

PERFIL DEL MERCADO PARA MIEL NATURAL EN LA UNIÓN EUROPEA

Francisco J. Güemes Ricalde

Juan Bautista Yaá Ek



SISIERRA



UQROO

Dedicado a los apicultores mexicanos

Por su amistad, por su apoyo incondicional y por compartir con nosotros sus conocimientos, sus preocupaciones, su experiencia y su anhelo por contribuir al desarrollo de este gran país que es México

Las oportunidades que se presentan a la miel de origen mexicano en el mercado europeo son amplias, frente a este escenario es imprescindible conocer mejor la información del comportamiento del mercado

Agradecimientos

Al Conacyt-SISIERRA quien ha hecho posible la presentación de los resultados de esta investigación del mercado internacional de la miel en el presente documento

Al personal del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) quiénes con su invaluable apoyo desde las consejerías comerciales de México en el extranjero hicieron accesible la información para la realización de este documento. Un agradecimiento especial a la Lic. Leydi Chavarría, ejecutivo de Bancomext en la Delegación regional en Mérida

Índice Temático

Índice de tablas	6
Índice de figuras	9

Introducción	10
CAPÍTULO 1. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	12
1.1. Nombre del producto	12
1.2. Sector al que pertenece el producto	12
1.3. Descripción del producto según su clasificación arancelaria ..	12
1.4. Clasificación arancelaria	12
1.5. Impuestos a la importación	13
Preferencias para México	14
1.6. Requisitos de importación	16
1.7. Barreras no arancelarias	19
CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	21
2.1. Tamaño	21
2.2. Comercio exterior global	23
a) Importaciones por principales países de origen	23
b) Exportaciones por principales países de destino.....	34
2.3. Comercio exterior con México	44
2.4. Producción	49
2.5. Consumo	57
CAPÍTULO 3. COMERCIALIZACIÓN	65
3.1. Canales de comercialización	65
3.2. Precios y márgenes de intermediación	75
3.3. Prácticas de importación	85

TABLA 1. Importaciones mundiales de miel	23
TABLA 2. Importaciones mundiales de miel según principales países	25
TABLA 3. Principales países importadores de miel en el mundo	26
TABLA 4. Importaciones alemanas de miel de abeja por principales países de origen	27
TABLA 5. Importaciones suizas de miel de abeja por principales países de origen	27
TABLA 6. Importaciones de Francia por país de origen	28
TABLA 7. Importaciones del Reino Unido por país de origen	29
TABLA 8. Importaciones holandesas de miel por país de origen	30
TABLA 9. Importaciones de miel en Bélgica por país de origen	30
TABLA 10. Valor de importaciones italianas por origen	31
TABLA 11. Volumen de importaciones italianas por origen	31
TABLA 12. Importaciones de España	32
TABLA 13. Importaciones de España por país de origen 1997	32
TABLA 14. Importaciones de España por país de origen 1998	33
TABLA 15. Importaciones por país de origen 1999	33
TABLA 16. Exportaciones mundiales de miel	34
TABLA 17. Principales países exportadores de miel a nivel mundial	35
TABLA 18. Exportaciones alemanas de miel según país destino	37
TABLA 19. Exportaciones suizas de miel por principales países de destino	37
TABLA 20. Exportaciones francesas por destino	37
TABLA 21. Exportaciones británicas de miel según destino	38
TABLA 22. Exportaciones de miel de Holanda, según país de destino	38

TABLA 23. Exportaciones de miel en Bélgica por país de origen	39
TABLA 24. Valor de exportaciones italianas por origen	40
TABLA 25. Volumen de exportaciones italianas por origen	40
TABLA 26. Exportaciones de España	41
TABLA 27. Exportaciones españolas por país destino 1997	41
TABLA 28. Exportaciones de España por país destino 1998	42
TABLA 29. Exportaciones de España por país destino 1999	43
TABLA 30. Participación mexicana en las importaciones de miel de abeja de Alemania	44
TABLA 31. Importaciones suizas de miel	45
TABLA 32. Balanza comercial España-México de miel	46
TABLA 33. Importaciones francesas de miel	47
TABLA 34. Importaciones de Bélgica de miel de origen mexicano	47
TABLA 35. Importaciones británicas de miel de origen mexicano	48
TABLA 36. Intercambio comercial de miel en Italia	48
TABLA 37. Producción mundial de miel 1975-2001	49
TABLA 38. Producción mundial de miel por principales países	50
TABLA 39. Producción de miel en Alemania	53
TABLA 40. Poblaciones alemanas de abejas por apicultor	53
TABLA 41. Producción anual de miel en Suiza	54
TABLA 42. Producción de miel suiza según variedad	54
TABLA 43. Consumo per cápita anual de miel en Alemania	60
TABLA 44. Precios CIF de la miel en principales puertos europeos	76
TABLA 45. Los precios de la miel en Suiza	81

TABLA 46. Precios promedio de importación en Reino Unido	82
TABLA 47. Precios de miel al mayoreo en España según variedad	83
TABLA 48. Precios de miel al menudeo en España	84
TABLA 49. Costos de transporte de miel para importación	86
TABLA 50. Características básicas de calidad para la miel	95
TABLA 51. Nivel de residuos permitidos para la miel	97

ÍNDICE DE FIGURAS:

FIGURA 1. Importaciones mundiales de miel 1975-2000	24
FIGURA 2. Exportaciones mundiales de miel 1975-2000	35
FIGURA 3. Estructura de las importaciones alemanas, 2001	45
FIGURA 4. Producción mundial de miel 1975-2001	50
FIGURA 5. Consumo aparente de miel en Alemania	59
FIGURA 6. Esquema de comercialización de miel en la Unión Europea	67
FIGURA 7. Canales de comercialización en Suiza	69
FIGURA 8. Esquema general de distribución de miel en el Reino Unido	70
FIGURA 9. Variación de precios CIF de miel en principales puertos europeos	77
FIGURA 10. Criterios de compra de los clientes alemanes	102

INTRODUCCIÓN

La apicultura es una actividad tradicional del pueblo mexicano, principalmente de la región sur-sureste, que aporta la mayor parte de la producción a nivel nacional. Según información de la SAGARPA, tan solo la Península de Yucatán aporta el 31.7% del volumen total de la miel producida en México (SAGARPA, 2001), lo que ubica a dicha región como la de mayor importancia en el contexto apícola nacional (Villanueva y Collí, 1996).

Ahora bien, la miel de origen mexicano es un producto altamente demandado a nivel mundial. Dado que en México el nivel de consumo per cápita de miel es relativamente bajo (Munguía, 1999; Güemes y Villanueva, 2002) la mayor parte de la producción apícola se destina al mercado internacional (Güemes y Villanueva, 2002), siendo incluso considerado entre los principales productores y exportadores de alta calidad mundial, principalmente en la Unión Europea, donde existe gran demanda de miel mexicana dadas sus características y propiedades de calidad (Apimex, 2001) hasta el grado de que es México el principal exportador del producto a la Unión Europea (Braunstein, M, 2001^a y 2001^b). En tal virtud, se puede determinar que existe un mercado potencial a nivel mundial para la miel mexicana.

Actualmente, la aportación de los beneficios económicos de la apicultura se han reducido ante el acelerado proceso globalizador y los problemas de mercado de los últimos años, principalmente en relación al precio en el mercado internacional. De ahí la necesidad de conocer las condiciones del mercado europeo para explorar nuevos horizontes, diversificar el mercado y aprovechar al máximo las condiciones existentes en beneficios de la apicultura mexicana (Güemes y Villanueva, 2002).

El presente documento tiene como objetivo general: conocer y analizar las características y condiciones generales de mercado existentes para miel natural de origen mexicano en la Unión Europea, lo cual aportará elementos que permitan una mayor y mejor comercialización del producto en dicha región.

Para poder cumplir con el propósito del presente trabajo, se plantean los siguientes objetivos particulares:

- Conocer la clasificación de la miel natural para el comercio internacional.
- Conocer los requisitos que debe cumplir el producto para poder comercializarse a nivel internacional.
- Conocer las principales características del mercado europeo para la miel natural, tales como producción, consumo y comercialización.
- Conocer las estadísticas de intercambio comercial de miel entre la Unión Europea y el resto del mundo.
- Conocer las estadísticas de intercambio comercial de miel entre la Unión Europea y México
- Conocer las características de los principales canales de comercialización de miel en la Unión Europea, así como los precios y márgenes de comercialización.
- Conocer los prácticas fundamentales para la comercialización de miel a nivel internacional.
- Conocer las normas de calidad del producto exigidas a nivel internacional.
- Analizar las oportunidades de comercialización que ofrece el mercado de la Unión Europea para la miel de origen mexicano, así como la problemática común que enfrenta la comercialización del producto, con el fin de conocer los retos y perspectivas del producto en dicha región.

CAPITULO 1. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

1.1. Nombre del producto

Miel de abeja

Se entiende por miel, el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de la plantas o que se encuentran sobre ellas, que las abejas liban, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en los panales de la colmena. Este producto alimenticio puede ser fluido, espeso o cristalino (Persano, 1980 y Bancomext; Alemania,2001).

1.2. Sector al que pertenece el producto

Agroindustrial

Alimentos y bebidas (producto comestible de origen animal),

1.3. Descripción del producto según su clasificación arancelaria

Miel natural de abeja

1.4. Clasificación arancelaria

Partida:

04.09

Código:

En México 0409 00 00

En Reino Unido	0 409.00
En Francia	0409.00.00.00
En Italia	04.09
En España	0409.00.00.00

Esta partida comprende la miel de abejas o demás insectos, centrifugada, en panales o en trozos de panales. Sin adición de azúcar ni de otras materias. La miel puede designarse con el nombre de la flor de la que procede o teniendo en cuenta el origen o incluso el color.

1.5. Impuestos a la importación

El arancel aduanero común aplicable en la Unión Europea para las importaciones es del 17.3% *ad valorem*¹ para terceros países. México no goza de preferencias arancelarias especiales, por lo que paga el impuesto a la importación igual al 17.3%. Adicionalmente, el importador paga 7% de IVA.

En el caso exclusivo de España, existe una diferencia respecto al pago de derecho arancelario que corresponde a terceros países, asciende al 18.9%, aunque se considera de régimen comercial libre.

Para el caso de Francia, el IVA aplicable es del 9.6% del valor aduanal y se aplica además un impuesto de control sanitario, que se establece entre 200 y 3000 francos franceses, según la cantidad importada.

En el marco del Acuerdo de Marruecos, se concedió la aplicación de la reducción progresiva del arancel a los productores originarios de los países de la Convención de Lomé y a los países en vías de desarrollo menos avanzados, para

¹ Los impuestos *ad valorem* se establecen como un porcentaje fijo del precio de un bien (Ferguson, 1983).

exportar miel al mercado comunitario con un derecho de aduana cero, sin restricción de volumen.

Preferencias para México

En el marco del acuerdo bilateral celebrado con la firma del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, de aplicación a partir del 1 de julio del 2000, se concedió una cuota preferencial de 30 mil toneladas anuales para las importaciones europeas de miel proveniente de México con un derecho de aduana reducido en un 50% del arancel concedido a los países NMF (SGP). Es decir, al amparo de dicha cuota, se aplicará como máximo la mitad del arancel SGP vigente para México (8.6%) en el momento de la transacción.

Por ejemplo: Si el arancel general es de 17.3% (aplicable en toda la Unión Europea), México pagará 8.6% de arancel por las primeras 30 mil toneladas anuales de miel importada al continente europeo. Superada esta cuota, las exportaciones mexicanas de miel a toda la Unión Europea, automáticamente pagarán el arancel normal de 17.3%. Dicha cuota se encuentra vigente hasta el 30 de junio de 2003.

Cabe mencionar que para gozar de las preferencias arancelarias del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, se debe presentar el Certificado de Circulación de Mercancías EUR1. En caso de que se presente el formato que se usaba anteriormente (Certificado de Origen Forma A), los productos mexicanos pagarán el arancel anterior a la entrada del acuerdo bilateral mencionado bajo el sistema general de preferencias.

En el caso de Francia, se permite la importación de la cuota mencionada de 30 mil toneladas del producto mexicano con un arancel aduanero preferencial no mayor al 50% del mas bajo entre:

- a. el arancel aduanero NMF aplicable al momento de la importación; y,

b.el arancel aduanero SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) aplicable al momento de la importación a las importaciones en México de dichos productos.

Además, México cuenta con una preferencia arancelaria de 4.4%².

Para Suiza, el impuesto general de importación es de 38 francos suizos por cada 100 Kg del producto. En este país, México tiene una preferencia de 19 francos suizos por cada 100 Kg. Además, se incluye el IVA de 2.4% para productos agroindustriales y si la miel es para uso industrial se encuentra exento de impuestos.

Por otra parte, con la entrada en vigor del mismo Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, se fijó también un esquema de desgravación arancelaria para los productos mexicanos importados a la Unión Europea. La desgravación de los productos dependerá de la tasa base y de la categoría en que fueron clasificados.

En el marco de dicho acuerdo bilateral México-Unión Europea, los aranceles aduaneros sobre las importaciones de la Unión Europea de productos originarios de México, listados en la categoría 5 se eliminarán con base en una revisión que efectúe el consejo conjunto México-Unión Europea. Dicha revisión tendrá lugar a mas tardar a los tres años posteriores a la entrada en vigor del acuerdo comercial, es decir, en julio del 2003. Para los productos listados en la categoría 6, se establecen cupos arancelarios.

En el caso de la miel de abeja, se encuentra con tasa base 0 y con la categoría 5 y 6, lo cual significa que es un arancel no negociado aún.

Durante el período 1999-2001, México fue excluido de sus preferencias arancelarias concedidas a las exportaciones de miel a la Unión Europea a través del

² Fuente: Aduanas Francesas. <http://tarif.douane.finances.gouv.fr>. Febrero 2003.

Sistema Generalizado de Preferencias(SGP), ya que en los años anteriores México habría acaparado el 25% de los beneficios arancelarios SGP correspondientes al capítulo 4 del Sistema Armonizado.

1.6. Requisitos de importación

Las exportaciones mexicanas requieren cumplir con los siguientes documentos:

- a. Factura comercial con datos del exportador, consignatario y descripción de la mercancía (7 copias), que expide la empresa mexicana.
- b. Pedimento de importación / exportación, expedido por aduana europea y mexicana.
- c. Certificado fitosanitario (original y copia), expedido por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR).
- d. Certificado de origen oficial EUR 1³(original y copia), que expide la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).
- e. Guía aérea o talón de embarque, que expide la compañía de transporte.
- f. Lista de empaque, expedido por la empresa mexicana.

La factura comercial (original o pro forma) debe ser expedida en español y alguno de los idiomas oficiales de la Unión Europea (inglés preferentemente), todos los datos deben ser claros y correctos; todos los productos deben ser descritos, deben expresar el valor comercial por producto y el total, y la firma original del responsable de la empresa. No son aceptadas las facturas expedidas sin valor comercial, o con errores u omisiones.

³ A raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, vigente a partir de julio del 2000, se establece que para importar mercancía mexicana a cualquier país de la Unión Europea con valor igual o superior a 6 mil euros, se debe llenar el formato de circulación de mercancías EUR1 y debe ser avalado por la Secretaría de Economía. Si el valor de la mercancía es menor a 6 mil euros, en la factura comercial debe llevar la leyenda “Producto originario de México” y un sello de la empresa. Se recomienda consultar con la Secretaría de Economía sobre este punto.

Es recomendable incluir en la factura comercial como en las instrucciones al transportista, una nota detallada de las condiciones de manejo del producto durante su transporte. Todos los pallets y cajas deberán contener etiquetas claramente legibles y visibles (en inglés), con esta información.

Las licencias de importación serán expedidas automáticamente por la parte importadora, dentro de los límites acordados, con base en los certificados de exportación expedidos por México.

Adicional a la documentación de exportación, uno de los principales requisitos para la importación de la miel a la Unión Europea son las regulaciones fitosanitarias.

El certificado fitosanitario se ha establecido como una medida de protección para el consumidor, por lo que el productor (fuera de la Unión Europea) debe garantizar que el producto partió del país de origen en condiciones saludables.

El producto que requiere un certificado fitosanitario debe ser inspeccionado contra insectos y enfermedades, y deberá ser autorizado por el departamento de inspección sanitaria del país de origen, por lo que el producto no podrá entrar a la Unión Europea si no cuenta con dicho certificado, el cual debe ser elaborado en alguno de los idiomas oficiales de la Unión Europea preferentemente inglés, francés y/o holandés, y debe ser expedido por la autoridad oficial (SAGARPA) con una antigüedad no mayor a 14 días antes de la fecha del embarque, no se aceptan documentos con tachaduras, enmendaduras, errores, que no sean legibles, que estén rotos, y deben ser escritos en el formato oficial a máquina y con letras mayúsculas.

El certificado fitosanitario debe de contener la siguiente información:

- Nombre del producto y el nombre de la floración
- País de origen
- Peso neto

- Código o fracción arancelaria de acuerdo al sistema de la aduana europea.
- Número de contenedores

De igual manera es indispensable presentar un análisis de la composición de la miel sobre el contenido de residuos de sustancias dañinas en la miel (antibióticos, pesticidas, etc), elaborado por un laboratorio especializado y reconocido por el importador, puede ser un laboratorio mexicano o europeo independiente.

Los métodos de análisis que se apliquen a la certificación de la miel deberán cumplir los siguientes requisitos: especificidad, exactitud, precisión, es decir, repetibilidad en el seno del mismo laboratorio y reproductibilidad en el mismo tiempo en el seno de un mismo laboratorio o en laboratorios diferentes; variabilidad, límite de detección, sensibilidad, practicabilidad y aplicabilidad.

Para el caso de Francia, se establece una normativa común para el modo de toma de muestras y de métodos de análisis comunitarios para el control de los productos destinados a la alimentación humana. Además, el certificado sanitario emitido será exigido en francés por la autoridad sanitaria⁴ en las aduanas antes de autorizar su entrada al territorio.

No se aceptan certificados con fecha posterior a la fecha de salida de la mercancía de puerto mexicano que se indica en los documentos de embarque expedidos en México.

1.7. Barreras no arancelarias

El importador de miel europeo requiere de un permiso fitosanitario, para importar el producto. El Ministerio de Agricultura y Forestal es la entidad oficial que se encarga de otorgar dicho permiso y es quien asume la responsabilidad general en

⁴ El organismo encargado del control fitosanitario en Francia es el Ministère de L'Agriculture.

materia de vigilar el cumplimiento de las normas y los reglamentos de la Unión Europea, relativas al producto. Efectúa comprobaciones aleatorias de las importaciones en los puntos de entrada y en los mercados al por mayor.

El Gobierno Federal respectivo, por conducto de la Oficina de Control de Alimentos, igualmente está facultado para extraer muestras a nivel minorista para comprobar que se cumplan las normas de la Unión Europea sobre calidad, etiquetado y residuos químicos. No se requieren licencias de importación.

Ahora bien, desde hace varios años, se han detectado una serie de quejas por parte del sector industrial, sobre el alto contenido de antibióticos como la estreptomicina y la sulfonamida en la miel mexicana. En virtud de lo anterior, el Ministerio de Salud de Alemania ha determinado que se permitirá un contenido máximo de residuos de 0.02 mg/kg y de 0.01 mg/kg respectivamente. Esta normatividad puede cambiar si las autoridades sanitarias así lo consideran.

En el caso de Italia, la regulación de las importaciones es semejante, la miel deberá ser enviada con un certificado de la autoridad mexicana que constate la calidad y las propiedades del producto. El *Ministero della Sanità* (Ministerio de Salud Pública), que es la autoridad italiana competente, controla a la llegada de la miel en la aduana, que ésta responda a las características que certifica la autoridad mexicana, además revisa que no contenga cera, impurezas o residuos del proceso de elaboración en los límites que establece la ley. La ley establece un contenido máximo de agua del 21%, pero la cantidad aconsejada por los expertos italianos es del 17 al 18%.

Para la miel orgánica se debe contar con la certificación europea, preferentemente la alemana, ya que de esta forma, al ser Alemania parte de la Unión Europea la certificación es, en principio, aceptada automáticamente en Italia.

Independientemente de la certificación orgánica, los importadores italianos de productos orgánicos deben contar con un permiso especial, ya que México no se encuentra clasificado en materia de este tipo de productos como país “equivalente”.

La burocracia y complicación en la obtención de toda esta serie de permisos, tanto para la miel tradicional, como para la miel orgánica, ha provocado que los importadores italianos prefieran adquirir la miel mexicana a través de Alemania, facilitando así la introducción del producto en el territorio italiano.

En lo que compete a España, además de las regulaciones mencionadas, se considera para el régimen de importación arancelario los siguientes:

SANIM: Inspección sanitaria, y

VETER: Inspección veterinaria.

CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1. Tamaño

La Unión Europea es deficitaria en miel y habitualmente necesita importar alrededor de la mitad de la cantidad que consume. En 1998-1999, el nivel de autoabastecimiento se situó en un 47.4% desviándose por primera vez del porcentaje del 50%. Los tres primeros productores de miel en la Unión Europea son España, Francia y Alemania con 33 mil, 27 mil y 16 mil toneladas, respectivamente, para el período mencionado.

Durante el período comprendido entre 1997 y 1999, la producción de miel en la Unión Europea permaneció estable. Por otra parte, durante ese mismo período, las importaciones de miel aumentaron en un 11.5%. Argentina se convirtió en el primer país exportador a la Unión Europea cubriendo el 30% de las importaciones comunitarias de miel en 1999, mientras que China descendió al segundo lugar con el 23% y México ocupó la tercera posición con el 12%.

En cambio, las exportaciones comunitarias a terceros países ascendieron a unas 6 mil toneladas y en 1999, sólo representaron el 5% de la producción.

La miel es el principal producto exportado por México a Alemania, teniendo una participación del 24.42% dentro del total exportado dentro del sector de alimentos y bebidas. En 1999 importó 89,610 toneladas de miel de abeja por un valor de 112 millones de USD y en el 2000 importó 93,975 toneladas por un valor de 103 millones de USD. Esto significó un aumento de 5% en volumen, sin embargo, debido al aumento del tipo de cambio MA/USD, en valor representa una disminución de 8%⁵. En el 2001 se importaron mas de 92 mil toneladas por un valor de 114 millones de USD. Comparando las importaciones de los años 2000 y 2001, se nota una disminución de 2.1% en volumen, mientras en valor se trata de un aumento de 9.6%.

⁵ En el 2000, la alta cotización del USD hace que el porcentaje de variación en las importaciones con respecto a 1999 se convierta en negativa en algunos casos.

Suiza, país con una superficie de 41,290 km², cuenta con 7.1 millones de habitantes, los cuales consumen en su gran mayoría mieles de importación, debido a que la producción nacional de miel es muy reducida para abastecer el mercado. Después de un huracán hace algunos años, que causó daños considerables en los bosques suizos, la producción suiza de miel se redujo aún más, por lo que la demanda de mieles de importación aumentó considerablemente.

Por su parte, para el año 2000, el consumo de miel de Francia fue de 40 mil toneladas, lo que equivale a 0.7 Kg de miel por persona. De acuerdo con las estadísticas de importación (13 mil toneladas en el 2000), el consumidor francés ingiere 67.5% de miel nacional y un 32.5% de miel de otros países⁶.

No obstante, Francia produce miel en abundancia, con una amplia presencia de los apicultores en todo el territorio, el consumo de la miel importada se ha incrementado en los últimos años. La producción cubre el 75% del consumo y la cifra de la cantidad importada tiende a subir tomando en cuenta los últimos 3 años.

En el Reino Unido, más del 90% de la miel que se consume es importada debido a que solo 4 mil toneladas pueden ser producidas para ventas al menudeo. El mercado de la venta al menudeo de la miel se calcula actualmente en 40 millones de libras esterlinas y un volumen aproximado de 17 mil toneladas. Alrededor de 10% de los compradores de miel son grandes consumidores, quienes representan casi la mitad del volumen total que el mercado consume.

En España, la miel de origen mexicano durante el período 1997-1999 pasó de 140 mil a 470 mil toneladas, que representa un incremento porcentual de 96.4%, con lo cual México logró mejorar su posicionamiento en el mercado, al pasar del octavo al séptimo sitio en la participación del total de las importaciones de miel. Esta sensible mejora en el volumen de las importaciones de miel mexicana se produjo por

⁶ Fuente: http://www.oniflhor.fr/filiere/filierres_oniflhor.htm. Año 2000.

la disminución de un 28% de los precios del producto, ya que pasaron de 1.71 a 1.23 dólares.

Por su parte, Italia consume mayor cantidad de miel con respecto a la que produce, por lo que importa una cantidad representativa del producto. La miel italiana representa el 1.1% de la producción mundial y el 15% de la producción europea. Esta misma se considera de alta calidad, sin embargo no compite con la miel extranjera como los productores italianos desearían; esto se debe principalmente a que la miel de importación se comercializa a precios más bajos y aunque esta última en ocasiones es de menor calidad, el consumidor no sabe apreciar la diferencia.

2.2 Comercio exterior global.

Respecto al intercambio comercial de la miel a nivel mundial, para el período comprendido de 1975 hasta el año 2000, existe una tendencia creciente para dicho período en las estadísticas tanto de las importaciones como de exportaciones, aún cuando las condiciones económicas mundiales no han sido siempre las mismas.

a) Importaciones por principales países de origen

Las importaciones mundiales de miel han mostrado una tendencia creciente estable para el período comprendido de 1975 al año 2000. Según la siguiente tabla:

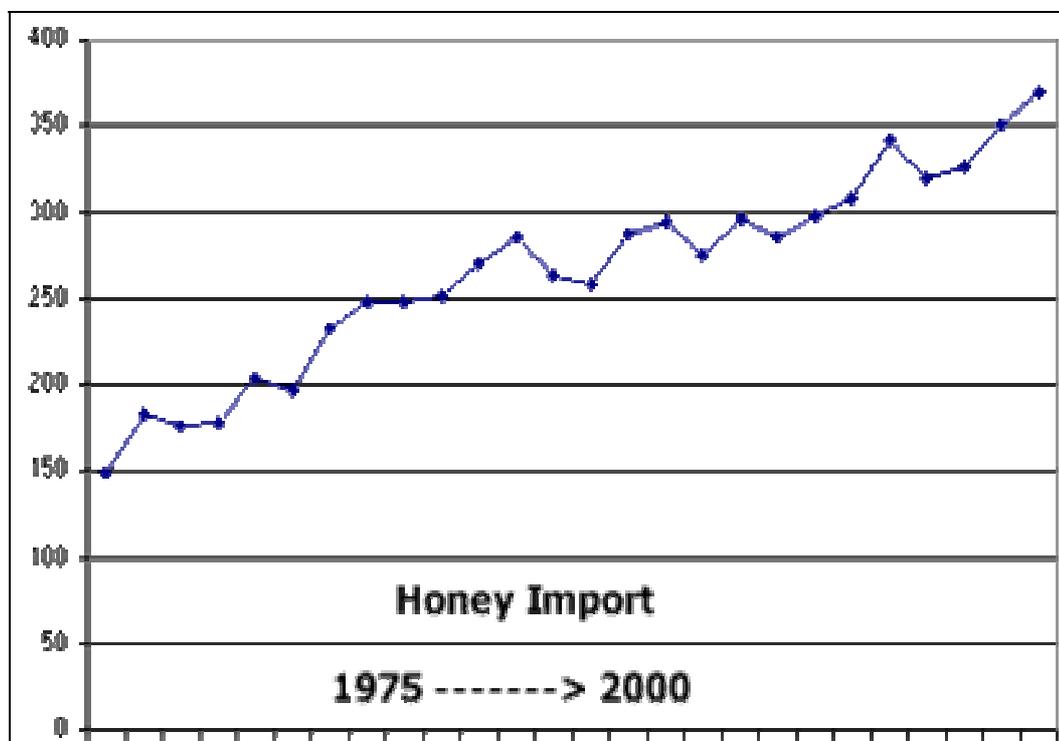
TABLA 1. Importaciones mundiales de miel (miles de toneladas)

Año	Tons	Año	Tons	Año	Tons	Año	Tons
1975	149	1982	248	1989	258	1996	342
1976	183	1983	248	1990	294	1997	320
1977	176	1984	248	1991	275	1998	326
1978	177	1985	252	1992	295	1999	350
1979	203	1986	270	1993	301	2000	370
1980	196	1987	286	1994	262		
1981	232	1988	264	1995	325		

Fuente: www.apiservices.com, Junio 2002.

