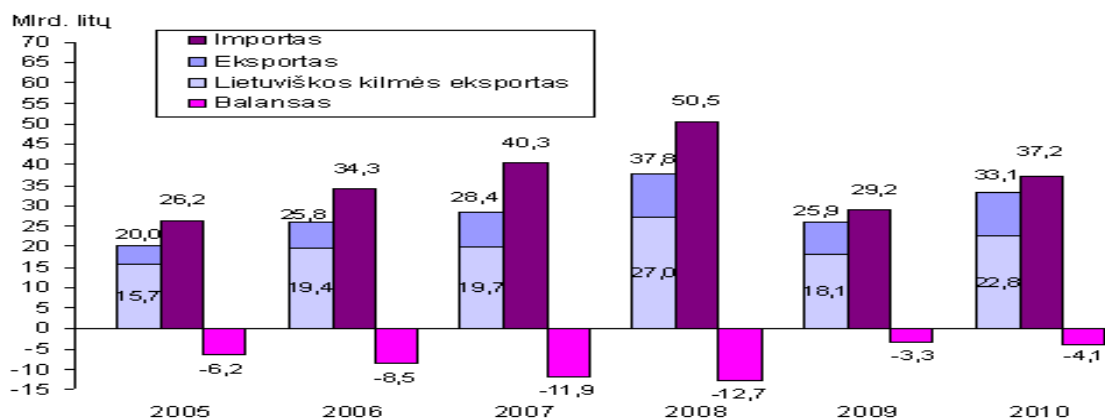


tabla 2. estructura del comercio exterior y cambio de acuerdo con bec

Macroeconómicas categorías	2010 Enero-agosto.					
	Exportación		Importación		En comparación con 2009 Enero-agosto., aumentar, disminuir (-),%	
	Millones de dólares.	%	Millones de dólares.	%	Exportación	Importación
Total	33,103.0	100.0	37,195.1	100.0	27.9	27.3
Bienes de equipo	3257.9	9.8	3718.2	10.0	43.7	27.4
Los bienes intermedios	16,718.6	50.5	24,106.2	64.8	30.0	36.0
Bienes de consumo	9085.1	27.4	8064.9	21.7	16.2	6.8
Gasolina	2995.9	9.1	84.8	0.2	43.3	7.9 k.
Coches	955.6	2.9	1202.2	3.2	21.2	28.6
Otro	89.8	0.3	18.9	0.1	-	-

Tabla 3. Comercio exterior con los principales socios y los cambios en la estructura

Exportación	2010 Enero-agosto.			Importación	2010 Enero-agosto.		
	Millones de dólares.	%	En comparación con 2009 Enero-agosto., aumentar, disminuir (-), %		Millones de dólares.	%	En comparación con 2009 Enero-agosto., aumentar, disminuir (-), %
Total	33,103.0	100.0	27.9	Total	37,195.1	100.0	27.3
UE	20,406.4	61.6	21.9	UE	20,840.3	56.0	21.0
CEI ¹	8468.5	25.6	44.1	Cei ¹	13,382.9	36.0	38.6
AELC ²	1001.8	3.0	24.5	Aelc ²	234.5	0.6	-10,2
RUSIA	4905.2	14.8	47.1	Rusia	12,287.5	33.0	38.8
ALEMANIA	3424.6	10.3	33.7	Alemania	4182.7	11.2	26.9
LETONIA	3139.2	9.5	20.0	Polonia	3294.2	8.9	12.6
POLONIA	2470.7	7.5	39.4	letonia	2198.1	5.9	17.7
PAÍSES BAJOS	1734.6	5.2	40.6	países bajos	1550.5	4.2	24.7
ESTONIA	1716.9	5.2	-6,8	Bélgica	1252.2	3.4	39.1
REINO UNIDO	1688.4	5.1	47.8	Italia	1172.6	3.2	22.0
BIELORRUSIA	1667.2	5.0	42.6	Suecia	1150.1	3.1	52.9
UCRANIA	1214.6	3.7	62.4	estonia	988.2	2.7	24.7
SUECIA	1196.6	3.6	24.5	china	946.5	2.5	28.5
DINAMARCA	1086.1	3.3	9.1	Francia	940.9	2.5	31.8
FRANCIA	1068.0	3.2	15.5	Dinamarca	673.8	1.8	-3,3
OTROS PAÍSES	7790.9	23.6	-	otros países	6557.8	17.6	-

¹ armenia, azerbaiyán, belarús, kazajstán, kirguistán, moldova, rusia, tayikistán, turkmenistán, ucrania, uzbekistán. ² islandia, liechtenstein, noruega y suiza.