La tendencia creciente de las importaciones mundiales de miel de 1975 al año 2000, presenta el siguiente comportamiento:

FIGURA 1. Importaciones mundiales de miel 1975-2000



Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

Como podemos observar, la gráfica anterior muestra de manera más clara la tendencia creciente de las importaciones mundiales de miel en el período comprendido de 1975 al año 2000. Las importaciones han mantenido estable dicha tendencia, aún cuando las condiciones económicas hayan sido distintas en cada ejercicio.

Ahora bien, dichas importaciones de miel en el mundo para el período comprendido de 1996 y el año 2000, presentan el siguiente esquema para los principales países importadores:

TABLA 2. Importaciones mundiales de miel según principales países (miles de toneladas).

Años País	1996		1997		1998		1999		2000	
	x 1000t	1000 USD	1000t	1000 USD	1000t	1000 USD	1000t	1000 USD	1000t	1000 USD
U.S.A.	68	116	76	125	60	81	83	92	90	96
Japón	42	57	34	50	29	35	35	36	40	39
China	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3
Canada	13	20	2	3	2	3	3	3	3	3
Otros	40	82	41	83	41	73	34	67	40	63
U.E. extra	137	(287)	134	(278)	152	(293)	151	(252)	155	(231)
U.E. intra	38	?	31	?	40	?	41	?	38	?
Total =	342	565	320	541	326	487	350	453	370	435

Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

En 1998, las importaciones mundiales de miel ascendieron a más de 300 mil toneladas. La Unión Europea, principal mercado de importación, concentraba en 1998 el 47% de las importaciones mundiales de dicho producto. Alemania y el Reino Unido, con 85 mil toneladas y 21 mil toneladas respectivamente. Ambos países absorbían casi el 70% del total importado por la Unión Europea en 1999.

Las importaciones mundiales analizadas según los principales países nos permite armar que la Unión Europea es el principal importador de miel para el período 1996-2000.

Desde finales de los años setenta las importaciones mundiales han ido aumentando regularmente debido al incremento del consumo de productos naturales y dietéticos, al dinamismo de algunos operadores a la hora de introducir mieles especiales o a precios reducidos, habitualmente en forma de mezclas, así como a la mayor utilización industrial de este producto en determinados países.

Para el año 2000, la importación de miel mundial presentó el siguiente comportamiento:

TABLA 3. Principales países importadores de miel en el mundo:

Rango	País	Importaciones (miles de USD)
1	Alemania	104 894
2	Estados Unidos	96 018
3	Japón	38 747
4	Reino Unido	23 790
5	Francia	21 735
6	Italia	15 021
7	España	13 347
8	Arabia Saudita	13 323
9	Holanda	12 366
10	Suiza	11 708

Fuente: FAO. Año 2000.

De acuerdo con la tabla anterior, para el 2000, el Reino Unido ocupa el cuarto lugar del mundo en importaciones de miel y el segundo lugar en importancia para el mismo rubro en la Unión Europea. Tal demanda se debe a que su producción nacional no alcanza a cubrir la demanda de su mercado.

La Unión Europea es el mayor mercado. Los principales países importadores de miel son: Alemania, Estados Unidos, Japón, Francia y el Reino Unido.

Para comprender mejor la tendencia de las importaciones de miel de la Unión Europea, a continuación se presentan las estadísticas de intercambio comercial de los principales países de la Unión Europea.

Alemania

Según información publicada por la oficina de estadísticas del Gobierno Alemán (Statistisches Bundesamt), las importaciones de miel para el comercio exterior en Alemania ha presentado el siguiente comportamiento:

TABLA 4. Importaciones alemanas de miel de abeja por principales países de origen:

PAIS	1997		1998		1999		2000		2001	
	Tons.	Miles de USD								
México	12,171	19,165	13,596	20,238	14,323	18,042	16,047	18,880	13,115	18,349
Argentina	8,841	13,210	15,458	20,422	27,328	30,289	27,791	27,624	27,755	30,039
China	25,448	32,667	29,252	33,793	12,729	12,099	9,993	7,803	11,463	10,303
Rumania	5,246	7,785	2,907	4,595	4,900	6,570	6,968	8,168	4,670	6,501
Turquía	5,514	10,544	5,012	9,629	2,639	5,240	2,448	4,237	2,097	3,092
Otros	27,898	48,971	27,318	47,581	27,691	40,133	30,727	37,104	33,102	45,965
Total	83,288	130,186	93,542	136,259	89,610	112,372	93,975	103,816	92,202	114,248

Fuente: Statistisches Bundesamt. Comercio Exterior 1996-2000.

México se ha mantenido dentro de los 3 principales importadores de miel a Alemania y desde 1999 se encuentra ubicado en el segundo lugar, superado solamente por Argentina.

Suiza

TABLA 5. Importaciones suizas de miel de abeja por principales países de origen:

PAIS	1999		2000		2001		2002 (Enero-Agosto)	
	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD
México	2722	9055	2837	8800	2991	1016	1920	6918
Alemania	1190	6586	1167	6142	1269	686	664	3718
Francia	578	5118	68	6083	65	597	357	3130
Austria	315	1712	49	2470	34	195	139	982
Hungría	109	496	17	67	21	82	183	792
Otros	1807	7352	1431	18294	1441	563	185	3588
Total	6721	30319	6784	29610	6921	3141	4148	19128

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung (EZV),
Dirección de Aduanas, Berna. Estadísticas 1999-200.

Para Suiza, según la estadística anterior, a partir de 1999 México es el principal país importador de miel de abeja, seguido por Alemania aunque cada vez con mayor margen de diferencia.

Francia

Las importaciones de Francia según los principales países importadores se presenta en la siguiente tabla:

TABLA 6. Importaciones de Francia por país de origen
(volumen: 1000 Kg., valor: 1,000 USD):

País	1999		2000		2001		2002	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
España	5241	29247	4225	22410	4776	25374	13630	60082
Hungría	3804	19305	4679	30430	5154	29743	8026	30931
Alemania	3312	17671	3352	17142	4100	21639	6199	22967
Argentina	2552	18902	2639	20676	3640	28363	3421	22282
China	4281	38104	3129	29184	3462	27939	1156	8017
Turquía	289	1479	309	1495	153	583	1416	6319
Bélgica	528	3132	648	4010	528	2912	544	2709
México	740	6159	756	5535	1036	6581	569	2508
Subtotal	20747	133999	19737	130882	22845	143134	34961	155815
Otros	3491	19751	3741	26025	2435	12413	2960	12457
TOTAL	24238	153750	23478	156911	25280	155547	37921	168272

Fuente : Dirección General de Aduanas Francesas - 2002 al mes de diciembre
Tipo de cambio: 1 Euro = 1 USD⁷

Como podemos observar en la tabla anterior, para el caso de Francia, las importaciones de miel mexicana no representan un volumen considerable respecto a sus importaciones totales para el período 1999-2000.

⁷ Fuente : www.banamex.com. Año 2002.

Reino Unido

Como se mencionó al inicio del presente apartado, el Reino Unido ocupa el cuarto lugar del mundo en importaciones de miel y el segundo lugar en importancia para el mismo rubro en la Unión Europea para el ejercicio 2000. Mas del 90% de su consumo de miel es producto importado debido a que su producción nacional no alcanza a cubrir la demanda de su mercado. A continuación el desglose de la información.

TABLA 7. Importaciones del Reino Unido por país de origen:

PAIS	1999		2000		2001	
	Tons	Millones de USD	Tons	Millones de USD	Tons	Millones de USD
China	10380	8.500	10902	7.884	10669	8.593
Argentina	3346	3.531	2329	2.435	3905	4.130
Alemania	2623	1.460	3550	2.163	2063	2.583
Australia	1462	1.996	1700	2.121	1888	2.519
México	724	2.650	1158	3.676	1282	2.308
Nueva Zelanda	1199	1.181	1016	0.999	1161	1.726
Cuba	491	1.343	481	1.013	666	1.186
Hungría	301	0.391	207	0.316	559	1.023
Holanda	144	0.476	207	0.342	499	0.772
Dinamarca	84	0.429	105	0.418	383	0.437
Total	22894	25.435	23876	24.566	25245	28.646

Fuente: World Trade Atlas – United Kingdom. 1996-2001.

Para Reino Unido, México ocupó el lugar número 3 en volumen de importaciones y el número 5 en valor de importaciones para el años 2001.

Holanda

Holanda es un importador potencial, importa 6 veces mas de lo que produce; sin embargo, como se muestra en la estadística de la tabla 8, para el 2001, las importaciones de miel registraron una caída drástica.

TABLA 8. Importaciones holandesas de miel por país de origen:

Rango	País de Origen	Millones de USD			% de Part.	% Var.
		1999	2000	2001	2001	01/00
1	Bélgica	3.414	4.089	2.649	38.98	-35.21
2	Alemania	6.820	4.253	1.648	24.25	-61.24
3	Turquía	0.399	0.499	0.723	10.64	44.82
4	China	1.672	0.817	0.598	8.80	-26.72
5	Chile	0.308	0.302	0.302	4.44	0.02
6	Cuba	0.359	0.227	0.221	3.25	-2.84
7	Argentina	0.579	0.474	0.218	3.20	-54.07
8	Guatemala	0.297	0.206	0.116	1.70	-43.73
9	Bulgaria	0.003	0.009	0.086	1.27	816.21
10	España	0.007	0.097	0.071	1.04	-27.56
Total	Del mundo	15.272	11.983	6.796	100	-43.28

Fuente: World Trade Atlas. Netherlands Edition. December 2001.

El principal proveedor de la miel en Holanda es Bélgica, de donde proviene el 31% de la miel, le sigue Alemania tanto de miel a granel como de miel envasada. Ello debido a que en Holanda no existe propiamente industria envasadora, los brokers holandeses dependen de la reexportación a otros mercados y del consumo de la industria alimenticia.

A pesar de la gran demanda de miel de importación, Holanda no registra importaciones de miel de origen mexicano.

Bélgica

TABLA 9. Importaciones de miel en Bélgica por país de origen:

Rango	País de Origen	Millones de USD			% de Part.	% Var.
		1999	2000	2001	2001	01/00
1	Alemania	3.006	4.325	4.090	29.68	-5.44
2	China	2.677	1.876	2.927	20.95	56.01
3	Países Bajos	1.792	1.847	1.706	12.21	-7.65
4	Argentina	1.629	1.317	1.591	11.39	20.81
5	México	1.053	1.092	1.110	7.95	1.64
6	Reino Unido	1.664	1.094	0.809	5.80	-25.99
7	Francia	0.545	0.686	0.391	2.80	-42.96
8	Turquía	0.181	0.120	0.356	2.55	195.56
9	Rumania	0.107	0.150	0.172	1.24	14.90
10	Canadá	0.082	0.101	0.134	0.96	31.75
Total	Del mundo	13.523	13.638	13.969	100	2.42

Fuente: World Trade Atlas. Belgium Edition. December 2001.

Italia

Alemania aparece como el tercer proveedor de miel para Italia, en estas cifras se incluye el producto mexicano que se triangula; mismo que evidentemente llega al mercado italiano a un precio mayor que el de los demás productos extranjeros como es el caso de Argentina o China.

TABLA 10. Valor de Importaciones italianas por origen (millones de euros):

Posición	País	Participación	2001	2000	1999
1	Argentina	44%	7.43	7.19	6.67
2	Hungría	23%	3.87	3.76	2.89
3	Alemania	11%	1.89	1.92	2.09
4	Rumania	6%	1.00	0.82	1.30
5	México	2%	0.33	0.30	0.28

Fuente: World Trade Atlas. Agosto 2002.

TABLA 11. Volumen de importaciones italianas por origen (en toneladas):

Posición	País	Participación	2001	2000	1999
1	Argentina	54%	6,486	6,423	6,639
2	Hungría	19%	2,279	2,723	1,929
3	Alemania	7%	854	935	950
4	Rumania	6%	687	738	1,108
5	China	3%	353	299	398

Fuente: World Trade Atlas . Agosto 2002.

Los principales proveedores extranjeros de miel al mercado italiano son Argentina y Hungría. Durante el último año la cantidad de toneladas importadas disminuyó, mientras las importaciones reflejadas en monto señalan un crecimiento del 3.33%. Esto se debe principalmente a que la producción durante el 2001 fue escasa no solamente en Italia si no también dentro de los principales países productores a nivel mundial (China, México, Argentina y Canadá); por lo que la carencia del producto internacionalmente, hizo que se incrementaran considerablemente las cotizaciones de miel a granel.

España

En materia de importaciones China, Argentina, Francia y Alemania se han constituido en estos años en los principales orígenes de la miel que se importa, ya que ocupan más del 80% del comercio en esta materia, principalmente por los bajos precios que ofrecen y que oscilan entre 1 y 2 dólares por kilogramo. A continuación el desglose de la información:

TABLA 12. Importaciones de España:

Unidad de Medida	1997	1998	1999
Valor	10 688 999	13 930 383	14 723 062
Peso	7 278 674	10 716 465	13 841 906
Valor/Kg	1.47	1.30	1.06

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

TABLA 13. Importaciones de España por país de origen 1997 (valor: pesetas) :

País	Valor	Kilos	Valor KG	Valor en Dls.
Francia	138 732 552	333 786	416	2.83
Bélgica	1 914 690	4 254	450	3.06
Países Bajos	104 263	174	599	4.08
Alemania	59 606 064	222 198	268	1.82
Italia	464 831	841	553	3.76
Reino Unido	35 325 085	149 541	236	1.61
Dinamarca	520 364	1 277	407	2.77
Portugal	31 773 019	147 505	215	1.46
Suiza	1 313 505	908	1447	9.85
Turquía	18 481 220	78 330	236	1.60
México	35 439 002	140 910	252	1.71
Cuba	110 007 535	575 015	191	1.30
Polonia	3 328 528	11 567	288	1.96
EEUU	12 730 357	33 380	381	2.59
República Dominicana	17 538 233	81 428	215	1.46
Perú	8 083	9	898	6.12
Chile	1 800 124	5 100	353	2.40
Uruguay	198 192 361	819 381	242	1.64
Argentina	124 084 143	521 656	238	1.62
Líbano	2 656 629	5 840	455	3.10
Jordania	701 512	1 390	505	3.43
Arabia Saudita	1 508 952	5 644	267	1.82
China	728 201 665	3975 610	183	1.24
Australia	40 864 231	162 930	251	1.70
Total Pesetas	1 565 296 948	7 278 674	215	
Total Dólares ⁸	10 688 309	7 278 674	1.47	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

⁸ Tipo de cambio promedio durante 1997: 146.44. Fuente: Banco de España; "Tipos de cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

TABLA 14. Importaciones de España por país de origen 1998 (Valor: pesetas) :

País	Valor	Kilos	Valor KG	Valor en Dls.
Francia	196 370 873	397 449	494	3.33
Bélgica	228 659	500	457	3.08
Alemania	148 937 337	476 001	313	2.11
Italia	5 602	8	700	4.72
Reino Unido	69 433 074	422 982	164	1.11
Dinamarca	1 390 705	1 744	797	5.37
Portugal	48 517 542	242 579	200	1.35
Rumania	531 270	1 200	443	2.98
Suiza	1 028 347	600	1 714	11.55
Turquía	3 842 919	12 178	316	2.13
México	21 366 176	80 660	265	1.78
Cuba	155 133 295	674 855	230	1.55
Rep. Checa	448 312	1 420	316	2.13
EEUU	15 587 524	46 800	333	2.24
Chile	2 819 552	10 200	276	1.86
Uruguay	34 776 242	169 960	205	1.38
Argentina	332 291 494	1 763 416	188	1.27
Arabia Saudita	324 493	490	662	4.46
China	1 034 416 454	6 413 423	161	1.09
Total Pesetas	2 067 449 870	10 716 465	193	
Total Dólares⁹	13 930 383	10 716 465	1.30	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y Coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

TABLA 15. Importaciones de España por país de origen 1999 (valor: pesetas) :

País	Valor	Kilos	Valor KG	Valor en Dls.
Francia	155 461 285	464 199	335	2.15
Bélgica	738 670	1 620	456	2.92
Países Bajos	424 802	433	981	6.28
Alemania	173 921 188	538 152	323	2.07
Italia	1 701 228	3 868	440	2.82
Reino Unido	14 974 238	102 702	146	.093
Dinamarca	744 216	1 815	410	2.63
Grecia	648 000	948	684	4.38
Portugal	66 665 739	299 151	223	1.43
Suecia	245 310	555	442	2.83
Austria	175 881	168	1 047	6.71
Hungría	3 916 588	10 200	384	2.46
Rumania	37 794 900	282 300	134	0.86
México	74 647 356	390 200	191	1.23
Cuba	148 616 439	765 172	194	1.24
Egipto	1 138 892	2 584	441	2.82
EEUU	9 108 584	40 306	226	1.45
Guatemala	8 549 974	47 700	179	1.15
El Salvador	3 131 198	21 354	147	0.94
Chile	3 091 130	10 200	303	1.94
Uruguay	192 097 621	1 161 868	165	1.06
Argentina	582 367 927	3 468 933	168	1.08
Jordania	869 270	4 350	200	1.28
China	791 176 974	6 100 863	130	0.83
Australia	26 047 803	122 265	213	1.36
Total Pts	2 298 255 213	13 841 906	166	
Total Dls¹⁰	14 723 062	13 841 906	1.06	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

⁹ Tipo de cambio promedio durante 1998: 149.40. Fuente: Banco de España; "Tipos de cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

¹⁰ Tipo de cambio promedio durante 1999: 156.33. Fuente: Banco de España; "Tipos de cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

Como podemos observar, el comercio entre España y el resto del mundo en el período 1997-1999 se ve caracterizado por el incremento de las importaciones que pasaron de 10.6 millones de dólares en 1997 a 14.7 millones de dólares en 1999, lo que representa un incremento porcentual del 33.2%, tendencia que se ve reforzada por la baja del valor promedio de importación de la miel ya que éste se ubicó en 1999 en 1.06 dólares, mientras que en 1997 su nivel fue de 1.4 dólares, reportando por lo tanto un decremento de 27.8%. Con lo que la importación de este producto ha mostrado una tendencia alcista.

b) Exportaciones por principales países de destino

Las exportaciones mundiales de miel presentaron el siguiente esquema para el período comprendido de 1975 al año 2000:

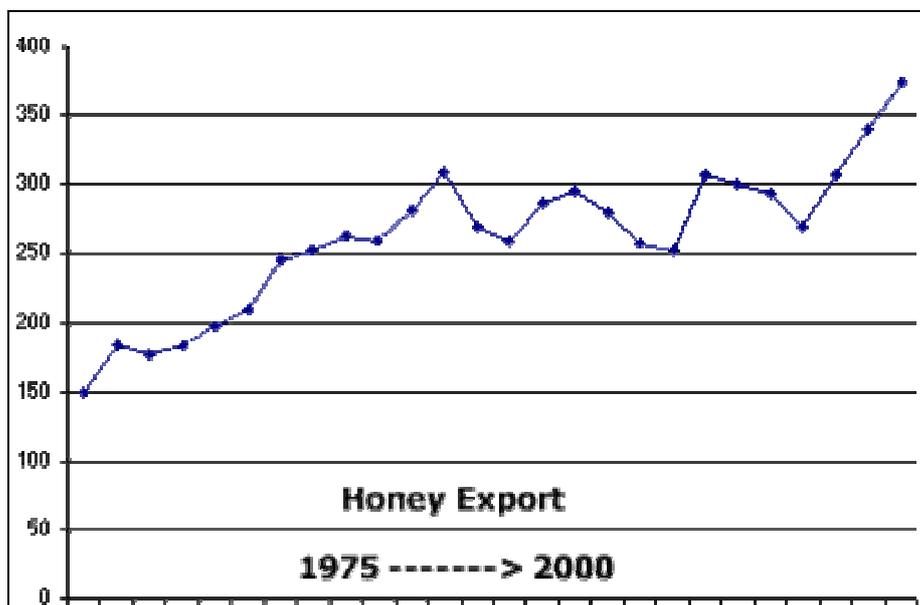
TABLA 16. Exportaciones mundiales de miel (miles de toneladas):

Año	Tons	Año	Tons	Año	Tons
1975	150	1984	260	1993	252
1976	183	1985	282	1994	308
1977	177	1986	309	1995	301
1978	183	1987	270	1996	293
1979	198	1988	260	1997	269
1980	209	1989	287	1998	307
1981	246	1990	296	1999	340
1982	252	1991	280	2000	275
1983	263	1992	257		

Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, las exportaciones mundiales de miel presentaron una tendencia creciente principalmente a partir de 1997, según la siguiente gráfica:

FIGURA 2. Exportaciones mundiales de miel 1975-2000



Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

Ahora bien, respecto a los principales países exportadores de miel, para el período 1996-2000 sobresalen los siguientes:

TABLA 17. Principales países exportadores de miel a nivel mundial:

Años	1996		1997		1998		1999		2000	
	1000t	1000\$								
China	84	115	48	69	79	87	87	79	103	87
Argentina	48	81	70	108	68	89	93	96	88	87
Mexico	29	49	27	41	32	42	22	25	31	35
U.S.A.	5	11	4	8	5	9	5	9	5	8
Canada	10	20	8	17	11	20	15	21	15	21
Others	79	138	75	132	67	123	72	112	85	108
U.E. extra	6		7		6		6		6	
U.E. intra	32	(91)	29	(86)	38	(89)	40	(88)	42	(95)
Total =	293	505	269	461	307	458	340	430	375	441

Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

En 1998, las exportaciones mundiales de miel alcanzaron aproximadamente las 300 mil toneladas. Ese mismo año, China exportó el 37% de su producción de miel, lo que representa el 26% del comercio mundial total. Con lo cual se confirma que China es el principal exportador mundial de miel.

Los principales mercados de destino de las exportaciones chinas de miel son, por orden de importancia, Japón, Estados Unidos y Alemania. Cabe señalar que, en 1994, Japón era el primer destinatario de las exportaciones de miel china y que, posteriormente, se ha producido un cambio de orientación de las mismas hacia la Unión Europea como primer mercado de destino.

Hoy, la Unión Europea es el mayor mercado destino de la miel del mundo y parece que este cambio en los flujos de exportación se debe a la sustitución de la miel por otros edulcorantes en la composición de ciertos refrescos muy consumidos en Japón.

De acuerdo a información proporcionada por la SAGARPA en Bruselas, del 1° de julio del 2001 al 30 de junio del 2002 se exportaron a la Unión Europea 16,185 toneladas de miel, es decir, durante ese año quedaron disponibles 13,815 toneladas de la cuota.

Para tener un mejor panorama de las exportaciones mundiales de miel, se presentan en el presente apartado las estadísticas de exportación de los principales países de la Unión Europea, según país de destino:

Alemania

Las exportaciones de miel para el comercio exterior en Alemania ha presentado el siguiente comportamiento:

TABLA 18. Exportaciones alemanas de miel según país destino:

País Destino	1997		1998		1999		2000		2001	
	Tons	Miles de USD								
Holanda	3,669	9,430	3,722	9,354	2,943	5,502	4,096	5,671	4,815	7,264
A. Saudita	1,085	3,743	453	1,734	946	3,273	548	1,698	658	2,348
Francia	1,697	3,747	2,144	4,944	3,424	6,217	4,957	6,878	4,368	6,445
Italia	895	2,316	929	2,327	794	1,945	1,023	1,910	825	1,638
Otros	5,713	14,131	6,319	14,481	9,041	18,451	10,212	18,662	9,606	18,262
Total	13,059	33,367	13,567	32,840	17,147	35,389	20,836	34,819	20,272	35,956

Fuente: Statistisches Bundesamt. Comercio Exterior. 1996-2002.

Suiza

TABLA 19. Exportaciones suizas de miel por principales países de destino:

País	1999		2000		2001		2002 (Enero-Agosto)	
	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD	Tons.	Miles de USD
USA	48	669	53	75	44	63	36	570
Emiratos Árabes	20	209	42	37	35	22	28	337
Saudi-Arabia	26	305	103	73	78	41	21	243
Japón	5	76	12	16	26	27	16	205
Canadá	11	130	12	15	19	19	11	141
Otros	180	1623		1954	229	2090	98	897
Total	290	3012	441	4134	431	3837	210	2393

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung (EZB), dirección de aduanas Berna, 2002.

Francia

TABLA 20. Exportaciones francesas por destino
(Volumen : 1000 Kg., Valor : 1,000 USD)

País	1 99 9		2 00 0		2 00 1		2 00 2	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Suiza	1598	4453	2424	6399	2251	5548	2520	5903
Alemania	3303	13352	2009	7268	1917	7112	2348	7329
España	704	3091	913	3898	836	3451	1691	6938
Reino Unido	451	1729	360	1409	534	2103	922	2367
Bélgica	624	2637	886	3203	730	2361	886	2118
Polonia	831	3949	500	2688	562	3136	379	1569
Japón	220	526	286	439	538	954	651	1195
Finlandia	90	187	261	569	155	332	271	548
Italia	65	163	104	352	122	314	215	414
Subtotal	7886	30087	7743	26225	7645	25311	9883	2838
Otros	1082	3498	1164	3142	1273	5207	1313	2840
TOTAL	8968	33585	8907	29367	8918	30518	11196	31221

Fuente : Dirección General de Aduanas Francesas- 2002 al mes de diciembre. Tipo de cambio: 1 Euro = 1 USD¹¹

¹¹ Fuente : www.banamex.com, 2002.

Reino Unido

TABLA 21. Exportaciones británicas de miel según destino:

PAIS	1999		2000		2001	
	Tons	Millones de USD	Tons	Millones de USD	Tons	Millones de USD
Irlanda	186	0.592	232	0.347	153	0.414
Nigeria	55	0.133	103	0.245	80	0.226
Bélgica	101	0.102	83	0.076	50	0.055
Estados Unidos	18	0.166	64	0.193	38	0.299
Japón	26	0.128	29	0.140	36	0.106
Italia	6	0.041	7	0.044	21	0.085
Holanda	16	0.062	6	0.029	19	0.059
España	2	0.010	344	0.316	15	0.034
Alemania	20	0.086	14	0.064	12	0.050
Francia	322	0.324	396	0.349	8	0.033
Total	921	2.176	1372	2.101	470	1.592

Fuente: World Trade Atlas – United Kingdom

Como se aprecia en la tabla 21, México tampoco aparece como destino de las exportaciones británicas de miel de abeja.

Holanda

TABLA 22. Exportaciones de miel de Holanda, según país de destino:

Rango	País Destino	Millones de USD			% Part. 2001	% Var. 01/00
		1999	2000	2001		
1	Bélgica	0.670	0.920	0.212	30.49	-76.79
2	Italia	0.001	0.124	0.150	21.58	20.73
3	Alemania	0.561	0.398	0.086	12.33	-78.45
4	Francia	0.293	0.092	0.016	2.36	-82.22
5	Dinamarca	0.145	0.075	0.010	1.44	-86.69
6	Irlanda	0	0.013	0.006	0.93	-48.82
7	España	0.018	0.013	0.003	0.39	-78.33
8	Reino Unido	0.045	-0.138	0.001	0.13	-99.35
9	Bélgica-Luxemburgo	0	0	0	0	0
10	Grecia	0.101	0.035	0	0	-100
Total	Al mundo	2.305	2.681	0.695	100	-74.09

Fuente: World Trade Atlas. Netherlands Edition. December 2001.

Holanda se caracteriza por ser un país reexportador, entre el 15% y 20% de la miel importada, se reexporta a otros países del continente principalmente para su envasado para consumo final. En el 2001 las exportaciones holandesas de miel sufrieron un drástico decremento del 74% en comparación con el año 2000, esto se debió principalmente a la pérdida de competitividad en el mercado de los brokers holandeses, que se vieron desplazados por los grandes grupos envasadores alemanes; esto se debe a que en Holanda no existe una industria envasadora, y los brokers dependen del consumo de la industria alimentaria, sin embargo cada vez mas la industria busca evitar intermediarios innecesarios y los brokers han perdido competitividad en el mercado.

El consumo industrial de miel en Holanda ha caído drásticamente en los últimos 3 años. Aunque no se conocen cifras exactas, ya que el movimiento de mercancía entre los países es libre, para fines estadísticos únicamente se contabiliza el primer país de entrada. De acuerdo a la opinión de los importadores cada vez resulta más caro importar miel y reexportarla o revenderla a la industria.

Bélgica.

Este país exporta 3 veces mas miel que Holanda, y abastece principalmente a Holanda y Francia, según se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA 23. Exportaciones de miel de Bélgica por país de origen:

Rango	País Destino	Millones de USD			% Part.	% Var.
		1999	2000	2001	2001	01/00
1	Países Bajos	2.608	4.939	4.655	50.22	-5.76
2	Francia	2.606	2.754	3.042	32.83	10.48
3	Reino Unido	0.261	0.402	0.664	7.17	65.09
4	Alemania	0.559	0.435	0.277	2.99	-36.34
5	Luxemburgo	0.199	0.187	0.159	1.72	-14.74
6	Italia	0.110	0.109	0.109	1.19	0.56
7	Libia	0.004	0.063	0.097	1.05	52.69
8	Kuwait	0	0.014	0.069	0.75	380.16
9	España	0.022	0.084	0.034	0.38	-58.60
10	Dinamarca	0.045	0.053	0.034	0.37	-35.89
Total	Al mundo	7.361	9.265	9.269	100	0.04

Fuente: Worl Trade Atlas. Belgium edition. December 2001.

Como se observa en la tabla anterior, Bélgica exporta miel también a Luxemburgo. Es evidente pues el estrecho intercambio comercial entre la región del Benelux (Holanda, Bélgica y Luxemburgo), siendo Bélgica la principal puerta de entrada de miel natural a la zona.

Italia

Las cifras de comercio exterior de Italia indican que el principal país al cual se exporta miel es Alemania, en este caso se trata de la miel italiana que es muy apreciada por el mercado alemán, que además paga el precio de la miel italiana que es más cara que la mexicana.

TABLA 24. Valor de exportaciones italianas por origen (millones de euros):

Posición	País	Participación	2001	2000	1999
1	Alemania	69%	6.10	5.26	5.67
2	Francia	9%	0.76	0.45	0.45
3	Suiza	4%	0.37	0.31	0.25
4	Austria	4%	0.35	0.34	0.18
5	Estados Unidos	2%	0.21	0.17	0.13

Fuente: World Trade Atlas. Agosto 2002.

TABLA 25. Volumen de exportaciones italianas por origen (en toneladas):

Posición	País	Participación	2001	2000	1999
1	Alemania	74%	2,758	2,634	2,871
2	Francia	8%	309	185	164
3	Austria	4%	150	165	80
4	Suiza	4%	135	104	80
5	Emiratos Arabes	2%	68	37	64

Fuente: World Trade Atlas. Agosto 2002.

España

Los principales destinos de la exportaciones han sido Francia, Alemania, Grecia y Portugal que concentran mas del 60% del total de las exportaciones españolas. A continuación se muestra la información desglosada por año:

TABLA 26. Exportaciones de España:

Unidad de Medida	1997	1998	1999
Valor	21 761 385	19 861 483	14 324 148
Peso	10 096 733	9 284 662	8 025 877
Valor/Kg	2.16	2.14	1.78

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

TABLA 27. Exportaciones españolas por país destino 1997 (valor: Pesetas):

País	Valor	Kilos	Valor del Kg	Valor Kg en DIs
Francia	1 005 510 489	3 235 221	311	2.12
Bélgica	64 324 199	224 899	286	1.95
Países Bajos	9 831 344	28 954	340	2.32
Alemania	658 145 670	2 074 381	317	2.17
Italia	89 102 219	272 251	327	2.23
Reino Unido	94 794 851	295 811	320	2.19
Dinamarca	67 834 478	237 840	285	1.95
Grecia	167 930 020	550 336	305	2.08
Portugal	374 960 338	1 303 673	288	1.96
Suecia	39 397 242	82 300	479	3.27
Austria	76 104 422	255 765	298	2.03
Andorra	16 561 346	38 263	433	2.96
Polonia	21 337 532	80 846	264	1.80
Rep. Checa	5 847 100	19 320	303	2.07
Eslovaquia	2 546 421	9 000	283	1.93
Rusia	29 796 281	73 163	407	2.78
Marruecos	17 368 903	74 239	234	1.60
Argelia	120 954 905	346 666	349	2.38
Túnez	13 620 000	45 000	303	2.07
Libia	17 878 537	37 500	477	3.26
Costa de Mar	1 638 075	4 040	405	2.77
Venezuela	13 540 238	31 391	431	2.95
Chile	18 099 953	48 946	370	2.53
Chipre	3 192 621	12 180	262	1.79
Líbano	15 280 550	35 550	430	2.94
Israel	107 145 047	339 760	315	2.15
Jordania	28 844 624	70 650	408	2.79
Arabia Saudita	59 117 274	122 051	484	3.31
Emiratos Arabes	5 904 454	12 850	459	3.14
Yemen	17 563 001	48 267	364	2.48
Vietnam	1 902 535	4 800	396	2.71
Japón	16 570 525	56 486	293	2.00
Otros	10 272 270	24 334	422	2.88
Total Pts	3 192 917 463	10 096 733	316	
Total DIs ¹²	21 761 385	10 096 733	2.16	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

¹² Tipo de cambio promedio durante 1997: 146.44. Fuente: Banco8 de España; "Tipos de Cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

TABLA 28. Exportaciones de España por país destino 1998 (valor: Pesetas):

País	Valor	Kilos	Valor del Kg	Valor Kg en Dls
Francia	834 814 081	2 629 284	318	2.13
Bélgica	46 652 755	144 950	322	2.15
Países Bajos	27 731 867	88 991	312	2.09
Alemania	448 730 186	1 460 722	307	2.06
Italia	100 642 373	282 235	357	2.39
Reino Unido	75 812 134	217 305	349	2.34
Japón	19 113 701	63 546	301	2.01
Dinamarca	34 559 131	105 350	328	2.20
Grecia	323 957 846	1 033 277	314	2.10
Portugal	312 987 124	1 120 556	279	1.87
Suecia	93 151 500	251 816	370	2.48
Finlandia	40 319 767	141 873	284	1.90
Austria	143 640 720	463 040	310	2.08
Suiza	17 626 422	52 501	336	2.25
Andorra	15 906 412	36 457	436	2.92
Lituania	7 466 936	20 501	364	2.44
Polonia	16 304 737	58 462	279	1.87
Rep. Checa	6 450 240	20 520	314	2.10
Rusia	24 938 544	60 414	413	2.76
Marruecos	27 408 524	173 441	158	1.06
Argelia	94 844 601	252 683	375	2.51
Túnez	24 289 289	51 740	469	3.14
Libia	66 217 419	150 005	441	2.95
Costa de Mar	6 751 130	12 785	528	3.53
Venezuela	9 952 865	22 641	440	2.94
Brasil	4 820 766	11 611	415	2.78
Chile	13 673 152	35 900	381	2.55
Líbano	13 179 014	34 394	383	2.56
Israel	31 165 120	99 010	315	2.11
Jordania	7 295 242	14 938	488	3.27
Arabia Saudita	53 976 474	110 837	487	3.26
Oman	5 329 802	20 010	266	1.78
Yemen	4 420 387	12 190	363	2.43
Otros	13 175 363	30 677	429	2.87
Total Pts	2 967 305 624	9 284 662	320	
Total Dls¹³	19 861 483	9 284 662	2.14	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

¹³ Tipo de cambio promedio durante 1998: 149.40. Fuente: Banco de España; "Tipos de Cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

TABLA 29. Exportaciones de España por país destino 1999:

País	Valor (millones de pesetas)	Kilos	Valor del Kg en Pts.	Valor Kg en Dls
Alemania	268.7	810 517	332	2.12
Andorra	13.4	30 127	446	2.86
Arabia Saudita	74.9	182 503	411	2.63
Argelia	75.1	155 316	484	3.10
Austria	87 408.745	252 786	346	2.22
Bélgica	22 305.731	59 003	378	2.42
Brasil	425.586	900	473	3.03
Chile	7 956.135	22 216	358	2.29
Dinamarca	21 980.845	77 631	283	1.81
EEUU	2 622.257	4 892	536	3.43
Estonia	6 019.778	14 441	417	2.67
Finlandia	45 602.440	166 026	275	1.76
Francia	859 181.764	2 936 884	293	1.87
Grecia	135 668.506	1 413 180	96	0.62
Hong Kong	198.237	288	688	4.41
Israel	22 406.277	81 030	277	1.77
Italia	85 057.266	256 010	332	2.13
Japón	2 977.468	3 465	859	5.50
Jordania	37 936.448	76 129	498	3.19
Kazajstán	4 399.916	10 614	415	2.66
Libano	19 978.782	53 459	374	2.39
Libia	20 413.002	55 000	371	2.38
Lituania	7 172.444	17 797	403	2.58
Malasia	4 479.278	5 725	782	5.01
Marruecos	19 621.862	137 768	142	0.91
Oman	10 252.074	41 331	248	1.59
Otros	7 328 378	23 775	308	1.97
Países Bajos	18 464.169	51.736	357	2.29
Polonia	11 169.216	41 262	271	1.73
Portugal	184 541.333	602 029	307	1.96
Reino Unido	36 538.261	97 997	373	2.39
Rep. Checa	5 734.083	18 828	305	1.95
Rep. Dominicana	2 031.795	4 428	459	2.94
Suecia	98 888.852	274 765	360	2.31
Suiza	10 626.745	28 111	378	2.42
Venezuela	6 052.360	13 708	442	2.83
Vietnam	1 628.528	4 200	388	2.48
Total Pts	2 239 294 082	8 025 877	219	
Total Dls¹⁴	14 324 148	8 025 877	1.78	

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

¹⁴ Tipo de cambio promedio durante 1999: 156.33. Fuente: Banco de España; "Tipos de Cambio bilaterales e índices del tipo de cambio"; 13 de abril de 2000.

2.3 Comercio exterior con México.

El comercio exterior de México con la Unión Europea se da solo en el rubro de importaciones, pues México no aparece como destino de las exportaciones de miel de abeja de dicha región.

A continuación las estadísticas del comercio exterior de los principales países de la Unión Europea con México.

Alemania

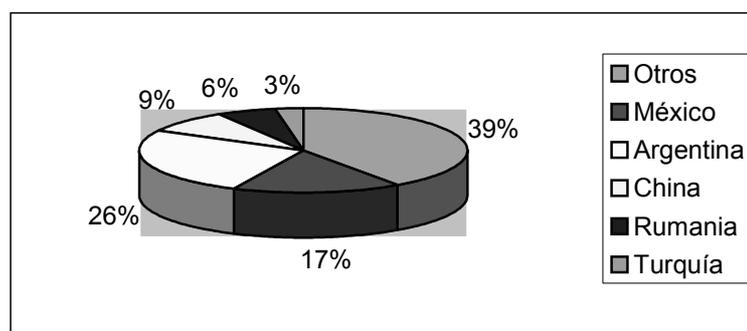
La miel ocupa el lugar número 14 de los 50 primeros productos más importados por Alemania de México, tratándose a la vez del segundo producto alimenticio más importante de origen mexicano. Según fuentes alemanas, en el 2000 México exportó más de 16,000 toneladas de miel por un valor de casi 19 millones de USD a Alemania, mientras en 2001 se exportaron más de 13,000 toneladas por un valor de 18.3 millones de USD a Alemania, representando el 16% del valor total de las compras de miel realizadas por este país. La siguiente gráfica muestra la importancia del producto para el mercado alemán.

TABLA 30. Participación mexicana en las importaciones de miel de abeja de Alemania (miles de USD):

Año	IMPORTACIONES TOTALES	IMPORTACIONES DE MEXICO	% DE PARTICIPACION
1996	134,831	20,430	15.15
1997	130,186	19,166	14.72
1998	136,259	20,238	14.85
1999	112,372	18,042	16.07
2000	103,865	18,889	18.45
2001	97,733	16,274	16.65

Fuente: Statistisches Bundesamt. Comercio Exterior 1996-2001.

FIGURA 3. Estructura de las importaciones alemanas, 2001.



Fuente: Statistisches Bundesamt.Comercio Exterior 1996-2001.

Comparando las importaciones de miel mexicana de los dos últimos años, se registra una disminución del 19% en volumen, mientras en valor se trata de una reducción del 3.8%. A pesar de esta reducción, los pronósticos son positivos y se espera una aumento considerable de la demanda del producto mexicano, gracias a la reciente prohibición de las importaciones a Alemania de productos de origen animal provenientes de China, siendo hasta la fecha, después de Argentina y México, el tercer país proveedor de miel más importante de Alemania.

Suiza

México es el principal proveedor de miel de Suiza, dada su participación en el mercado de importación de miel. Con un volumen de 2991 toneladas exportadas a Suiza en el año 2001 por un valor total de casi 10.2 millones de USD, México mantuvo esta posición, representando el 50% del total de las importaciones suizas en volumen y el 33% en valor. Según el siguiente cuadro:

TABLA 31. Importaciones suizas de miel

Año	Importaciones		
	Toneladas	Miles de USD	% de Part.
1999	2722	9055	29.86
2000	2837	8800	29.71
2001	2991	10160	32.34
2002 (Ene-Ago)	1920	6918	36.16

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung (EZB), dirección de aduanas Berna. Agosto 2002.

Comparando las importaciones entre 2000 y 2001 se puede constatar que la miel mexicana logró aumentar su presencia en el mercado suizo un 15%. Hasta agosto 2002 ya se habían importado casi 2000 toneladas por un valor de 6'918,000 USD, lo que ya representa el 70% de las importaciones del período enero-diciembre 2001. La participación de México en las importaciones suizas de miel, presenta un constante incremento. Si sigue este ritmo se puede esperar otro aumento de las importaciones de miel provenientes de México.

España

TABLA 32. Balanza comercial España-México de miel:

Rubro	1997	1998	1999
Importaciones			
Valor	35 439 002	21 366 176	74 647 356
Kilos	140 910	80 660	390 200
Valor por Kg	252	265	191
Kg en Dls.	1.71	1.78	1.23
Exportaciones	0	0	0
Saldo en Pts	35 439 002	21 366 176	74 647 356
Saldo en Dls	241 535	143 964	478 205
% Part.	2.26	1.03	3.25

Fuente: Agencia tributaria, Depto. De Aduanas, Subdirección General de Planificación Estadística y coordinación; "Comercio Exterior de la partida estadística"; Madrid, España: Abril de 2000.

En materia de miel la relación comercial entre México y España en estos años se aprecia la inexistencia de exportaciones de origen español hacia México y el avance de las importaciones de miel de origen mexicano, al pasar de 240 mil dólares en 1997 a poco mas de 470 mil dólares en 1999, que representa un incremento porcentual de 96.4%. Es importante señalar que del total de las importaciones México ocupó en 1997 el octavo sitio con el 2.2% de ellas, mientras que en 1999 se situó en el séptimo con el 3.19% de la cifra total de importaciones que realizó España.

Francia

México no aparece como destino de las exportaciones de miel de origen francés, solo existe información de importaciones de miel de origen mexicano en la relación comercial Francia-México:

TABLA 33. Importaciones francesas de miel
(Valor: Miles de USD; Volumen: Toneladas):

Año	Importaciones		
	Volumen	Valor	% Part
1999	6159	740	3.05
2000	5535	756	3.22
2001	6581	1036	4.10
2002	2508	569	1.5

Fuente : Dirección General de Aduanas Francesas- 2002 al mes de diciembre. Tipo de cambio: 1 Euro = 1 USD

Para el período 1999-2001, el volumen de las importaciones francesas de miel mexicana se mantuvieron estables, no así para el 2002 donde se observa un considerable decremento en la participación de la miel de origen mexicano en las importaciones francesas.

Bélgica

México ocupa el lugar 5 de la tabla de importaciones de miel de origen mexicano a Bélgica. Para el período 1999-2001 dichas importaciones se mantienen estables con un porcentaje de participación del 7.95% para el 2001 y con un leve incremento del 1.6% respecto al ejercicio anterior:

TABLA 34. Importaciones de Bélgica de miel de origen mexicano:

Año	Millones de USD	% de Part.	% de Var.
1999	1.053	7.79	-
2000	1.092	8.01	3.7
2001	1.110	7.95	1.65

Fuente: Worl Trade Atlas. Belgium Edition. December 2001.

México tampoco existe registrado como destino de las exportaciones de miel de Bélgica.

Reino Unido

TABLA 35. Importaciones británicas de miel de origen mexicano:

Año	Millones de USD	% de Part.	% de Var.
1999	2650	10.42	-
2000	3676	14.97	38.72
2001	2308	8.01	37.21

Fuente: Worl Trade Atlas. United Kingdom. 1999- 2001.

Para el período 1999-2001, México se ubicó en el tercer sitio del total de las importaciones de miel británicas superada solo por China y Argentina. Sin embargo, para 2001 con el decremento de su participación descendió hasta el lugar número 5.

Italia

TABLA 36. Intercambio comercial de miel en Italia(en millones de Euros):

	Variación 2000-2001	2001	2000	1999	Posición
Importaciones	+8.31%	0.326	0.301	0.279	5
Exportaciones		0.012	0	0	16
Saldo		-0.314	-0.301	-0.279	

Fuente: World Trade Atlas. 2001

Para el año 2001, México se ubicó en el lugar número 5 de las importaciones italianas de miel con una participación del 2% de las importaciones totales del producto.

2.4 Producción.

De acuerdo con la FAO la producción mundial de miel para el año de 1999 fue estimada en mas de 1 millón 200 mil toneladas, con un incremento global del 30% de 1979 a 1989, posteriormente en la década 89-99 el crecimiento de la producción se estabilizó en un 3%.

Es importante mencionar además que aproximadamente el 25% de la miel mundial es objeto de intercambio a escala mundial.

A pesar de su variabilidad, a partir del año 1996 la producción mundial de miel retomó una tendencia más estable, como se observa en la siguiente tabla:

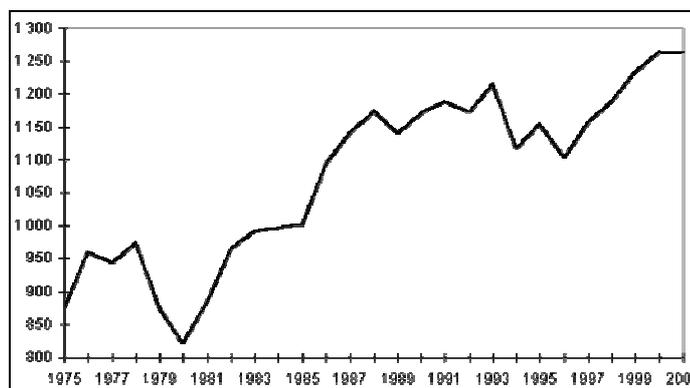
TABLA 37. Producción mundial de miel 1975-2001 (miles de toneladas)

Año	Tons	Año	Tons	Año	Tons
1975	875	1984	997	1993	984
1976	960	1985	1002	1994	1103
1977	944	1986	1095	1995	1137
1978	973	1987	1141	1996	1091
1979	874	1988	1174	1997	1156
1980	822	1989	1140	1998	1188
1981	885	1990	1170	1999	1232
1982	965	1991	961	2000	1265
1983	991	1992	958	2001	1263

Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

Para el período 1980-1988 la tendencia de la producción mundial de miel fue creciente, y de 1988 tuvo un comportamiento un tanto inestable para retomar su tendencia creciente a partir de 1996. dicho comportamiento se visualiza mejor en la siguiente figura:

FIGURA 4. Producción mundial de miel 1975-2001



Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

Ahora bien, la producción mundial de miel según los principales países productores se concentra de la siguiente manera:

TABLA 38. Producción mundial de miel por principales países

Producción mundial de miel por principales países (Miles de toneladas)					
Países / Año	1997	1998	1999	2000	2001
China	215	211	236	252	256
Ex-URSS	136	134	132	124	125
USA	89	100	94	100	100
Unión Europea	106	109	117	112	111
Argentina	75	75	93	98	90
Turquía	63	67	71	71	71
Ucrania	58	59	55	52	52
México	54	55	55	59	56
India	51	51	51	52	52
Canadá	30	46	37	31	32
Australia	27	22	19	19	19
Brazil	19	18	19	22	20
Hungría	16	17	16	15	16

Fuente: www.apiservices.com. Junio 2002.

El mayor producto mundial de miel para el período comprendido del año 1997 a 2001 es el continente asiático, principalmente China.

Ahora bien, la apicultura europea se caracteriza por una estructura heterogénea tanto en términos de producción como de comercialización.

La Unión Europea es deficitaria de miel y habitualmente necesita importar alrededor de la mitad de la cantidad que consume. En 1998-1999, el nivel de autoabastecimiento se situó en un 47.4%, desviándose por primera vez del porcentaje del 50%.

Durante el período comprendido entre 1997 y 1999, la producción de miel en la Unión Europea permaneció estable. Por otra parte, durante ese mismo período, las importaciones de miel aumentaron en un 11.5%. Argentina se convirtió en el primer país exportador a la Unión Europea cubriendo el 30% de las importaciones comunitarias de miel en 1999, mientras que China descendió al segundo lugar con el 23% y México ocupó la tercera posición con el 12%. En cambio, las exportaciones comunitarias a terceros países ascendieron a unas 6 mil toneladas y en 1999 solo representaron el 5% de la producción.

Los tres primeros productores de miel en la Unión Europea son España, Francia y Alemania con 33 mil, 27 mil y 16 mil toneladas, respectivamente, para el período 1998-1999.

Según los datos comunicados por los Estados miembros, el número total de apicultores en la Europa de los doce era de 435 mil en 1992; 13 mil de los cuales estaban registrados como profesionales. Conviene aclarar que para ser considerado apicultor profesional es preciso explotar, como mínimo, 150 colmenas. Esta cifra fue propuesta por el Comité de Organizaciones Profesionales Agrícolas de la Unión Europea (COPA) y el Comité General de la Cooperación Agrícola de la Unión Europea (COGECA).

Según estas mismas fuentes, en 1999, el número total de apicultores era de 460 071 y el de apicultores profesionales de 14 351. Así pues, puede observarse un aumento del número total de apicultores en un 5.7%, mientras que los profesionales aumentaron en un 10%.

Durante el período 1992-1999, el número de colmenas se incrementó en un 11% y se situó en 8 millones 652 mil 643. los apicultores profesionales siguen explotando mas de 3 millones de colmenas, lo que representa el 42.4% del total europeo. De hecho, en comparación con el censo de 1992, la proporción en relación con el total de colmenas en la comunidad se mantiene estable. El Estado miembro con mas colmenas es España, que cuenta con mas de 2 millones, seguido de Francia, con casi 1 millón y medio.

Si por tasa de profesionalización entendemos la relación entre el número de profesionales y el número total de apicultores, España registra la más elevada, con un 16.4%, seguida de Grecia y de Portugal con un 12.5% y un 6.9%, respectivamente. En efecto, los tres Estados miembros reunidos poseen el 73% del total de colmenas explotadas por profesionales. Los demás Estados miembros, a pesar de contar con un total de colmenas elevado, presentan tasas de profesionalización inferiores.

En valores absolutos, los apicultores profesionales se agrupan entres Estados miembros, España, con un 32% del total de apicultores profesionales registrados; Francia, con un 21% y Grecia también con un 21%. El incremento observado en el censo parece deberse a la mejora de las estadísticas del sector, más que a un aumento real del mismo. La proporción de colmenas explotadas por profesionales se mantiene estable, al igual que las tasas de profesionalización del sector en cada país.