tabla 4. estructura de las exportaciones de productos básicos y el cambio

Secciones cn		2010 Enero-agosto.		
		Millones de dólares	%	comparación con 2009 Enero-agosto
	Total	33,103.0	100.0	27.9
I-iv	Productos agrícolas y alimenticios	5506.6	16.6	11.3
04	<i>Leche y productos lácteos, huevos de aves, productos naturales, miel de animales de origen productos alimenticios ncp</i>	849.6	2.6	23.8
08	<i>Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios o de melones</i>	566.2	1.7	25.1
v	Los productos minerales	8126.4	24.5	44.3
27	<i>Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales</i>	8072.5	24.4	44.5
vi	La industria química y los productos de las industrias conexas	2648.3	8.0	6.4
31	<i>Fertilizantes</i>	1173.1	3.5	-9,7
vii	Plástico y sus manufacturas, caucho y sus manufacturas	2413.6	7.3	33.3
39	<i>Plástico y sus manufacturas</i>	2294.7	6.9	33.1
xi	Textiles y sus manufacturas	1999.3	6.0	14.9
62	<i>Prendas de vestir y complementos de vestir, de punto</i>	606.0	1.8	7.0
xv	Metales comunes y manufacturas de metales comunes	1462.2	4.4	29.6
73	<i>Artículos de hierro o acero (metales no ferrosos)</i>	584.4	1.8	9.3
xvi	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de imagen de televisión y las grabadoras y reproductoras de sonido, partes y accesorios	3338.0	10.1	32.4
84	<i>Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos;</i>	1922.6	5.8	30.9
xvii	Vehículos, aeronaves, vehículos y equipo de transporte de agua asociados	2662.6	8.0	52.7
87	<i>Vehículos que no sean, material ferroviario, tractores partes y accesorios</i>	2052.6	6.2	45.4
xx	Mercancías y productos diversos	1972.2	6.0	18.5
94	<i>Muebles, camas, colchones, somieres, cojines y artículos similares; aparatos</i>	1817.9	5.5	18.1

	<i>de alumbrado, no expresadas ni comprendidas en letreros luminosos, placas indicadoras luminosos y los edificios como prefabricadas</i>			
	Otro	2973.8	9.1	-

Tabla 5. La estructura de los productos básicos de importación y el cambio

Secciones cn		2010 Enero-agosto.		
		Millones de dólares. Com	%	Comparación con 2009 Enero-agosto.,
	Total	37,195.1	100.0	27.3
I-IV	Productos agrícolas y alimenticios	4822.9	13.0	10.1
08	<i>Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios o de melones</i>	707.1	1.9	22.3
22	<i>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</i>	470.8	1.3	24.6
V	Los productos minerales	12,462.1	33.5	46.2
27	<i>Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales</i>	12,015.0	32.3	48.9
VI	La industria química y los productos de las industrias conexas	4360.9	11.7	19.1
29	<i>Productos químicos orgánicos</i>	1312.7	3.5	43.4
VII	Plástico y sus manufacturas, caucho y sus manufacturas	1700.1	4.6	29.6
39	<i>Plástico y sus manufacturas</i>	1425.8	3.8	26.8
XI	Textiles y sus manufacturas	1687.6	4.5	11.4
61	<i>Ropa de punto y accesorios</i>	345.7	0.9	-1,0
XV	Metales comunes y manufacturas de metales comunes	1820.4	4.9	27.4
72	<i>hierro y acero (metales no ferrosos)</i>	664.0	1.8	31.5
XVI	máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de imagen de televisión y las grabadoras y reproductoras de sonido, partes y accesorios	4456.6	12.0	20.4
84	<i>reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos;</i>	2482.7	6.7	12.6
XVII	VEHÍCULOS, AERONAVES,	2760.3	7.4	48.9

	VEHÍCULOS Y EQUIPO DE TRANSPORTE DE AGUA ASOCIADOS			
87	VEHÍCULOS QUE NO SEAN, MATERIAL FERROVIARIO, TRACTORES PARTES Y ACCESORIOS	2460.1	6.6	51.4
	OTRO	3124.2	8.4	-