Alemania

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, Alemania cuenta con una considerable producción de miel:

TABLA 39. Producción de miel en Alemania

AÑO	VOLUMEN (miles de toneladas)
1994/95	22.2
1995/96	36.7
1996/97	14.7
1997/98	15.1
1998/99	16.3
1999/00	20.3
2000/01	20.4

Fuente : Statistisches Jahrbuch über Ernährung
Landwirtschaft und Forsten 2000, Periodos de julio a junio

Cada apicultor alemán cuenta con un promedio de nueve poblaciones de abejas. Las poblaciones se reparten de la siguiente manera:

TABLA 40. Poblaciones alemanas de abejas por apicultor

Poblaciones de abejas	Apicultores
1-20	80%
21-50	18%
más de 50	2%

Fuente: Aid. Año 2000

Actualmente el grado de abastecimiento nacional de miel en Alemania es de 22.9%. Comparando estos datos con las exportaciones alemanas de miel, se puede constatar que la mayor parte de la miel exportada por este país es de reexportación.

SUIZA

Suiza cuenta con aproximadamente 22,000 apicultores, los cuales disponen de 270,000 panales. En su totalidad los apicultores suizos producen en promedio 2,160 toneladas de miel al año, lo que significa una cantidad aproximada de 99 kg por apicultor y de 8 kg por panal. Lo anterior, se resume en el siguiente cuadro:

TABLA 41. Producción anual de miel en Suiza

Apicultores:	22,000
Panales:	270,000
Producción anual:	2,160 toneladas

De su propia producción de miel, Suiza exporta 200 toneladas al año. Dos tercios de la producción suiza de miel son mieles de bosque y un tercio mieles de flores. Cuando la miel proviene principalmente de una sola planta (castaño, acacia, colza, rosa de los Alpes, etc) se denomina miel unifloral. En comparación con otros países, Suiza cuenta con una producción relativamente reducida de mieles uniflorales, tratándose de las siguientes variedades:

Tabla 42. Producción de miel suiza según variedad:

Variedad	Regiones de cosecha	Época de la cosecha	Cantidad
Castaño	Tesino	Julio	Grande
Acacia	Tesino	Mayo – Junio	Pequeña
Colza	Región norte de los Alpes	Mayo	Mediana
Diente de león	Región norte de los Alpes	Mayo	Pequeña
Rosa de los Alpes	Alpes	Julio	Pequeña
Tilo	Todo el país	Junio – Julio	Pequeña

Fuente: Centro Suizo de Investigación de las Abejas, 1999.

Francia

Francia conjuntamente con Italia, Grecia, España y Portugal es considerada un país productor de miel.

La producción local de miel en Francia, de 1999 a la fecha, prácticamente no ha variado, se encuentra en un rango de entre 26 y 28 mil toneladas anuales, cifra que se ha mantenido constante en estos últimos 5 años¹⁵.

La producción de Francia alcanza aproximadamente 1 500 000 colmenas y 85 000 apicultores. El 92 % de los apicultores tienen menos de 30 colmenas. Los profesionales tienen entre 150 y 300 colmenas. La producción cubre el 75% del consumo.

La estimación de la producción francesa es un ejercicio delicado, ya que de año a año es muy variable y está en función de las condiciones climáticas y las estrategias adoptadas de la comercialización.

La distribución de la miel se realiza a través de 9 comerciantes que representan casi el total de la miel recogida en Francia (es decir 1/3 de la producción) previsto para ser condicionado y para ser distribuido (aproximadamente 8 000 toneladas de miel francesa y 9 850 toneladas de miel importada).

Existen también las Cooperativas de la Miel de Francia. Su volumen sigue siendo modesto y asciende a 1 200 toneladas aproximadamente. Del 40% al 50% de la miel consumida es envasada directamente por los productores. El resto es comprada por grandes envasadores en barriles de 300 kg. y estos se encargan de distribuirla en envases pequeños a los grandes supermercados. Es un dato interesante pues son estos últimos quienes también compran miel importada como la Argentina y la China. Son además, clientes potenciales de la miel mexicana.

Los problemas que enfrentan los productores locales son¹⁶:

¹⁵ Fuente: http://europa.eu.int/comm/agriculture/agrista/2000/table_fr/fr42141.pdf, 1999.

¹⁶ Fuente: http://www.oniflor.fr/filiere/filieres_oniflor.htm, 2000.

- Infestación de las colmenas por el varroa
- Ausencia de organización
- Presencia en el mercado de mieles adulteradas que deslustran la imagen del producto natural que la miel evoca
- Incidencia de los tratamientos phyto médicos

Reino Unido

La industria apícola en el Reino Unido comprende aproximadamente 35 000 apicultores o colmeneros quienes mantienen alrededor de 200 000 colonia de abejas. Su producción es de 4 000 toneladas de miel por año en promedio. La importación de miel al Reino Unido está normalmente entre un rango de 15-25000 toneladas al año.

Dentro del consumo mundial y de la Unión Europea, a este país debe dársele especial consideración ya que demanda considerable cantidad de miel debido a que su producción nacional no alcanza a cubrir las necesidades de todo el mercado. Los miembros de la Asociación de la Miel suman el 90% de la miel que se produce en el Reino Unido.

Por otra parte, más del 90% del consumo de miel del Reino Unido es producto importado debido a que solo 4 mil toneladas pueden ser producidas para ventas al menudeo. El volumen de tales ventas se calcula actualmente en 40 millones de libras esterlinas y un volumen aproximado de 17 mil toneladas.

Holanda

Holanda también es productor de miel, la tradición apícola holandesa es ancestral, tradicionalmente la miel ha formado parte complementaria de los ingresos de los agricultores holandeses, sin embargo la producción local no es suficiente para el abastecimiento de la demanda interna. Holanda importa en promedio 6 veces mas de lo que produce.

En 1998 se contabilizaron 100 mil toneladas de producción de miel, con un nivel de autoabastecimiento de 1.4%. El 100% de la miel producida en Holanda se envasa y comercializa directamente en el mercado interno.

Bélgica y Luxemburgo

Al igual que Holanda, Bélgica y Luxemburgo también han producido miel ancestralmente, con una producción promedio de mil toneladas Bélgica y Luxemburgo tienen un nivel de autoabastecimiento del 15%.

En Bélgica y Luxemburgo el 84% de la miel producida se vende directamente y el 26% a través de intermediarios minoristas. El censo apícola de 1999 indica que Bélgica cuenta con unas 100 mil colmenas y Luxemburgo 10 mil 213.

2.5 Consumo.

El mercado de la miel en la Unión Europea se caracteriza por la presencia de 2 productos diferenciados:

1. Miel de mesa; y,
2. Miel industrial.

La miel doméstica se utiliza para el consumo doméstico, principalmente para untar (cristalizada en forma de pasta envasada en tarros de vidrio). También se usa como endulcorante en preparaciones culinarias, bebidas y repostería fina.

El consumidor basa su apreciación de la miel de mesa en factores tales como el color, la textura, la variedad botánica, y el origen.

La mayor parte de la miel consumida corresponde a esta categoría, y se puede considerar que el 85% del total de miel comercializada en el mercado europeo es miel de mesa.

La miel industrial se emplea en la industria alimentaria (panadería, confitería, cereales, bebidas) como endulcorante o aromatizante, y también en las industrias farmacéutica y cosmética y en el sector del tabaco. A pesar de la aparición de sucedáneos más baratos o con propiedades particulares como la miel de agave o como el jarabe de azúcar y el jarabe de maíz, la miel continúa utilizándose en la fabricación de algunos productos alimentarios, tanto por el sabor característico que proporciona al alimento, como por el valor nutricional que le confiere como ingrediente en la etiqueta.

La participación de la miel industrial se estima en un 15% del total de la miel consumida en la Unión Europea. Dicho porcentaje varía de un Estado miembro a otro e Italia por ejemplo, cuenta con el más elevado, con un 40% de miel industrial del total comercializado en su territorio.

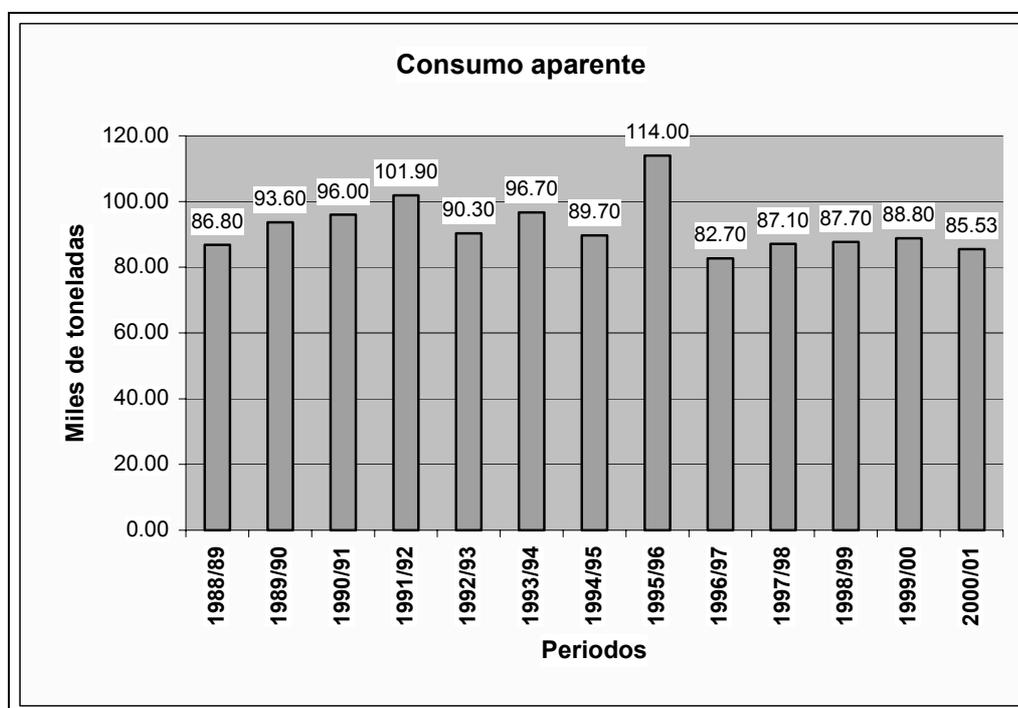
Alemania

En el período 2000-2001, el consumo aparente de miel en Alemania fue de aproximadamente 85 mil 500 toneladas.

Después el alto consumo registrado en el período 1995-1996 de 144 mil toneladas, la demanda bajó un 27.5% en 1996-1997 a 83 mil toneladas. Cabe señalar que ese año de producción se caracterizó por una escasez de miel a nivel mundial, lo que contribuyó al bajo consumo y encareció los precios de la miel.

Durante los últimos tres años, el consumo de miel en Alemania ha vuelto a mostrar una tendencia creciente, como se puede observar en la siguiente gráfica, registrando una reducción del 3.6% entre 1999-2000 y 2000-2001.

FIGURA 5. Consumo aparente de miel en Alemania



Fuente: Statistisches Jahrbuch für Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2001
Ministerio de Agricultura, dep. 212. Periodos de julio a junio.

Según la figura anterior, el consumo de miel en Alemania ha mantenido una tendencia estable, presentando su punto más alto de consumo en el período 1995-1996, y después de dicho período ha mantenido la estabilidad mencionada.

Ahora bien, el consumo per cápita anual de miel en Alemania, expresado en kilogramos, presenta el siguiente comportamiento:

TABLA 43. Consumo per cápita anual de miel en Alemania

1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01
1.2	1.3	1.1	1.2	1.1	1.4	1.8	1.1	1.1	1.1	1.3

Fuente: Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2001.
Ministerio de Agricultura, dep. 212. Periodos de julio a junio

Se puede observar que el consumo de miel en Alemania ha permanecido relativamente estable. Durante los últimos diez años los 81 millones de alemanes consumieron en promedio 1.4 Kg de miel por persona.

Suiza

Consumo aparente: 8 mil 560 toneladas

Consumo per cápita: 1.2 Kg

Como la producción suiza de miel solo cubre entre 20% y 30% del consumo nacional, mas del 70% de la miel presente en el mercado es de importación. Con su consumo de 1.2 Kg per cápita, suiza es uno de los países líderes en el consumo de miel a nivel mundial.

Francia

En el año 2000 el consumo de miel en Francia fue de 40 mil toneladas, lo que equivale a 0.7 Kg de miel por persona. De acuerdo con las estadísticas de importación (13 mil toneladas en 2000) el consumidor francés ingiere 67.5% de miel nacional y un 32.5 de miel de otros países¹⁷.

No obstante, Francia produce miel en abundancia, con una amplia presencia de los apicultores en todo el territorio, el consumo de la miel importada se ha incrementado en los últimos años. La producción cubre el 75% del consumo y la cifra de la cantidad importada tiende a subir tomando en cuenta los últimos tres años.

El mercado consumo en Francia, encuentra una gran variedad de presentaciones de miel; algunas fuentes indican alrededor de 300. Entre las mas consumidas se encuentran las mieles de flor de azahar, de encino, de acacias, de

¹⁷ Fuente: http://www.oniflor.fr/filiere/filieres_oniflor.htm , 2000.

labiadas, tomillo, romero, espliego, retama; y las llamadas miraflores, elaboradas con los néctares de especies, por mencionar algunos ejemplos.

El tipo de miel que se encuentra comúnmente es la “Miel de Fleurs” (miel de flores). La presentación varía en volúmenes de 250, 350, 500 y 1000 gr. En envase de vidrio con tapa metálica.

Reino Unido

La miel es un ingrediente popular en el sector industrial y en el servicio de comida. Mas del 90% de la miel que se consume en el Reino unido es importada.

En la mente de los consumidores, la miel está posicionada como un producto natural y muy saludable. También los consumidores ven a la miel como un producto con excelentes beneficios para la salud, como tratamientos contra problemas digestivos, problemas de úlcera y lesiones externas.

Alrededor del 10% de los compradores de miel son grandes consumidores, quienes representan casi la mitad del volumen total que el mercado consume.

En promedio, el consumidor compra este producto alrededor de tres veces por año, pero esta frecuencia puede incrementarse si se emplea también como ingrediente en platillos locales como en papas, aderezos para ensaladas, etc.

Actualmente, el desayuno es la ocasión más importante donde se emplea la miel y es en ese momento donde se suma hasta el 70% del consumo del producto. Dentro de las preferencias de consumo, la miel se ocupa para untarlo en pan, para esparcirlo sobre cereales, para hornear y para cocinar o simplemente también se consume a cucharadas.

Italia

Italia consume mayor cantidad de miel con respecto a la que produce, por lo que importa una cantidad representativa del producto.

La producción italiana de miel descendió de 10,300 toneladas en el año 2000 a 7,200 toneladas durante el 2001, representando una caída del 30%. Este descenso en la producción, se debe principalmente a que las abejas están desapareciendo y han dejado de producir por los cambios climatológicos: lluvias, vientos, heladas; además de la contaminación de pesticidas e insecticidas.

La miel italiana representa el 1.1% de la producción mundial y el 15% de la producción europea. Esta misma se considera de alta calidad, sin embargo no compite con la miel extranjera como los productores italianos desearían; esto se debe principalmente a que la miel de importación se comercializa a precios más bajos y aunque esta última en ocasiones es de menor calidad, el consumidor no sabe apreciar la diferencia.

Los principales proveedores extranjeros de miel al mercado italiano son Argentina y Hungría. Durante el último año la cantidad de toneladas importadas disminuyó, mientras las importaciones reflejadas en monto señalan un crecimiento del 3.33%. Esto se debe principalmente a que la producción durante el 2001 fue escasa no solamente en Italia si no también dentro de los principales países productores a nivel mundial (China, México, Argentina y Canadá); por lo que la carencia del producto a nivel internacional, hizo que se incrementaran considerablemente las cotizaciones de miel a granel.

Otro fenómeno que han notado los expertos del mercado de la miel en Italia es que los países que anteriormente eran preponderantemente exportadores, ahora

registran un consumo interno mayor, por lo que se estima que la oferta mundial de miel se encarezca aún más.

La miel en Italia se usa como alimento, como insumo en la elaboración de galletas y pan dulce, así como materia prima para la industria cosmética en la fabricación de shampoos, cremas y mascarillas.

Los italianos, dentro del mercado europeo, son de los que menos cantidad de miel comen con un consumo per cápita de 350 gramos al año; como ejemplo, un alemán consume 1.5 kg de miel al año.

En Italia se consume la miel *monoflora* que proviene de un solo tipo de flor, o *millefiori* que es la miel que se produce a partir del polen de varias flores, es este tipo de miel el que generalmente se importa. Con relación a la miel *monoflora*, las clases que se producen mayormente en Italia son: acacia, eucalipto, naranjo, castaño y cítricos.

Actualmente el consumo de miel obtenida por agricultura biológica está teniendo un incremento, que aunque no es muy alto, al menos la tendencia es más que para la miel tradicional, esperándose un aumento del 15% en las ventas de miel orgánica para el 2002. Para algunos distribuidores la miel orgánica ha llegado a representar en poco tiempo el 40% de presencia en anaquel desplazando relativamente rápido al producto clásico.

Holanda

El consumo interno alcanzó las 7 mil toneladas anuales, siendo el consumo de miel promedio anual per capita de unos 400 gramos por persona, el cual se mantiene mas o menos estable hasta la fecha.

Los hábitos de consumo en Holanda son principalmente un consumo racional, no emotivo, tiene una visión utilitaria y de funcionalidad, pero sobre todo exigentes en calidad.

Bélgica y Luxemburgo

El consumo interno de miel es igual al de Holanda, 7 mil toneladas anuales, sin embargo el consumo de miel per cápita es de 600 gramos. Con una producción de mil toneladas, Bélgica y Luxemburgo tienen un nivel de autoabastecimiento del 15%.

CAPÍTULO 3. COMERCIALIZACIÓN

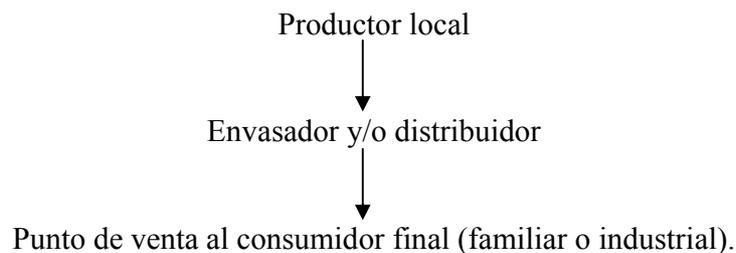
3.1. Canales de comercialización

En el mercado europeo de la miel se hallan representados los importadores, envasadores y representantes de la industria. Cada vez es mayor el número de envasadores que prefieren importar directamente una parte de la miel. Esta llega a los consumidores por los canales normales de distribución tras su importación y envasado en Europa.

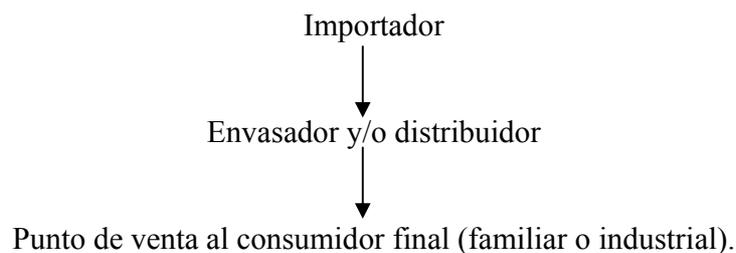
Los principales canales de comercialización de miel en la Unión Europea se dan de manera directa entre el exportador y el importador quien a su vez la distribuye a envasadores o al comercio minorista según sea el caso para finalmente llegar al mercado de consumo final.

En general los canales de comercialización para la Unión Europea pueden tener dos esquemas según el origen de la miel:

a) Nacional:



b) Importada:



En lo que se refiere a envasadores de miel, se distinguen 3 categorías que intervienen en el proceso:

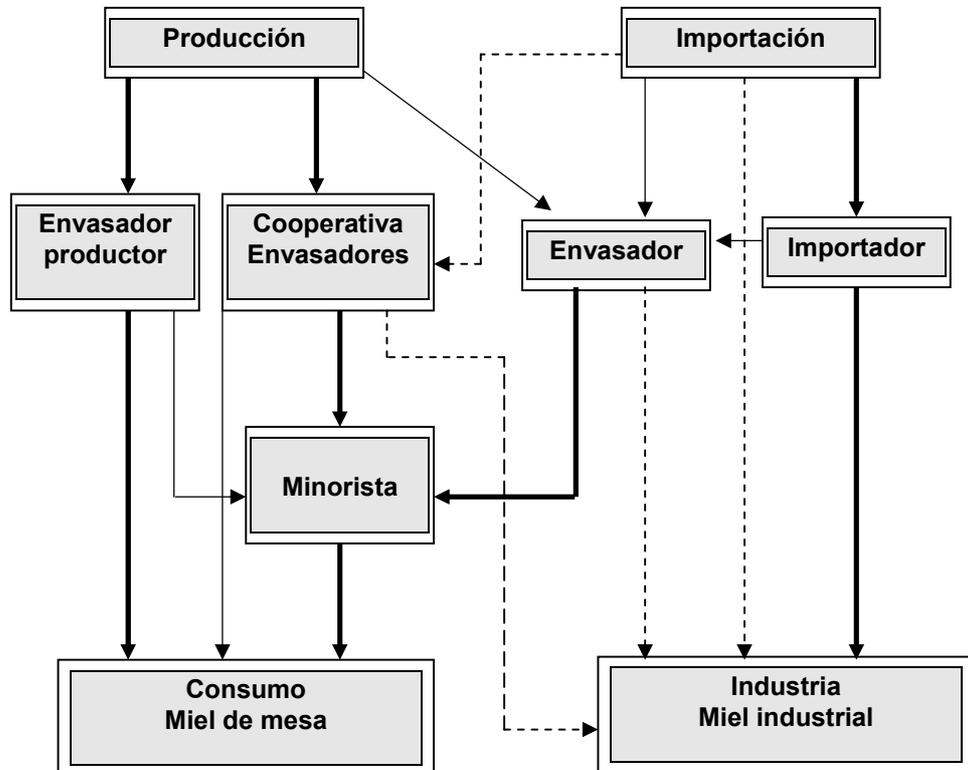
1. Los envasadores productores son los apicultores que disponen de instalaciones para la elaboración y el envasado de la miel. Venden directamente a los consumidores o a los minoristas. Pertenecen generalmente al sector artesanal y no comercializan miel de importación;
2. Las cooperativas de envasadores son las agrupaciones de apicultores que compran, elaboran, envasan y comercializan miel, a menudo bajo su propia marca. A veces compran miel de importación;
3. Los envasadores que compran miel tanto a los apicultores como a los importadores. Poseen su propia marca, aunque pueden envasar para otra. Venden tanto a los minoristas como a la industria.

En la mayoría de los Estados miembros de la Unión Europea, la mitad o más de la mitad de la miel importada se vende a los agentes importadores, quienes la distribuyen a la industria ya sea para su uso como subproducto o para su envasado.

En el caso de la miel producida en Europa la situación es diferente. La mitad o más de la mitad de la miel producida se vende directamente a los minoristas y a los consumidores.

La Unión Europea presenta un esquema general para la comercialización de la miel, según el origen del producto. En la siguiente figura, se presenta dicho esquema, de igual manera se refleja la importancia de cada uno de los componentes de la estructura según la función específica que desempeñe y su relación con los demás elementos.

FIGURA 6. Esquema de comercialización de miel en la Unión Europea.



La venta directa a los consumidores representa el 35.7%, y la venta directa a los minoristas el 22%, lo que demuestra que más del 50% de la miel comercializada por los productores, envasada por ellos mismos, se vende directamente.

Por otra parte, aproximadamente el 38% del total de la miel comercializada por los productores se destina a la venta indirecta y, de este porcentaje, el 32% corresponde a ventas a los envasadores de miel (no productores).

El esquema de distribución anterior es que se sigue en la mayoría de los Estados miembro, salvo ligeras variaciones, según necesidades de cada región.

Alemania

En el caso de Alemania la comercialización de la miel importada sigue un patrón similar. El exportador vende por lo general directamente al importador, quien a su vez, la vende al envasador. Hay casos en que el envasador compra directamente al exportador y distribuye a cooperativas, supermercados, hipermercados, tiendas de descuento, tiendas departamentales, droguerías, así como, sobre todo en el caso de la miel orgánica, a tiendas naturistas especializadas en alimentos de cultivo biológico. Dichas tiendas son los puntos de venta de miel más importantes al consumidor final, le siguen los pequeños negocios de alimentos y los pedidos directamente al productor nacional (la mercancía se compra directo o se envía a domicilio); y, finalmente los negocios de alimentos más pequeños y las tiendas especializadas naturistas.

En Alemania, la competencia entre la miel importada y la miel nacional no es muy fuerte, en virtud de que los diferentes tipos de miel se dirigen a diferentes tipos de clientes. Mientras la miel de importación se vende a un precio relativamente económico a un gran número de clientes, la miel alemana está sometida a una serie de estrictos controles que son obligatorios para el otorgamiento del sello de calidad “Echter Deutscher ONG” (“Miel Verdadera Alemana”). Este sello fue creado en 1925 por la “Asociación de Apicultores Alemanes” (Deutscher Imkerbund) como sello de garantía para un producto alemán natural, de ingredientes saludables y de exquisito sabor. Por ende, la miel alemana se considera como un producto muy saludable y de alta calidad y de hecho se vende a un precio elevado en comparación con las mieles de importación. Los clientes están conscientes de ello y dispuestos a pagar este precio.

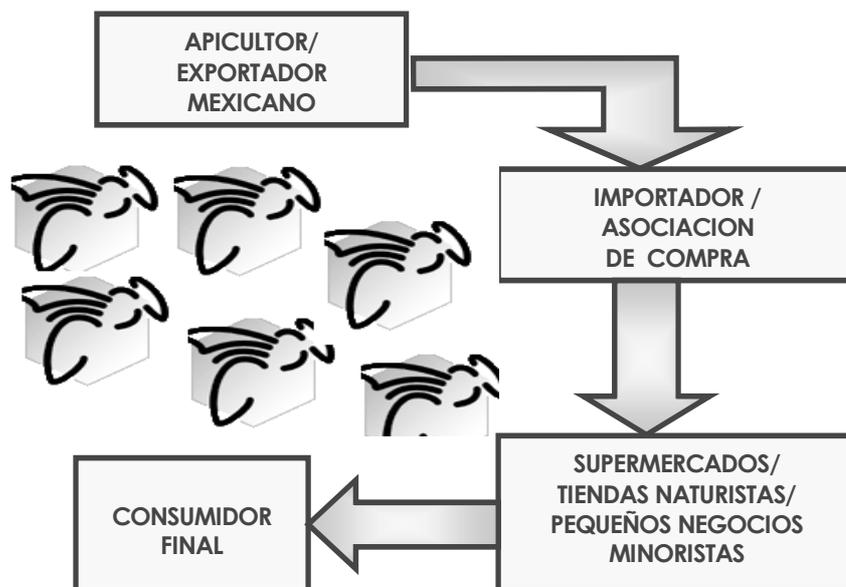
El sello “Miel Verdadera Alemana” y sus altas exigencias en cuanto a la calidad del producto son medios de los apicultores alemanes para proteger su segmento en el mercado nacional y garantizar su presencia.

Además se suelen usar diferentes canales de distribución para ambos tipos de miel. Mientras la miel importada se ofrece en los supermercados, la miel alemana no siempre se encuentra en estos negocios convencionales. Se ofrece más en tiendas naturistas y de forma directa. Sin embargo se pueden encontrar ciertas variedades de miel mexicana, como por ejemplo, la miel de mezquite, la miel de flor de campanilla o de flor de aguacate en las tiendas naturistas a un nivel de precio elevado.

Suiza

Para el caso de Suiza, los canales de comercialización son similares, el producto llega al importador suizo o directamente a la Asociación de Compra de los supermercados suizos (como Migros y Coop) que cuentan con sus propios laboratorios donde pueden realizar inmediatamente los análisis de calidad del producto importado. El importador/la Asociación de Compra a su vez, distribuye el producto a los supermercados y/o a las tiendas naturistas y a los pequeños negocios minoristas, en donde lo compran los consumidores finales suizos. Lo anterior se ilustra en la siguiente figura:

FIGURA 7. Canales de comercialización en Suiza.



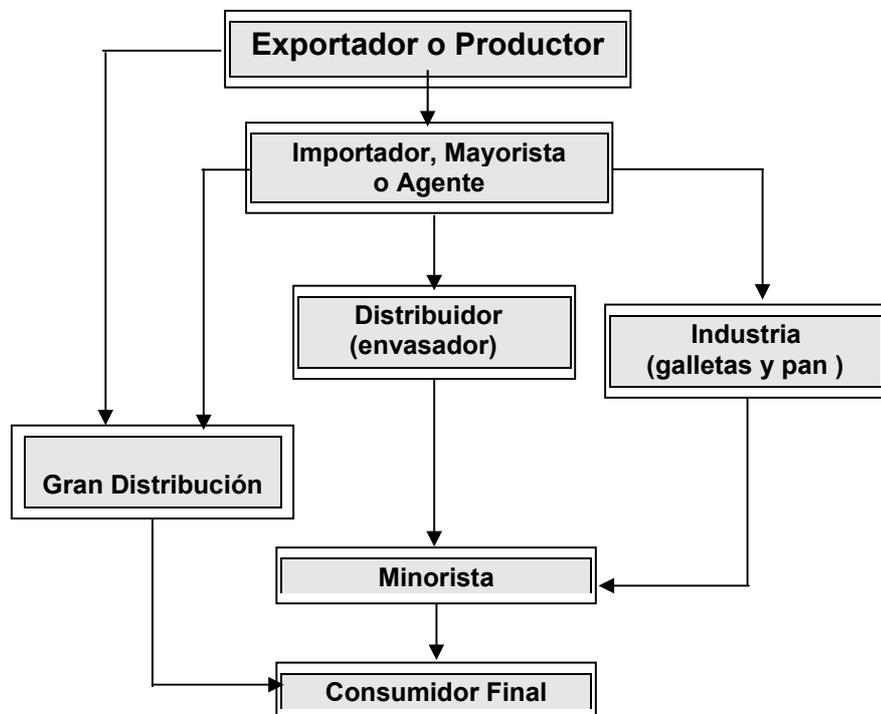
Francia

Por otra parte, considerando la competencia en el mercado de la miel en Francia, así como la gran dificultad de promocionar un producto pequeño en medio de una gran lista de distribuidores, Francia tiene los mismos canales de comercialización para la miel mexicana, el producto entra al mercado a través de un importador mayorista que distribuye la miel envasada entre los puntos de venta y la miel a granel entre los consumidores industrializados.

Reino Unido

Aunque el Reino Unido sigue el esquema general para la comercialización de miel en la Unión Europea, la siguiente gráfica ilustra su canal de distribución particular.

FIGURA 8. Esquema general de distribución de miel en el Reino Unido.



Las cadenas de supermercados son una de las formas de distribución más importante. Dentro de este rango, Sainsbury's, Tesco y Waitrose son las que ofrecen una gran variedad de productos de miel.

Aunque no mas importante que las anteriores, las tiendas de conveniencia o mejor conocidas en el Reino Unido como "Corner Shop". Son también una forma de distribución al menudeo muy importante en el Reino Unido por la facilidad de acceso para los consumidores de alimentos para el cuidado de la salud, como es la miel.

España

Los canales de distribución para la miel, en el mercado español dependen del tipo de miel y de la presentación que se le dé al producto, es decir si se pretende comercializar al granel, a mayoreo o en un tipo de recipiente específico en el mercado detallista o a menudeo.

En España, en 1998 el número de establecimientos comerciales se aproximó a los 700 mil, de los que cerca de 600 mil son establecimientos minoristas , alcanzando una facturación cerca de los 16 billones de pesetas¹⁸. El comercio proporcionó ocupación a casi 2 millones 200 mil personas, lo que supone el 16.4% de los ocupados en España, con una ocupación de 89.4%.

A lo largo de las últimas décadas la distribución la distribución comercial ha sufrido un profundo proceso de transformación tecnológica, con gran protagonismo de las ventas en libre servicio. Igualmente, este sector ha experimentado un procesos de especialización que ha significado la aparición de establecimientos y formas comerciales especializados en diferentes grupos de consumidores y tipos de compras.

¹⁸ Datos de la Dirección General de Comercio, 1998.

Los grandes almacenes y los hipermercados constituyen los grandes grupos de la distribución detallista en España, destacando el aumento de cuota de mercado de los hipermercados en detrimento del comercio tradicional.

Por otra parte, desde principios de los años 80, los centros comerciales han experimentado una considerable expansión tanto en número como en variedad, principalmente en las grandes ciudades. También es de resaltar la creciente importancia de las grandes superficies especializadas, así como el auge durante los últimos años de las tiendas de franquicia.

Por lo que se refiere a los establecimientos de alimentación, aumenta el número de los de libre servicio, sobre todo supermercados e hipermercados. Las tiendas de alimentación tradicionales continúan siendo importantes, aunque durante los seis primeros años de la década de los 90 vieron reducida a la mitad su participación en el conjunto.

El proceso de concentración del sector comercial en España tiene como consecuencia que el 47% de las ventas totales de alimentación se concentren en el 2% de los establecimientos, en tanto que el 5% de todos los establecimientos logran el 60% de las ventas, y el 25% de las tiendas acaparan el 87% de las ventas. Mientras el 75% del resto de establecimientos debe conformarse con el 13% de las ventas.

Es previsible que en los próximos años se reduzca una implantación cada vez mayor de otras formas de distribución minorista como son las ventas sin establecimiento, las denominadas centrales de compra y las tiendas de descuento.

El comercio mayorista tiene una gran importancia en el mercado alimentario y, sobre todo, en los productos no procesados como es el caso de la miel, fruta, hortalizas, pescados y carnes. En la comercialización de estos productos, adquiere especial relevancia la actuación de los mayoristas por la función de concentración de la oferta en origen y de dispersión de la demanda en el destino.

El sector mayorista ha sido poco estudiado de una manera global. En cambio, existe mucha información sobre algunas formas comerciales mayoristas concretas, como son los mercados centrales de mayoristas, y especialmente las unidades alimentarias de la empresa nacional MERCASA, o los autoservicios mayoristas (*cash & carry*). Se observa que casi el 57% de las actividades mayoristas se concentra en cuatro comunidades autónomas de Cataluña, Andalucía, Madrid y Valencia.

En el caso de los hipermercados y supermercados, a principios de 1999 había abiertos en España 298 hipermercados, 98 más que 5 años atrás. En cuanto a la evolución de ventas de la alimentación por canales, los hipermercados consiguieron el 31.8% del total en 1998. Cada hipermercado (mas de 2500 m²) que existe en España cuenta con una media de 220 empleados y 40 cajas de salida. El 30% de los hipermercados tienen una edad media de entre 7 y 11 años.

En 1998, el número de supermercados (de 100 m² a 2500 m²) que existían en España ascendía a 25550 establecimientos, 250 mas que en el año anterior. El conjunto de este segmento aglutinó unas ventas en 1998 del 50.3% frente al 31.8% de los hipermercados. Los establecimientos que mas incrementaron sus ventas en ese período fueron los supermercados de ntre 400 m² y 999 m² con un 1.1% pasando del 15.1% en 1997 al 16.2% en 1998.

Por su parte, hay 272 empresas que explotan la línea de *cash & carry* en España, de las cuales, solo 104 pueden considerarse mayoristas puros y, entre ellas, únicamente 16 empresas son especialistas al por mayor, que explotan mas de 5000 m² de este tipo de negocio.

La red de Mercas ha ido evolucionando progresivamente hacia un concepto amplio de unidad alimentaria, como modelo de estructura de distribución mayorista y prestación de servicios logísticos para productos perecederos de alimentación.

Los mercados mayoristas de las unidades alimentarias (“Mercas”) de la red de la Empresa Nacional MERCASA y los diferentes ayuntamientos, disponen de espacios habilitados para la comercialización directa por parte de los agricultores.

Ahora bien, el número de comercios minoristas en España para 1998 se estimó en 600 mil establecimientos, lo que representa que en el conjunto del territorio nacional existen 14.78 establecimientos minoristas por cada 1000 habitantes. La distribución del colectivo de comercios minoristas por las diferentes comunidades autónomas que engloba el país, queda de la siguiente manera:

Cuatro comunidades autónomas agrupan cerca del 60% del censo de establecimientos.

Cataluña	109 mil 104 establecimientos
Andalucía	91 mil 199 establecimientos
Madrid	87 mil 875 establecimientos
Comunidad Valenciana	63 mil 787 establecimientos

Italia

Un problema que enfrenta el mercado italiano de la miel es que éste se encuentra altamente fragmentado; son muy pocas las grandes empresas con marcas conocidas por el público, la mayor parte del mercado se encuentra repartido entre multitud de pequeños empaques locales.

Sin duda, la compañía líder en la producción y distribución de miel en Italia es *Ambrosoli*, que cubre poco más del 25% de las ventas en volumen del mercado nacional y cuenta con varias líneas del producto. Otra empresa importante en el mercado son *Mediterrabio*, que cuenta con la marca *Alcenero* para la miel tradicional y la marca *Mielizia* para el producto orgánico, siendo ésta, la miel biológica de mayor presencia en la grande distribución. También cuenta con una importante participación

de mercado la compañía *Rigoni*, que comercializa la miel *mille fiori* y en la línea orgánica, produce y distribuye la miel *fiori di campo di agricoltura biologica*.

También la distribución de la miel en Italia muestra una alta fragmentación: La apicultura italiana cuenta con 75,000 trabajadores que se encuentran repartidos en diferentes regiones del territorio nacional, solo el 1.1% de los productores son profesionales del sector. Algunos de los apicultores profesionales se han organizado en asociaciones regionales para poder unir su producción y tener mayor poder de negociación en la distribución y venta del producto.

Cuando se trata de las grandes empresas, la distribución se hace a través de los supermercados e hipermercados. En el caso de los pequeños productores, la miel se distribuye a través de mayoristas o agentes, quienes a su vez venderán a otro eslabón de la cadena de distribución, que generalmente envasará la miel por cuenta de terceros para marcas más pequeñas que serán comercializadas en pequeños negocios y tiendas naturistas; la industria galletera y del pan dulce también compra la miel a los mayoristas y/o agentes.

Las asociaciones y uniones de productores, así como los agentes y mayoristas distribuyen también a los supermercados para las presentaciones “marca libre”, siendo este esquema de comercialización, bastante difundido en el mercado italiano.

3.2. Precios y márgenes de intermediación.

El precio de la miel es un factor importante a ser considerado en la comercialización. Para el período comprendido de septiembre de 1997 a principios del año 2000, los precios CIF (Cost, insurance, freight)¹⁹ para la miel en los principales puertos de la Unión Europea fueron los siguientes:

¹⁹ CIF (Costo, seguro y flete): Costo del bien en el puerto de entrada (Chacholiades, 1992). Incluye costos de transporte, es decir, fletes marítimos, seguros, etc.

TABLA 44. Precios CIF de la miel en principales puertos europeos
(US\$ / metric ton).

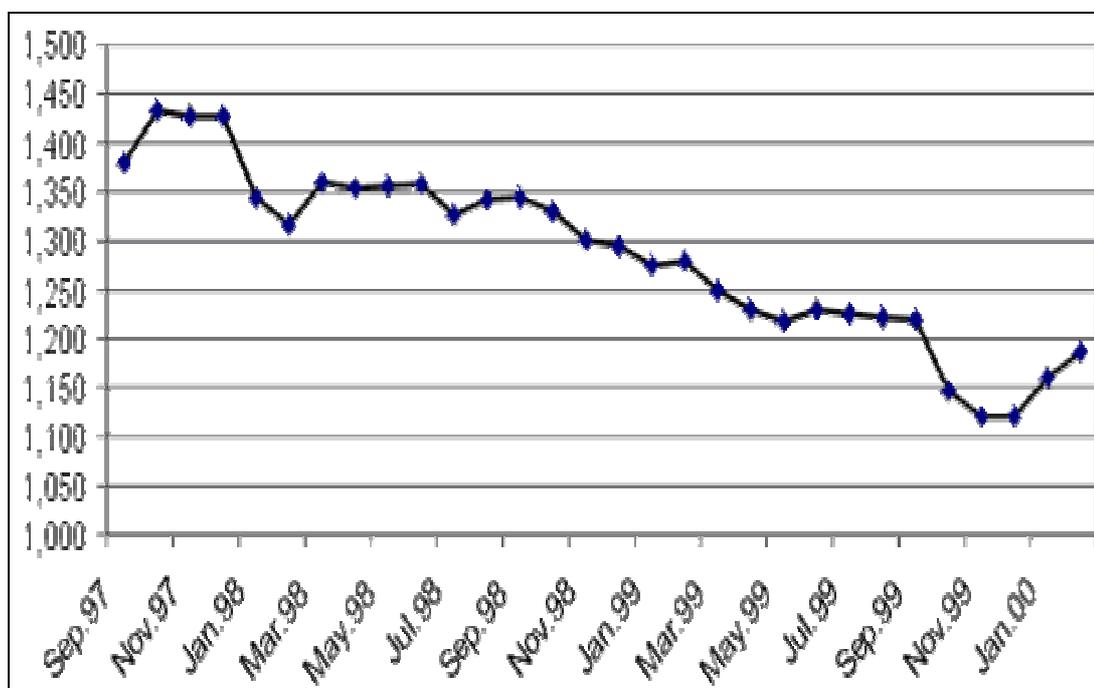
Month	Chinese			Mexican		Argentinian				Australian	Average
	white	extra light amber	light amber	Yucatan	Orange Blossom	25mm	34mm	50mm	85mm	extra light amber	
Sep.97	1250	1240	1230			1470	1460		1460	1550	1,380
Oct.97	1260	1250	1240			1550	1540	1520	1500	1600	1,433
Nov.97	1240	1230	1220			1560	1550	1530	1510	1580	1,428
Dec.97	1240	1230	1220			1560	1550	1530	1510	1580	1,428
Jan.98	1180	1120	1100	1400		1420	1440	1460	1480	1500	1,344
Feb.98	1180	1100	1080	1350		1380	1400	1420	1440	1500	1,317
Mar.98	1130	1060	1050	1370	1800	1490	1380	1400	1420	1500	1,360
Apr.98	1130	1060	1050	1350	1800	1480	1370	1390	1410	1490	1,353
May.98	1130	1060	1050	1370	1800	1480	1370	1390	1410	1490	1,355
Jun.98	1,100	1,060	1,050	1,370	1,800	1,495	1,385	1,405	1,425	1,490	1,358
Jul.98	1,135	1,105	1,080	1,360		1,498	1,418	1,418	1,428	1,490	1,326
Aug.98	1,170	1,150	1,110	1,350		1,500	1,450	1,430	1,430	1,490	1,342
Sep.98	1,170	1,160	1,150	1,340		1,500	1,450	1,430	1,420	1,480	1,344
Oct.98	1,150	1,140	1,150	1,350		1,470	1,420	1,425	1,400	1,470	1,331
Nov.98	1,120	1,110	1,100	1,380		1,400	1,390	1,380	1,380	1,450	1,301
Dec.98	1,100	1,090	1,080	1,370		1,400	1,390	1,380	1,380	1,460	1,294
Jan.99	1,090	1,080	1,070	1,350		1,380	1,360	1,350	1,330	1,470	1,276
Feb.99	1,080	1,070	1,060	1,290	1,500	1,350	1,330	1,310	1,300	1,500	1,279
Mar.99	1,080	1,070	1,060	1,250	1,410	1,320	1,270	1,260	1,250	1,530	1,250
Apr.99	1,070	1,050	1,025	1,210	1,400	1,300	1,260	1,230	1,230	1,520	1,230
May.99	1,050	1,020	1,010	1,220	1,400	1,300	1,240	1,220	1,200	1,510	1,217
Jun.99	1,050	1,010	1,000	1,250	1,430	1,350	1,250	1,230	1,210	1,510	1,229
Jul.99	1,020	995	985	1,250	1,425	1,350	1,260	1,230	1,210	1,520	1,225
Aug.99	1,010	985	975	1,250	1,425	1,350	1,260	1,230	1,210	1,520	1,222
Sep.99	990	985	975	1,250	1,430	1,350	1,260	1,230	1,210	1,520	1,220
Oct.99	950	930	920			1,300	1,200	1,190	1,180	1,500	1,146
Nov.99	910	900	890	1,190		1,280	1,170	1,150	1,150	1,440	1,120
Dec.99	925	910	900	1,200		1,270	1,170	1,150	1,130	1,430	1,121
Jan.00	935	920	900	1,210	1,500	1,270	1,170	1,150	1,130	1,425	1,161
Feb.00	950	940	920	1,220	1,500	1,300	1,220	1,185	1,175	1,445	1,186

Fuente: www.apiservices.com. Febrero 2000.

En general, la importancia del factor precio es digno de considerarse en el procesos ya que los precios de producción son inversamente proporcionales al volumen global de la misma. Es decir, una cosecha abundante incrementa la oferta de miel en el mercado y como consecuencia tiende a bajar los precios de comercialización.

Los precios CIF de la miel en principales puertos europeos presentados en la tabla 44, presentan el siguiente esquema de variación:

FIGURA 9. Variación de precios CIF de miel en principales puertos europeos.



Fuente: www.apiservices.com. Febrero 2000.

Los precios pagados a los apicultores varían sensiblemente de un país a otro. Dicha variación se debe parcialmente a la falta de criterios comunitarios para la fijación de los precios, así como a la heterogeneidad de los canales de comercialización.

No obstante, en 1997 pudieron constatarse las siguientes tendencias:

- Alemania y Austria registraron los precios de venta directa al consumidor más elevados, con 8 Euros/Kg aproximadamente. En los demás Estados miembros, los precios varían entre 5 y 3.5 Euros/Kg.
- Los precios de venta a los centros de envasado son menos elevados en los Estados miembros con una tasa de profesionalización importante. Así, en España, Francia y Portugal, los precios de venta a los centros de envasado son de 1.58, 1.88 y 1.95 Euros/Kg, respectivamente.
- En Alemania, el precio es de 5 Euros/Kg y en Austria, el Reino Unido y Finlandia se sitúa en torno a los 3 Euros/Kg.
- Los precios medios de venta en la Unión Europea ponderados en volumen son de 5.1 Euros/Kg para las mieles vendidas directamente por los productores a los consumidores, y de 2.05 Euros/Kg.

Durante el período 1998-1999, la cotización de la miel de importación en los puertos europeos disminuyó en promedio en un 18% aproximadamente. Esta disminución de los precios de importación ha sido menor si se comparan los datos aduaneros para todas las importaciones comunitarias. Así pues, la disminución media en precios de todas las importaciones comunitarias para el mismo período sería del 11%.

Los precios de importación dependen de la categoría de la miel, del mercado de destino y de la situación económica de los países exportadores, que pueden aplicar precios muy bajos a su oferta de miel debido a la necesidad de su economía de captar divisas fuertes.

China, Argentina y México representaron, conjuntamente, el 70% y el 66% del total de las importaciones de miel a la Unión Europea en 1998 y 1999, respectivamente.

En 1998, los precios medios de importación de miel de China y Argentina se situaron en un 17.5% y un 5.5% por debajo del precio medio de la miel de importación comunitaria.

En 1999, esta misma relación de precios fue de un 24% y de un 6.3% por debajo de la media comunitaria para China y Argentina, respectivamente.

A lo largo de los últimos años, la competencia entre la miel de producción comunitaria y la de importación se ha intensificado. Ciertos tipos de miel neutra, fácil de mezclar e importada a precios reducidos puede influir en los precios de producción comunitaria, en particular por lo que respecta a la miel de mil flores.

Por otra parte, los márgenes de intermediación varían dependiendo del producto y de la amplitud del canal de comercialización, sin embargo, a continuación damos una idea de la estructura de los márgenes que integran el precio de venta, partiendo de la base de un precio CIF:

- 3 a 5% de comisión al importador- Agente comisionista a Broker.
- 10% de margen al mayorista.
- 2% de pérdidas en el transporte y/o bodegas.
- 7% de transporte terrestre dentro de Europa.
- 4% de gastos aduanales.
- Total: 28%.

A esto hay que agregar:

- Impuestos al consumo: 6% BTW / IVA en Holanda.
- Impuestos al consumo: 21% BTW / IVA en Bélgica.
- Arancel de importación.

Para comprender mejor la situación que se presenta respecto a precios y márgenes de intermediación de la miel en la Unión Europea, se presenta el caso particular de algunos de los Estados miembros representativos de la misma.

Alemania

Los precios para el consumidor final por frasco de 500 gr. (los más usuales) son, en y dependiendo de la calidad, los siguientes:

- En supermercados, hipermercados y tiendas de descuento, entre 1 y 5.5 USD.
- En tiendas departamentales, entre 2 y 5.5 USD.
- En tiendas especializadas naturistas, entre 3 y 8.8 USD.

En promedio, el importador alemán compra la tonelada de miel por un precio de 1300 USD. En el caso especial de la Sociedades de Apoyo al Comercio Solidario (Comercio 'Fair Trade'), que suelen importar el producto de cooperativas, pagan entre 1500 y 1600 USD por tonelada.

El margen de intermediación entre el envasado y la venta al público, en función de la calidad del producto, entre 100 y 300%.

Existe la posibilidad de trabajar con agentes comerciales o brokers, que actúan como intermediarios consiguiendo pedidos para los exportadores. Los importadores también actúan como intermediarios comprando por su propia cuenta y almacenando algunas existencias. Existen compañías que trabajan de ambas maneras.

De acuerdo a la Asociación de Apicultores Alemanes, la comisión de los importadores varía según el tipo de miel y la demanda existente en el mercado.

Suiza

Los precios de la miel en Suiza para algunos centros comerciales y según la variedad de miel, presentan el siguiente esquema

TABLA 45. Los precios de la miel en Suiza:

SUPERMERCADO	MARCA	PRESENTACION	PRECIO (USD)
SPAR	Nectaflor (miel de campo)	1000 g	20,09
	Nectaflor (miel de bosque)	1000 g	20,69
	Nectaflor (miel de flor de montaña)	1000 g	20,69
	Langnese (miel de acacia)	1000 g	22,19
	Langnese (miel de abeja cremoso)	1000 g	19,34
	Langnese (miel clara)	1000 g	19,34
MIGROS Genossenschaft	Squeeze	100 g	1,61
	Miel de Francia	100 g	1,56
	Miel de Francia (de la Provence)	100 g	1,64
	Miel de Austria	100 g	2,26
	Miel de Suiza	100 g	3,83
	Miel de flores (Max Havelaar, con certificación orgánica)	100 g	1,08
	Migros Miel de flores	100 g	1,34
	Miel de EEUU	100 g	1,04
	Miel de bosque	100 g	1,25
COOP	Miel Naturplan (Birnel-con certificación orgánica)	500 g	7,79
	Miel de Suiza	500 g	19,34
	Miel de flores	500 g	5,92
	Miel de Francia (del Jura)	500 g	9,29
	Miel de abeja de Veltlin (Suiza)	500 g	11,92
	Miel de bosque	500 g	7,19
	Miel de flor de acacia (sapimiel)	500 g	9,29

Fuente: Revista 'Focus', Tabula No. 3, edición septiembre 2002.

Por otra parte, los márgenes de intermediación por kilogramo de miel desde el exportador mexicano hasta llegar al consumidor final en Suiza alcanzan entre 300% y 400%.

Francia

Los precios de la miel a granel FOB (Free Of Boarding)²⁰ en el 2000 tuvieron un promedio de 1.05 USD el kilogramo. En el 2001 tuvieron un promedio de 1.34 USD el kilogramo al mayoreo.

Como ejemplo, los rangos de los precios al consumidor final pueden variar desde 5.5 USD hasta 12 USD por kilo, variando de acuerdo al tipo de envase y las características de la miel.

Reino Unido

Tomando como base la fracción arancelaria correspondiente al producto, así como los principales países proveedores al Reino Unido, se obtuvieron los siguientes precios:

TABLA 46. Precios promedio de importación en Reino Unido:

Producto	País	2001	2002*
		USD/Kg	USD/Kg
Miel	China	.081	0.87
	Argentina	1.06	1.29
	Alemania	2.01	0.85
	Australia	1.33	1.55
	México	1.12	1.41
	Nueva Zelanda	2.59	4.89
	Cuba	1.02	1.01
	Hungría	2.05	2.10
	Holanda	1.38	2.45
Dinamarca	2.10	2.58	

Fuente: World Trade Atlas. United Kingdom. Mayo 2002.

* Hasta abril de este año

El precio de importación de la miel mexicana de buena calidad, con un nivel de humedad menor a 20% fue:

²⁰ FOB (libre a bordo): Costo del bien a bordo del barco en el puerto de entrada (Chacholiades, 1992).

- En enero del 2002, USD 1200 /mt net “FOB” Veracruz, lo que significa 1.2 USD/Kg.
- En agosto del 2002, USD 1950 /mt net “FOB” Veracruz, lo que significa 1.95 USD/Kg.

Este aumento en el precio se debe principalmente a:

- La prohibición de la importación de miel proveniente de China en el Reino Unido.
- “Antidumping” con respecto a la miel de Argentina en Estados Unidos, resultando en un impuesto de 30%, aumentando la demanda por la miel de México.

Aunque el impuesto de importación por la miel de Argentina es 17.3%, es decir, el doble de lo que se paga por la miel mexicana, se importan grandes cantidades de esta a Europa debido a dos factores: la calidad y la cantidad de miel disponible para la exportación.