FIGURA 2. EXPORTACIÓN Y LA DINÁMICA DE LAS IMPORTACIONES, 2006-2010

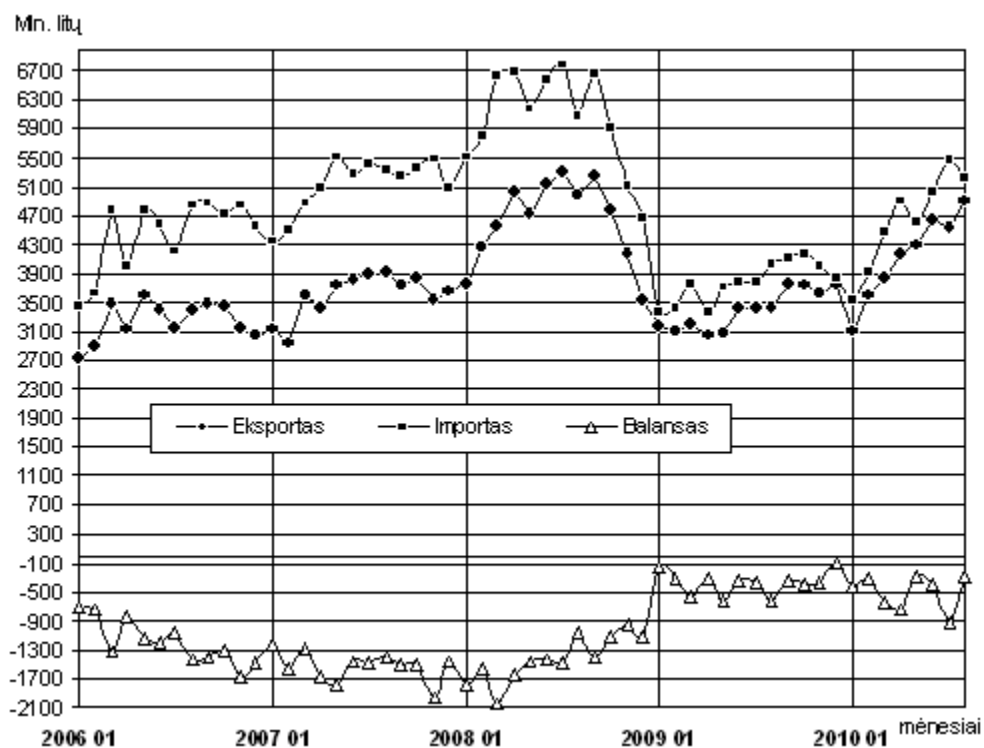


TABLA 6. LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

período	exportación		exportación de bienes de Lituania		importación		equilibrio
	millones de dólares. Com	en comparación con el mes anterior., %	millones de dólares. com	en comparación con el mes anterior., %	millones de dólares. com	en comparación con el mes anterior., %	millones de dólares. com
2009 08	3426.9	100.2	2368.5	98.6	4040.2	106.6	-613,3
2009 09	3766.3	109.9	2620.8	110.7	4104.6	101.6	-338,3
2009 10	3736.4	99.2	2532.0	96.6	4149.1	101.1	-412,7
2009 11	3622.7	97.0	2469.2	97.5	4004.4	96.5	-381,7
2009 12	3726.7	102.9	2544.3	103.0	3840.4	95.9	-113,7
2010 01	3102.9	83.3	2299.2	90.4	3535.6	92.1	-432,7
2010 02	3594.3	115.8	2543.6	110.6	3918.7	110.8	-324,4
2010 03	3849.5	107.1	2522.8	99.2	4489.2	114.6	-639,7
2010 04	4155.0	107.9	2851.2	113.0	4912.9	109.4	-757,9
2010 05	4307.0	103.7	2937.9	103.0	4612.7	93.9	-305,7
2010 06	4642.9	107.8	3231.5	110.0	5035.8	109.2	-392,9
2010 07	4538.3	97.7	3072.9	95.1	5469.2	108.6	-930,9
2010 08	4913.1	108.3	3313.4	107.8	5221.1	95.5	-308,0

Tenga en cuenta. algunas de las tablas debido al redondeo de las filas o columnas pueden no sumar a la "total". 2010 Enero-septiembre. información estadística sobre el comercio exterior se publicará en 2010 09 de noviembre primer director general adjunto, director general de la lapeniene sustituto villa

Fuente: Departamento de Estadísticas de Lituania:

<http://web.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=8043&PHPSESSID=twmjcuixidez>