España

Para el mercado español, a mayoreo y medio mayoreo el precio promedio de la miel varía en función del tipo, la calidad y la cantidad requeridas, encontrándose que en la presentación comercial de 1 Kg en envase de vidrio los precios son en promedio los siguientes:

TABLA 47. Precios de miel al mayoreo en España según variedad:

Precio	Mil flores	Naranja	Eucalipto	Montaña	Romero
Pesetas	400	475	480	450	470
Dólares²¹	2.55	3.03	3.07	2.87	3.00

Fuente: Bancomext, España. Julio 2001.

²¹ Tipo de cambio promedio durante 1999:156.33. Fuente: Banco de España; “Tipos de cambio bilaterales e índices del tipo de cambio”; 13 de abril de 2000.

En el mercado a menudeo o directo al consumidor los precios de la miel se comportan en base al tipo de miel, la marca, el origen y la presentación, por su representatividad se muestran las siguientes en presentación de vidrio con un contenido de 250gr.

TABLA 48. Precios de miel el menudeo en España

Marca	Tipo	Precio	
		Pesetas	Dólares
El corte inglés	Mil flores	385	2.46
El corte inglés	Montaña	400	2.55
Granja Sn. Francisco	Mil flores	340	2.17
Granja Sn. Francisco	Montaña	350	2.23

Fuente: Bancomext, España. Julio 2001.

Si se considera que durante 1999 el valor promedio de importación se ubicó en 1.06 dólares por kilo y el de exportación en 1.78 dólares por kilo, el margen de intermediación en el rubro del comercio exterior ronda los 72 centavos de dólar, mientras que en lo que respecta al mercado interno al relacionar el mismo costo de importación de 1999 con el precio de venta promedio en la presentación de 1 Kg el margen alcanza los 2.9 dólares.

Los precios de la miel de producción italiana en campo el mes de marzo del 2002 se encontraban en los siguientes niveles:

- Miel orgánica poliflora en la región de Lombardia: €2.38 por kg.
- Miel orgánica poliflora en la región de Toscana: €2.40 por kg.
- Miel tradicional de acacia en la región de Piemonte: € 3.62 por kg.
- Miel tradicional de acacia en la región de Emilia Romagna: € 3.72 por kg.
- Miel tradicional de cítricos en la región de Calabria: € 1.97 por kg.
- Miel tradicional de cítricos en la región de Toscana: € 2.30 por kg.
- Miel tradicional de castaño en la región de Toscana: € 2.10 por kg.
- Miel tradicional de castaño en la región de Piemonte: € 2.32 por kg.

El precio medio de importación general que Italia pagó durante el 2001 fue de € 1.41 por kg., mientras que los precios pagados a sus 5 principales proveedores y México fueron como se indica a continuación:

- Argentina € 1.15 por kg.
- Hungría € 1.70 por kg.
- Alemania € 2.21 por kg.
- Rumania € 1.45 por kg.
- China € 0.88 por kg.
- México € 1.65 por kg.

Se estima que el margen de intermediación del mayorista/importador o agente al distribuidor o empacador, oscile entre el 9% y el 15%; mientras que el margen entre éstos y el distribuidor final suele estar comprendido entre el 20% y el 30% dependiendo del volumen que se desplace.

Como ejemplo, el precio aconsejado al público de miel *millefoiri*, originaria del altiplano de Chiapas-México, calidad extra pura, exenta de tratamientos químicos, envasada y etiquetada es de €6.20 para un kg. y de €3.36.

3.3. Prácticas de importación

Transporte

No existen normas comunes respecto a transporte y almacenamiento de alimentos procesados. Sin embargo, la Unión Europea está adherida a todos los convenios internacionales sobre transporte de mercancías perecederas que puede ser aplicable a productos congelados o refrigerados. Tanto los países miembros de la Unión Europea, como la Comisión Europea forman parte del acuerdo ATP, sobre transporte internacional de mercancías perecederas y vehículos especiales utilizados en este transporte.

La miel es un producto que puede ser transportado por vía aérea o marítima y sus costos dependen del origen-destino, el peso y los gastos del despacho aduanal que se contrate.

A continuación un ejemplo de los costos de transporte aéreo y marítimo para la importación de miel de origen mexicano, con destino a España:

TABLA 49. Costos de transporte de miel para importación

Medio de Transporte	Origen-Destino	Peso	Costo (Dólares)
Aéreo	Aeropuerto Benito Juárez en la ciudad de México – Aeropuerto de barajas en la ciudad de Madrid.	500 Kg	3.42 por kilo
		1000 Kg	2.48 por kilo
Marítimo	Veracruz - Valencia	20 Tons contenedor	950
		Gastos en Ver.	90
		Gastos en Val.	300
Gestión del despacho: 100 Dólares.			

Fuente: Agente Aduanal EAS.2001

Por otra parte, el precio promedio para el transporte vía marítima desde Veracruz hasta Hamburgo, por contenedor de 20 pies cúbicos, en el cual caben 20 toneladas de miel, es de aproximadamente 950 USD.

El precio promedio para el transporte vía marítima desde Veracruz hasta Rotterdam, Holanda, por contenedor de 20 pie cúbicos, en el cual caben 20 toneladas de miel, es de aproximadamente 1100 USD.

El puerto de entrada en el caso de Suiza es el puerto de Basilea y existen conexiones directas de barcos que llegan a Róterdam y luego siguen a Basilea, lo que implicaría agregar el costo de flete Rotterdam-Basilea.

Envase y embalaje requerido

Para el uso industrial y comercial de la miel, el producto deberá almacenarse o transportarse en tambores de metal de 150 o 300 Kg., que estén revestidos en el interior con un barniz protector especial para el manejo de alimentos o cubos de 25-30 Kg. De lata blanca, acero cromado, aluminio o plástico.

La miel a granel se envasa en tambores de 200 y 300 kilogramos netos revestidos de igual manera con un barniz interior para alimentos. No se acepta el revestimiento con cera. Se pueden usar tambores nuevos o reconstruidos. Se pone especial atención a la limpieza de los tambores y al hecho de que éstos estén libres de abolladuras. Para el comercio minorista se requieren empaques de vidrio, plástico o metal.

Es importante agregar que la miel debe conservarse aislada del aire, las tapas de los recipientes deben de tener guarniciones de goma y garantizar un cierre hermético, es decir pulido y de material que no reacciones con la miel.

La miel solo debe almacenarse o transportarse en recipientes reciclables:

- que estén limpios por dentro y no presenten algún daño. Si el barniz protector está dañado, la miel, debido a su PH y su alta concentración de azúcar, puede tener efectos corrosivos, lo que aumenta el contenido de hierro en el producto,
- que no tengan influencia nociva sobre el olor, sabor o composición del producto,
- que no estén revestidos con parafina, ya que este empaque puede contaminar la miel; y,
- que se empleen exclusivamente para el almacenamiento o transporte de productos alimenticios.

En la elección de envases para la venta de miel a granel, debe considerarse que los metales como el zinc, el cobre y el hierro (no protegido) son atacados por los ácidos de la miel. El mejor material para los contenedores de gran capacidad es el acero inoxidable o bien el hierro revestido con teflón o, como se mencionó anteriormente, con barnices para alimentos.

Por lo que se refiere a los envases para la venta al consumidor final en España, el envase de vidrio es el preferido, mientras que el envase de plástico resulta adecuado para pequeñas porciones con tiempos de venta no superiores a 6 meses, tienen un bajo costo, es manejable, ligero, de fácil transporte y se presta al serigrafiado.

Deben evitarse las pinturas a base de linaza cocida o de salitre, que comunican malos olores y las que tienen pigmentos metálicos que son tóxicos.

Las siguientes aclaraciones son obligatorias en los embalajes, envases o etiquetas de la miel:

1. La denominación “miel”, según su origen o modo de obtención..
2. El nombre o la razón social y la dirección o el domicilio fiscal del productor o envasador o de un vendedor (comercializador) establecido en la Unión Europea.
3. El peso neto expresado en gramos o kilogramos. En el caso de empaques con un contenido mínimo de 10 kg, que no están permitidos para la venta al por menor, las indicaciones mencionadas en los apartados 1 y 2 tienen que figurar solamente en la documentación que se anexa a la mercancía.
4. País de origen, cuando no pertenece a la comunidad europea. La mención de una denominación regional, territorial o topográfica solo se permite, si la miel proviene en su totalidad de la región que se mencione.

5. Indicar si se trata de una mezcla de mieles de importación, en el caso de mezclas de mieles originarias de países no pertenecientes a la comunidad europea.
6. Solo se permite agregar el nombre de ciertas flores o plantas a la denominación “miel”, en caso de que la miel provenga principalmente (60%) de estas flores o plantas mencionadas.
7. Fecha límite de utilización óptima.
8. Recomendaciones para la conservación del producto.
9. Las indicaciones deben aparecer de manera visible, fácil de leer e indeleble.

En el caso del mercado alemán, es escasa la miel envasada de origen. Generalmente, la miel se suele importar a granel.

Normas de etiquetado

Respecto a los requisitos de etiquetado, en la actualidad, la miel de abeja debe cumplir con lo establecido en el documento “Regulaciones de la miel” y está exento de lo estipulado sobre las “Regulaciones de etiquetado de alimentos”. Sin embargo, en el año 2001 se formó el nuevo consejo directivo de la miel, el cual se implementará en la legislación nacional en agosto del 2003. A partir de esa fecha, este producto deberá cumplir con la nuevas “Regulaciones para la miel” además de las “Regulaciones de etiquetado de alimentos”.

Las denominaciones, indicaciones, imágenes, envases y etiquetas utilizadas para alimentos en general, así como la forma de presentación de los mismos, deberán corresponder a la realidad y no deben de prestarse a confusiones sobre su naturaleza, origen, producción, composición, contenido, etc.

Además de cumplir con los requisitos de importación, la etiqueta de los productos alimenticios deberá contener la siguiente información:

- Nombre del producto y descripción.
- Lista de ingredientes.
- Información nutricional.
- Peso neto en kg o gr. (Para Suiza se requiere un tamaño mínimo de letras: hasta 50 g: 2mm, entre 50 y 200 g: 3mm, entre 200 y 1000 g: 4mm).
- Fecha de caducidad (best before/use by date), este requisito es indispensable para todos los productos de alimentos.
- Condiciones especiales de almacenamiento.
- Nombre y dirección del apicultor mexicano o, en su caso, de la empresa que lo comercializa, empacador o vendedor.
- El país de origen
- Otras aclaraciones que se considere necesario hacer, ej. “apropiado para vegetarianos”.

Para algunos países, como el caso de Suiza, se requiere la indicación del lote²². Para identificar la unidad de producción o de venta de un alimento, es necesario que este lleve la indicación correspondiente²³.

La unidad de lote no se requiere:

- a. en el caso de productos agrarios que se venden del campo o del rancho directamente a almacenes o empacadoras, que se remiten a Asociaciones de Productores o que están destinadas al procesamiento inmediato;
- b. en el caso de alimentos que se empacan directamente en el lugar de venta para el consumidor final; y,
- c. si la fecha de caducidad, del envasado o de la cosecha se menciona en la etiqueta con la indicación del día y del mes.

²² El lote es una cantidad de unidades de producción o de venta de un alimento que fue producido o empacado bajo las mismas condiciones.

²³ Esta indicación empieza con la letra ‘L’ (lote) seguido por el número de la unidad. Alimentos empacados deberán llevar esta indicación en el envase, alimentos a granel en el contenedor o en la documentación que acompaña a la mercancía.

Existen diversos documentos que especifican las regulaciones para cada una de las leyendas que debe tener la etiqueta de un producto. Otras especificaciones comerciales de calidad, presentación, empaque y embalaje, entre otras, podrán ser requeridas y, en su caso, determinadas por el importador.

Existen unas indicaciones del producto que no son obligatorias, tales como:

- a. Variedad de la miel (por ejemplo: de flores, de bosque, de acacia).
- b. Indicación geográfica.
- c. Indicación del valor energético²⁴ (por ejemplo: 100g contienen aprox.: energía:335 kilocalorías, proteínas:0.5 g, carbohidratos: 82g, grasa: 0g.).
- d. Fecha de envasado/ fecha de caducidad (en el caso de la miel en general no se requiere la indicación de la fecha de caducidad por tratarse de un producto que no caduca, pero en algunos casos se suele indicar con aprox. Con un período de 2 años desde la cosecha o envasado. Por ejemplo: Cosecha: 1995- A consumirse de preferencia antes de finales de 1997).
- e. Indicación sobre el efecto saludable de la miel (por ejemplo: ‘La miel es un importante generador de energía’).

Por otra parte, existen también indicaciones que se encuentran prohibidas:

- a. Indicaciones sobre efectos curativos de la miel.
- b. Indicaciones incompletas, tales como: La miel contiene minerales y vitaminas (sin mencionar cantidades) o indicaciones de calorías (sin mencionar la cantidad de grasas y proteínas).

Es importante tomar en cuenta que el código de barras en el Reino Unido es diferente al utilizado en México, y aunque no es un requisito legal para la

²⁴ La indicación del valor energético o del contenido de sustancias nutritivas de un alimento en el envase o la etiqueta no es obligatoria. Sólo se requiere cuando se mencionen características nutritivas especiales del producto en la publicidad, en la presentación o en la etiqueta.

importación, la mayoría de las tiendas de conveniencia y las tiendas departamentales esperan que el producto las tenga.

Ahora bien, todas las indicaciones del etiquetado de alimentos en general deben de aparecer en un lugar visible del envase en una letra fácil de leer e indeleble. Asimismo, las etiquetas tienen que ser redactadas en uno de los idiomas oficiales del país importador. En caso de que el texto esté escrito en otro idioma, tienen que agregarse las partes importantes en uno de los idiomas oficiales, si esta circunstancia contribuye a confundir o desorientar a los consumidores sobre producto.

Higiene

Es obligatorio tomar todas las medidas necesarias para garantizar la máxima higiene en el tratamiento, el procesamiento, la preparación, el almacenamiento, el transporte y la entrega del alimento y observar que el producto no sea alterado en cuanto a su olor, su sabor, y en otras características típicas. Los recipientes aparatos, instrumentos, materiales de empaque, medios de transporte, así como los almacenes y lugares de venta tienen que mostrar un estado higiénico perfecto.

Para asegurar la máxima higiene alimenticia se tienen que considerar los puntos críticos del alimento y tomar medidas que eviten los riesgos biológicos, químicos y físicos de salud o los reducen a una medida aceptable.

Los Estados miembro de la Unión Europea instarán a las empresas del sector alimenticio a que apliquen las normas europeas de la serie EN 29000 (equivalentes a las ISO 9000) además de las normas generales de higiene y las guías de prácticas correctas de higiene.

Si en el territorio de un país tercero como México surge un problema de higiene que suponga peligro para la salud humana, la Comisión, tomará las siguientes medidas:

- a) La suspensión de las importaciones procedentes de la totalidad o parte del país tercero de que se trate.
- b) La fijación de condiciones específicas para los productos alimenticios procedentes de la totalidad o parte del país tercero de que se trate. Para el caso de Suiza, el departamento de Derecho Alimenticio suizo prevé las instrucciones correspondientes para higiene en edificios, salas, instalaciones, así como el tratamiento higiénico de alimentos en general.

3.4. Normas de calidad

Por miel se entenderá a la sustancia dulce producida por las abejas en base al néctar de flores o en base a secreciones de plantas o insectos, que viven sobre estas plantas. Las abejas liberan, transforman y combinan esta materia prima con sustancias propias, luego almacenan y dejan madurar el producto en panales. La consistencia de la miel puede ser líquida, viscosa o cristalizada.

Clasificación de la miel

Existen tres criterios para la clasificación de la miel:

- 1) Según su origen, se distinguen dos variedades básicas de miel:
 - Miel de néctar: miel de néctar de las flores.
 - Miel de ligamaza/miel de rocío: miel de secreciones de plantas o insectos; su color puede variar desde el castaño claro o verdoso hasta un tono casi negro.

2) Según el modo de extracción o composición se distinguen las siguientes variedades:

- Miel en panal: miel que queda almacenada en los panales cerrados.
- Miel con partes de panal: miel que contiene una o varias partes de panal.
- Miel de goteo: miel obtenida por escurrimiento de panales abiertos.
- Miel centrifugada : miel extraída mediante la centrifugación de panales abiertos.
- Miel extraída a presión: miel extraída a presión de panales con o sin calentamiento.

Es importante señalar que es indispensable que el panal siempre esté libre de incubaciones.

3) Según el uso final de la miel, se distinguen las siguientes dos variedades:

- Miel de alimentación: miel para el consumo inmediato con un contenido de HMF hasta 40 mg/kg.
- Miel industrial o miel para pastelería: miel de alimentación para ser procesada con un contenido de HMF superior a 40 mg/kg.

La miel de panales así como la miel con partes de panales deben de declararse como tales. La miel que muestra un sabor u olor alterado, la miel en proceso de fermentación, espumosa o sobrecalentada, debe declararse como ‘miel para panificación’ o ‘miel industrial’.

A la denominación de la miel, a excepción de miel para panificación y miel industrial pueden agregarse:

- a) La indicación de las plantas y flores, en el caso de que la miel proceda principalmente de éstas y muestra las características sensorias, físico-químicas y microscópicas correspondientes.

- b) Una denominación regional, territorial o topográfica, si la miel procede de cierta región.

Por otra parte, hay que garantizar un estricto control de calidad y uniformidad de la miel, por lo que se exige que la miel reúna las siguientes características básicas:

Tabla 50. Características básicas de calidad para la miel.

Humedad:	max. 21%
HMF (Hidroximetilfurfuro):	max. 40 mg/kg
Residuos y pesticidas:	Ninguno
Color:	Uniforme
Floración:	puede ser multifloral o unifloral, en este último caso se deberá garantizar un contenido mínimo del 60% de la floración que se menciona en la etiqueta.
Estreptomicina:	0.02 mg/kg
Otros antibióticos (sulfonamidas y sulfatiazol):	0.01 mg/kg
Coumaphos:	0.01 mg/kg

Fuente: Derecho Alimenticio, Decreto de la miel, C.H. Beck, 2000

La cantidad de hidroximetilfurfuro indica hasta que grado la miel se considera todavía como 'natural'. Miel recién centrifugada y almacenada en un lugar fresco contiene muy poco HMF. Cuanto más reducido el contenido de HMF en el producto, menos daño ha sufrido por el calor. Mientras el decreto alemán de la miel permite un contenido de HMF hasta 40 mg por kg, la Asociación Alemana de Apicultores permite sólo 15 mg. Sólo cuando la miel contenga menos de 20 mg de HMF por kg, se puede declarar como 'miel centrifugada en frío'. Cuanto más reducido sea el contenido de agua, más tiempo se puede almacenar la miel y más intensivo es su sabor y aroma.

La miel importada que se somete en la República Federal de Alemania a procesos de depuración, mezcla o envasado, no debe ser declarada como "Miel alemana". El importador alemán no está obligado a declarar la miel importada según el país de origen.

Se considera alterada toda miel:

1. que contenga impurezas orgánicas como partes de insectos o incubaciones (salvo cantidades mínimas e inevitables),
2. que cuente con muchas impurezas inorgánicas como, por ejemplo, granos de arena,
3. que presente un grado de acidez artificialmente modificado,
4. que haya pasado a un estado avanzado de fermentación,
5. que posee un olor o sabor alterado.

Los números 4 y 5 no son vigentes para miel industrial. Es importante observar que no se permite agregar sustancias a la miel ni extraer sustancias propias de la miel. Está prohibido vender miel que corresponde a una o varias de las características (1-5) arriba mencionadas.

Análisis de residuos

El 'Instituto Federal para la Protección de la Salud de los Consumidores' realiza regularmente controles de la miel para analizar si contiene sustancias prohibidas o residuos de sustancias, superiores a los límites permitidos, que pueden causar daños a la salud humana.

Para el caso de Suiza está prohibido el uso de antibióticos para tratar los panales. No obstante, en primavera del año 2000 se realizó una serie de análisis de laboratorios de mieles suizas y se detectaron residuos de antibióticos en 6% de las pruebas analizadas. En 2.5% de los análisis se detectaron residuos por arriba de los límites máximos de tolerancia permitidos para los mieles de importación.

Los límites máximos de tolerancia para los diferentes antibióticos y pesticidas son los siguientes:

TABLA 51. Nivel de residuos permitidos para la miel

Sustancia Medicamentos/antibióticos	Residuos Límite de tolerancia
Dibrombenzofenol	0.1 mg/kg
Flumetrina	0.005 mg/kg
Fluvalinato	0.05 mg/kg
Estreptomicina	0.02 mg/kg
Sulfonamidas	0.05 mg/kg
Tetraciclina	0.02 mg/kg
Timol	0.8 mg/kg
Pesticidas	
Amitraz	0.2mg/kg
Brompropilato	0.1 mg/kg
Coumaphos	0.05 mg/kg
Cimiazol	0.5 mg/kg
Cipermetrina	0.5 mg/kg
Otras sustancias	
Diclorobenzol 1.4-	0.01 mg/kg

Fuente: Derecho Alimenticio, Decreto de la miel, C.H. Beck, 2000

Características de la composición de la miel²⁵

1. Contenido de azúcares reductores, calculado en azúcares invertidos

miel de néctar	mínimo 65%
miel de ligamaza/miel de rocío, pura o mezclada con miel de néctar	mínimo 60%

2. Contenido aparente de sacarosa

En general	máximo 5%
Miel de ligamaza/miel de rocío, pura o mezclada con miel de néctar y mieles de acacia, lavanda, así como miel de banksia menziesii	máximo 10%

3. Contenido de humedad (agua):

En general	máximo 21%
Miel de ligamaza o de brezo (calluna) y miel de trébol (trifolium sp.)	máximo 23%

²⁵ Fuente: Derecho Alimenticio, Decreto de la miel, C.H. Beck, 2000

4. Contenido de sustancias insolubles en agua

En general	máximo 0,1%
Miel extraída por presión	máximo 0,5%

5. Contenido de minerales (ceniza)

En general	máximo 0,6%
Miel de ligamaza/miel de rocío, pura o mezclada con miel de néctar	máximo 1%

6. Grado de Acidez

por 1,000 gramos:	40 miliequivalentes
-------------------	------------------------

7. Índice diastático y contenido de hidroximetilfurfurol (HMF)

a) en general	mínimo 8
Índice diastático (escala de Schade):	máximo 40
HMF:	mg/kg
b) mieles con bajo contenido de enzimas naturales (por ejemplo mieles de cítricos)	mínimo 3
Índice diastático (escala de Schade):	máximo 15
HMF:	mg/kg

Cabe destacar que la miel no debe ser sobrecalentada. Criterios para el sobrecalentamiento de la miel son tanto la diastasa de la miel como el contenido de hidroximetilfurfurol (HMF). Los requerimientos se rigen según lo estipulado en el capítulo 23 a) 'Miel' del Derecho Alimenticio Suizo.

Para el calentamiento de la miel o el recalentamiento de miel cristalizada para volver a obtener miel líquida se recomienda respetar una temperatura máxima de

40°C para evitar efectos nocivos sobre la calidad del producto. Calentando la miel a temperaturas mayores a 40°C – 45°C se destruyen valiosos ingredientes sensibles al calor (inhibidores, enzimas y aromas)

Hace varios años se detectaron en la miel mexicana proveniente de la Península de Yucatán y en la miel de altiplano restos del antibiótico estreptomicina, los cuales rebasaban la cantidad de 2.0 mg/kg, siendo el límite aceptable en el mercado de la Unión Europea en aquel entonces 0.01 mg/kg. Después de negociaciones se alcanzó una tolerancia en Alemania de un contenido límite de estreptomicina hasta 0.20 mg/kg, válido hasta junio 2000.

Actualmente, se tolera un máximo de 0.02 mg/kg. La consecuencia de la reducción del uso de estreptomicina fue un incremento en el uso de otros antibióticos como sulfonamidas y sulfatiazol, para los cuales el límite es de 0.01 mg/kg. Los controles del contenido de antibióticos en la miel, que antes se realizaron al azar en los negocios, a partir de julio 2000 se están realizando en la aduana al importar el producto. Si el producto rebasa los límites permitidos, la mercancía se regresa a su país de origen y no existe la posibilidad de que el producto se venda en otro país de la Unión Europea. Además el importador suele pedir un análisis de la composición de la miel, realizado por un laboratorio independiente.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El objetivo principal del presente trabajo es presentar información sobre la oportunidad que ofrece el mercado europeo para la miel mexicana. En tal virtud, es importante resaltar la oportunidad única que presenta Holanda como puerta de entrada al mercado europeo, lo cual se fundamenta principalmente en su privilegiada posición geográfica, estratégica para la distribución de productos a toda la Unión Europea y en su esquema de comercialización que puede servir como estrategia a las empresas mexicanas cuyo objetivo es asegurar el éxito y minimizar el riesgo, en sus esfuerzos de comercialización en este mercado.

Ahora bien, cada país según sus condiciones y necesidades presenta un panorama diferente para la miel mexicana.

Alemania

Como se ha mencionado, México es un importante proveedor de miel de abeja para el mercado europeo y, en particular para el mercado alemán, donde ya tiene su posición tradicional. En general, en el mercado alemán se consume más la miel líquida que la miel cristalizada. Esta última participa únicamente con un 5% en el mercado. En primer lugar se suelen vender mezclas de miel, ya que sólo mezclando diferentes variedades, se puede garantizar una oferta continua de miel del mismo color, consistencia y sabor.

Los importadores de miel compran mieles especiales de ciertas flores o plantas, como miel de trébol o de flor de naranja, en el mercado internacional y producen las mezclas deseadas, adaptadas al gusto alemán. Estas mezclas, que se suelen vender como 'selección de miel' o 'miel de familia', son generalmente las variedades más compradas. Asimismo, se ofrece cada vez más miel de flores o regiones exóticas como miel de flor de tila, miel de altura o de brezo, miel de México, miel de Guatemala, etc.

Las variedades de miel de flores que más se consumen en Alemania son las siguientes: miel de acacia, de tila, de colza, de trébol, de bosque, de brezo, de girasol, de flor de naranja, de eucalipto y de flores salvajes.

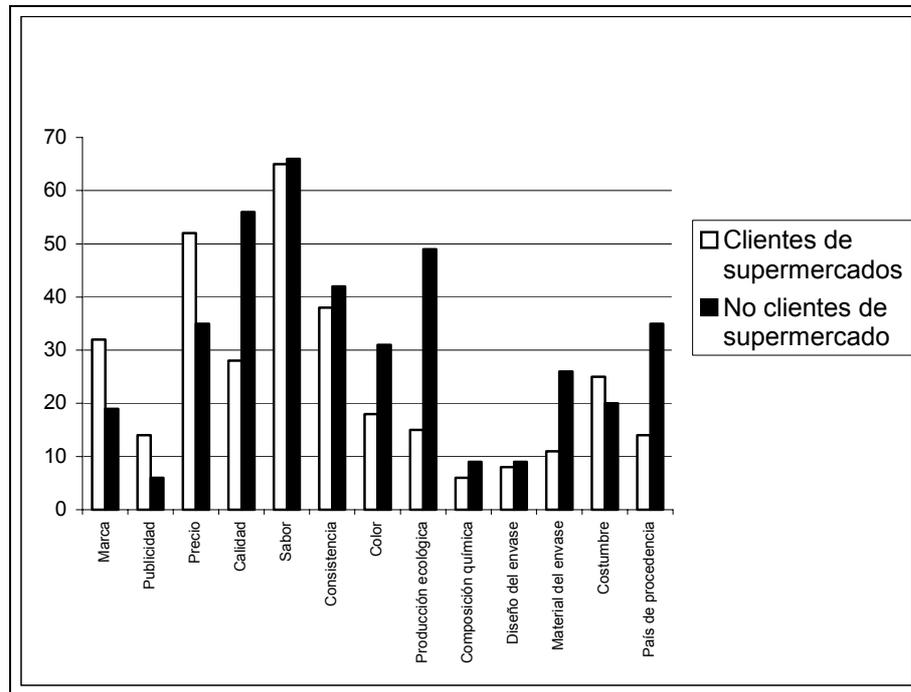
Los consumidores alemanes consideran que la miel alemana tiene mayor calidad que la miel de importación. Esta imagen se ve constantemente reforzada por las campañas de publicidad para la miel nacional, pero también con el severo control de calidad por parte de la Asociación Alemana de Apicultores (Deutscher Imker-Bund - DIB).

Cuando la miel corresponde a las normas de calidad establecidas por la ley para miel nacional, el producto se puede vender en frascos especiales con número de control, medida eficiente para ganar la confianza del consumidor y razón por la cual los precios de la miel alemana son más altos que los de la miel importada. Sin embargo, también algunas mieles especiales de importación, como, por ejemplo, miel de flor de naranja o miel de eucalipto, suelen alcanzar un alto nivel de precio.

El consumidor alemán presenta un refinamiento en sus costumbres dietéticas. En la actualidad existe una gran demanda por productos de mayor calidad y exclusividad. Por lo que a la miel corresponde, se observa un ligero incremento en el consumo de mieles uniflorales, por lo que actualmente se encuentran en el mercado mieles de las más variadas floraciones. Por la evolución que se observa en este mercado puede afirmarse, sin duda, que las mieles de floraciones exóticas tendrían gran aceptación, tales como las de mango, piña, aguacate, etc. La ventaja de la comercialización de estas mieles no solamente es alcanzar un mayor precio de venta, sino además, presentar un producto nuevo en un mercado altamente receptivo a lo nuevo y exótico. La problemática radica en la dificultad de comprobar que la miel mexicana proviene exclusivamente de un tipo de floración.

La siguiente gráfica forma parte de un estudio realizado en 1999 en la ciudad de Berlín y refleja los criterios de compra de miel de los consumidores alemanes:

FIGURA 10. Criterios de compra de los clientes alemanes



Fuente: Ministerio de Alimentación Agricultura y Forestal. Anuario estadístico de la alimentación, Agricultura y Forestal 2000.

Las características del mercado alemán y el desarrollo del consumo permiten concluir que las importaciones de miel no se incrementarán significativamente en los próximos años, por lo que, para mantener la participación de México en dicho mercado, los exportadores mexicanos tendrán que cuidar al máximo la calidad de la miel mexicana y observar el límite de contenido de estreptomicina y de otros antibióticos, así como de pesticidas y otros residuos de sustancias consideradas como dañinas en el producto.

Un segmento muy interesante para la miel mexicana es el de los orgánicos. Desde hace varios años existe mucha demanda de productos orgánicos en el mercado alemán y ante las crisis actuales del mal de las vacas locas y de la fiebre aftosa, la conciencia del consumidor de proteger su salud y la tendencia de consumir productos orgánicos certificados es cada vez más fuerte.

Una sustancia parecida a la miel que desde hace varios años está teniendo mucho éxito en el mercado alemán es la ‘miel de agave’ o ‘jarabe de agave’, de la cual México viene siendo el único productor en el mundo. Se trata de un producto orgánico utilizado como endulzante natural en la industria de alimentos y bebidas o como producto para el consumidor final.

Suiza

Con 1.2 kg per capita, los suizos están entre los líderes en cuanto a consumo de miel a nivel mundial. En general, en el mercado suizo se prefiere la miel líquida a la miel cristalizada. Como se mencionó anteriormente, las mieles uniflorales en Suiza se producen relativamente poco y predominan las mezclas de miel. Estas mezclas, que se suelen vender como 'selección de miel' son generalmente las variedades más compradas.

Miel de flor de acacia, miel del bosque, miel del campo, son las variedades que se venden en grandes cantidades en los supermercados. Considerando los pequeños negocios o las tiendas naturistas, la oferta es mucho más selectiva, sofisticada y de alto nivel de precio. Cabe mencionar que en Suiza, en general, el poder adquisitivo y el estandar de vida son muy altos, por lo que todo tipo de artículos exclusivos, de lujo o ‘gourmet’ tienen un mercado bastante amplio.

En la actualidad existe una gran demanda por productos de mayor calidad y exclusividad y se observa un ligero incremento en el consumo de mieles uniflorales, por lo que cada vez más se encuentran en el mercado mieles de las más variadas floraciones. Aunque son más caras, las mieles de floraciones exóticas como las de mango, piña, naranja y aguacate están teniendo gran aceptación. La problemática de México en este caso radica en la dificultad de comprobar que la miel mexicana proviene exclusivamente de un tipo de floración.

El caso de los productos BIO con certificado orgánico se presenta de manera parecida. Por sí misma la miel convencional en Suiza ya está considerada como un producto natural y sano, más aún si se trata de miel orgánica.

Como en muchos países europeos, sobre todo después de los escándalos del mal de las vacas locas y de la fiebre aftosa, también en Suiza esta tendencia hacia productos sanos de producción biológica controlada es cada vez más fuerte, y como los suizos tienen los recursos necesarios, las tiendas naturistas actualmente están teniendo mucho éxito. En general se suelen encontrar en estas tiendas más mieles uniflorales, de flores exóticas y de regiones específicas, como ‘Miel de flor de aguacate’, ‘Miel de flor de naranja’, ‘Miel de Yucatán’, ‘Miel de Guatemala’, etc. Cabe mencionar que aquí se ofrecen mieles tanto orgánicas como convencionales.

Como la producción nacional suiza cubre tan sólo una tercera parte del consumo, la mayoría de las mieles presentes en el mercado son de importación, siendo México el principal proveedor, seguido por Alemania, Francia, Austria y Hungría. Como Alemania es el importador más grande de miel en toda Europa, es de suponer que la miel exportada a Suiza es miel de reexportación, de la cual una parte seguramente es de origen mexicano.

En general, los consumidores suizos consideran que la miel suiza tiene mayor calidad que la miel de importación. Aunque la cosecha suiza es reducida, existen campañas de publicidad para la miel nacional y un severo control de calidad por parte de la Asociación Suiza de Apicultores. Generalmente la miel suiza se ofrece a un precio más alto que la miel de importación y cuenta con sellos especiales expedidos por la Asociación que garantizan la buena calidad del producto de acuerdo con los altos estándares de los alimentos suizos, lo que es un excelente instrumento de mercadotecnia para mantener el buen renombre y el alto nivel de precio del producto nacional.

México es un muy importante proveedor de miel de abeja para el mercado europeo y en particular para el mercado suizo, donde ya tiene su posición tradicional como principal proveedor. Para mantener esta posición, los exportadores mexicanos tendrán que cuidar al máximo la calidad de la miel mexicana y observar el límite de contenido de estreptomicina y de otros antibióticos, así como de pesticidas y otros residuos de sustancias consideradas como dañinas en el producto.

Francia

La producción francesa que se mantiene al mismo ritmo en los últimos años, así como un incremento en las importaciones y un amplio cupo de exportación de miel para México que no ha sido cubierto; nuestro país sólo cubre el 21.6% del volumen permitido de su exportación hacia Francia. Estas son las razones principales que permiten pensar en un mercado potencial para el producto mexicano.

Adicionalmente, el mercado muestra una apertura comercial que facilita la introducción de miel de distintos países.

Las principales dificultades con las que se encuentran los productores franceses y que desequilibran la producción francesa son:

- la infestación de las colmenas
- la ausencia de organización
- la presencia en el mercado de mieles adulteradas que afectan la imagen del producto natural que la miel evoca
- la incidencia de los tratamientos fitosanitarios, particularmente para el girasol, que afecta la salud de las colonias de abejas

Francia cuenta con una gran variedad de mieles producidas localmente. La decisión de compra que realiza el consumidor se basa principalmente en tres factores:

1. Precio,
2. innovaciones que dicho producto puede presentar en cuanto a envase y sabor, y
3. propiedades relacionadas con las flores que le dan origen.

De acuerdo con los expertos, el comportamiento del consumidor francés permite prever un crecimiento de este mercado a mediano plazo²⁶.

Respecto a los usos de la miel en Francia, ésta se consume como edulcorante en productos de confitería y panadería industrial. Considerada como complemento alimenticio, se asocia al concepto de alimento saludable. La miel es apreciada por sus propiedades curativas y/o terapéuticas, dependiendo de su tipo.

Existe una cultura del consumo de miel en diferentes momentos de la vida cotidiana. Como alimento, en el sector cosmético (líneas de productos de belleza cuyo contenido principal es la miel y sus derivados); y farmacéutico, que van desde pastillas contra malestares de las vías respiratorias hasta tratamientos especializados a base de miel.

Por otra parte, la miel “BIO” se considera dentro de la tendencia de la moda²⁷. El mercado francés acepta las innovaciones como propuestas alternativas a productos edulcorantes y de higiene personal.

En virtud de la gran competencia, una diferenciación importantes es la de los envases acondicionados dependiendo el tipo de consumidor (infantil, adultos, industrial).

²⁶ Fuente: Interexmarches, Credit Agricole de France 2000, (www.interex.fr).

²⁷ Idem. (18/09/2000). En 1999 el número de agricultores franceses de productos BIO fue de 8100, habiendo registrado un crecimiento del 33% con respecto a 1998. La superficie que se destina a este tipo de cultivo es de 316 mil hectáreas. Correspondiendo al 1.1% de la superficie agrícola utilizable. Para el 2005, se provee que la superficie destinada a la producción de alimentos BIO será de 1 millón de hectáreas.

El consumidor francés da prioridad a la calidad, sabor, precios y presentación antes que a la marca. Recientemente también se inclina por el consumo de productos a base de miel con innovaciones como por ejemplo, miel con jalea real.

Para exportar miel a la Unión Europea, primero debe buscarse un importador legalmente establecido en Francia y con reconocida solvencia. El importador asesorará al exportador sobre las indicaciones que desea que figuren en la etiqueta del producto y sobre las características que debe cumplir para su comercialización respecto del peso neto, peso escurrido, etc.

El siguiente paso será el envío de una muestra del producto que se desea vender al importador, para que éste de su visto bueno. La muestra que se envíe debe coincidir totalmente con el lote que posteriormente se exportará. El alimento debe ajustarse a las normas de calidad aplicables en Francia, a las normas fitosanitarias, a las normas de etiquetado, de residuos de plaguicidas etc., comentadas anteriormente.

Dependiendo el volumen enviado, por razones de precio el medio de transporte más adecuado es el marítimo.

España

La miel de origen mexicano durante el período 1997-1999 ha pasado de 140 mil a 470 mil dólares, que representa un incremento de 96.4%, con lo cual México logró mejorar su posicionamiento en el mercado, al pasar del octavo al séptimo sitio en la participación del total de las importaciones de miel.

Esta sensible mejora en el volumen de las importaciones de miel mexicana se produjo por la disminución de un 28% de los precios del producto, ya que pasaron de 1.71 dólares a 1.23 dólares.

Sin embargo, existe en el mercado una buena aceptación de los productos mexicanos y en particular de la miel, por lo que aún cuando es un segmento del mercado muy competitivo, ya que el costo promedio de importación en 1999 se ubicó en 1.06 dólares, la miel de origen mexicano tiene oportunidades para expandirse en el gusto y la preferencia del consumidor español, básicamente por su calidad.

Reino Unido

A finales del año 2001, se llevó a cabo en el Reino Unido un chequeo de la miel en diferentes supermercados, arrojando que 7 de 15 muestras examinadas, resultaron positivas con residuos de la droga veterinaria *streptomycin*. Esta droga se utiliza en el tratamiento contra enfermedades bacteriales en ovejas, puercos y ganado, y no se permite utilizarla en abejas dentro de la Unión Europea. Debido a que esta miel era proveniente de China, a partir del 7 de febrero de 2002, se ha prohibido la importación al Reino Unido de miel proveniente de dicho país.

En tal virtud, debido a que la producción de China -principal productor y exportador de miel-, no podrá ser parte de la oferta mundial, México se encuentra ahora con una ventana de oportunidad en el mercado europeo.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Desde finales de los años setenta las importaciones mundiales de miel han ido aumentando regularmente debido al incremento del consumo de productos naturales y dietéticos, al dinamismo de algunos operadores a la hora de introducir mieles especiales o a precios reducidos, habitualmente en forma de mezclas, así como a la mayor utilización industrial de este producto en determinados países.

Los grandes importadores y consumidores de miel son las naciones industrializadas: Alemania, Japón, Reino Unido, Italia, Francia, Holanda, Suiza, Bélgica y Luxemburgo (listados en orden por volumen de importación en 1981) También es necesario considerar que Alemania y otros países de Europa sí presentan altos niveles de importación, debido a que también son redistribuidores en Europa (Güemes y Villanueva, 2002).

Sands (1984), cita que los países con más alto nivel de consumo de miel son todos los países industrializados. En orden descendente de consumo quedarían de la siguiente manera: Holanda, Canadá, Alemania, Bulgaria, Austria, Dinamarca, y los Estados Unidos. Todos estos países consumen 0.6 kilogramos o más de miel por persona al mes con el caso especial de Holanda que reporta en edades medias un consumo hasta de 2 kilogramos per cápita lo cual debe ser contrastado con los datos promedio de los países de Centro América y Sudamérica de 0.16 kilogramos per cápita por mes.

Europa, sin incluir los países de la antigua Unión Soviética, tiene aproximadamente 13 millones de colmenas de abejas, un promedio de 7 por cada 2.6 km², una densidad de colmenas siete veces mayor que la de cualquier otro continente (Apiservices, 2001). A pesar de la gran densidad de abejas, se consume más miel de lo que puede producirse y Europa occidental es la región del mundo que aporta mayor cantidad de miel.

Los europeos en general están acostumbrados a consumir miel ya que es parte de su herencia de siglos pasados, cuando la apicultura formaba parte del ritmo de vida de cada comunidad rural y las ciudades eran lo suficientemente pequeñas, proveían a las colmenas silvestres de alimento y lugares para anidar (Apimex, 2001).

Por el lado del mercado internacional de la miel ecológica, en la actualidad la demanda supera a la oferta de este tipo de productos que alcanzan gran valor en mercados como Alemania, Inglaterra, Holanda, Francia, Suiza y Arabia Saudita (Güemes y Villanueva, 2002).

Es posible concluir que existe menor producción de miel en el mundo y que a su vez, su producción encuentra graves problemas lo cual hace que el consumo sea superior a la demanda mundial. Los principales problemas son la reducción de la producción en Centro y Sudamérica, el bloqueo a la miel china de la mano con la entrada en vigor del nuevo codex regulatorio de la Unión Europea. Esto ha provocado un incremento en los precios de manera sustancial (Cavazzoni, 2002).

Por el lado de los consumidores, estos cada vez exigen mayor información de lo que comen, el consumidor europeo se caracteriza por ser exigente y está dispuesto a pagar por un mejor cuidado de su salud, principalmente en la clase media y alta que tiene mayores opciones de elección. Esto también ha dado como resultado la existencia de un mercado especializado y que prefiere la miel local (Bancomext-Alemania, 2001, Berrón, 1999 y Cavazzoni, 2002).

Cabe mencionar que el precio de la miel muestra fluctuaciones amplias en razón del país de origen, factores de la producción y tipo de miel, competencia en el mercado de productos relacionados, importaciones directas contra indirectas, calidad de la miel, segmento de mercado al que va dirigido así como al país de destino (Cavazzoni, 2002).

México tiene una importante participación entre los tres principales exportadores de miel a Europa, principalmente a Alemania, país al que en 1999, exportó en promedio 14,323 toneladas, lo que representa el 16% del total de las importaciones, ocupando el segundo lugar en importancia después de Argentina que alcanzó una cifra promedio de 27,328 toneladas con el 30% de la demanda de los alemanes. El tercer lugar lo ocupa China con 12,729 toneladas, es decir el 14% (Braunstein, 2001a). El precio (CIF) promedio que se pagó por la miel mexicana fue de US\$1.26 dólares por kilogramo, mientras que la miel de Argentina y China recibieron en promedio US\$1.10 y US\$0.95 dólares en promedio, respectivamente.

En el mercado de Estados Unidos, a pesar de la cercanía, México cubrió entre enero y julio de 2000 apenas el 4% promedio de las importaciones de ese país, a diferencia de Argentina que es el principal abastecedor de miel de Estados Unidos, ya que aporta el 35% del total (Braunstein, 2001^a). En este mercado la miel mexicana marcó una variación en el precio CIF promedio por kilogramo entre US\$0.9 y US\$1.17 dólares, mientras que la miel Argentina y China se pagó en promedio a razón de US\$0.9 dólares el kilogramo (Braunstein, 2001^a y b).

Ante las condiciones actuales de la economía mundial, el mercado de la miel se rige por un modelo globalizado que exige un intercambio comercial cada vez más competitivo, dinámico y racional. De ahí la importancia de conocer la situación actual de la comercialización, las características y necesidades del mercado mundial del producto para explotar de manera racional el gran potencial de la miel mexicana.

En coincidencia con Berrón (1999), si consideramos que la miel es el principal producto exportado por México a la Unión Europea -principalmente a Alemania-, desde hace varias décadas; y que además nuestro país se encuentra considerado entre los principales países origen de las importaciones europeas, podemos afirmar que México tiene en la actividad apícola un gran potencial. Y es que siempre existe un mercado para la venta de miel en la mayoría de regiones, sin importar fronteras.

La apicultura es un oficio tradicional en diversas regiones de nuestro país, principalmente en el sur-sureste; es una actividad con tecnología simple, principalmente de labor humana, que se puede integrar fácilmente dentro de proyectos agrícolas o forestales con fines de desarrollo rural. Las abejas, principal componente de la actividad, no sólo ayudan en la polinización de algunas cosechas usadas en esos proyectos sino que utilizan medios que de otro modo no se usarían. Hace falta pues diversificar la actividad y aprovechar todas las oportunidades que presenta, tal como lo señalan Munguía (1999), Güemes y Villanueva (2002) y SEDARI (2001^a; 2001^b).

Como ya existe en casi todas las regiones del mundo una relación natural entre el hombre y la abeja, el objeto de cualquier proyecto apícola es de introducir nuevos y mejores métodos. La fuente de las abejas ya existe, el objeto es la mejor utilización de esta fuente que redunde en mejores resultados para la actividad, que permita la implementación de proyectos rurales para el desarrollo regional y por ende mejores condiciones de vida de la población (SAGAR, 1999).

Por otra parte, la apicultura funciona bien en organizaciones cooperativas. Muchas cooperativas tienen proyectos apícolas como parte de sus actividades. En algunas cooperativas, la apicultura es la única actividad. Estas cooperativas proveen los materiales, la ayuda técnica, y los mercados para la miel y la cera. En algunos casos las cooperativas apícolas han tenido gran éxito (Bancomext, Países Bajos, 2002 y Cavazzoni, 2002).

El potencial apícola mexicano no se limita a una sola región, la actividad misma permite ir mas allá de nuestra fronteras, ir en busca de nuevos nichos de mercado. La información presentada en el presente trabajo, refleja la creciente demanda mundial de miel, la excelente aceptación de la miel mexicana en otras latitudes y sobre todo en la Unión Europea.

La búsqueda de nuevos mercados para la miel, sin duda, es una excelente alternativa para aumentar los beneficios para la apicultura mexicana, sin embargo no

debe dejar de atenderse el mercado local pues día a día surgen proyectos encaminados a elevar el consumo de miel en México, lo cual ofrecería un panorama amplio de oportunidades en caso de llevarse a cabo (Güemes y Villanueva, 2002).

La creación de un mercado local estable protege a los productores locales de las fluctuaciones de precios del mercado internacional, y provee un mercado accesible para productores de escala pequeña (Bancomext, Alemania, 2001).

Hoy, la comercialización de la miel natural de abeja representa una oportunidad de desarrollo regional a partir de la explotación de la miel. En la actualidad, México tiene en la apicultura, la explotación de la miel, un camino prometedor para el desarrollo rural con base en la comercialización internacional de la miel (Berrón, 1999), tiene pues en la exportación del producto hacia la Unión Europea, un arma más para enfrentar los embates de la incipiente economía mundial y un inminente potencial para el desarrollo regional que tanto requiere la economía y sociedad locales.

Ante tal perspectiva, es pues tiempo de establecer estrategias concretas encaminadas a fortalecer la industria apícola, a promover las bondades de la miel fuera de casa, de buscar nuevos mercados, de implementar nuevas estrategias que permitan un desarrollo estable y eficaz de la apicultura.

La producción de miel ha sido tradicional en nuestra región y es parte de nuestra historia, historia de la que hoy nos toca ser protagonistas, y que aún no finaliza. . .

CAPÍTULO 6. RECOMENDACIONES

Las oportunidades que se presentan a la miel de origen mexicano en el mercado europeo son amplias. Sin embargo, es necesario recalcar que antes de iniciar un proyecto de exportación a cualquier país de la Unión Europea, el exportador mexicano debe considerar:

- Elaborar un análisis sobre el esquema arancelario y normativo del producto, antes de iniciar cualquier negociación con algún importador.
- Asegurarse de ofrecer los estándares de calidad, usos de empaque, embalaje y precios acordes a las prácticas que rigen en el mercado.
- Antes de iniciar negociaciones con un importador, es necesario asegurarse de que se cuenta con los premisos necesarios para importar la miel ya sea orgánica o convencional, pedir referencias comerciales del mismo si desea evitar correr riesgos innecesarios, la Consejería Comercial respectiva puede apoyar con dicho servicio.
- Es necesario prever una estrategia de negociación, elaborando un documento en inglés considerando 4 puntos básicos:
 1. Condiciones de venta y pago.
 2. Volúmenes mínimos y máximos convenientes para surtir pedidos por embarque y temporada.
 3. Especificaciones de producto y calidad.
 4. Contratación de una empresa de logística y certificación de calidad.
- Para garantizar el entendimiento mutuo (importador-exportador) en cuanto a las especificaciones de producto y calidad, se deben enviar muestras previas del producto, para que estas sean calificadas por el importador.
- Se debe elaborar la propuesta de oferta por escrito y en el idioma inglés, preferentemente debe requerirse el apoyo del Centro Bancomext para hacerlo.
- Utilizar los servicios de una empresa de logística que se haga cargo de la recepción del producto, descarga, reempaque o repaletizado (de ser

necesario), y distribución en cargas parciales o completas a los compradores, donde quiera que estos se encuentren.

- Asegúrese previamente de que el medio de transporte y de manejo del producto es el adecuado: temperatura, tiempos de transportación, embalaje, etiquetado, etc. Hay que considerar que el mal manejo del producto puede causar pérdidas.
- Contrate los servicios de una empresa especializada en la certificación de calidad en el origen (opcional) y a su llegada en el destino (preferentemente) por embarque, con el fin de extender un certificado de calidad al comprador, que lo proteja de posibles reclamos.
- Negocie la firma de contratos de compra-venta y esquemas de pago más seguros como cartas de crédito.
- Contrate seguros que cubran sus exportaciones de riesgos, daños o siniestros durante el transporte, en el manejo de carga, así como de responsabilidad civil, que provoquen la pérdida parcial o total del embarque.
- Para asegurarse de no correr riesgos en la venta a consignación, es necesario mantener posesión del producto aún cuando éste ya haya llegado a puerto de destino, expidiendo el talón de embarque, a nombre de una empresa de logística, de esta manera el exportador mantiene la posesión del producto hasta el momento en que el importador garantice el pago y la recepción del producto en condiciones adecuadas.
- Esta práctica protege al exportador de cualquier reclamo del importador por falta de calidad y le permite tener control sobre la mercancía.
- Es recomendable la presencia del exportador o de un representante autorizado en el puerto antes de la llegada del producto, a fin de llevar a cabo una adecuada promoción y venta de su producto con anticipación a su llegada al puerto.
- El tiempo y esfuerzo invertido por el exportador en el conocimiento del mercado y en el conocimiento de sus clientes siempre redundará en su propio beneficio, por lo que una vez consolidada la cartera de clientes su

presencia requerida será en función a las necesidades de mantenimiento y seguimiento a los clientes.

- Si esta considerando entrar por primera vez al mercado europeo, es recomendable iniciar con pequeños volúmenes, pero de manera constante y eficiente, a fin de poder desarrollar una curva de aprendizaje bajo el menor riesgo posible en lemas corto plazo.

Finalmente, se resumen los problemas más comunes que enfrentan los exportadores mexicanos, los riesgos que conllevan y algunas sugerencias preventivas (Bancomext, 2002) a fin de mejorar la comercialización de la miel:

1. Desconocimiento de las regulaciones y estándares de calidad.

Riesgo	Mecanismo de prevención
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Precios bajos por calidad inferiores a los estándares. ▪ Reclamos por inconsistencia en la calidad (producto no homogéneo). ▪ Detención del producto en el puerto de entrada por incumplimiento de las regulaciones europeas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informarse sobre las regulaciones y estándares europeos. ▪ Especificar por escrito y detalladamente la calidad que ofrece. ▪ Asegurarse de cumplir con lo anterior. ▪ Controlar la calidad del producto a la llegada del puerto.

2. Incongruencia e insuficiencia en la documentación de exportación en su llenado:

Riesgo	Mecanismo de prevención
<p>Detención del producto en el puerto de entrada por insuficiencia de información o documentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar los servicios de empresas especializadas en el manejo de productos alimenticios para el mercado europeo. ▪ Información y asesoría en el llenado de la documentación necesaria, con anticipación.