ANEXO 4

COMUNIDAD EUROPEA		Documento Veterinario Común de Entrada (DVCE)		
Parte I: Datos de la partida presentada	1. Expedidor/Exportador: <input type="checkbox"/>	2. N° de referencia del DVCE:		
	3. Destinatario:	Puesto de Inspección Fronterizo (PIF):		
		N° de unidad ANIMO:		
	5. Importador:	4. Interesado en la carga:		
		6. País de origen: - Código ISO	7. País de procedencia: - Código ISO	
	8. Dirección de entrega de la partida:		9. Llegada al PIF (fecha estimada):	
	11. Nombre del buque/N° de vuelo: N° del conocimiento de embarque/N° del conocimiento aéreo: N° de vagón/vehículo remolque:		10. Documentos veterinarios Número(s): Fecha de emisión: Establecimiento de origen (si procede): N° de autorización veterinario:	
	12. Tipo de mercancía, número y tipo de bultos:		13. Código de producto(código NC, primeros 4 dígitos mínimo):	
	Temperatura: Refrigerado <input type="checkbox"/>		14. Peso bruto (kg):	
	Congelado <input type="checkbox"/>		15. Peso neto (kg):	
Ambiente <input type="checkbox"/>		16. Número(s) del(los) recinto(s) y número(s) del(los) contenedor(es):		
17. Transbordo: <input type="checkbox"/>		18. Tránsito hacia un país tercero: <input type="checkbox"/>		
PIF de la UE: N° de unidad ANIMO: País tercero: - Código ISO		País tercero: - Código ISO PIF de salida: N° de unidad ANIMO:		
19. Conformidad con los requisitos de la UE: Conforme <input type="checkbox"/> NO conforme <input type="checkbox"/>		20. Para Reimportación <input type="checkbox"/>		
21. Para el Mercado Interior: Consumo humano <input type="checkbox"/> Alimentación animal <input type="checkbox"/> Uso farmacéutico <input type="checkbox"/> Uso técnico: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>		22. Para las partidas NO conformes: Depósito Aduanero <input type="checkbox"/> N° de registro: Zona Franca o Depósito Franca <input type="checkbox"/> N° de registro: Provisionista Marítimo <input type="checkbox"/> N° de registro: Buque <input type="checkbox"/> Nombre: Puerto: <input type="checkbox"/>		
23. Declaración: El abajo firmante, persona interesada en la carga descrita, certifica que, según su conocimiento y entender, los datos que figuran en la parte I de este documento están completos y son ciertos, y se compromete a observar los imperativos legales derivados de la Directiva 97/78/CE, incluidos el pago de los controles veterinarios, y para hacerse cargo de nuevo de cualquier partida rechazada tras haber transitado por la UE hacia un país tercero (artículo 11.1.c) o, en su caso, los costes de su destrucción.		Lugar y fecha de la declaración: Nombre y apellidos del firmante: Firma:		

Parte 2: Decisión sobre la partida	24. DVCE previo: No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> N° de referencia:	25. N° de referencia del DVCE:
	26. Control Documental: Satisfactorio <input type="checkbox"/> No satisfactorio <input type="checkbox"/>	27. Control de Identidad: Control del precinto <input type="checkbox"/> O. Control de identidad completo <input type="checkbox"/> Satisfactorio <input type="checkbox"/> No satisfactorio <input type="checkbox"/>
	28. Control Físico: Satisfactorio <input type="checkbox"/> No satisfactorio <input type="checkbox"/> No realizado: 1. Régimen de controles reducidos <input type="checkbox"/> 2. Otros: <input type="checkbox"/>	29. Análisis de laboratorio: No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> Pruebas analíticas: Akatorias <input type="checkbox"/> Por Sospecha <input type="checkbox"/> Resultados: Satisfactorio <input type="checkbox"/> No satisfactorio <input type="checkbox"/> Despachada a falta de resultado(s) <input type="checkbox"/>
	30. APTO para el Tránsito: PIF de la UE: <input type="checkbox"/> N° de unidad ANIMO: <input type="checkbox"/> País tercero: <input type="checkbox"/> - Código ISO	31. APTO para el Tránsito: <input type="checkbox"/> País tercero: <input type="checkbox"/> + Código ISO PIF de salida: <input type="checkbox"/> N° de unidad ANIMO: <input type="checkbox"/>
	32. APTO para el Mercado Interior: Despacho a Libre Práctica: Cosmético Humano <input type="checkbox"/> Alimentación animal <input type="checkbox"/> Uso farmacéutico <input type="checkbox"/> Uso técnico: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>	33. APTO para ser transportado bajo vigilancia (ampliación): Procedimiento del artículo 8 <input type="checkbox"/> Reimportación de productos de la UE (art. 13) <input type="checkbox"/>
	35. NO APTO: 1. Respección <input type="checkbox"/> 2. Destrucción <input type="checkbox"/> 3. Transformación <input type="checkbox"/> Fecha límite: <input type="checkbox"/>	34. APTO para procedimientos específicos de almacenamiento en depósito (art. 12.4 y 13): Depósito Aduanero <input type="checkbox"/> Zona Franca o Depósito Franco <input type="checkbox"/> Provisionista Marítimo <input type="checkbox"/> Directamente a un buque <input type="checkbox"/>
	37. Información sobre los destinos bajo control (33-35) N° de autorización (si procede): <input type="checkbox"/> Dirección: <input type="checkbox"/>	36. Motivos del Rechazo: 1. Ausencia de certificado/certificado no válido <input type="checkbox"/> 2. País no autorizado <input type="checkbox"/> 3. Establecimiento no autorizado <input type="checkbox"/> 4. Producto prohibido <input type="checkbox"/> 5. CE. No se corresponde con los documentos <input type="checkbox"/> 6. CE. Error en los marcas sanitarias <input type="checkbox"/> 7. Higiene deficiente <input type="checkbox"/> 8. Contaminación química <input type="checkbox"/> 9. Contaminación microbiológica <input type="checkbox"/> 10. Otros: <input type="checkbox"/>
	38. Partida re-precintada: Nuevo n° de precinto: <input type="checkbox"/>	40. Veterinario oficial El veterinario oficial, o agente oficial designado, abajo firmante certifica que los controles veterinarios de esta partida se han realizado conforme a los requisitos de la Unión Europea. Firma: _____ Nombre y apellidos (en mayúsculas): _____ Fecha: _____
	41. PIF de salida del Tránsito: Los trámites de salida de la CE y los controles de la mercancía en tránsito se han efectuado conforme al artículo 11.2.a) de la Directiva 97/78/CE Fecha: _____ Sello oficial: _____	42. Documento Aduanero de referencia: 43. DVCE sucesivo(s) Número(s): _____