3. Daños en el producto por prácticas incorrectas de manejo con respecto a :
Temperatura., Humedad y Embalaje:

Riesgo	Mecanismo de prevención
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reclamos del importador por daños en el producto. ▪ Rechazo del embarque y del pago. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar los servicios de empresas especializadas en el manejo de productos alimenticios para el mercado europeo. ▪ Asesorarse con especialistas en la materia para evitar riesgos. ▪ Realizar pruebas de resistencia en los envases y embalajes. ▪ Utilizar sistemas y equipos de control de temperatura, humedad en sus embarques. ▪ Diseño de un sistema de etiquetado e información claro y visible para el manejo y control de la mercancía.

4. Carencia de una estrategia de entrada al mercado:

Riesgo	Mecanismo de prevención
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insuficiencia en los términos de negociación con los importadores. ▪ Errores en la negociación ▪ Mala imagen de la empresa ante los importadores. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consultar a los especialistas sectoriales de Bancomext en la plaza del exportador. ▪ Elaborar un plan de negocios de exportación. ▪ Invertir tiempo en informarse adecuadamente.

5. Pedidos a consignación:

Riesgo	Mecanismo de prevención
Dolo por parte del importador para evitar el pago.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar los servicios de una empresa de logística. ▪ Expedir el talón de embarque a su nombre y/o de una empresa de logística. ▪ Contratar seguros comerciales. ▪ Solicitar referencias sobre el importador, antes de iniciar negociaciones.

6. Inexperiencia en la exportación y desconocimiento del mercado europeo:

Riesgo	Mecanismo de prevención
Todos los anteriores.	Consultar a los especialistas sectoriales de Bancomext en la plaza del exportador.

FUENTES DE INFORMACIÓN:

1. Apimex, 2001. Home page. Revista electrónica. www.apimex.com
2. Apiservices, 2003. Home page. Revista electrónica. www.apiservices.com.
3. Bancomext. Francia: Oportunidades de mercado para la miel de abeja mexicana. Consejería comercial en Francia. Febrero 2003.
4. Bancomext. Miel de abeja en Suiza. 2002. Investigación de mercado producto país. Consejería comercial de México en Alemania.
5. Bancomext. Perfil de mercado para miel natural. Alemania. Consejería comercial de México en Alemania. Julio 2001
6. Bancomext. Perfil del mercado español de miel de abeja. Consejería comercial de México en España. Julio 2001
7. Bancomext. Investigación de mercado para miel natural. Consejería comercial de México en Londres.
8. Bancomext. Perfil de mercado para miel natural. Consejería comercial en los Países Bajos. 2002.
9. Bancomext. Alemania: Información arancelaria y estadística por producto.
10. Berrón., A.F. Situación de la comercialización de la miel mexicana. (1999). En memorias del primer foro de proyectos integrales: Sistema producto miel. CONACYT-SISIERRA. Publicación de la UADY. Mérida Yuc. 73 pags.
11. Braunstein, M.2001^a.- Base de datos. Apiservices Home page. Mercado mundial de la miel. Servicio de Internet.
12. Braunstein, M.2001b.- Reporte desde Argentina. En Revista APITEC. Revista de divulgación. Enero de 2001. Pag. 26.
13. Cavazzoni, L.2002. Exportación de miel en el mundo y mercado mundial de la miel. En: Memorias del XVI Seminario Americano de Apicultura, 8 al 10 de agosto del 2002. Tuxtla Gtz., Chiapas. México.
14. Chacholiades, M.. Economía internacional. Ed. Mc. Graw Hill. 2^a. Ed. México, 1992. Pag. 165.
15. Ferguson, C.E. y Gould J.P. Teoría microeconómica, Ed. FCE, México 1983. Pag.303

16. Güemes, R. F. y Villanueva, G. R. 2002 Características de la apicultura en Quintana Roo y del mercado de sus productos. UQROO-SISIERRA-ECOSUR. Chetumal, Q Roo. México. 33 pgs.
17. Munguía, G.M. 1999. La experiencia de organización de los pequeños productores de miel en América Latina a partir del trabajo conjunto de EDUCE y kabitah en Campeche, PAUAL. En memorias del primer foro de proyectos integrales. Sistema producto miel. SISIERRA-UADY. Mérida Yucatán, México.
18. Persano, L.A. Apicultura práctica. Edit. Hemisferio Sur. 1980. Buenos Aires, Argentina.
19. SAGAR, 1996.- Boletín mensual de información básica del sector agropecuario y forestal, 180pp.
20. SAGARPA. Centro de Estadística Agropecuaria (CEA). Secretaría de Gobierno Federal. Información apícola en México 1990-1999. Cd. De México, mayo de 2001.
21. Sands, D.M. 1984. The mixed subsistence-commercial Production System in the Peasant Economy of Yucatán, México: An Anthropological Study in Commercial Beekeeping. Tesis Doctoral. Faculty of the Graduate School of Cornell University. USA. Agosto de 1984. 551 pags.
22. SEDARI. Subsecretaría de ganadería. Programa apícola en el Estado de Quintana Roo. 2001a.- Información proporcionada por Ing. Héctor Pela Fuentes al Diario de Quintana Roo. Publicado el 23 de enero de 2001. Chetumal, Quintana Roo, México.
23. SEDARI. Subsecretaría de ganadería. Dir. De especies menores. Programa apícola estatal. 2001b.- Información estadística. Chetumal, Quintana Roo.
24. Villanueva, G.R. y Collí, U.W. 1996. La apicultura en la península de Yucatán, México y sus perspectivas. Ensayo. El Colegio de la Frontera Sur. Folia Entomol. Mex. 97.:55-70 (1996).

**Directorio de importadores
en la Unión Europea**

Importadores de miel en España

EMPRESA: PLANTA SUR S.L.
DOMICILIO: POLIGONO INDUSTRIAL SAN CARLOS NAVE 40
04009 ALMERIA
TEL: 0034/ 950 276 129 FAX: 0034/ 950 236 128
CONTACTO: SRTA. RUIZ

EMPRESA: APIBERICA
DOMICILIO: PASEO DEL NINFEONº 1
26540 ALFARO -LA RIOJA-
TEL/FAX. 0034/ 941 180 737 MOVIL (CELULAR) 0034/607 294 978
CONTACTO: D. JESUS DE BARRIO

EMPRESA: SANCHIS MIRA, S.A.
DOMICILIO: POLÍGONO INDUSTRIAL SERGORB s/n
03100 JIJONA, ALICANTE.
TELEFONO: 0034/96 561-04-00
FAX: 0034/96 561-07-83
E-MAIL: ax@sanchis-mira.com
CONTACTO: D. ROBERTO SOLER, DIRECTOR GENERAL

EMPRESA: YNSADIET, S.A.
DOMICILIO: PASEO DE LA ESTACIÓN 1315
28902 GETAFE, MADRID.
TELEFONO: 0034/91 682-42-71
FAX: 0034/91 682-32-99
E-MAIL: ynsadietdietetica@infonegocio.com
CONTACTO: D. MARIO ERREJÓN LÓPEZ

EMPRESA: HNOS. NUÑES CASTAÑO, S.L.
DOMICILIO: POLÍGONO INDUSTRIAL EL TARAJAL 5
51003 CEUTA
TELEFONO: 0034/956 50-40-52
FAX: 0034/956 50-42-81
CONTACTO: FERNANDO JOSÉ NUÑEZ, DIRECTOR COMERCIAL

EMPRESA: MIELES LLOVELL, S.A.
DOMICILIO: AVENIDA RIVERA ALTA Nº 65
ALCANTARA DE JUCAR, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 297-64-94
FAX: 0034/96 297-61-01
CONTACTO: ALFONSO LLOVELL, DIRECTOR.

EMPRESA: COOPERATIVA APICOLA LEVANTINA
DOMICILIO: POLÍGONO INDUSTRIAL Nº 1, CALLE FERREL 3
46600 ALCIRA, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 241-68-38 Y 245-51-71
FAX: 0034/96 241-68-32 Y 240-58-87
CONTACTO: D. JUAN PASTOR, CONSEJERO

EMPRESA: MIEL QUILES, S.L.
DOMICILIO: GUERRILLERO ROMEU 5
43930 QUART DE POBLET, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 154-62-74
FAX: 0034/96 154- 62-74
CONTACTO: D. VICENTE QUILES

EMPRESA: SUYSER ONUBA, S.A.
DOMICILIO: MANUEL SANCHEZ Nº 4
21006 HUELVA
TELEFONO: 0034/259 22-88-61
FAX: 0034/259 22-88-61
CONTACTO: D DIEGO MORA MACIAS, DIRECTOR GERENTE

EMPRESA: CASH CARRY, S.L.
DOMICILIO: LOS NARANJEROS, AUTOPISTA DEL NORTE
38350 TACORONTE TENERIFE
TELEFONO: 0034/922 56-01-50
FAX: 0034/922 57-02-47
CONTACTO: DÑA. SONIA CABRERA GONZALEZ

EMPRESA: JESUS MEGIAS BEGINES
DOMICILIO: AV DE LA RAZA, ALMACEN 3, NAVE 7
41012 SEVILLA
TELEFONO: 0034/95 462-90-11
FAX:0034/95 423-46-83
E- MAIL: info@cielo/azul.com
WEB: <http://www.cielo/azul.com>
CONTACTO: D. JESUS MEGIAS BEGINES, DIRECTOR

EMPRESA: JOSE LUIS PRIMO MENDOZA
DOMICILIO: CORBELLA Nº 71
46240 CARLET, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 253-10-26
FAX: 0034/96 253-11-42
E-MAIL: primomendoza@infonegocio.com
CONTACTO: ADRIAN MARTINEZ, DIRECTOR COMERCIAL

EMPRESA: IMPORTACO, S.A.
DOMICILIO: POL. NORTE BARRANCO s/n
46469 BENIPARREL, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 122-30-00
FAX: 0034/96 121-24-01
E-MAIL: comprasimportaco@nexo.es
WEB: <http://nuffys.com>

EMPRESA: HERNANDO HURTADO, S.A.
DOMICILIO: LOS QUIÑONES s/n
09613 BARBADILLO DE MERCADO, BURGOS
TELEFONO: 0034/947 38-40-28
FAX: 0034/947 38-41-42
CONTACTO: D. JOSÉ MARÍA TORCA ZAMORANO, GERENTE

SOC. COOPERATIVA APICOLA DE ESPAÑA
DOMICILIO: POL. INDUSTRIAL SAN ANTON s/n
46620 AYORA, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 219-11-75
FAX: 0034/96 189-00-75
E-MAIL: anac@ainia.es
WEB: <http://www.socios.ainia.es/anac>
CONTACTO: D. JOSÉ VICENTE JIMENEZ, GERENTE

EMPRESA: APISOL, S.A.
DOMICILIO: BLASCO IBAÑEZ s/n
46193 MONTROY, VALENCIA
TELEFONO: 0034/96 255-52-62
FAX: 0034/96 255-62-32
E-MAIL: apisol@arrakis.es
WEB: <http://www.apisol.net>
CONTACTO: D. FILIBERTO SENCHERMES, DIRECTOR COMERCIAL

Importadores en Francia

COMPAGNIE APICOLE
RUE DE MAISON ROUGE - PB 4803
45308 - PITHIVIERS EN GATINAIS
TE: (33) 02.38.30.03.80
FAX: (33) 02.38.30.28.58
CONTACTO :M. BENZAIRA
floramiel@compagnie-apicole.com

LA RUCHE ROANNAISE
6/8 RUE JEAN MERMOZ
42300 - ROANNE
TE: (33) 04.77.67.17.33
FAX: (33) 04.77.70.18.61
CONTACTO :M.BASACIER
rucheroannaise@asti-net.com

LABO MELVITACOSM
QUARTIER MARQUENOUX
07150 LAGORGE
TE: (33) 04.75.37.78.82
FAX (33) 04.75.37.78.49
CONTACTO :M. LLOPIS
Melvita.serviceclient@wanadoo.fr
www.melvitacosm.com

NATURALIM FRANCE MIEL
BP 5 rue besancon
39330 - MOUCHARD
TE: (33) 03.84.37.80.20
FAX: (33) 03.84.37.88.95
CONTACTO :M. POISSON
naturalim-France-miel@wanadoo.fr

FAUCHON S.A.
26, PLACE DE LA MADELAINE
75008 PARIS
TEL: (33-1) 01.47-42-60-11
FAX: (33-1) 01.47-42-83-75
CONTACTO : M. WILLI LAMBO

ALBERT MENES S.A.
16, BLVD. JEAN JAURES
92113 CLICHY
TE: (33) 01.47.15.53.00
FAX (33) 01.47.37.13.80
CONTACTE : M..MENES
contac@albertmenes.fr

HERARTCHIAN ET FILS
50, BLD. DU CAPITAINE GEZE
13014 MARSEILLE
TEL: (33)04.91-67-45-62
FAX: (33) 04.91-63-68-44
CONTACTO :M HERARTCHIAN
contact@herartchian.fr

DISTRIBORG
217, CHEMIN DU GRAND REVOYET
69230 SAINT GENIS LAVAL CEDEX
TEL: (33) 04.72.67.10.20
FAX: (33) 04.72.67.10.57
CONTACTO : Mme. BANZET
info@distriborg.com

HELIX S.A.
41 AV. RELAND CARRAZ
21300 CHENOVE
TEL: (33) 03.80.52.54.23
FAX: (33) 03.80-52-59-97
CONTACTO: M. ROMANCIA

VILLETTE DISTRIBUTION
22, AV CORENTIN-CARIOU
75019 PARIS
TEL: (33-1) 01.40-34-98-20
FAX: (33-1) 01.40-38-33-55
CONTACTO : M. WILLIAN

PROTINA
12, RUE DE L'ELECTRICITE
67800 BISSCHHEIM
TEL: (33) 03.88-62-30-56
FAX: (33) 03.88-62-64-67
CONTACTO :M.POULAIN
www.protina-lactovit.com

CEPASCO
25, AV. DE COULIN
13420 GEMENOS
TEL: (33) 04.42-32-23-23
FAX: (33) 04.42-32-23-87
CONTACTO :M.CHAVERT
spigol@spigol.com
www.spigol.com

Cadenas de Supermercados y Centrales de abasto en Francia

AUCHAN
B.P.636
59650 VILLENEUVE D'ASCQ
TEL: (33)03.20.67.62.22
FAX: (33)03.20.67.62.22
Director de Compras de Productos de Gran Consumo: Pascal Deval

CARREFOUR FRANCE
1, RUE JEAN MERMOZ
91002 EVRY CEDEX
TEL: (33) 01.58.63.30.00
FAX: (33) 01.60.71.86.57
Resp. Sector Alimenticio: Serge Touchard

AU BON MARCHE
5, RUE DE BABYLONE
75007 PARIS
TEL: (33-1) 01.44.39.80.02
FAX: (33-1) 01.44.39.80.50
Director Productos Alimenticios: Laurent Tregaro
ltregaro@la-grande-epicerie.fr

LECLERC
52, RUE CAMILLE DE MOULIN
92451 ISSY-LES-MOULINAUX
TEL: (33) 46.62.52.00
FAX: (33) 46.62.96.00
CONTACTO :Mme. MABEAU
www.e-leclerc.com

Asociaciones de Importadores en Francia

Unión Nacional de la Apicultura Francesa (UNAF)
26, Rue des Tournelles
75004 Paris
Tel.: 0033 148 87 47 15
Fax.:0033 148 87 76 44
www.unaf.net

Sindicato de Productores de Miel en Francia (SPMF)
49, Avenue Albert Raimond
42 270 Saint Priest en Jarez
Tel.: 0033 477 74 44 90
Fax.:0033 477 92 12 75
www.apiculture.com/spmf/

Sindicato Nacional de la Apicultura (SNA)
5, Rue de Copenhague
75 008 Paris
Tel.: 0033 145 22 48 42
Fax.:0033 142 93 77 85
www.s-n-a.com

Asociación Nacional de Criadores de Reinas y de Centros de Crianza
Apícola(ANERCEA)
149, Rue de Bercy
75 012 Paris
Tel.: 0033 248 69 96 46
Fax.:0033 248 69 96 46
www.apiculture.com/anercea/

Ferias y eventos de prestigio en Francia

- Salón Internacional de la Alimentación (SIAL)
París, Francia, octubre 2004
<http://www.sial.fr>
- World Ethnic & Specialty Food Show
Paris, France 17 y 18 de junio 2003
<http://www.ethnicfoodshow.com>
- Salón Profesional de Productos Bio, Dietéticos y Ecológicos (Nat/expo)
París, Francia 28 – 20 octubre 2003
<http://www.natexpo.com>
- Organex
Paris, Francia 18 – 19 mayo 2003
<http://www.groupemm.com/organex/>
- Feria de la miel
Entrecasteaux, Francia 2da. Semana de septiembre de cada año
<http://www.terroirduvar.com/uk/tourisme/itineraire/pverte.htm>
- *D.A. EXPO - 7º Edición*
Paris, Francia 6 – 11 noviembre 2002
http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=376

Importadores de miel en Reino Unido

Empresa	Comentarios
<p>SAPIMIEL 5 Adisham Drive Maidstone Kent, ME16 ONL Reino Unido Tel: +44 (1622) 764-929 Fax: +44 (1622) 671-349 Contacto: Mr. Albert Sapiano/ Gerente General</p>	<p>Actualmente importa alrededor de 6,000 toneladas de miel proveniente de México. Está interesado en establecer contacto con más empresas mexicanas, especialmente ahora que hay escasez de este producto ya que China ha sido vetado como exportador a la Unión Europea .</p>
<p>COTSWOLD SPECIALITY FOODS LTD Avenue Three Station Lane Witney, OX8 6HZ Reino Unido Tel: +44 (1993) 703-294 Fax: +44 (1993) 744-227 E-mail: laurie@cotswoldhoney.co.uk Contacto: Ms. Laurie Keys/ Gerente General</p>	<p>Esta empresa comienza a importar miel de México, y está interesada en establecer contacto con empresas mexicanas.</p>
<p>FUERST DAY LAWSON HONEY LIMITED Devon House 58-60 St. Katharine's Way London, E1 9LB Reino Unido Tel: +44 (20) 7488-0777 Fax: +44 (20) 7702-0777 E-mail: ftlgroup@ftl.co.uk Contacto: Mr. Stephen Beaty / Gerente General</p>	<p>Comenta que la variedad de miel que importan en mayor cantidad al Reino Unido es la polyflora. Esta empresa abastece aproximadamente el 70% del mercado británico, por lo cual es una empresa líder en el mercado. Están interesados en miel tradicional y miel orgánica.</p>

<p> LANDAUER HONEY LIMITED Top Barn Newton Cambridge, CB2 5PG Reino Unido Tel: +44 (1223) 872-444 Fax: +44 (1223) 872-512 E-mail: landauer_ag@compuserve.com Contacto: Mr. S. Steen / Director </p>	<p> Esta empresa compra miel a través de la empresa Kimpton Brothers Limited, otros pequeños proveedores. La miel que importa es proveniente de Alemania y México. </p>
<p> MARLET NATURAL FOODS 10-14 Meadow Close Ise Valley Industrial Estate Wellingborough Northants, NN8 4BH Reino Unido Tel: +44 (1933) 442-022 Fax: +44 (1933) 440-815 Contacto: Mr. John Wood / Gerente Comercial </p>	<p> Están interesados en ampliar la cartera de empresas que puedan proveerles miel debido a la escasez que hay actualmente en el mercado. </p>
<p> NETRA AGRO (UK) LTD Bishops Court 17A The Broadway Old Hatfield Hertfordshire, AL9 5HZ Reino Unido Tel: +44 (1707) 820-030 Fax: +44 (1707) 820-029 E-mail: robin@svz-uk.com Contacto: Mr. Robin Oliver / Comercializador </p>	<p> Actualmente importan miel proveniente de México, pero están interesados en conocer a más empresas. </p>

Importadores de miel en Alemania

Albert Claussen
Hof Ratzbek
23858 Reinfeld

Adolf Darbo
Dornau 18
A-6135 Stans

Alfred L. Wolff GmbH
Grosse Bäckerstrasse 13
20095 Hamburg

Allos Walter Lang Imkerhor GmbH
Zum Streek 5
49457 Mariendrebber

Bahnsen & Prigge
Postfach 11 37
21275 Hollenstedt

Binder GmbH & Co. KG International
Postfach 1155
71070 Herrenberg

Bodo Meraner GmbH
Lippeltstr. 1
20097 Hamburg

Breitsamer und Ulrich GmbH & Co.KG
Berger-Kreuz-Str. 28
81735 München

DE-VAU-GE Gesundkostwerk GmbH
Lüner Rennbahn 18
21339 Lüneburg

Dreyer Bienenhonig
Auf der Masch 6
29525 Uelzen

El Puente GmbH
Hildesheimer Str. 59
31117 Harsun-Asel

E. Otto Schmidt
Zollhausstr. 30
90469 Nürnberg

Fürsten- Reform
Am Salgenholz 2
38110 Braunschweig

Heinz Gruber
Kohlhökerstr. 4
28203 Bremen

Joh. Gottfr. Schütte & Co. GmbH
Bornstr. 16-17
28195 Bremen

Honigmayr Handelsgesellschaft mbH.
Gewerbepark 1
A-5451 Tennek

Honig Mehler
Hauptstrasse 4a
54552 Neichen

Honig-Reinmuth
Imkerweg 2
74821 Mosbach

Honig-Wernet GmbH
Forstweg 1-3
79183 Waldkirch-Kollnau

Jebsen & Jessen GmbH & Co. KG
Lange Mühren 9
20095 Hamburg

Johann Göken
Post Friesoythe
26169 Thühle

Joh. Gottfried Schütte & Co.
Bornstr. 16-17
28195 Bremen

Karl Dieter Söhlemann
Bienenhonig Trading & Import Agentur
Ahornstr. 6
85521 Ottobrunn

Kessler & Co. Agrarprodukten
Handelsgesellschaft GmbH
Hohe Bleichen 13
20354 Hamburg

Landhaus Jungborn
Ueser Finien 1
Postfach 1340
28832 Achim

Langnese Honig KG
Hammoorer Weg 25
22941 Bargteheide

Lidl Stiftung & Co. KG
Rötelstr. 30
74172 Neckarsulm

Max Nook GmbH
Gutenbergstr. 18-20
Postfach 2248/41553 Kaarst
41564 Karst-Büttgen

Mietens & Co. Spezialitäten Service
Spaldingstr. 130 A
20097 Hamburg

Module Handelsagentur für Lebensmittel und Rohstoffe GmbH
Chrysantherstr. 101
21029 Hamburg

Narimpex AG
Schwanengasse 47
CH-2501 Biel / Bienne

Tuchel & Sohn GmbH
Hermann-Buck-Weg 6

Vicos Nahrungsmittel GmbH
Roydorfer Weg 1-7
21423 Winsen Luhe

Walter Lang Honigimport GmbH
Am Alten Sicherheitshafen 2
28197 Bremen

Wilco Import GmbH
Postfach 1253
25471 Bönningstedt

Wolff & Olsen GmbH &Co.
Postfach 106620
20044 Hamburg

Waren-Verein Der Hamburger Börse
Grosse Bäckerstr. 4
20095 Hamburg

Ferias y exposiciones en Alemania

A. Nombre del Evento: ANUGA - Feria Internacional de Alimentos y Bebidas
Lugar: Colonia, RFA
Frecuencia: bianual (octubre)
Organizador: KölnMesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln, Alemania
Tel.: 49-221-8210, Fax: 8212574
e-mail: info@koelnmesse.de
<http://www.koelnmesse.de>

B. Nombre del Evento: Bio Fach - Feria Internacional de Alimentos y Productos
Lugar: Orgánicos
Nürnberg
Frecuencia: anual (febrero)
Organizador: NürnbergMesse GmbH

Messezentrum
D-90471 Nürnberg, Alemania
Tel.: 49-911-86060, Fax: 49-911-8606228
e-mail: info@biofach.de
<http://www.biofach.de>

Otros eventos en Europa (organizados por APIMONDIA - Comisión Internacional de la Miel)

C. Nombre del Evento: Congreso Apimondia 2003 y
Apiexpo 2003 - Feria Internacional de la Miel
Lugar: Ljubljana, Eslovenia
Organizador: Centro de Congresos Cankarjev Dom
Cultural and Congress Centre
Presernova 10
SI-1000 Ljubljana, Eslovenia
Contacto: Sr. Gorazd Èad
Tel.: 386-1-4767134, Fax: 386-1-2517431
e-mail: gorazd.cad@cd-cc.si
<http://www.apimondia.org>

D. Nombre del Evento: Seminario: 'Prevention of Residues in Honey'
Lugar: Celle, Alemania
Fecha de realización: 10 y 11 de octubre (anual)
Organizadores: Apimondia - Comisión Internacional de la Miel e
Instituto de Apicultura del Estado de Baja Sajonia
Wehlstr. 4, 29221 Celle, Alemania
Fax.: 49-5141-9050344, e-mail: info@bieneninstitut.de
Contacto: Dr. Werner von der Ohe

Datos Apimondia: Apimondia
Corso Vittorio Emanuele 101
00186 Roma, Italia
Tel. y Fax: 39-066852286
e-mail: apimondia@mclink.it
<http://www.apimondia.org>

Importadores de miel en Italia

CAMEO, S.P.A.
Via Ugo La Malfa 60CAP 25015
Desenzano del Garda (BS)
030 -91461 030 -9114388
www.cameo.it

L'APE Via Matteotti, 27 CAP 36021
Barbarano Vicentino (VI)
044-4795311

MONDOVERO S.R.L.
Via del Lavoro, 20CAP 40050
Monterenzio(BO)
051-920832

KI GROUP SPA
Via Marchesi, 9CAP 10093
Collegno (TO)
011-7176700011-715377
www.kigroup.com

ANDREA H. ROIDI S.N.C.
Viale Augusto, 71CAP 80100
Napoli (NA)
081-2394801
www.roidi.com

GALBUSERA DOLCIARIA S.P.A.
Viale Orobie, 9 CAP 23013
Cosio Valtellino (SO) 0342-609111
0342-635069
<http://www.galbusera.itinfo@galbusera.it>

APICOLTURA PIANA S.R.L.
Via G. P. Piana, 1450 CAP 40024
Castel San Pietro Terme (BO)
051- 941205 051-944652

NUOVO CENTRO ERBORISTICO SRL
Via Agrate, 0021
Concorezzo (MI)
039-6061604
039-647454

SER FRUITS

Via Redecesio, 7CAP 20090

Segrate (MI) 02-2139251 02-2139990

APICOLTURE VANGELISTI

Via Roma, 82CAP 52017 Stia (Ar)

0575-5821500575-58664

www.mielevangelisti.itinfo@mielevangelisti.it

GENTILE S.R.L.

trada Statale 100 Km. 35,600

CAP 70023 Gioia del Colle (BA)

080-3441420080-3441428

www.gentilesrl.ittradedgentilesrl@virgilio.it