Fuente: Reglamento CEE No. 136/2004

ANEXO 5

MOVEMENT CERTIFICATE

<p>1. Exporter Name, full address, country</p>	<p>EUR1 No.S 7461320</p> <p>See notes overleaf before completing this form.</p>			
<p>3. Consignee Name, full address, country (Optional)</p>	<p>2. Certificate used in preferential trade between</p> <p>THE EUROPEAN COMMUNITY</p> <p>and</p> <p>(Insert appropriate countries or groups of countries or territories)</p>			
<p>6. Transport details (Optional)</p>	<p>4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating EC</p>	<p>5. Country, group of countries or territory of destination</p>		
<p>7. Remarks</p>				
<p>[1] If goods are not packed indicate number of articles or state in bulk, as appropriate</p>	<p>B. Item number, marks and numbers</p>	<p>Number and kind of packages (1); description of goods</p>	<p>9. Gross weight (kg) or other measure (litres, cu. m., etc)</p>	<p>10. Invoices (Optional)</p>
<p>[2] Complete only where the regulations of the exporting country or territory require</p>	<p>11. Customs Endorsement</p> <p>Declaration certified _____ Stamp _____</p> <p>Export document (2):</p> <p>Form _____ Number _____</p> <p>Customs office _____</p> <p>Issuing country or territory: UNITED KINGDOM</p> <p>Date _____</p> <p>Signature _____</p>		<p>12. Declaration by the Exporter</p> <p>I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate.</p> <p>Place and date: _____</p> <p>Signature: _____</p>	

ANEXO 6

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMAS
SOLICITUD DE AUTORIZACION DE USO DEL LOGOTIPO HECHO EN MEXICO



Tiempo máximo de respuesta: 5 días hábiles¹

Documentos que debe ingresar con esta solicitud:

1. Acta Constitutiva de la empresa (copia simple).
2. Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (copia simple).
3. En su caso, instrumento que acredite las facultades de su representante legal (copia simple).

En caso de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes, deberá presentar (indicar los campos marcados con un asterisco (*))

Para uso exclusivo de la SE	
Solicitud Número	
(CITARSE PARA CUALQUIER INFORMACIÓN)	
Sello de recepción	

I DATOS DEL SOLICITANTE	
1) Nombre, denominación o razón social*	
2) R.F.C.*	
3) Domicilio**	Calle*
Número y Fracción*	Colonia*
Estado o Municipio*	Ciudad*
4) Teléfono(s):*	_____
5) Correo electrónico:	_____
Autoriza a la Secretaría de Economía a que se utilice el correo electrónico señalado <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No en el punto anterior para que se me notifique, en su caso, el requerimiento de información y/o documentación faltante, así como la resolución de la solicitud de autorización.	

II DATOS DE LOS PRODUCTOS QUE OSTENTARÁN EL LOGOTIPO	
b) Nombre del producto	c) Descripción del producto que ostentará el logotipo y, en su caso, la forma en que los insumos o partes mexicanas se utilizan en el proceso productivo

¹ Durante este lapso el solicitante podrá recibir un requerimiento sobre información o documentación faltante o errónea o bien, la autorización para el uso del logotipo "Hecho en México".

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL		
8) Nombre*		
9) Domicilio legal*		
Calle*		
Número y/o letra*	Colonia*	Código Postal*
Delegación o Municipio *		Ciudad*
10) Telefonos*		
12) Correo electrónico		
13) En su caso, Número de RUPA		
<p>Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en la presente solicitud y los documentos que a mismo se acompañan, son ciertos y verificables en cualquier momento por las autoridades competentes.</p>		
Lugar y fecha	Nombre del Solicitante o Representante Legal	Firma autógrafa del Solicitante o Representante Legal

Consideraciones generales para su llenado

- Esta solicitud se debe presentar en la ventanilla de atención al público de esta Secretaría ubicada en avenida Puente de Ixcamachalco No. 6, Colonia Lomas de Ixcamachalco, Naucalpan, Estado de México, C.P. 50830 de 9:00 a 14:00 horas, o en las Delegaciones y Subdelegaciones Locales de la Secretaría de Economía. Esta solicitud debe llenarse a máquina o con letra de molde legible en original y copia. En el punto 9) anote su correo electrónico si desea recibir notificaciones por este medio. En la sección II, relacione los productos que ostentarán el logotipo, puede aumentar las filas que requiera.

Protección de Datos Personales

Los datos personales recabados serán protegidos y serán incorporados y tratados en el Sistema de datos personales "Hecho en México", con fundamento en lo dispuesto en el Artículo 17 del Acuerdo mediante el cual se dio a conocer el logotipo Hecho en México y se establecieron las condiciones para el otorgamiento de la autorización para su uso, publicado el 23 de febrero de 2009, y cuya finalidad es llevar al control de los elementos mínimos de juicio que demuestren que los productos a los que se les asignará el logotipo "Hecho en México" se producen y fabrican en territorio nacional, como resultado de la transformación de insumos o que se comercializan en su estado natural, el cual fue registrado en el Estado de sistemas de datos personales ante el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (www.ifaig.gob.mx), y no podrán ser transmitidos a ninguna persona u organismo. La Unidad Administrativa responsable del Sistema de datos personales es la Dirección General de Normas, y la dirección donde el interesado podrá ejercer los derechos de acceso y corrección ante la misma es la Unidad de Estructura de la Secretaría de Economía, con domicilio en Av. Insurgentes Sur No. 1540 P. B., Colonia Lomas, C. P. 01033, México, D. F.

Trámite al que corresponde el formato: Otorgamiento de la autorización para el uso del logotipo "Hecho en México"

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-04-016

Fecha de autorización del formato por parte de la Oficialía Mayor: 29/01/2009

Fecha de autorización del formato por parte de Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 30/01/2009

Fundamento jurídico-administrativo:

- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal: artículos 2 fracción II, 11, 14, 16, 26 y 34. (D.O.F. 28/11/2008 con adiciones y reformas)
- Ley Federal de Procedimiento Administrativo: artículos 17-A y 20. (D.O.F. 4/03/1994 con adiciones y reformas)
- Reglamento Interior de la Secretaría de Economía: artículos 5 fracción XVI y 19 fracción VI. (D.O.F. 22/11/2002)
- Acuerdo mediante el cual se dio a conocer el logotipo "Hecho en México" y se establecieron las condiciones para el otorgamiento de la autorización para su uso. (D.C.F. 23/02/2009)

Documentos anejos:

1. Acta Constitutivo de la empresa (copia simple)
2. Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (copia simple).
3. En su caso, instrumento que acredite las facultades de su representante legal (copia simple).

Tiempo de respuesta: 5 días hábiles

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 57243140 extensiones: 40081 y 40077

Número telefónico para quejas:
 Órgano Interno de Control en la SE:
 5029 95 00 (directo)
 5029 95 00 (conmutada)
 Extensiones: 21212, 21211, 21201 y 21219

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía SACI-DI a los teléfonos: 1454 3000 en el D.F. y Área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-03-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-664-3372

GLOSARIO

Alzas	Se denominan a cada con cuadro destinado a la acumulación de la miel.
Amitas	Es un insecticida y acaricida utilizado para controlar la araña roja
Antimicrobianos	Es una sustancia que mata o inhibe el crecimiento de microbios, tales como bacterias, hongos, parásitos o virus.
Apis mellifera	También conocida como abeja doméstica o abeja melífera , es una especie de himenóptero apócrifo de la familia Apidae. Es la especie de abeja con Mayor distribución en el mundo.
Biotech	Es un campo de aplicación de biología que involucra el uso de organismos vivos y bioprocesos en ingeniería, tecnología, medicina y otros campos que requieren los bioproductos. La biotecnología también utiliza estos productos para fines de fabricación
Cemue	centro de estudios empresariales México, unión europea
Clorafenicol	es un antibiótico, se produce por síntesis, es un aerofármaco térmicamente estable, efectivo frente a un amplio espectro de microorganismos, en especial estafilococos, pero debido a sus serios efectos secundarios (daño a la médula ósea, incluyendo anemia aplásica) en humanos, su uso se limita a infecciones muy graves,
Cimiazol	sustancia veterinaria para eliminar piojos, garrapatas y ácaros
Convergencia de Maastrisch	Son los requisitos que deben cumplir los estados pertenecientes a la Unión Europea para ser admitidos dentro de la Eurozona, y consecuentemente, para participar en el Euro sistema. Los criterios vienen establecidos en el artículo 121(1) del tratado que establece la Comunidad Europea (Tratado de la CE). ^[1] En total hay cuatro criterios, el que se refiere a la estabilidad de precios, el que se refiere a las finanzas gubernamentales, el que se refiere a los tipos de cambio y por último el que hace mención a las tasas de interés a largo plazo.
Cumafos	Es un ectoparasiticida no-volátil, lipo-soluble organofosforado: mata insectos y garrapatas.
Cved	documento común europeo de inspección veterinaria

	Está situado en la costa báltica, sin conexión alguna con el resto de Rusia. Comparte frontera con Lituania y Polonia, ambos miembros de la Unión Europea y la OTAN, lo que la hace si cabe aún más singular como el territorio ruso más occidental.
Enclave kalingrado	Es también conocida como sacarasa; la cual desdobla la sacarosa en Fructosa y Galactosa, se encuentran presentes en el organismo de las abejas y en algunas levaduras.
Enzima invertasa	Los países que aplican en su totalidad el acuerdo de Schengen constituyen un territorio denominado, abarca a los Estados miembros de la Unión, excepto algunos de ellos, y a determinados terceros países (Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein). Espacio Schengen. El acuerdo de Schengen permite suprimir los controles en las fronteras interiores entre los Estados signatarios y crear una única frontera exterior donde se efectúan los controles de entrada
Espacio Schengen	"carácter" o "personalizado" y "discurso") es la disciplina moderna ciencia etológica que estudia el comportamiento de los animales en su ambiente natural
Etológico	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, siglas de <i>Food and Agriculture Organization</i>)
FAO	Análisis de peligros y puntos críticos de control, El sistema se utiliza en todas las etapas de la producción de alimentos y los procesos de preparación, incluyendo envasado, distribución, etc.
Haccp	
IDE	Inversión extranjera directa
Incoterms	internacional commerce terms
Inegi	instituto nacional de la población
Inhibina	La inhibina es una proteína aislada de extractos testiculares y también en el líquido folicular. su función principal es inhibir la secreción de la gonadotropina, pertenecientes al grupo de los factores transformadores del crecimiento tipo beta
Krupnikas	es una bebida tradicional dulce similar a un licor , sobre la base de aguardiente de cereales y miel , muy popular en Polonia y Lituania
ATL	litas, moneda oficial de Lituania
Nitrofuranos	Los nitrofuranos son antibacterianos sintéticos,
OMS	organización mundial de salud
Organoléptico	Las propiedades organolépticas son el conjunto de descripciones de las

	características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir nuestros sentidos, como por ejemplo su sabor, textura, olor, color
	Los policlorobifenilos o bifenilos policlorados (PCB) son una familia de 209 congéneres que poseen una estructura química orgánica similar y que se presentan en una variedad de formas que va desde líquidos grasos hasta sólidos cerosos.
PC	
Piapyme	programa integral de apoyo ala pequeña y mediana empresa, creado por la Comisión Europea y la Secretaría de Economía
Piensos	son un alimento elaborado para animales que, según la normativa legal europea, están compuesto por <i>«Cualquier sustancia o producto, incluido los aditivos, destinado a la alimentación por vía oral de los animales, tanto si ha sido transformado entera o parcialmente como si no</i>
Profeco	procuraduría federal del consumidor
Protlcuem	Proyecto de facilitación del tratado de libre comercio México unión europea, programa tendiente a promover la cooperación bilateral y el comercio.
Tm	Toneladas
UE	Unión europea
Varroasis	La varroasis es una enfermedad causada por un ácaro parásito que afecta a las abejas en todos sus estadios de desarrollo alimentándose de su hemolinfa
Punuma	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

FUENTES

1. ABC y XYZ de la apicultura, Root A.I., Ed. Hemisferio sur, Argentina 1923
2. Apicultura, Benedetti L. y Lucila Pieralli, Ed. Omega 1990
3. Beekeeping, Lille d. Zierau, C.E.C.S.A.
4. Canales de comercialización Internacional, Colaiacovo Juan L. Ed. Macchi 1998
5. CODEX STAN 12-1981 Vol. 11, Norma para la miel
6. Curso completo de apicultura y cuidado de un colmenar aislado, De Layens George. y Bonnier Gastón, Ed. Omega 1992
7. El libro de la miel, Ives Donadieu, Maloine, S.A. de C.V. Paris 1979
8. Guía para la estimación de costos de certificación orgánica en México por Homero Blas Bustamante
http://www.cnpo.org.mx/descargas/taller_nacional_fortalecimiento_desarrollo_sep2009/13_estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf
9. Las exportaciones mexicanas de miel: entre el desahucio y la sobrevivencia, Castro Escudero, A. Revista comercio exterior vol.46 No. 5 Mayo 1996
10. Logística Internacional, Douglas Long. Ed. Limusa, México 2007
11. Manual de inspección orgánica de la International federation of agriculture movements, Riddle y Ford, IFOAM Head Office 2001
12. Marketing internacional, Moreno José Ma. Ed. Macchi, Bogotá, buenos aires 1991
13. Miel de Abeja (primera parte), Gómez-Espinoza R. y Quintero M.C., Revista comercio exterior vol.3 No. 11 noviembre 1981
14. Miel de abeja (segunda parte) Rubio Sánchez, y Quintero, M.C.; Revista comercio exterior vol.32 No. 2 Febrero 1982
15. Miel de abeja. (tercera y última parte) Quintero Romo, M.C. y Rubio Sánchez, A.N. vol.32 No. 2 Febrero 1982
16. Oro líquido. Demiel es una pequeña empresa que quiere hacer grandes negocios convirtiendo un commodity como la miel en un producto gourmet, revista expansión Vol.36 N907 Enero 2005
17. Proyectos de Exportación y estrategias de marketing internacional, Colaiacovo Juan L., Guadna G. Ed. Macchi, Buenos Aires, Bogotá, Caracas, México 1997
18. México como abastecedor de productos orgánicos: revistas bancomext. Septiembre 2003 Gómez Cruz Manuel A. y Gomes Tovar Laura
19. Reglamento (CE) 1789/2003 de la Comisión de 11 de septiembre de 2003,

20. Directiva 2001/110/CE del consejo de la unión europea relativa a la miel, del 20 de diciembre de 2001,
21. Contacto pymes
22. El mercado orgánico en Lituania, trabajo de investigación de Gerda Abraitte, la Universidad de Agricultura de Lituania
23. Producción Ecológica y el suministro de mercado de oportunidades de marketing y perspectiva, Jadwiga Ramanauskiene, Audrey Gargasas Universidad de Agricultura Lituana
24. es.alumnieeni.com/lt_es.asp
25. ec.europa.eu/food/fvo/country_profiles/CP_lithuania.pdf
26. ec.europa.eu/food/fvo/country_profiles/CP_lithuania.pdf
27. europa.eu/abc/european_countries/eu_members/lithuania/index_es.htm
28. www.agronet.com.mx/cgi/article
29. www.agronet.com.mx/cgi/articles.cgi?Action=Viewhistory&Article=0&Type=G&
30. www.apps1.economía.gob.mx:8080/hechoenmexico/manuales.jsp
31. www.balsas.lt/naujiena/542305/medaus-maziau-todel-j
32. www.calcis.com
33. -www.cemue.com.mx
34. www.cnpo.org.mx/estimacion_de_costos_para_la_certificacion_organica.pdf
35. www.comerciomex.com
36. www.coag.org
37. www.cust.lt
38. www.economía-bruselas.gob.mx/sphp_pages/bruselas/trade_links.pdf
39. www.economía.gob.mx/swb/es/economía/p_Logotipo_Hecho_Mexico
40. www.economía-snci.gob
41. www.economía.gob.mx/swb/work/models/economía/Resource/Lituania.pdf
42. www.enLituania.com/?p=195
43. www.iberomex.com/articulos/PIAPYME062005.pdf
44. www.ifad.org/evaluation/public.html International Fund for Agricultural Development (IFAD)
45. www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=1&id_art=104
46. www.intracen.org/pais/Lituania_es Centro de Comercio Internacional
47. www.lrv.lt/lt/lietuva-es/lietuvos-es-politikos-strategines-kryptys/
48. www.mexicoapicola.org Recolección de polen y néctar de la flora apícola orgánico

49. www.mexicoapicola.org/contenido/informacion_util/competitvida
50. www.mexicoapicola.org
51. www.miel.uqroo.mx/perfilmiel.pdf
52. www.noticiasapicolas.com/mielorganica.htm
53. www.noticiasapicolas.com/cnea.htm
54. www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_
55. www.rmalc.org.mx/tratados/ue/documentos/meyer.pdf Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio(RMALC)
56. www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2005/agosto/B249.htm
57. www.sargarpa.com.mx
58. www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2005/agosto/B249.ht
59. www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/Studies/Resultados_s.pdf
60. www.sice.oas.org/Trade/mex_eu Sistema de información de comercio exterior
61. www.todomiel.net/pdf/archivos/MIEL-ORGANICA.pdf
62. www.sveikasirjaunas.lt/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid