



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

AUTOR: GUALOTUÑA GUACHAMIN SAMUEL ENRIQUE

**TEMA: ESTUDIO COMERCIAL NACIONAL E
INTERNACIONAL DE MIEL EN PANAL**

**DIRECTOR: ING. OJEDA, JORGE
CODIRECTOR: ING. GUAYASAMÍN, FABIÁN**

**SANGOLQUÍ
2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Jorge Ojeda – Ing. Fabián Guayasamín

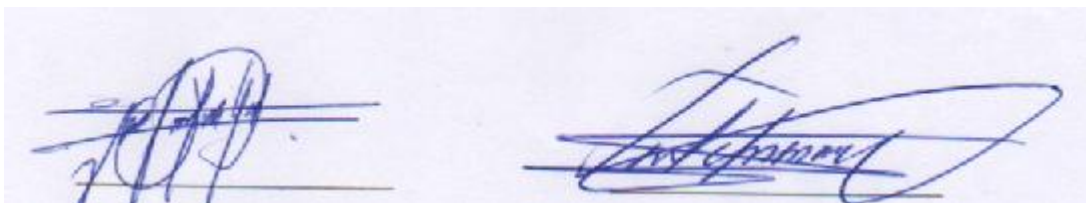
CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado Estudio Comercial Nacional e Internacional de miel en panal, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a la importancia del contenido investigado y a las nuevas líneas de investigación futuras que presenta se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en forma portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a Samuel Enrique Gualotuña Guachamin que lo entregue al Ing. Carlos E. Sierra S, en su calidad de Director de Carrera.

Sangolquí, Mayo 2015



Ing. Jorge Ojeda

Ing. Fabián Guayasamín

DIRECTOR**CODIRECTOR**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA COMERCIAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

SAMUEL ENRIQUE GUALOTUÑA GUACHAMIN

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “ESTUDIO COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL DE MIEL EN PANAL”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se mencionan en la bibliografía. Por lo que consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Mayo 2015

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'Samuel Enrique Gualotuña Guachamin'. Below the signature is a horizontal line.

Samuel Enrique Gualotuña Guachamin

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Samuel Enrique Gualotuña Guachamin

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación en la biblioteca virtual de la institución, el trabajo denominado Estudio Comercial Nacional e Internacional de miel en panal, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Mayo 2015

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'Samuel Enrique Gualotuña Guachamin'. Below the signature is a horizontal line.

Samuel Enrique Gualotuña Guachamin

DEDICATORIA

*A mi Dios por su ayuda incondicional, muchas son las
circunstancias que se atraviesan en la vida
mas en todas ellas su amor
estuvo presente.*

*A mis padres por su apoyo en las decisiones tomadas,
por sus enseñanzas impartidas y su presencia
en las dificultades. Y a mis ñaños
por ser mis cómplices.*

AGRADECIMIENTO

A mí amado Dios por estar presente en cada etapa de mi vida, por tenerme mucha misericordia y permitirme culminar lo emprendido.

A mis queridos Padres Enrique y Zoila, por toda la paciencia que me han brindado y su apoyo en cada una de las decisiones que he tomado, siempre su amor se ha reflejado en los momentos que los he necesitado. A mis hermanas Ruth y Rebeca que siempre me han cuidado y amonestado para no rendirme en los momentos difíciles, y a mi hermano Gabriel por ser participe en los sueños que hemos tenido de hacer música con la banda y los negocios, gracias por ser parte de esta etapa.

A mis amigos de música Marlon y Eduardo que han acompañado con su talento y predisposición, a mis queridos hermanos en la fe Gino y Blanca que me han brindado siempre su confianza y apoyo. A todos mis amigos de la Universidad en especial Dayan, Diego, Daniel, Taty y Ery por compartir su amistad sincera.

A mí estimado profe. Ing. Jorge Ojeda por su conocimiento impartido en las aulas y su colaboración en el diseño y la elaboración del presente trabajo, al Ing. Fabián Guayasamín por su voto de confianza, y a todos los profesores de mi Universidad.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Teorías de Comercio Internacional	1
1.1.1 Mercantilismo.....	1
1.1.2 Teoría de la ventaja absoluta.....	2
1.1.3 Teoría de la ventaja comparativa	3
1.1.4 Teoría de la dotación de factores.....	4
1.1.5 Teoría del ciclo de vida internacional	5
1.1.6 Teoría de economías de escala	8
1.2 Demanda Internacional.....	9
1.2.1 Teoría de la Demanda Reciproca	9
1.3 Acuerdos Comerciales.....	11
1.4 Política comercial	11
1.4.1 Partida arancelaria	13
1.5 Concepto de producto.....	14
1.5.1 La colmena	14
1.5.1.1 La Reina.....	15
1.5.1.2 La Abeja Obrera	16
1.5.1.3 El Zángano.....	16
1.5.2 Productos de la colmena.....	17
1.5.2.1 Miel.....	17
1.5.2.2 Cera.....	18
1.5.2.3 Jalea Real.....	18
1.5.2.4 Polen	19
1.5.2.5 Propóleo.....	19
1.5.2.6 Apitoxina	20
1.5.2.7 Miel en Panal	20
CAPITULO II	24
MARCO METODOLÓGICO	24
2.1 Objeto de Investigación.....	24
2.1.1 Comercio Internacional de miel natural	24

2.1.1.1	Productores a nivel mundial de miel natural	24
2.1.1.2	Compradores a nivel mundial de miel natural.....	25
2.1.2	Ecuador en el mercado de miel natural.	26
2.1.2.1	Destinos actuales de exportación.....	26
2.1.2.2	Barreras arancelarias y acuerdos comerciales	26
2.2	Problema de Investigación	27
2.2.1	Variables de análisis.....	27
2.3	Objetivos de Investigación	28
2.3.1	Objetivo General	28
2.3.1.1	Objetivos Específicos	28
2.4	Tipo de Investigación	28
2.5	Diseño de la Investigación	29
2.5.1	Investigación tipo no experimental	29
2.5.2	Diseño Transeccional	29
2.5.2.1	Diseño Transeccional Descriptivo.....	29
2.5.3	Análisis de datos.....	30
2.5.4	Recolección de Datos	30
2.5.4.1	Datos secundarios	30
2.6	Hipótesis de Investigación.....	30
CAPITULO III.....		32
MARCO EMPÍRICO		32
3.1	Comercio Internacional de miel natural	32
3.1.1	Principales países importadores de miel natural	32
3.1.2	Principales países exportadores de miel natural.....	34
3.1.3	Análisis de principales mercados	35
3.1.3.1	Estados Unidos	35
3.1.3.2	Alemania.....	37
3.1.3.3	Reino Unido.....	38
3.1.4	Importación de miel en panal	40
3.1.5	Principales exportadores de miel en panal a EE.UU.....	43
3.1.6	Análisis comercial operacional Argentina	44
3.1.6.1	Medios de Transporte	44

3.1.6.2	Tipo de Negociación.....	46
3.1.6.3	Precio FOB por Kilogramo miel natural.	47
3.1.6.4	Precio FOB de miel en panal.....	47
3.1.6.5	Países de destino.....	48
3.2	Ecuador en el mercado de miel natural partida 040900	49
3.2.1	Destinos actuales de exportación	49
3.2.1.1	Comercio bilateral entre principales mercados	52
3.2.2	Barreras arancelarias y acuerdos comerciales.....	53
3.2.3	Requerimientos específicos adicionales.....	54
3.2.4	Producción nacional	54
CAPITULO IV		56
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....		56
BIBLIOGRAFÍA.....		59

ÍDICE DE FIGURAS

CAPITULO I.....	1
Figura 1.1. Producción de miel en panal método Ross Rounds.....	22
Figura 1.2. Ambiente propicio para la producción de miel en panal.....	23
CAPITULO II.....	24
Figura 2.1 Lista de países exportadores partida 040900 miel natural.....	25
Figura 2.2 Lista de países importadores partida 040900 miel natural.....	25
Figura 2.3 Aranceles aplicados al Ecuador partida 040900 miel natural.....	27
CAPITULO III.....	32
Figura 3.1. Principales Importadores promedio 2010 – 2014.....	33
Figura 3.2. Crecimiento del comercio internacionaal de miel natural.....	33
Figura 3.3. Principales Exportadores promedio 2010 – 2014	35
Figura 3.4. Principales Exportadores a EE.UU promedio 2010 – 2014.....	36
Figura 3.5. Principales Exportadores hacia Alemania promedio 2009 – 2013.....	38
Figura 3.6. Principales Exportadores a Reino Unido promedio 2010 – 2014.....	39
Figura 3.7. Importación de miel natural por subprtida EE.UU.....	41
Figura 3.8. Importación de miel natural por categorias en Alemania.....	42
Figura 3.9. Importación de miel natural por categorias en Reino Unido.....	43

Figura 3.10. Exportadores subpartida 0409000010 hacia EE.UU en kg.....	44
Figura 3.11. Medio de transporte usado en la exportacion de miel natural.....	45
Figura 3.12. Tipo de Negociación internacional efectuadas.....	46
Figura 3.13. Precio FOB miel natural según medio transporte.....	47
Figura 3.14. Precio FOB miel en panal presentación bandejas de 360 y 450 gr.....	48
Figura 3.15. Principales países de destino miel natural.....	49
Figura 3.16. Exportación de miel natural Ecuador.....	50
Figura 3.17. Importación de alimentos Ecuatorianos por EE.UU.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO I.....	1
Tabla 1. Partida Arancelaria 040900.....	14
CAPITULO II.....	24
Tabla 2. Comercio exterior nomenclatura Nandina – Ecuador.....	26
CAPITULO III.....	32
Tabla 3. Principales Importadores de miel natural 2010 – 2014 miles USD.....	32
Tabla 4. Principales Exportadores de miel natural 2010 – 2014 miles USD.....	34
Tabla 5. 10 Principales Exportadores de miel natural a EE.UU miles USD.....	35
Tabla 6. 10 Principales Exportadores de miel natural a Alemania miles USD.....	37
Tabla 7. 10 Principales Exportadores de miel natural a UK miles USD.....	38
Tabla 8. Importación por subpartidas para la miel en EE.UU miles USD.....	40
Tabla 9. Importación subpartidas para miel de Alemania miles USD.....	41
Tabla 10. Importación por categorías de miel de Reino Unido miles USD.....	42
Tabla 11. Proveedores para subpartida 0409000010 EE.UU en Kilogramos.....	43
Tabla 12. Destinos de exportación del Ecuador para la partida 040900.....	49
Tabla 13. Comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador partida 040900.....	52
Tabla 14. Comercio bilateral entre Alemania y Ecuador partida 040900.....	52
Tabla 15. Comercio bilateral entre Reino Unido y Ecuador partida 040900.....	53
Tabla 16. Tarifa arancelaria de los principales mercados para la partida 040900.....	53

RESUMEN

El estudio presentado realiza un análisis del comercio de miel natural a nivel internacional, con el propósito de identificar posibles mercados para la comercialización de miel en panal que es una variante de la producción de miel natural, la relación existente entre los objetos de investigación se generan a través de la inteligencia comercial debido a la interacción que se produce entre los participantes del comercio internacional como son los exportadores e importadores, esto permite analizar los factores resultantes como precio, cantidades, tipo de negociación, medios de transporte entre otros. Este análisis se lo realizó en dos partes el primero dirigido hacia el comercio internacional y un segundo al comercio nacional lo cual nos da una idea clara de potenciales mercados y un panorama de la oferta actual nacional. De esta manera se conoció que el 53% del total de exportaciones de miel natural en el mundo se concentran hacia cuatro mercados, estos son EE.UU, Alemania, Reino Unido y Japón, siendo Estados Unidos el mayor importador en el mundo con un 24% de participación y el único país que importa miel en panal en un 3% de su importación total. Otro dato importante es que Argentina es el mayor proveedor de miel natural de EE.UU en un total de 27% de lo cual el 82% es transportado por vía marítima. El 92% de las exportaciones de miel natural de Ecuador son hacia EE.UU, donde ostenta un estatus fitosanitario a diferencia de la UE, y actualmente no exporta miel en panal.

PALABRAS CLAVES:

- **MIEL EN PANAL**
- **COMERCIALIZACIÓN**
- **IMPORTACIÓN**
- **EXPORTACIÓN**

ABSTRACT

The study presented an analysis of trade in natural honey internationally, in order to identify potential markets for the commercialization of comb honey which is a variant of the production of natural honey, the relationship between the objects of research are generated through business intelligence due to the interaction that occurs between participants in international trade such as exporters and importers, this allows to analyze the factors arising as price, quantity, type of negotiation, transportation and others. This analysis was conducted in two parts at the first led to international trade and domestic trade one second which gives us a clear picture of potential markets and an overview of the current domestic supply. Thus it was learned that 53% of total exports of natural honey in the world are focused on four markets, these are USA, Germany, UK and Japan, United States being the largest importer in the world with a 24 % stake and the only nation which imports comb honey 3% of total imports. Another important fact is that Argentina is the largest provider of US natural honey in a total of 27% of which 82% is transported by sea. 92% of exports of natural honey from Ecuador are to the US, for having phytosanitary status unlike to the European Union, and currently does not export comb honey

KEYWORDS:

- **COMB HONEY**
- **TRADE**
- **IMPORT**
- **EXPORT**

ESTUDIO COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL DE MIEL EN PANAL

INTRODUCCIÓN

1. Naturaleza y alcance del estudio

La diversificación productiva y seguridad económica contemplada en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, considera que la diversificación productiva actualmente en el país es deficiente debido a la limitada participación de la manufactura junto a una producción sin valor agregado en el producto nacional, lo cual produce vulnerabilidad en la economía y es susceptible a los cambios internacionales.

En estos últimos años la apicultura en el Ecuador ha venido cobrando fuerza tanto en sus sistemas de producción así como en su comercialización , pero esto no es suficiente para garantizar la rentabilidad de la actividad económica dentro del sector apícola por lo que es necesario generar valor agregado y ampliar los horizontes hacia nuevas formas de producir y comercializar la miel de abeja, siendo la tradición presentarla en estado líquido extraída mediante el proceso de centrifugación aplicado directamente en los apiarios o en cuartos de extracción formales, estos procesos generalmente conllevan manipulación en el medio ambiente, haciendo que el arduo trabajo realizado por las incansables abejas se vea mermado en su calidad e inocuidad.

Actualmente el concepto de nutrición ha cambiado, con el pasar del tiempo las personas están fuertemente impactadas por mantenerse saludables por lo que la miel de abeja y los demás productos apícolas pueden encajar fácilmente en esta tendencia de salud. Desde el punto de vista alimenticio, los productos apícolas son valiosos suplementos nutricionales destinados a suplir carencias de la dieta moderna, basada en alimentos refinados e industrializados. El gran contenido de aminoácidos, enzimas, vitaminas, antioxidantes, ácidos orgánicos y minerales, convierte a la colmena en una valiosísima fuente proveedora de salud y vitalidad.

Para satisfacer esta creciente necesidad la naturaleza a través del trabajo en equipo de unos pequeños animalitos como son la abejas nos ofrece la posibilidad de extraer un producto que tomado en su estado original aportara en gran manera a la salud de

muchas personal y generara una fuente alternativa de ingresos para aquellos que participan en el desarrollo de la actividad apícola en el país. **La miel en panal** producida bajo el sistema Ross Round que es uno de varios métodos utilizados, permite obtener una presentación natural la miel que juntamente con la cera hace que sus consumidores se beneficien al 100% de sus características nutritivas.

La miel es un alimento naturalmente saludable, un producto dietético y un medicamento incluso (Jean-Prost, 2007)

El crecimiento de la capacidad productiva mediante la modernización de sus técnicas y encontrando el mercado propicio para los productos fomentara que nuevos emprendedores ecuatorianos eleven su nivel de competitividad mediante la incorporación de técnicas internacionales de producción aplicables en el país.

Identificar las necesidades de posibles consumidores y determinar el mercado adecuado para la introducción del producto puede convertirse en un factor que desaliente a los productores, por lo que el presente estudio quiere dar un panorama claro de los mercados en los que se pueden incursionar para la comercialización de este producto no difundido en el país, pero que por el ecosistema que posee el Ecuador se lo puede producir.

2. Objetivos del Estudio

2.1. Objetivo General

Realizar un estudio comercial nacional e internacional de miel en panal que nos permita determinar potenciales mercados, por medio de la investigación que genere información para su implementación.

2.2. Objetivo Especifico

- Realizar un análisis del concepto del producto que integre sistemas de comercialización y su normativa.
- Establecer una metodología que nos permita diseñar el proceso de investigación para el análisis de las variables que intervienen en el estudio

- Realizar un estudio empírico para el mercado nacional e internacional que nos permita analizar demanda, precios, sistemas de distribución, etc.
- Presentar un reporte que concluya los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación.

3. Alineamiento hacia el método de investigación a usarse

3.1. Método de Investigación

Es la que tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad práctica. (Leiva Zea, 2001)

METODO CUANTITATIVO – CUALITATIVO

3.1.1. Método Cuantitativo

Este tipo de investigación recoge y analiza los datos cuantitativos sobre las variables definidas, de esta manera permite que se estudie la relación que existe entre las variables cuantificadas (Sampieri, 2007).

3.1.2. Método cualitativo

Según Sampieri, con este método la cantidad y la estandarización no deben ser los objetivos, pues lo que se debe buscar es la profundidad y la calidad de la información, método usado en estudio de valores, ritmos, o significados de un grupo social.

Para la presente investigación la metodología se abordara el enfoque cuantitativo que por medio de recolección de datos permitirá probar la hipótesis planteada, y apoyada en la estadística se establecerán patrones.

METODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO

3.1.3. Método Inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de

los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Bernal, 2006)

3.1.4. Método Deductivo

Sigue un proceso sintético – analítico, es decir contrario al anterior; que se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las que se aplican; o se examinan casos particulares sobre base de las afirmaciones generales presentadas. (Leiva Zea, 2001)

3.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se desarrolle permitirá enfocar de una manera adecuada la investigación que se realiza. Por ello un estudio descriptivo, permite obtener información acerca del estado actual de los fenómenos, midiendo y evaluando de manera independiente las diferentes variables que se presenten (Sampieri, 2007).

3.2.1. Investigación Descriptiva

Por medio de la investigación descriptiva se lograra indagar la incidencia y los respectivos valores que manifiesta una o más variables dentro de un grupo, y de esta manera la descripción de los indicadores analizados en un determinado momento, generalmente usado para describir características de consumidores, vendedores o áreas de mercado (Malhotra, Martínez, & Rosales, 2004).

3.3 Formulación de Hipótesis

La Hipótesis se la considera como una solución anticipada del objeto de investigación, por tal razón es necesario que el investigador se oriente a probar dicha suposición (Bernal, 2006).

3.4. Recolección de Datos

Los datos secundarios se los considera como aquellos que han sido obtenidos por algún organismo o individuo no relacionado al investigador, este tipo de datos son económicos y pueden ayudar a responder algunas preguntas de investigación y probar algunas hipótesis el análisis de datos secundarios puede ser muy valioso y es un fundamento para decidir la recolección de datos primarios (Malhotra et al., 2004).

3.5. Estrategia de Investigación

Para el presente estudio se desarrollaran dos estrategias con el fin de conseguir los objetivos planteados.

- Una parte analizara el comercio internacional de miel natural y miel en panal con la finalidad de poder determinar los principales mercados y de ellos se realizara un análisis operacional de un país seleccionado.
- Como segunda parte se llevara el análisis nacional para determinar su actual oferta exportable en función de la miel natural y sus variantes.

El análisis se llevara a cabo en relación a cantidades y valores exportados a los diferentes países del mercado mundial.

4. Principales Resultados de la Investigación

Los principales mercados internacionales para la miel natural corresponden a países desarrollados como lo es EE.UU, Alemania, Reino Unido y Japón. Estos mercados mantienen un crecimiento promedio de 9% anual en sus importaciones totales de miel natural. Estados Unidos es el mayor importador miel en panal bajo la subpartida 0409000010.

La miel en natural es transportada a través del medio fluvial, esto se debería a que la miel no es un producto perecible en el corto plazo. La comercialización de la miel en panal se lo realiza en bandejas plásticas con pesos de 360 gr y 450 gr, a un precio promedio de 8,35.

Las principales exportaciones de miel natural realizadas por el Ecuador son hacia EE.UU con un total del 92%, actualmente no exporta la miel en panal. La producción total estimada se encuentra entre las 494 toneladas métricas. Las exportaciones hacia la UE no pueden efectuarse por no contar con un estatus fitosanitario.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías de Comercio Internacional

El comercio internacional debe ser diferenciado del comercio exterior, pues al referirnos al primero hacemos mención al intercambio que se dan entre todos los países del mundo. Mientras que el comercio exterior son los intercambios que hace un país con el resto de países del mundo (Román, 2005).

Por medio del comercio Internacional se generan relaciones entre los países, los cuales deben decidir sobre qué, cuanto, y con quien mantendrán relaciones comerciales de exportación e importación. Para ello unos países dictan políticas, y estas a su vez serán las que determinen que productos serán importados compitiendo con los servicios y bienes domésticos, de igual manera se determina cuáles son los productos con mayor eficiencia para su exportación. En este sentido un país será guiado en función de objetivos comerciales, mientras que otros países permiten que las fuerzas de mercado determinar las relaciones comerciales. En ambos casos podemos concluir que se basan en teorías comerciales para el desarrollo de políticas las cuales influyen en las relaciones comerciales y por ende en los negocios (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004).

1.1.1 Mercantilismo

El mercantilismo sostiene que mediante funciones regulatorias dictadas por un gobierno harán que sus mercados se vean protegidos y aislados del mercado internacional, ya que de esta manera asegura que las importaciones sean minoritarias y controladas con el objetivo de salvaguardar sus intereses, es decir mantener una balanza comercial positiva. Para ello se aplicaba el proteccionismo de la industria nacional a través de subsidios, y elevados aranceles aduaneros a las importaciones (Cantos & Encinas, 1998).

Del término mercantilismo se han mantenido conceptos como son el saldo comercial favorable que implica beneficio, saldo comercial desfavorable indicando

déficit. En ambos casos no implica que una nación esté aventajada o en desventaja por el hecho de operar en superávit o en déficit, operar con superávit implica que se está importando bienes y servicios de menor valor de los que se exporta, por lo que en el periodo mercantilista se procedía a compensar mediante la transferencia de oro. También se habla del neo mercantilismo que se enfoca en mantener saldos favorables para conseguir objetivos sociales y políticos, para ello determinan políticas económicas que hagan a las empresas producir por arriba de la demanda nacional para el excedente ser vendido al exterior (Daniels et al., 2004).

Según Daniels, la filosofía mercantilista se fue debilitando luego del siglo XVIII, por lo que manejar un país en función de la teoría mercantilista es mantenerse aislado y rodeado por barreras comerciales que regulan las importaciones, conservando una mentalidad de autosuficiencia en busca de protección de características propias de una nación como su cultura, por ello se considera a Japón como una fortaleza del mercantilismo debido a su pensamiento tradicional nosotros contra ellos.

1.1.2 Teoría de la ventaja absoluta

Esta teoría basada en la especialización de los productos determinada por las fuerzas de mercado, asevera que estas deben ser las que dirijan, controlen el volumen y la composición del comercio Internacional según Adam Smith. En este concepto los controles gubernamentales quedan exentos contradiciendo en este sentido la teoría mercantilista que suponía el control por parte del gobierno en busca de su fortalecimiento y control. De esta manera nace la libre competencia y es aquí donde cada nación debe determinar la eficiencia en la producción de ciertos productos que le ofrezcan ventaja absoluta y especializarse en ellos, al hablar de eficiente se considera que por una unidad de input (hora de trabajo, tierras,...), puede producir una cantidad mayor de producto terminado output. Con ello se tendrán productos para la exportación y con las divisas conseguidas se paga las importaciones en las cuales tenga que incurrir la nación, estas importaciones las realizara de los países en los que el producto adquirido sea producido con mayor eficiencia, de esta manera según Smith y su ejemplo de ventaja absoluta se obtienen beneficios mutuos de la relación comercial practicada (Cantos & Encinas, 1998).

Si nos basamos en la perspectiva dada por Smith se consideraría que Latinoamérica está inmersa en una tendencia apegada a la especialización en bienes no industrializados, que fomentan una economía primaria de exportación de materia prima sin valor agregado. Pero las grandes economías de países industrializados gozaron de un fuerte proteccionismo estatal en el transcurso de su desarrollo, de esta manera se generó una desventaja para la región ya los más fuertes y productivos se quedan con el mercado. El proteccionismo no solo afecta a las decisiones de consumo sino también a la de los competidores, ya que en lo segundo no todos se encuentran en las mismas condiciones. Es por tal razón que los modelos están sujetos a supuestos debiendo hacer un análisis minucioso dentro de una concepción real y aplicable (G. López, 2013).

1.1.3 Teoría de la ventaja comparativa

Para la nación que posea una ventaja absoluta en dos productos, el comercio puede ser ventajoso entre ambas naciones siempre y cuando la nación menos eficiente en la producción no lo sea en ambos productos (Cantos & Encinas, 1998).

Por lo tanto, esta ventaja refleja en cual actividad o industria está especializada una economía, por ello la especialización es un factor clave que provee el desarrollo en una nación y le da la apertura hacia los mercados en busca de ganancias generadas del libre comercio. Por lo tanto las empresas deben generar costos inferiores, obtener productos diferenciados a mejores precios, mayor calidad, producción eficiente, para llegar a obtener esta ventaja en relación a otras que se desenvuelvan dentro de su sector (Bonifaz, 2012).

Por ejemplo, si Ecuador es un país exportador de Cacao con un aporte del 5% a la producción mundial, por supuesto que este porcentaje es inferior con el resto de países exportadores. Sin embargo las condiciones geográficas y la inmensa riqueza en recursos naturales Ecuador se lo considerar como un productor por excelencia de Cacao Fino y de aroma en un 63% de la producción mundial, siendo reconocido en el ámbito internacional por siglos. De esta se deriva la ventaja comparativa a la que hacemos mención (Anecacao, 2013).

1.1.4 Teoría de la dotación de factores

La teoría de Heckscher – Ohlin asevera que las diferencias que se presentan a nivel internacional en cuanto a costos de producción se encuentran en la posesión de los factores de producción. Por tal motivo aquellos bienes que necesitan una gran cantidad de factor abundante, tendrá bajos costos en la producción y por ende renta más barata en los mercados internacionales. Así indirectamente los factores en fuente abundante serán exportados y los factores escasos se importaran. Esta teoría se ve reflejada con el caso de China cuyo factor abundante es la mano de obra se ve reflejada en el bajo costo que puede resultar de utilizar esta dotación en la fabricación de bienes que incurran en la utilización de este factor de producción, si incluimos a Holanda en este análisis debemos considerar su relativamente superioridad en capital que mano de obra, por lo que le es favorable especializarse en productos intensivos en capital. Cuando estas naciones comercien, cada una obtendrá los bienes que mayor cantidad de factores de producción de mando y el cual menos poseían, dando como resultado el beneficio mutuo (Cantos & Encinas, 1998).

FACTOR ABUNDANTE FACTOR BARATO ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCTOS QUE NECESITAN ESE FACTOR.

Para Cantos, la teoría de Ohlin considera que la tecnología era accesible universalmente, pero esto basándonos a la realidad no es cierto. Una tecnología superior permitirá a una nación producir bienes a costos inferiores que el país cuya dotación de un factor sea mayor. Los costos de transporte pueden ser ignorados y se pueden observar en los métodos de construcción de ciertos países no tan desarrollados en donde un trabajo puede ser realizado por hombres con picos y palas como por un operario con su excavadora ya que hay bienes cuyo coste de transporte puede ser tan elevados que el mismo coste de exportación que los costos locales, disminuyendo en gran medida el intercambio.

Una economía puede exhibir una fuerte asimetría cuantitativa y cualitativa en sus dotaciones de recursos tanto en cantidad absoluta disponible como en su variedad interna, puede existir el caso en las que países con multiplicidad de zonas geográficas, con dotaciones particulares de recursos que exhiben relativa inmovilidad

por ejemplo Brasil y Argentina, en estas zonas se puede dar procesos de especialización en función de la abundancia relativa de los factores disponibles. Las economías de mayor dimensión son espacios geográficos heterogéneos cuya escala facilita el desencadenamiento de procesos de aprendizaje y desarrollo dinámico de procesos internos pero con menor participación del comercio internacional. De allí una de las dificultades para operar en mercados extendidos de bienes que se producen en países de menor dimensión, con dotaciones factoriales similares a las de zonas comprendidas en sus territorios. En contraposición con las economías de menor dimensión como Uruguay, cuyos espacios geográficos son más reducidos y de mayor homogeneidad factorial, con menos áreas diferenciadas en su territorio y cuando la dotación factorial es similar compitiendo con las zonas de los países más grandes antes mencionados. Esto genera obstáculos en el aprovechamiento de complementariedad entre los países y debilita los flujos de comercio especialmente en el Mercosur. Otro punto de asimetría surge en un caso hipotético de especialización completa de la economía de menor dimensión, ejemplo producción de algún bien primario, como consecuencia se dará la imposibilidad de cubrir la demanda del país de mayor escala simplemente por el hecho a la restricción que impone la disponibilidad absoluta de los recursos necesarios (Mercosur, 2011).

Por lo tanto, la nueva teoría del comercio internacional fomenta la consideración de mecanismos que se transmitan entre la exportación y la mejora de la producción total de los factores, los cuales deben incluir a los componentes tanto tecnológicos, de eficiencia y por qué no los medioambientales. De igual manera debe existir la especialización y factores específicos incluso los medioambientales en una empresa, los cuales pueden ser medidos a través de la productividad ya que afectan directamente en el rendimiento exportador de una empresa (Gómez & Durán, 2011).

1.1.5 Teoría del ciclo de vida internacional

Esta teoría se relaciona con el ciclo de vida de un producto, fue desarrollada en la década de los sesenta por Vernon, gira entorno a la innovación del comercio con el propósito de introducir un nuevo producto en cualquier nación industrializada, y es por ello que la ubicación en la producción de cierto tipo de productos varía en

función de su ciclo de vida. Los pasos para una empresa se daría de la siguiente manera considerando a una empresa en la U.E (Cantos & Encinas, 1998).

Primera etapa (Introducción): Por lo general un país desarrollado se ve obligado a desarrollar nuevos productos debido a la demanda que produce su sociedad y el alto grado de adquisición que existen en estos países, es por ello que EE.UU desarrolla productos para EE.UU y Francia para Francia es decir lo hace para su mercado doméstico y para el inmediato, generalmente los países industrializados son los que desarrollan la tecnología y los métodos de producción, debido a factores que les son muy favorables como lo son, la competencia, demanda de los consumidores, disponibilidad de científicos e ingenieros. Por teoría sabemos que la empresa que crea un producto puede fabricarlo en cualquier parte del mundo pero en su etapa de introducción lo llevar a cabo en su ámbito doméstico con el fin de obtener rápidamente un feedback de los clientes ya que sus procesos y métodos de producción están cambiando. De esta manera y durante un cierto tiempo los productos de este fabricante serán los únicos por lo que se producirá la exportación de una parte de la producción al mercado extranjero de países industrializados por la capacidad que tienen sus clientes en adquirir productos de reciente desarrollo (Daniels et al., 2004).

Segunda etapa (Crecimiento): Para Daniels la mano de obra suele ser mayor en la primera etapa como el producto está variando de acuerdo a la retroalimentación lo que prosigue es buscar desarrollar al completo la tecnología del producto con el fin de automatizar mediante el desarrollo de la maquinaria necesaria, ya que la mano de obra en los países industrializados suele ser elevada y como los consumidores no están dispuestos a esperar reducción de precios de cierta manera los costos se los asigna a los consumidores en la primera etapa, pero cuando las ventas aumentan y los competidores ingresan y la demanda en el exterior se incrementa en especial en los países con mayor poder adquisitivo, esto genera la posibilidad de producir en los mercados externos, reduciendo de esta manera los costos de producción y transporte. Digamos que EE.UU es el país de innovación y el Japón donde se desarrollara la manufactura adicional, lo producido en el Japón se venderá principalmente en Japón debido a que existe una demanda creciente en este mercado, los productores deberán

hacer los cambios específicos y necesarios al producto para que se adapte a los consumidores Japoneses y porque los costes japoneses son aun altos para empezar una producción.

Tercera etapa (Maduración): Daniels asevera que los mercados extranjeros empiezan a ganar la experiencia en marketing y la producción los costes se reducen, obteniendo modelos del producto estandarizados se convertirá entones en una arma competitiva importante ya que se genera la posibilidad de que las fabricas extranjeras reduzcan costos en la producción e unidad dando lugar a la generación de demanda en los mercados emergentes. Con esto el país que desarrollo la innovación pierde el poder de producción y se presenta el momento de pensar en producir en los países en vías de desarrollo donde existe la mano no capacitada y barata los cuales son eficientes para los procesos estandarizados. De esta manera la exportación disminuye desde el país de origen por el desplazamiento efectuado por la producción extranjera.

Cuarta etapa (Declinación): Aquí Daniels considera que los mercados de los países industrializados tienden a declinar con mayor rapidez que los en vías de desarrollo, pues los clientes con mayor capacidad de adquisición demandan productos más nuevos. Entonces la producción se llevara a cabo en los países en vías de desarrollo los cuales exportaran a mercados en declinación o a pequeños nichos de los mercados industrializados, terminado el país innovador en convertirse en importador.

Existen muchos tipos de productos que no son susceptibles al cambio de ubicación en su producción manteniendo de esta forma todo el ciclo del producto el país innovador, estas excepciones se dan por la innovación rápida de un tipo de producto que hace imposible cambiar de ubicación para reducir costos, los productos tecnológicos son un ejemplo real debido a su rápida obsolescencia. También se da el caso en los productos muy lujosos donde el precio no es importante para el consumidor, otro caso son aquellos productos donde la empresa mantiene una estrategia de diferenciación para conservar la demanda sin tener que caer en competir por precio y finalmente los productos cuya producción requiera de mano de obra

técnica especializada para evolucionar a la siguiente generación dominado por los estadounidenses y alemanes.

1.1.6 Teoría de economías de escala

Una de las implicaciones directas que se puede apreciar en las economías de escala es que mediante el rendimiento creciente que una empresa puede obtener se producirá una concentración en la producción en unas cuantas empresas grandes formándose un oligopolio de oferta, siendo perjudicial para las pequeñas empresas ya que tendrán una tendencia a desaparecer. Los casos más relevantes en cuanto a la repercusión en el comercio internacional son las economías externas y la competencia monopolística. Las economías externas se dan cuando la empresa pertenece a un cierto sector y este sector introduce nuevos avances a la productividad de la empresa, aquí el factor causante es uno de características exógenas a la compañía. Los parques tecnológicos de los países desarrollados son ejemplos de la vital importancia que tiene el sector y los servicios complementarios que recibe una empresa para su desarrollo. En cuanto a la economía monopolística nace cuando la competencia perfecta deja de existir debido a la capacidad que posee una empresa de cierta magnitud para intervenir en el precio de equilibrio de un producto y en que los consumidores lo consideran ligeramente diferente al resto de sus competidores, de esta manera cada empresa mantiene políticas de precio que vayan acordes a los que impone el monopolista (Cantos & Encinas, 1998).

Las economías de escala nos dan una visión a largo plazo, ya que mediante la reducción de costos en los sistemas de producción unitaria, son generados por un mayor nivel en la capacidad de la empresa gracias debido a su expansión y desenvolvimiento en un entorno competitivo. El tamaño del mercado en la que una empresa esté presente es una garantía de supervivencia y de beneficios, la economía de escala ha llevado a países como EE.UU y Japón a gozar de gran bienestar entre sus pobladores, en conclusión las empresas que tienen como clientes potenciales a las personas de todo el mundo poseen un mercado de gran tamaño y adjunto a un diagnóstico previsible de crecimiento de los mercados con análisis de posibilidad

futuras de implementación de alguna técnica determinada gozaran de mayores beneficios entre sus participantes (Tenllado, 2010).

1.2 Demanda Internacional

J.S. Mill formula la ecuación de la demanda internacional y la teoría de la demanda recíproca, que en cierta forma hace unas correcciones en algunos aspectos de la teoría de Ricardo. Su estudio analiza cómo deben ser repartidos los beneficios entre dos naciones, para este desarrollo uso como base a la oferta – demanda, aclarando que la distribución de las ganancias del comercio está en función de los precios relativos de sus bienes producidos. De esta forma logro incluir los costos comparativos como un caso particular de la demanda recíproca, en cuyo interior está inmersa la ecuación de la demanda internacional. Por lo tanto la ecuación de la demanda internacional asegura que se logra alcanzar el equilibrio en los mercados internacionales debido al hecho de que existe competencia entre vendedores y compradores es decir oferta y demanda, coincidiendo el precio total de bienes que el país importador recibe con el total de bienes que el país exportador envía (Steinberg, 2004).

1.2.1 Teoría de la Demanda Reciproca

La demanda reciproca se la define así: “Dentro de los limites determinados por los costos comparativos, la relación real de intercambio estará determinada por la fuerza y la elasticidad de la demanda de cada país por los productos del otro” (Gaytán, 1998, p. 90).

Por consiguientes, según Gaytán es mucho mejor para un país cuanto más fuerte y elástica sea la demanda que se presenta en el exterior por los productos que desarrolle y cuanto menos elástica e intensa sea su propia demanda por los productos que se importan. Conseguir un equilibrio entre las exportaciones y las importaciones es un factor que se lo consigue a largo plazo debido a las variaciones de la relación de cambio que actúan ajustando los desniveles que se presentan entre la exportación e importación. La demanda reciproca es la fuerza que determina las relaciones de cambio, esta relación no se la puede determinar con anticipación ya que solo se

puede enunciar el principio al cual se rige. Mil parte de dos postulados básicos la primera consiste en que los beneficios obtenidos del comercio internacional se originan en la especialización de cada país y la segunda es que el beneficio bruto se debe a las diferencias existentes en los costos comparativos, entonces la demanda reciproca consiste en el reparto de la ganancia global, en si sería el principio y la relación de cambio el efecto.

$$P_a \times Q_a = P_b \times Q_b : \frac{Q_a}{Q_b} = \frac{P_b}{P_a}$$

P = precio

Q = cantidad

a y b = mercancías

De aquí se desprenden las ecuaciones: a) Q que se ofrece de a / Q que se ofrece de b = al precio de d en términos de b. Igualmente: b) Q que se ofrece de b / Q que se ofrece de a = al precio de a en términos de b. Por tal motivo al existir una variación en la demanda en cualquiera de los países se afecta la relación de cambio. Por ejemplo partiendo de una relación de equilibrio de 25 de trigo por 10 de cacao al disminuir la demanda de cacao, el país A debe ofrece alguna mejor relación en el cambio para incentivar la demanda del país B por el trigo. Entrará entonces la acción de la elasticidad de la demanda hasta producir de nuevo un equilibrio. Por tal motivo cuando un país aumenta su demanda en importación la relación de cambio se verá afectado tanto por la demanda por importación así como por la elasticidad de la oferta exterior.

Según Steinberg, el aporte más significativo hecho por Mill sobre los valores internacionales es la preposición de que el *comercio es beneficioso* por lo tanto incondicional, entonces no es necesario que un país sea competitivo para beneficiarse del comercio internacional, siendo los impuestos, los aranceles y otras medidas proteccionistas desfavorables para las naciones. Si la moralidad internacional fuese entendida correctamente los impuestos vendrían a ser innecesarios derrumbando las limitaciones al libre comercio internacional y por ende a la riqueza universal.

1.3 Acuerdos Comerciales

Partiendo de las teorías analizadas debemos destacar que el comercio internacional promueve e impulsa la expansión de las economías en desarrollo, con el propósito de disminuir la pobreza y desigualdad de sus habitantes mediante el aumento de su producto interno bruto. Por ello se busca reglas de intercambio de bienes y servicios con socios comerciales que le den la posibilidad de conseguir mayores beneficios permanentes. Esto hace que una nación en desarrollo mantenga un crecimiento exportador y por ende un alza en la demanda y producción, participando de esta manera intensamente en el comercio internacional. Los acuerdos comerciales son un instrumento entre varios, sin embargo los acuerdos no solo aseguran la apertura del propio mercado sino también de su contraparte, generando una base jurídica en las relaciones comerciales entre países (Ocampo, 2010).

Para Ocampo, los acuerdos comerciales deben responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los beneficios y costos de implementar un acuerdo, sobre los diferentes sectores de la economía?, ¿Cómo se aprovecha el acuerdo?, y ¿En qué medida el gobierno realiza las funciones al que el acuerdo le obliga? La aplicación de cada uno de los acuerdos debe coincidir con las políticas tanto comerciales, macroeconómicas y con el entorno general del país.

El Ecuador en materia comercial ha suscrito varios acuerdos entre los cuales podemos citar algunos de ellos con sus socios estratégicos:

1.4 Política comercial

La política comercial son las todas aquellas medidas y disposiciones adoptadas por los países para facilitar o dificultar el ingreso de bienes y servicios provenientes del exterior, y promover o no incentivar la exportación. Una política comercial abarca las medidas económicas y sectoriales, para evitar efectos negativos en la economía nacional. Uno de los sectores más sensibles es el agrícola poniendo de manifiesto la necesidad de dictar medidas a través de políticas comerciales y va todavía más allá del simple comercio de bienes ya que se incorpora temas nuevos

como el movimiento de capitales, inversiones, derechos de propiedad intelectual y por supuesto aspectos medioambientales (Mgap & Iica, 2005).

De acuerdo con el Mgap, en las agendas de acción se deben tener en cuenta algunos factores dentro del sector agrícola y agroindustrial. Entre ellos el acceso a mercados, aquí se debe fijar posiciones y medir las oportunidades con relación a desgravación arancelaria, normas de origen y técnicas, medidas sanitarias y fitosanitarias, normas aduaneras y tramites comerciales. Otro aspecto a considerar son las salvaguardias como medida de protección para la economía y el sector. También se considera las normas de competencia y prácticas de comercio desleal entre estas los subsidios, el dumping y las correspondientes medidas compensatorias. Y finalmente cuáles serán los mecanismos de solución de controversias comerciales. Por lo tanto observamos que dentro de los objetivos de una política comercial se considera la reducción de costos domésticos en la producción, modernizar el aparato productivo y diversificar los mercados de destino para productos de exportación.

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI, cuyo principal propósito es regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, consumo, comercio, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del buen vivir. A través de este código busca transformar la matriz productiva impulsándola por medio del conocimiento e innovación para generar mayor valor agregado, también democratiza el acceso de los factores de producción con énfasis al micro, pequeña y mediana empresa, para finalmente poder generar empleo y desarrollo equilibrado y sostenible con el debido cuidado a la naturaleza.

Según el suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010, el COPCI creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX), un organismo encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, este es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.

El Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX) y define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades:

- Ministerio de Comercio Exterior, quien lo preside;
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Entre los instrumentos utilizados para la política comercial podemos citar los aranceles, medidas de salvaguarda, normas comerciales, licencias de importación, prohibiciones etc.

Analizando un instrumento por ejemplo los aranceles consideramos que son impuestos o gravámenes que se aplican a las mercancías que se importan o exportan. Por lo general son derechos de aduana que se aplican frecuentemente a las importaciones, con el objetivo de elevar el precio de la mercancía extranjera. De esta manera los productos producidos en el país tienen ventaja en los precios salvaguardando su producción (Román, 2005).

Para Román la salvaguarda es un instrumento de carácter transitorio usado para evitar grandes efectos en la economía producida por la importación de ciertos productos.

1.4.1 Partida arancelaria

La partida arancelaria es un elemento del Sistema Armonizado (SA) el cual es una estructura legal y lógica compuesta de partidas y subpartidas, que junto a reglas interpretativas, notas de sección y capítulo permiten una clasificación armónica de las mercancías. Por lo tanto una partida comprende los epígrafes de la nomenclatura en los que se agrupan a una mercancía determinada o a su vez un conjunto de mercancías semejantes. Tienen una numeración correlativa a través de un código de

cuatro dígitos, los dos primeros corresponden al capítulo y los dos siguientes el lugar que la partida ocupa en el capítulo (M. I. G. López, 2009).

Tabla 1

Partida Arancelaria 040900

Sección I	ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL
Capítulo 04	REINO ANIMAL
	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

La partida 04.09.00 corresponde a la miel de abeja natural ya se está centrifugada, en panal o en trozos de panal. Sin adición de algún de azúcar u otros materiales. Las mieles pueden designarse según el tipo de floración, origen e incluso el sabor.

1.5 Concepto de producto

1.5.1 La colmena

Metafóricamente hablando, la colmena es una de las empresas más eficientes del mundo ya que en su interior existe una organización y distribución de funciones muy específicas dadas entre las diferentes razas de abejas que subsisten en ella, como resultado del trabajo en equipo que realizan estos insectos se pueden identificar los siguientes productos, la miel, el polen, la jalea real, cera, el propóleo y la apitoxina, cada uno de estos productos son obtenidos como un excedente en la recolección, como el resultado de mitigar una característica geográfica o para la supervivencia de la misma, son varios los motivos por los cuales generan estos productos y que

mediante la buena práctica de explotación podemos beneficiarnos de sus diversas características nutricionales y terapéuticas (Jean-Prost, 2007).

Para poder describir la organización que mantiene una colmena debemos diferenciar sus funciones para ello realizaremos una breve descripción de las actividades y la importancia de cada una de las razas de abejas que se encargan de manejar esta micro sociedad.

1.5.1.1 La Reina

En una empresa debe existir alguien que dirija y cuya función sea la de garantizar supervivencia y la organización de la misma, pues en este caso la Abeja Reina es la encargada de cumplir con este propósito, para ello cumple la principal función que es la de madre en la colmena, poniendo huevos en una cantidad promedio de 1000 huevos diarios lo que permite a la colmena poseer la cantidad necesaria de abejas para los trabajos de recolección de la materia prima del campo para la elaboración de sus productos. A mayor población mayor va ser la capacidad de producción que tenga este equipo, la reina tiene la capacidad de determinar la raza de abeja que desea para su equipo ya que tan solo por pasar por el oviducto de su sistema reproductor puede hacer que este huevo sea fecundado pudiendo de ella nacer una abeja obrera u otra abeja reina, y si no hace que el huevo pase por el oviducto será un huevo no fecundado dando como resultado a la tercera raza en la colmena como son los zánganos (Jean-Prost, 2007).

Según Prost, es por ello que una reina tiene un papel fundamental tanto en la consecución de la colmena así como su capacidad para la producción, ya que en ella recae la responsabilidad de resistencia a las enfermedades, su capacidad a la invernada, pillaje, enjambrazón entre otros factores que hacen única a cada colmena. Siendo su función tan preponderante se debe realizar un manejo genético minucioso en función del propósito que se desee alcanzar. Existen varios tipos de razas en las abejas de entre ellas las más importantes desde el punto de vista comercial se puede citar a la raza Italiana, la Carniola y Caucásica

Son muchas las características que cada raza posee es por ello y en base a las características geográficas de cada país y para el propósito que se haya determinado, se hará la selección de una raza o su cruce. Con ello lo que se debe buscar es el mejoramiento genético a una abeja de altas características productivas, resistencia y docilidad evitando molestias en el sistema de producción.

1.5.1.2 La Abeja Obrera

Como resultado de la postura de huevos fecundados por parte de la Reina nacen las abejas obreras las cuales tienen como función dentro de la colmena el realizar trabajos diversos dependiendo de su ciclo de vida, partiéremos describiéndola desde que nace, en esta etapa cumple la función de nodriza es decir se encarga de alimentar a las larvas de futuras abejas ya que en esta edad que comprende de 1 a 12 días tiene la capacidad de producir jalea real, sustancia indispensable en la alimentación de las larvas. En la siguiente etapa de vida realiza actividades de limpieza de la colmena y en varias ocasiones esta apoya en la defensa de la colmena haciendo la función de guardián, evitando el ingreso de animales extraños y defendiéndola de otros intrusos, posteriormente sale al campo y es allí donde termina su ciclo de vida ya que se encargara del pecoreo, que es la búsqueda de la materia prima para la elaboración de los diferentes productos hechos en la colmena, principalmente el néctar de las flores para la elaboración de miel, desgastándose muy rápidamente en esta etapa por lo que sus días de vida no sobrepasan los 25 días luego de haber nacido, especialmente en la época de producción de miel (Rodríguez, 2007).

1.5.1.3 El Zángano

Es la tercera raza dentro de la colmena, nace como resultado de la no fecundación de los huevos puestos por la reina, pero no por ello dejan de ser importantes en las actividades de este organizado equipo, y su función principal es la de fecundar a la Reina en su época de fecundación comprendida entre los 4 – 6 días luego de nacida, para ello se reúnen en grupos y vuelan en busca de alguna reina virgen a quien fecundar, y de ellos dependerá en gran medida las características productivas de la siguiente generación de abejas. Debido a esto en una explotación extensiva se considera la fecundación artificial de las reinas para poder controlar las

características deseadas por los apicultores en sus apiarios, en épocas de invierno característicos de la sierra ecuatoriana los zánganos son sacados de la colmena porque solo se alimentan y no producen miel, y en esta época crítica lo que más les hace falta es el alimento por ello la reina restringe la postura de los huevos destinados al nacimiento de zánganos y mantienen los necesarios para cumplir otra función también primordial de estos que es la de mantener el calor en la colmena en épocas de bajas temperaturas (Rodríguez, 2007).

1.5.2 Productos de la colmena

1.5.2.1 Miel

La miel es un producto elaborado por las abejas a base del néctar de flores mediante la combinación adecuada de condensación, amasado y adición de fermentos, que posteriormente las abejas depositan en las celdillas de sus panales como alimento en reserva (Jean-Prost, 2007).

Para Prost, el néctar está compuesto del agua que las plantas extraen del suelo. Cuando asciende por el tallo, esta agua lleva azúcares, minerales, vitaminas y otras muchas sustancias que difieren de una planta a otra y de la zona climática en la que fue recogida por ellas. Las abejas llevan el néctar de las flores en sacos especiales ubicado en su área faríngea, para su posterior su almacenamiento. Las mieles varían de color, sabor y consistencia dependiendo del tipo de floración del cual hayan extraído el néctar las abejas pecoreadoras, la naturaleza del sector dada por las características geográficas, los esquemas climáticos y la estación de la cosecha, por lo que no existen dos miles semejantes. En general la composición de la miel es aproximadamente 80% de hidratos de carbono, 17% de glicógeno y 3% de sustancias diversas. Sin embargo, toda miel se compone de dos azúcares simples la glucosa y fructosa. El cuerpo puede asimilar tal cual esos azúcares, pues las abejas ya han realizado la necesaria inversión para convertirlos en azúcares simples, ahorrando ese trabajo al tracto gastrointestinal humano.

Este producto es agroindustrial por excelencia debido a que es utilizado en la preparación de postres, confitería, y como ingrediente principal en la preparación de medicamentos naturales.

1.5.2.2 Cera

La cera es una sustancia segregada por unos 4 pares de glándulas de las abejas que se ubican sobre el vientre de las abejas que poseen una edad de entre los 12 a 18 días. Este líquido cristalino que sale de su abdomen al estar en contacto con el aire se solidifica, entonces las abejas la llevan a su mandíbula y la muelen. Posteriormente lo combinan con algo de polen, propóleos y cera de opérculos abiertos, construyendo con esto el panal estirado y sellan los opérculos de la miel, adicionalmente usan la cera para cerrar aberturas y reparar celdas (Mendizabal, 2005).

Según Mendizabal, la cera tiene una composición compleja y variable, compuesta por ácido cerótico con adiciones de ácido palmítico, pudiendo descomponerse químicamente en miricina, cerina y ceroleína. La cera es insoluble en el agua, ligeramente soluble en alcohol fino pero soluble en éter, benceno y sulfuro de carbono. La cera de mejor calidad es aquella obtenida de los opérculos. Este producto es utilizado para la elaboración de cera estampada para el remplazo de panales usados, también se la usa en el sector industrial para la elaboración de velas, compuestos de encerados de pisos y muebles, etc.

1.5.2.3 Jalea Real

La Jalea Real es un alimento esencial e indispensable para la supervivencia de las abejas. Se trata de un alimento dotado de muy especiales características, pues si bien durante los 5 a 15 primeros días de vida de las abejas, la jalea es utilizada por las abejas como alimento exclusivo de las futuras reinas y como alimento de inicio de larvas jóvenes, obreras y zánganos. La jalea contiene vitaminas y sustancias vecinas, por lo que se la incorpora en tratamientos relacionados con la fatiga psíquica, metabolismo, vitalidad, resistencia. Por ello es consumido en pequeñas dosis de 100mg diarios. Para la producción industrial se la realiza mediante dejar

huérfana una colmena y adicionar larvas jóvenes que mediante el deseo de crear nuevas reinas las abejas nodrizas segreguen jalea con el fin de alimentarlas. La jalea se deteriora rápidamente por la acción del sol, oxígeno del aire, humedad y el calor. Por ello debe ser almacenada en temperaturas inferiores a 2 °C y en frascos opacos cerrados herméticamente (Mendizabal, 2005).

1.5.2.4 Polen

Este producto se presenta en forma de gránulos de diferentes colores predominando el amarillo y el naranja, el polen contiene antibióticos naturales y no se deterioran con el transcurrir del tiempo. Las abejas recogen y transforman en granitos adosadas a sus patas a la colmena, luego el apicultor los recolecta con la trampa polen que contiene una rejilla que contiene orificios de 4,76 mm. Posteriormente lo seca para que no se estropee y lo conserva a una temperatura fija. La coloración del polen varía en relación con la especie vegetal de la cual procede, siendo generalmente amarillo o marrón claro, aunque también puede ser blanco, violáceo y negro. El polen constituye la fracción proteica de la alimentación de las abejas y para el ser humano tiene un gran valor nutritivo ya que posee aminoácidos esenciales y un contenido de proteínas de 15 a 20 %. La demanda del polen por el mercado dietético es cada vez mayor debido a sus características nutritivas (Jean-Prost, 2007).

1.5.2.5 Propóleo

Es una goma - resina de composición compleja, de color verde pardo, castaño, rojizo e incluso puede ser casi negro (dependiendo de su origen botánico). Esta sustancia, elaborada por las abejas, ya la utilizaban los sacerdotes egipcios y más tarde, los griegos, quienes lo denominaron propóleos. Pro: que significa delante de y polos: que quiere decir ciudad. Las abejas utilizan el propóleos para barnizar el interior de la colmena (incluidos los panales) con fines desinfectantes, cerrar grietas, reducir vías de accesos y consolidar los componentes estructurales. La cantidad de propóleos que produce una colmena, depende del comportamiento pecoreador de resinas de la colonia y de la vegetación circundante. La abeja *Apis Melífera* recoge mayor cantidad de resinas de brotes de árboles, principalmente álamo, sauce,

coníferas. El propóleo es utilizado en la medicina por su poder antiinflamatorio y anestésico, así como para acelerar cicatrización de heridas, quemaduras y picaduras de insectos (Jean-Prost, 2007).

1.5.2.6 Apitoxina

La abeja obrera es la que produce el veneno conocido como apitoxina desde el momento en el que nace hasta los 20 días después de su nacimiento en unos 0,3 mg, el veneno es utilizado para defender su colmena, y cuando corre peligro su vida. El 52% de este veneno está compuesto de melitina y su picadura en repetidas ocasiones produce inmunidad. La apitoxina tiene una acción terapéutica actuando sobre un órgano aislado, una enfermedad determinada o sobre el conjunto del organismo. Para la obtención industrial de apitoxina se utiliza alambres en paralelo electrificados, que al tener contacto con la abeja genera una descarga que la afecta y ella reacciona picando una placa de vidrio que está por debajo de la rejilla de alambre, la abeja no muere al no desprenderse su agujón pero esta práctica resulta en colmenas más agresivas (Mendizabal, 2005).

1.5.2.7 Miel en Panal

La miel en panal es el producto extraído exactamente como lo producen las abejas en sus colmenas, esta incluye la cera natural y no existe ningún método de calentamiento o centrifugación durante la producción que las abejas realizan. En la actualidad la miel en panal es un alimento gourmet expandido en muchos establecimientos de comida fina (Morse, 2014).

Este producto genera un placer de consumo orgánico y su producción está desarrollada en dos tipos básicamente en cuadros o circular, las secciones cuadradas están hechas a base de madera de tilo, mientras que para la producción de secciones circulares se utiliza packs plásticos. Las abejas llenan de mejor manera las secciones circulares que los tradicionales cuadrados. Para una buena producción de la miel en panal es necesario tener colmenas fuertes y un abundante flujo de néctar. El producto final debe ser sometido a la congelación para evitar la presencia de la polilla de la cera, estas secciones deben estar selladas herméticamente durante su

congelación y descongelación. La producción de miel en panal se la considera como uno de los sistemas más elevados en el arte de la apicultura, por lo que requiere mayor atención y trabajo en detalle entre otras técnicas de gestión (Stanford, 2011).

Dentro de los sistemas de producción de miel en panal se encuentran algunos métodos unos más eficientes que otros, entre ellos tenemos Kelley squares, Ross Rounds, comb honey in glass jars, Hogg half-comb cassettes, para el presente estudio se presenta un breve acercamiento al sistema de producción uno de los métodos más usados en la actualidad.

ROSS ROUNDS™.- este sistema de producción hace que el manejo para el apicultor sea mucho más sencillo y con mayor rentabilidad, para producir bajo este sistema la mano de obra es un factor a favor ya que la recolección de las rondas son fáciles, y su producto final es muy llamativo en empaques resistentes al manejo, por ello cualquier apicultor con una buena abundancia de néctar y unas habilidades modernas puede dedicarse a este sistema de producción.

El equipo necesario para este método son principalmente los marcos de plástico diseñados con anillos redondos donde se inserta la cera estampada, esta queda en medio del bastidor ya que este marco consta de dos partes. Luego simplemente se coloca estos marcos armados en las cajas de madera debidamente adecuadas para ser colocados posteriormente en las colmenas y empezar a ser trabajadas por las abejas. Luego que las abejas han sellado las secciones se deben retirar las rondas y colocar las tapas plásticas que están diseñadas para cada sección y junto a una etiqueta se tiene al producto listo para ser exhibida en los lugares escogidos para su expendio. Las secciones que se obtiene por colmena es de 32 packs que generalmente son sellados por completo en promedio unos 28 y las restantes que estén con un proceso incompleto de operculado se las vuelve a introducir para su terminado. Hay que considerar que los listones y las tapas así como la cera se retiran y en cada nueva producción de secciones se colocaran otras nuevas pero los marcos seguirán sirviendo en el proceso. El equipo usado en la producción Ross Rounds se puede apreciar en las siguientes figuras que muestran al producto final bajo este método.



Figura 1.1. Produccion de miel en panal metodo Ross Rounds.

Fuente: © 1997 Ross Rondas, Inc.

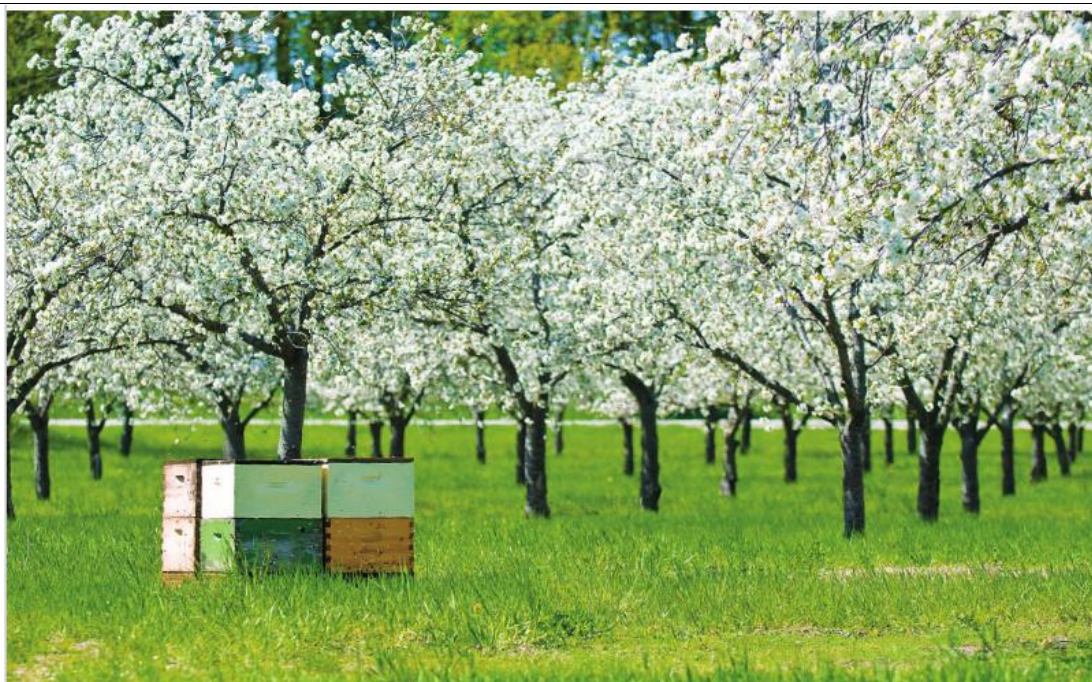


Figura 1.2. Ambiente propicio para la producción de miel en panal.

Fuente: The Backyard Beekeeper's Honey Handbook.

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Objeto de Investigación

2.1.1 Comercio Internacional de miel natural

Según en XI Congreso Latinoamericano de Apicultura 2014, la producción mundial de miel se ha incrementado durante estos últimos años y en este aumento Sur América ha tenido una participación importante. Dentro de este mercado tanto los productores, exportadores, importadores y envasadores gozan de un papel importante en la satisfacción de la demanda de miel en sus diversas características que van desde las mieles blancas y oscuras convencionales y orgánicas.

2.1.1.1 Productores a nivel mundial de miel natural

Entre los 15 países exportadores que destacan por ser los mayores proveedores de miel se encuentran a 3 naciones de Sur América. Argentina, Brasil y Uruguay son los países con una producción destinadas al mercado Estadounidense y Europeo. Mientras que el mayor productor de miel es China con 124.901 Toneladas exportadas en todo el mundo para el año 2013.

Exportadores	2011	2012	2013
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Mundo	492.243	No hay cantidades	595.931
China	99.938	110.158	124.901
Argentina	72.395	75.135	65.180
Viet Nam	20.393	No hay cantidades	35.315
México	26.838	32.040	33.458
India	28.940	24.515	30.099
Alemania	20.093	22.252	22.628
Bélgica	16.713	16.726	22.020
Ucrania	9.874	13.338	21.674
España	18.449	19.651	21.284
Hungría	12.415	14.513	19.426

Figura 2.1 Lista de países exportadores partida 040900 miel natural

Fuente: Trade Map

2.1.1.2 Compradores a nivel mundial de miel natural

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), con el aumento de los niveles de vida aumenta el consumo de miel. Es por ello que muchos países industrializados importan miel para satisfacer sus demandas. Entre los países que mayor importación realizan se puede encontrar a EE.UU, Alemania, Reino Unido.

Importadores	2011	2012	2013
	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas
Mundo	501.570	525.160	588.093
Estados Unidos de América	130.495	141.017	152.845
Alemania	78.554	84.129	90.376
Japón	40.584	36.823	39.030
Reino Unido	39.360	33.231	38.337
Francia	26.964	25.481	28.763
Bélgica	21.150	20.810	26.009
España	17.961	21.081	22.096

Figura 2.2 Lista de países importadores partida 040900 miel natural

Fuente: Trade Map

2.1.2 Ecuador en el mercado de miel natural.

2.1.2.1 Destinos actuales de exportación.

Ecuador permite la importación así como la exportación de miel natural para ello cuenta con la autorización correspondiente para realizar esta actividad de comercio según el BCE.

Tabla 2

Comercio exterior nomenclatura Nandina – Ecuador.

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
409001000	EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD SUPERIOR O IGUAL A 300 KG	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada
409009000	LOS DEMÁS	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada

Fuente: Banco Central del Ecuador.

2.1.2.2 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales

Un análisis de la preferencia arancelaria permitirá determinar los mercados a los cuales Ecuador puede acceder sin el pago de tasas arancelarias impuestas a las naciones para regular el ingreso de productos a los mercados. Los acuerdos comerciales que se dan entre naciones desarrolladas y las que no lo son fomenta un procedimiento para generar crecimiento y participación en el comercio internacional de las naciones menos aventajadas.











País importador	Año	Revisión	Número de líneas arancelarias nacionales correspondientes	Nivel de protección	Exportaciones de Ecuador hacia el país socio (valor en US\$ '000)	Equivalentes ad valorem totales 
Afganistán	2013	HS12	1			20.00%
Albania	2014	HS12	1			10.00%
Alemania	2014	HS12	1			0%
Angola	2014	HS12	1			30.00%
Anguila	2014	HS07	1			20.00%
Antigua y Barbuda	2014	HS07	1			40.00%
Arabia Saudita	2014	HS12	1			5.00%
Argelia	2014	HS12	1			30.00%
Argentina	2014	HS12	1			0%

Figura 2.3 Aranceles aplicados al Ecuador partida 040900 miel natural.

Fuente: ITC (MAcMap) complementado por OMC (BID).

2.2 Problema de Investigación

El intercambio comercial en la actualidad permite satisfacer a los consumidores de diversas naciones con productos obtenidos en otras regiones, producidos con sus características diferenciales. Por ello se hace necesario un análisis que permita determinar los diferentes factores que fomentan al comercio de miel en los mercados internacionales.

Dentro del mercado apícola internacional convergen diversos actores de la dinámica comercial de este producto, por lo que es útil analizarlos desde cada uno de los enfoques, con la finalidad de obtener información para determinar:

- ¿Principales países proveedores?
- ¿Cuáles son las naciones de mayor consumo?
- ¿Hay beneficios en las relaciones comerciales Ecuador - Mundo?
- ¿Existen países con mayor atractivo para la exportación?
- ¿Es importante los sistemas de comercialización?
- ¿El precio es determinante para la exportación?

2.2.1 Variables de análisis

- FOB Total - Unitario

- Países de destino
- Precio
- Sistemas de comercialización
- Competencia Internacional
- Medios de Transporte

2.3 Objetivos de Investigación

Los objetivos son una guía para el desarrollo de la investigación, estos contribuyen a dar solución de un problema, probar una determinada teoría o generar evidencia empírica. Alineando los objetivos con claridad se evitara desviaciones en la investigación (Sampieri, 2007).

2.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio comercial nacional e internacional de miel en panal, que nos permita determinar posibles mercados, por medio de la investigación con la finalidad de generar información para su implementación.

2.3.1.1 Objetivos Específicos

- Determinar montos de exportación en cantidades y valores FOB.
- Identificar los principales países importadores de miel natural en el mundo para definir mercados potenciales en función al crecimiento de consumo.
- Saber cuáles son los grandes países proveedores de miel natural en el mundo, y su oferta exportable en relación a la miel en panal.
- Identificar el precio actual en la comercialización de miel natural.
- Conocer los medios de transporte usados en la exportación de miel natural.
- Realizar un análisis arancelario de los mercados elegidos para la exportación de miel natural desde el Ecuador.
- Analizar la oferta exportable del Ecuador en relación a la miel natural.

2.4 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se desarrolle permitirá enfocar de una manera adecuada la investigación que se realiza. Por ello un estudio descriptivo, permite obtener información acerca del estado actual de los fenómenos, midiendo y

evaluando de manera independiente las diferentes variables que se presenten (Sampieri, 2007).

El presente estudio hará uso de la investigación descriptiva ya que esta nos permitirá determinar las características de un fenómeno llevado a análisis, y de esta manera se podrá obtener información relevante que permita conocer la situación actual de la miel natural tanto a nivel nacional e internacional. Por medio del estudio se determinara los factores que influyen en la exportación del producto de partida arancelaria 040900 partiendo de la inteligencia de negocios para el comercio internacional, de esta forma describir las relaciones existentes entre las variables de influencia directas en el proceso de comercialización.

2.5 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación se lo considera como un conjunto de reglas que se deben seguir para obtener observaciones sistemáticas y no contaminadas del fenómeno que estemos estudiando y que se orientan a la obtención de datos relevantes para la solución de un problema planteado (Malhotra et al., 2004).

2.5.1 Investigación tipo no experimental

Cuando observamos los fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural con el objetivo de analizarlos, estamos hablando de una investigación no experimental y esta tiene como principal característica la no manipulación deliberada de las variables en estudio (Sampieri, 2007).

2.5.2 Diseño Transeccional

Para Sampieri mediante el diseño Transversal se puede recolectar datos fijos de elementos de población en un tiempo único con la finalidad de describir variables y proporcionar una sola fotografía que analizada, nos darán una ilustración de la situación y los cambios acontecidos en un momento dado.

2.5.2.1 Diseño Transeccional Descriptivo

Según Sampieri por medio del diseño transeccional descriptivo se lograra indagar la incidencia y los respectivos valores que manifiesta una o más variables dentro de

un grupo, obteniendo de esta manera la descripción de los indicadores analizados en un determinado momento.

2.5.3 Análisis de datos

Los análisis de datos se los lleva a partir de una matriz que contenga los datos, y este a su vez estarán almacenadas en un archivo. Estos tipos de análisis dependen en una gran medida del nivel de medición en las variables, hipótesis y el interés propio del investigador (Sampieri, 2007).

2.5.4 Recolección de Datos

2.5.4.1 Datos secundarios

Los datos secundarios se los considera como aquellos que han sido obtenidos por algún organismo o individuo no relacionado al investigador, este tipo de datos son económicos y pueden ayudar a responder algunas preguntas de investigación y probar algunas hipótesis el análisis de datos secundarios puede ser muy valioso y es un fundamento para decidir la recolección de datos primarios (Malhotra et al., 2004).

Según Malhotra, los datos secundarios deben provenir de fuentes que garanticen confiabilidad, experiencia, credibilidad y reputación, por ello para el presente estudio se utilizara datos de instituciones como ALADI, Trade Map, Export Helpdesk, Estandars map, Market acces map, Sistema Agrocalidad, Banco Central del Ecuador, SENA E.

2.6 Hipótesis de Investigación.

La Hipótesis se la considera como una solución anticipada del objeto de investigación, por tal razón es necesario que el investigador se oriente a probar dicha suposición (Bernal, 2006).

H1: Las exportaciones de miel natural mantienen un crecimiento progresivo de al menos un 5% en promedio en relación al año precedente en los últimos 4 periodos anuales.

H2: Los principales mercados internacionales para la miel natural corresponden a países desarrollados.

H3: Al menos una nación de América del Sur es considerada como uno de los mayores exportadores mundiales en relación a sus exportaciones de miel natural en sus diversas presentaciones.

H4: El precio por kilogramo de miel natural en el Ecuador es inferior en comparación con el precio del mercado internacional.

H5: El principal medio de transporte utilizado para la exportación de miel natural es el transporte fluvial.

H6: Las exportaciones para la miel natural desde el Ecuador son favorables en relación a las barreras arancelarias existentes hacia los principales mercados internacionales.

H7: La producción de miel natural en el Ecuador es inferior en relación al consumo per cápita nacional.

CAPITULO III

MARCO EMPÍRICO

3.1 Comercio Internacional de miel natural

3.1.1 Principales países importadores de miel natural

El mercado mundial de miel natural se refleja en la cantidad importada por cada una de las naciones consumidoras, como un producto de gran valor alimenticio las naciones desarrolladas lo incluyen en sus dietas nutricionales por lo que podemos diferenciar su consumo en función de su valor importado durante los últimos cinco años.

Tabla 3

Principales Importadores de miel natural 2010 – 2014 miles USD.

Importadores	Valor 2010	Valor 2011	Valor 2012	Valor 2013	Valor 2014
Estados Unidos de					
América	304.927	401.186	429.962	497.886	581.636
Alemania	289.073	277.955	279.468	322.004	307.610
Reino Unido	114.862	136.819	107.575	126.422	129.174
Japón	100.248	117.662	105.382	116.268	120.157
Francia	95.540	107.695	92.810	113.140	152.441
Italia	53.363	57.967	56.116	75.189	90.640
Bélgica	50.846	56.770	55.841	68.036	77.093
Arabia Saudita	48.332	52.443	62.016	66.422	73.264
Países Bajos					
(Holanda)	33.053	52.203	44.855	53.750	48.028
España	38.042	43.559	48.292	53.047	61.181
Otros	376.619	404.987	452.774	534.867	500.320
Total	1.504.905	1.709.246	1.735.091	2.027.031	2.141.544

Nota: Identifica los principales países importadores de miel natural en el mundo.

Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

Entre los 10 principales importadores de miel natural se concentra el 77% de consumo mundial, por lo que el 23% restante corresponde a las demás naciones. Esta tendencia se ha mantenido durante los últimos 5 años con un crecimiento anual promedio del 9% en cuanto a las importaciones, esta concentración se corrobora en la figura 3.1.

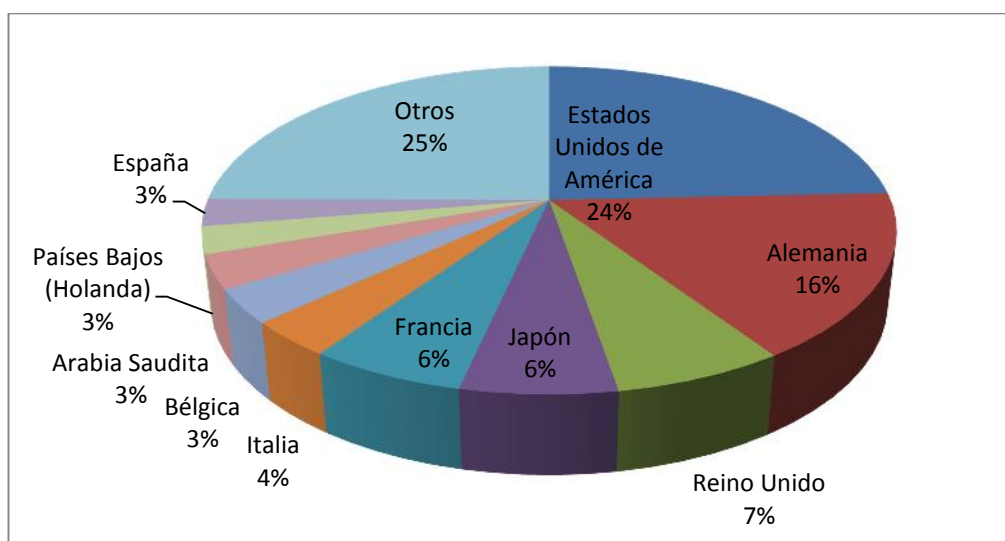


Figura 3.1. Principales Importadores 2010 – 2014

Nota: Identifica promedio de valor importado anual en el mundo Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

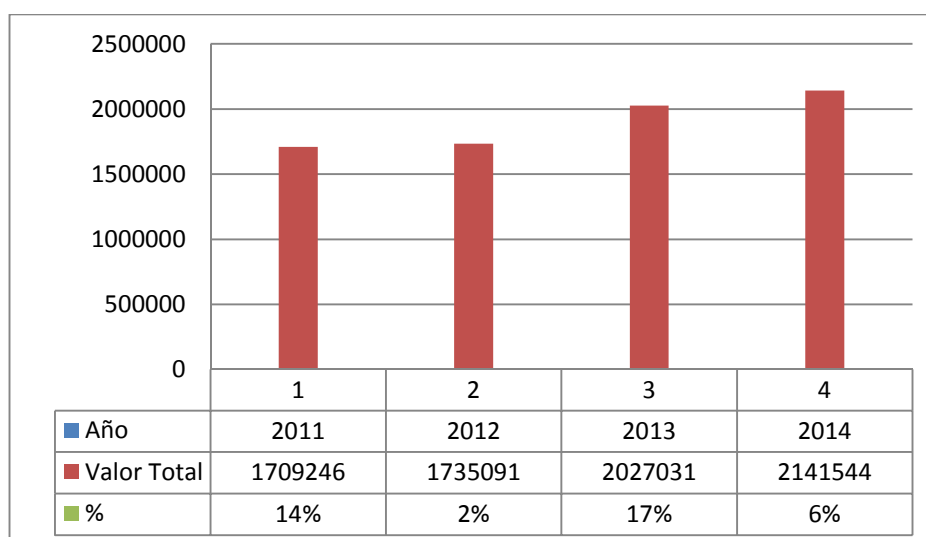


Figura 3.2. Crecimiento del comercio internacional de miel natural 2010 – 2014

Nota: Identifica crecimiento promedio por años Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.2 Principales países exportadores de miel natural

Entre los principales exportadores de miel natural se encuentran dos naciones de América, específicamente son Argentina y México, la comercialización comprende tanto miel a granel, envasada, y las de características orgánicas.

Tabla 4

Principales Exportadores de miel natural 2010 – 2014 miles USD.

Exportadores	Valor		Valor	Valor	Valor
	2010	Valor 2011	2012	2013	2014
China	182.513	201.375	215.051	246.550	262.819
Argentina	173.426	223.553	215.147	212.637	233.498
Nueva Zelandia	69.970	87.089	103.892	139.316	167.993
Alemania	109.864	120.716	127.246	134.316	143.007
México	84.743	90.359	101.497	112.352	120.729
España	81.717	79.184	79.843	91.483	120.428
Viet Nam	50.942	67.141	58.131	90.553	94.148
Hungría	60.774	60.117	63.501	90.467	91.831
India	56.229	76.226	59.882	75.718	77.545
Bélgica	48.782	54.621	54.773	72.886	75.882
Otros	568.797	639.206	689.811	790.475	809.384
Total	1.487.757	1.699.587	1.768.774	2.056.753	2.197.262

Nota: Identifica valores totales de países exportadores de miel natural en el mundo. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

El continente asiático mantiene su presencia en la exportación mundial con su mayor representante China con una participación del 12% en la exportación mundial, en América del sur se encuentra el segundo mayor exportador de miel, con un 11% Argentina mantiene su cuota en el mercado internacional. Según lo analizado entre los 10 países se concentra el 62% de las exportaciones totales, mientras que un 38% corresponde a la participación del resto de naciones los cuales reflejan un crecimiento promedio anual del 10% en los últimos años.

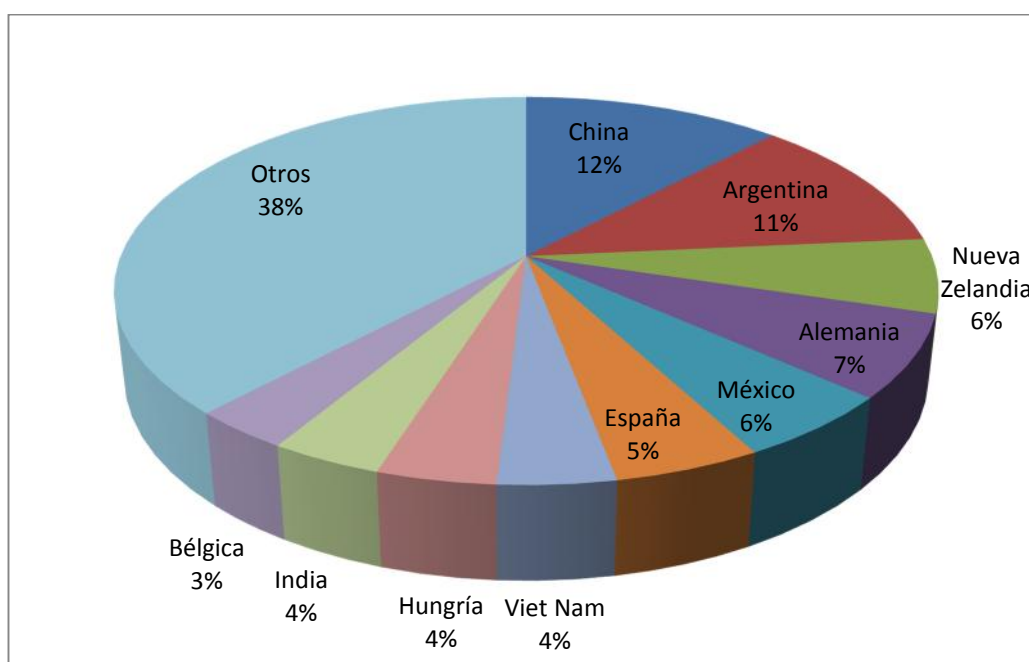


Figura 3.3. Principales Exportadores 2010 – 2014

Nota: Identifica promedio de valor exportado en el mundo por años Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.3 Análisis de principales mercados

3.1.3.1 Estados Unidos

La Junta Nacional de la Miel de EE.UU informo que el consumo total de la miel ha venido incrementándose durante esta última década, a pesar del aumento evidente en el precio de la miel natural.

Tabla 5

10 Principales Exportadores de miel natural a EE.UU 2010 – 2014 miles USD.

Exportadores	Valor		Valor 2012	Valor 2013	Valor 2014
	2010	Valor 2011			
Argentina	55.694	109.145	127.977	152.079	150.780
Viet Nam	49.277	70.758	53.512	87.416	129.052
Brasil	30.080	48.761	36.085	40.522	76.664

Continua



India	48.582	78.339	59.620	73.316	64.746
México	10.181	9.435	18.978	20.521	28.815
Ucrania	1.290	1.461	3.609	9.481	28.458
Canadá	39.950	27.774	62.378	44.384	26.984
Uruguay	2.519	21.863	30.055	27.928	19.603
Nueva Zelandia	4.318	5.478	6.818	9.613	12.714
Tailandia	4.127	3.841	.602	2.052	9.067
Otros	58.909	24.331	30.328	30.574	34.753
Total	304.927	401.186	429.962	497.886	581.636

Nota: Identifica valor exportado anual de miel natural a EE.UU. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

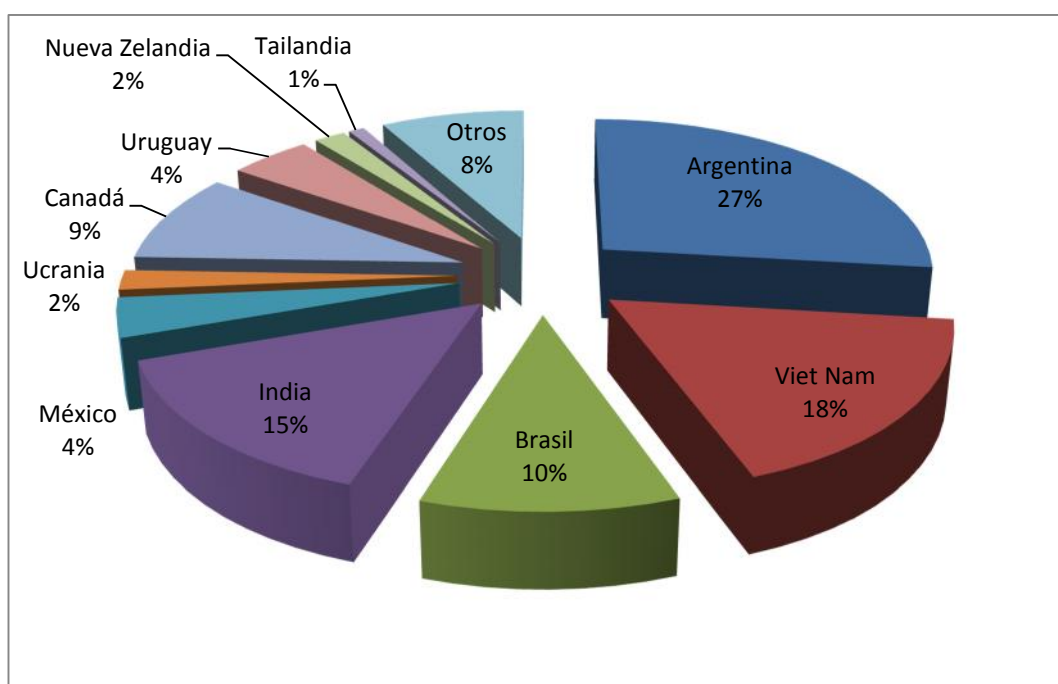


Figura 3.4. Principales Exportadores a EE.UU 2010 – 2014

Nota: Identifica promedio exportado a EE.UU. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

Como se puede apreciar en la figura 3. 3. Argentina es el mayor exportador de miel natural hacia el mercado estadounidense, abarcando el 27% de las importaciones totales. Para el año 2014 las exportaciones desde argentina ascendieron a 36.887 toneladas metrica.

3.1.3.2 Alemania

Alemania es el principal importador de Europa en cuanto a la miel natural, su mercado está inclinado a las mieles mono florales, y sus restricciones en cuanto a residuos tienen un estándar riguroso para sus importaciones.

Tabla 6

10 Principales Exportadores de miel natural a Alemania 2009 – 2013 miles USD.

Exportadores	Valor		Valor	Valor	Valor
	2009	Valor 2010	2011	2012	2013
México	36.599	40.155	46.676	46.406	55.806
España	12.618	14.734	17.802	20.929	25.284
Argentina	64.344	63.815	45.034	47.575	24.324
Rumania	16.804	14.452	11.143	12.052	23.924
Bulgaria	10.113	15.568	14.070	18.080	23.554
Hungría	9.404	12.177	12.177	12.443	18.582
Ucrania	3.124	3.254	10.587	11.563	18.430
Italia	6.658	9.250	10.780	12.560	15.581
Chile	22.091	25.309	19.422	10.082	15.003
China	4.426	6.355	10.275	11.694	13.387
Otros	69.912	84.004	79.989	76.084	88.129
Total	256.093	289.073	277.955	279.468	322.004

Nota: Identifica valor exportado anual de miel natural a Alemania. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

La presencia de México y Argentina es notable en el mercado Alemán con una participación del 16% y 17% respectivamente observada en la fig. 3.4, sin embargo las variaciones en las exportaciones no han sido semejantes, mientras que para México las exportaciones se han ido incrementando con un total de 16.278 toneladas métricas, Argentina ha perdido participación con un total de 7.478 toneladas métricas para el año 2013.

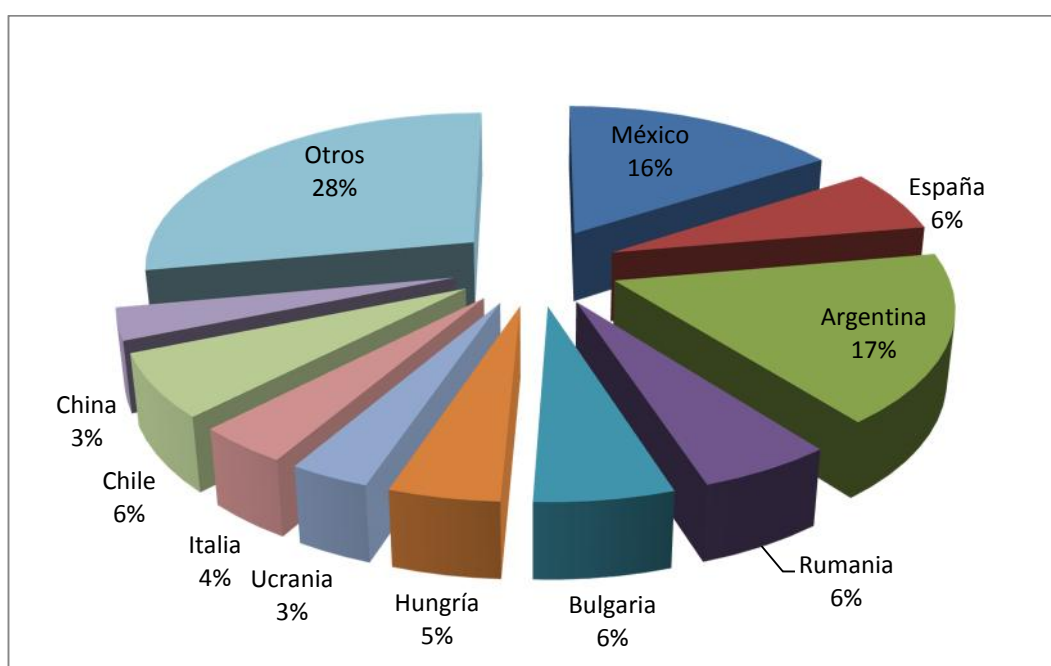


Figura 3.5. Principales Exportadores hacia Alemania 2009 – 2013

Nota: Identifica promedio exportado de miel natural a Alemania Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015)

3.1.3.3 Reino Unido

Tabla 7

10 Principales Exportadores de miel natural a UK 2010 – 2014 miles USD.

Exportadores	Valor		Valor	Valor	Valor
	2010	Valor 2011	2012	2013	2014
China	23994	32351	30212	36741	37892
Nueva Zelanda	21304	28631	22686	29629	32671

Continua 

México	10092	10700	8430	11654	11095
Bélgica	1847	5570	6632	6825	8770
Alemania	11567	12642	10277	9013	8074
Brasil	6966	5954	4721	4816	6072
Irlanda	1405	2590	3838	4807	3426
España	3790	4610	1270	3733	3035
Argentina	8959	9307	2564	1975	2475
Francia	2059	3499	3215	1740	2394
Otros	22879	20965	13730	15489	13270
Total	114862	136819	107575	126422	129174

Nota: Identifica valor exportado de miel natural a U.K. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

En el mercado del Reino Unido convergen los exportadores de China los cuales poseen una participación del 26%, Nueva Zelanda 22% y México 8%. Con una cantidad de 3.050 toneladas métricas Centroamérica marca también su presencia en los mercados de la UE.

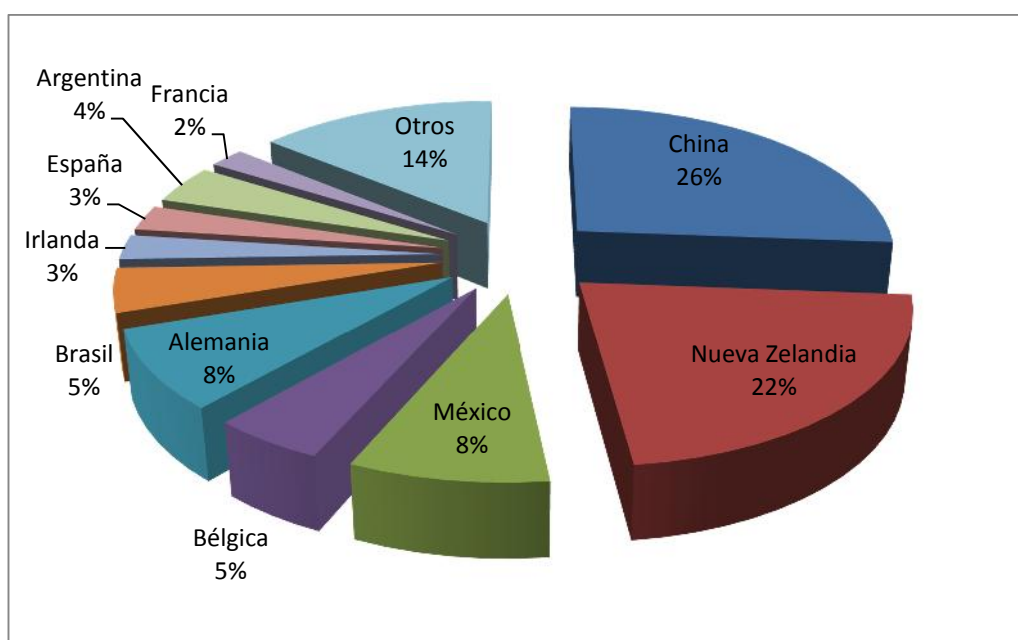


Figura 3.6. Principales Exportadores a Reino Unido 2010 – 2014

Nota: Identifica promedio anual exportado de miel natural a U.K. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015)

3.1.4 Importación de miel en panal

Tabla 8

Importación por subpartidas para la miel en EE.UU 2012 – 2014 miles USD.

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014
0409000045	Natural honey, extra light amber, other than certified organic, not packaged for retail sale	12.3813	170.379	211.599
0409000056	Natural honey, light amber, other than certified organic, not packaged for retail sale	16.6699	167.672	206.598
0409000035	Natural honey, white or lighter, other than certified organic, not packaged for retail sale	89.358	103.936	73.864
0409000005	Natural honey, certified organic	11.488	13.628	47.617
0409000065	Natural honey, amber or darker, other than certified organic, not packaged for retail sale	25.131	27.420	27.431
0409000010	Comb honey and honey packaged for retail sale, other than certified organic	13.494	15.707	14.527

Nota: Identifica valor importado por subcategorías a EE.UU. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

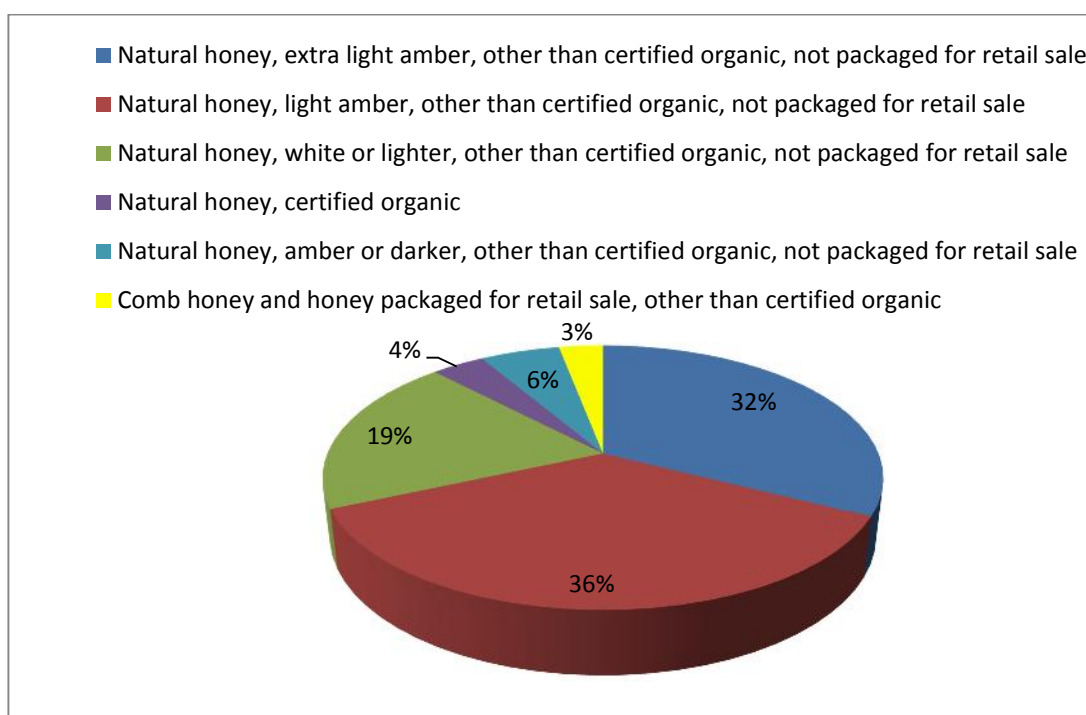


Figura 3.7. Importación de miel natural EE.UU

Nota: Identifica importaciones bajo subpartidas de miel natural y miel en panal de EE.UU Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

Tabla 9

Importación subpartidas para miel de Alemania 2011 – 2013 miles USD.

Código	Descripción del producto	Valor	Valor	Valor
		importada en 2011	importada en 2012	importada en 2013
04090000	NATURAL HONEY	272.730	281.732	325.387

Nota: Identifica valor importado bajo subpartidas de miel natural Alemania. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

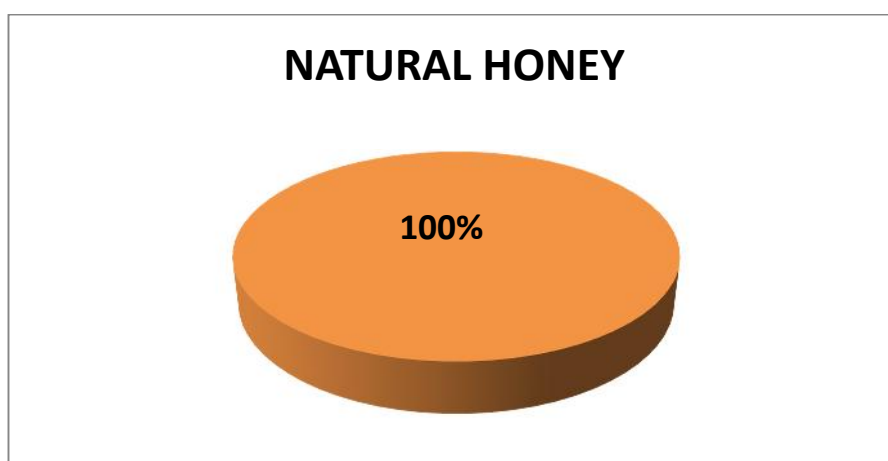


Figura 3.8. Importación de miel natural en Alemania.

Nota: Identifica importación total de miel natural a Alemania Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

Tabla 10

Importación por categorías de miel de Reino Unido 2012 – 2014 miles USD.

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014
04090000	NATURAL HONEY	113.777	126.115	129.174

Nota: Identifica valor importado bajo subpartidas de miel natural U.K. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

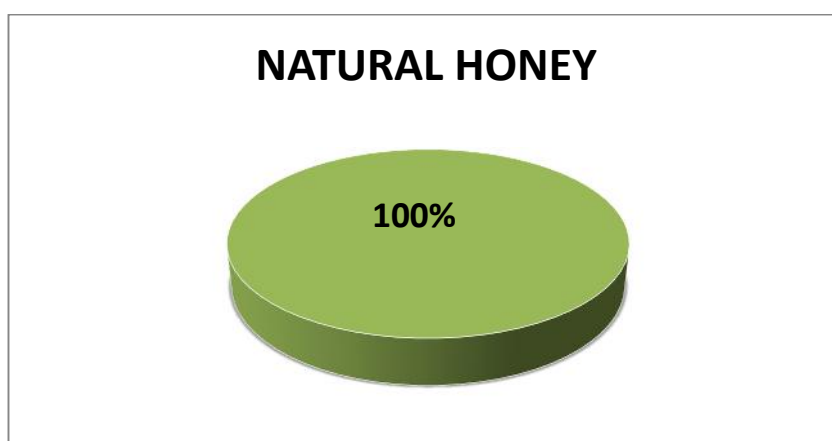


Figura 3.9. Importación de miel natural en Reino Unido.

Nota: Identifica importación total de miel natural a U.K Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.5 Principales exportadores de miel en panal a EE.UU

La miel en panal es una presentación original de la miel y el mercado estadounidense lo importa en menor proporción que las demás mieles lo cual se ve reflejado en la figura 3.6. Alcanzando una participación del 3% de las importaciones totales, a continuación se realizara el análisis de los principales proveedores de la miel en esta presentación.

Tabla 11

Proveedores para subpartida 0409000010 Comb honey and honey packaged for retail sale, other than certified organic, importado por EE.UU en Kilogramos.

Exportadores	2012	2013	2014
	Cantidad importada, Kilogramos	Cantidad importada, Kilogramos	Cantidad importada, Kilogramos
India	269.283	453.045	474.206
Nueva Zelandia	186.461	146.289	416.562
Alemania	108.783	381.204	290.337
Argentina	6.001	2.939	8.457

Continua



Otros	1.940.975	1.613.230	1.150.733
Total	2.511.503	2.596.707	2.340.295

Nota: Identifica proveedores para subpartida 0409000010 a EE.UU. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

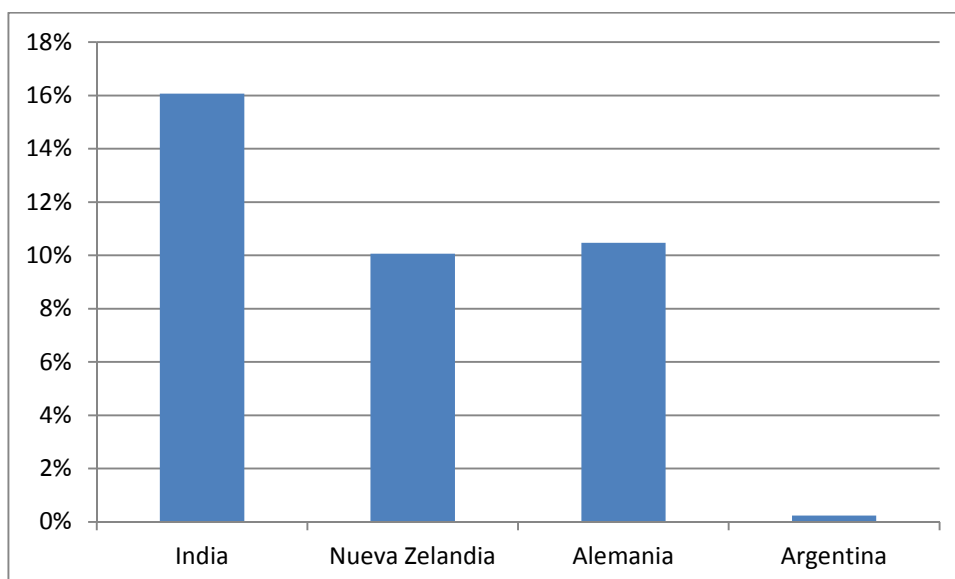


Figura 3.10. Exportadores subpartida 0409000010 hacia EE.UU 2014.

Nota: Identifica exportación de miel en panal y venta a retail realizado por los principales productores del mundo hacia EE.UU Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

Argentina es el principal proveedor de miel natural hacia los Estados Unidos en categorías exportadas a granel, pero en la categoría de miel en panal y miel envasada se encuentra con una participación muy por debajo de los principales proveedores que son India, Nueva Zelandia y Alemania, como se observa en la figura 3.9.

3.1.6 Análisis comercial operacional Argentina

3.1.6.1 Medios de Transporte

El país de Argentina realiza sus exportaciones a través de tres medios como lo son el transporte aéreo, marítimo y terrestre. Del total exportado por el año 2014 en relación a la declaración aduanera nacional se observa que el 82% de las

exportaciones fueron realizadas por medio marítimo ya que es más económica y adicionalmente esta concentración es el resultado de que la miel no es un producto perecible, ya que luego de su extracción puede mantenerse por lo menos 2 años en condiciones ambientales favorables, por lo tanto no es prioritario una transportación en función de su vida útil como es el caso de otros productos por ejemplo las rosas. Otro medio utilizado para exportación es el medio terrestre a través de camión en un 16%, esto lo realizan a países vecinos como lo son Bolivia, Uruguay, Venezuela entre otros. Y finalmente el 0,84% de las exportaciones lo llevan a cabo por medio aéreo. Esta forma de transporte vendrá determinada por el tipo de negociación realizada entre el exportador así como el importador, esto lo verificamos por medio de la figura 3.11.

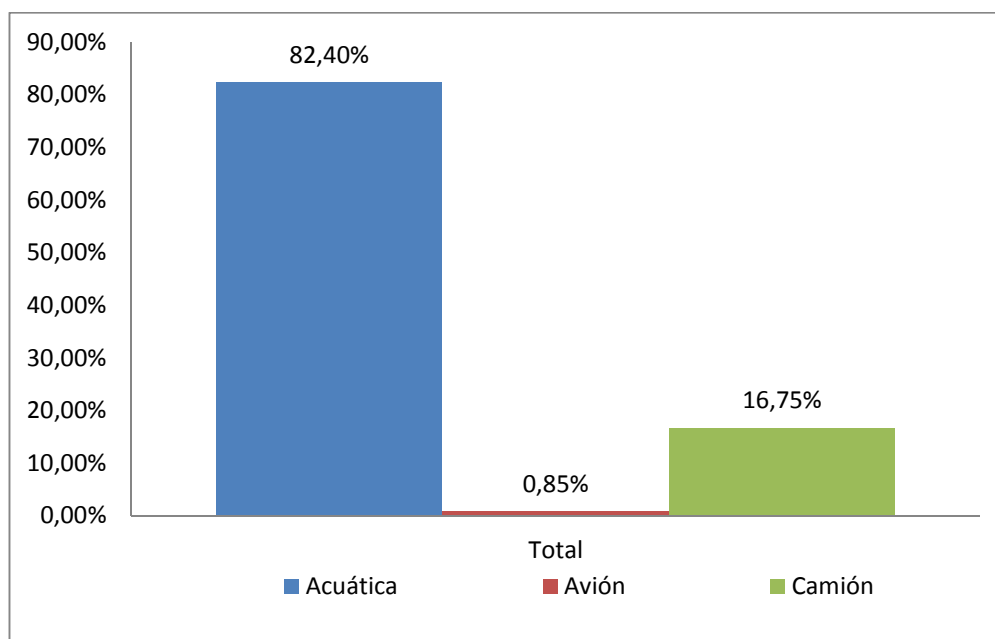


Figura 3.11. Medio de transporte usado en la exportación de miel natural 2014.

Nota: Identifica principales medios de transporte usados por Argentina para la exportación de miel natural hacia los mercados del mundo Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.6.2 Tipo de Negociación

El termino coste y flete CFR dentro de los términos de negociación incoterms corresponde a la responsabilidad que tiene el vendedor en efectuar el despacho de la exportación, para lo cual debe contratar un buque y realizar por su propia cuenta el flete y la carga hasta el puerto de destino. Este procedimiento es el más utilizado en las negociaciones realizadas por Argentina según la figura 3.12, dando como resultado un 70,69% negociado en términos CFR. Otra tendencia notable se observa en negociación FOB, donde que el vendedor se compromete con efectuar el despacho de exportación entregando la mercadería a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto de embarque que se haya convenido. El país en mención realiza un 26,95% de sus exportaciones a través de este tipo de negociación.

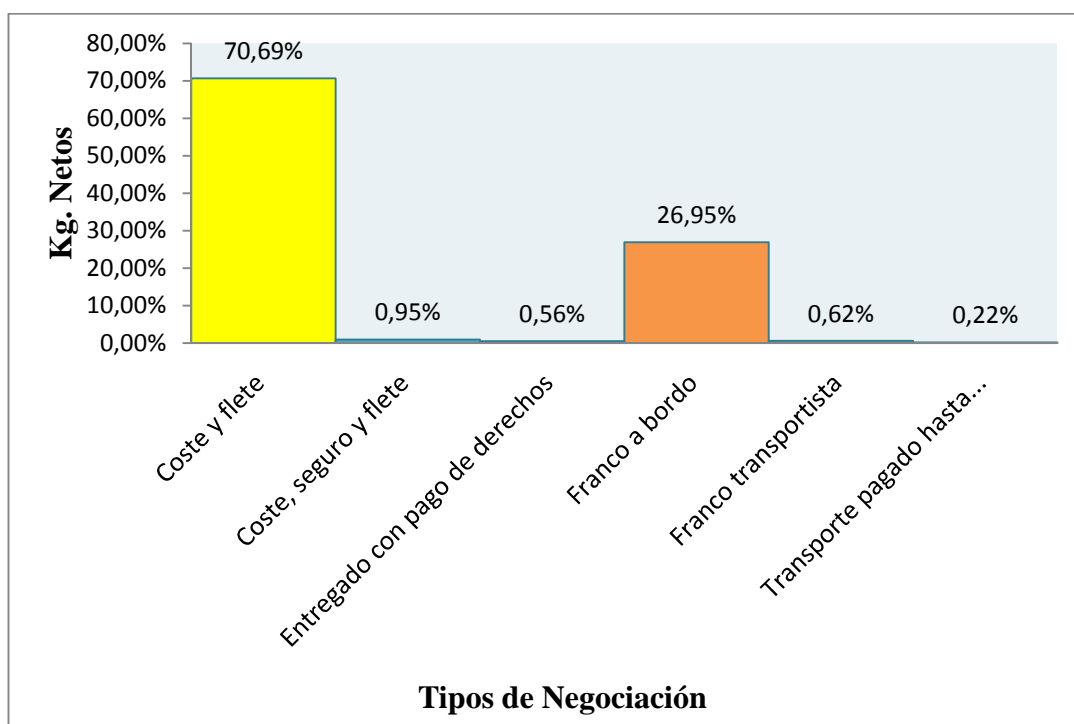


Figura 3.12. Tipo de Negociación internacional efectuadas

Nota: Identifica principales formas de negociación hechas por Argentina en 2014 de miel natural Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.6.3 Precio FOB por Kilogramo miel natural.

Según el medio de transporte usado para la exportación se puede obtener tres precios promedio negociados para la miel natural, en la figura 3.13, observamos que al realizado por vía marítima esta se comercializa por los 3,73 USD por vía aérea alrededor de 4,64 USD y por camión 3,48 USD, de esta forma se puede observar que el precio varía según el medio de transporte que se utilice, pero en promedio el precio internacional según el informe de la United States Department of Agriculture en la National Honey Report de febrero 2015 la miel natural se encuentra en promedio entre los 3,70 y 3,90 USD por kilogramo a precio FOB.

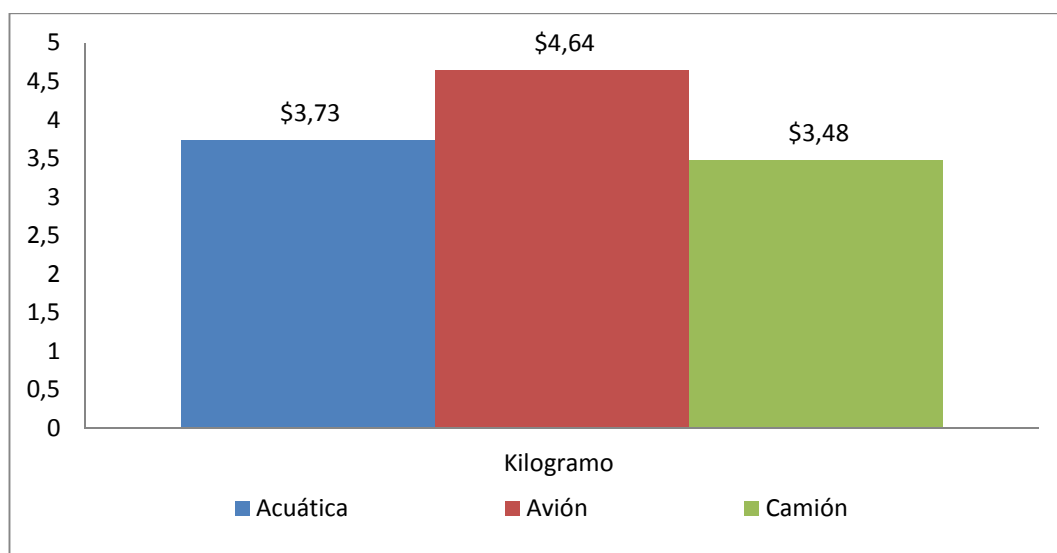


Figura 3.13. Precio FOB miel natural según medio transporte 2014.

Nota: Identifica variación de precios en las exportaciones de acuerdo al tipo de transporte para miel natural Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.6.4 Precio FOB de miel en panal

Fueron cuatro las declaraciones de exportación de miel en panal realizadas desde Argentina, y estas fueron hechas en unidades a través de bandejas con pesos de 360 y 450 gr, con un total de 5532 unidades con un precio promedio de 8,35 USD por bandeja de 360 gr y 8,88 para bandejas de 450gr. Esta exportación en su totalidad fue realizada hacia EE.UU y el medio de transporte usado fue por vía Aérea, y la

condición de venta presente en la negociación es de Costo seguro y flete CI, este análisis se lo observa en la figura 3.14.

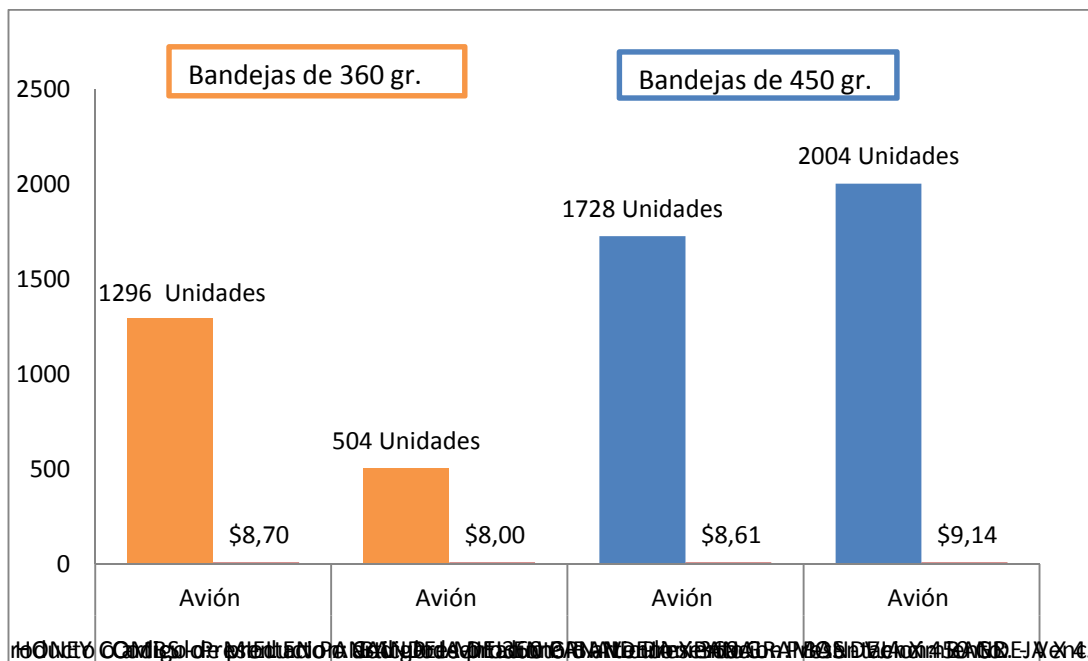


Figura 3.14. Precio FOB miel en panal 2014.

Nota: Identifica presentación de miel en panal exportado en bandejas de 360gr y 450gr precio/unidad hacia EE.UU (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.1.6.5 Países de destino

Los principales destinos de la miel natural exportada por parte de Argentina son para Estados Unidos con un total de 67,06% también al mercado de Alemania con un 11,95% de las exportaciones, y en menores cantidades se encuentran países como Japón 5,60%, Arabia Saudita 2,93% entre otros. En relación a su cantidad total declarada hacia los países socios en la figura 3.15 se representa su distribución porcentual.

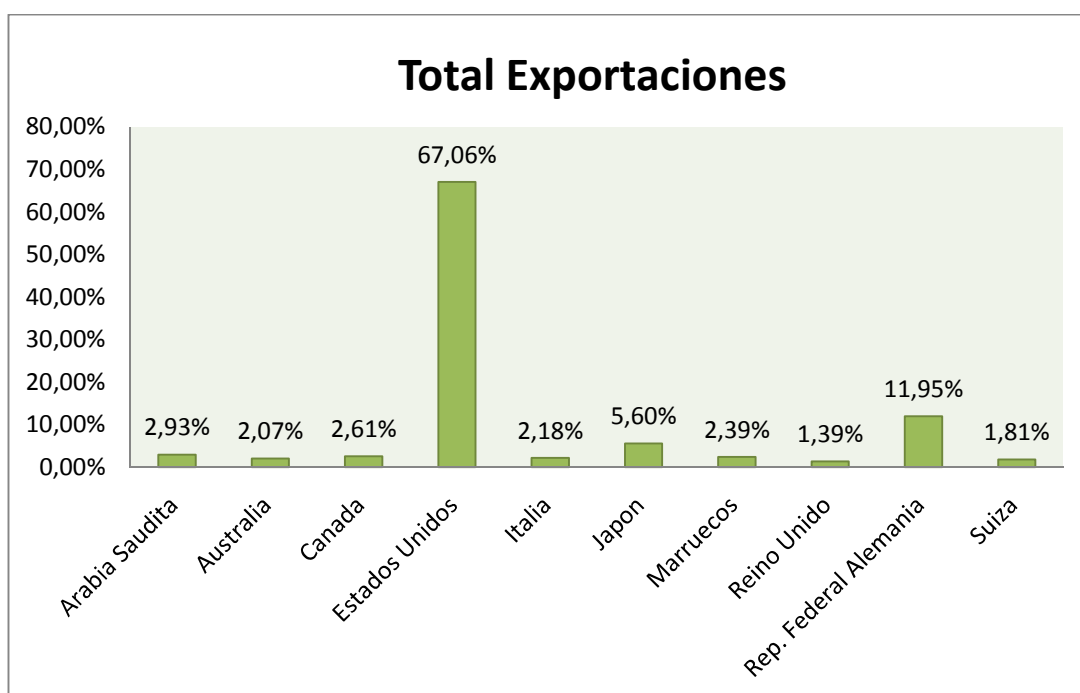


Figura 3.15. Principales países de destino miel natural 2014

Nota: Identifica principales socios comerciales para la miel natural y sus variantes de Argentina Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015)

3.2 Ecuador en el mercado de miel natural partida 040900

Según el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador (MAGAP), el país tiene un gran potencial a desarrollar en el sector Apícola, actualmente se encuentran inmersas en esta explotación alrededor de 12.188 colmenas a nivel nacional correspondiente a 912 explotaciones.

3.2.1 Destinos actuales de exportación

Tabla 12

Destinos de exportación del Ecuador para la partida 040900 año 2014.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
409009000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	1.36	5.59	91.98
		CANADA	0.03	0.35	5.75

Continúa

	AGUAS	0.03	0.14	2.28
	INTERNACIONALES/NAVES			
	INT. EN			
TOTAL GENERAL:		1.42	6.08	100.00

Nota: Identifica valor exportado de miel natural Ecuador. Información obtenida de (Banco Central del Ecuador, 2015).

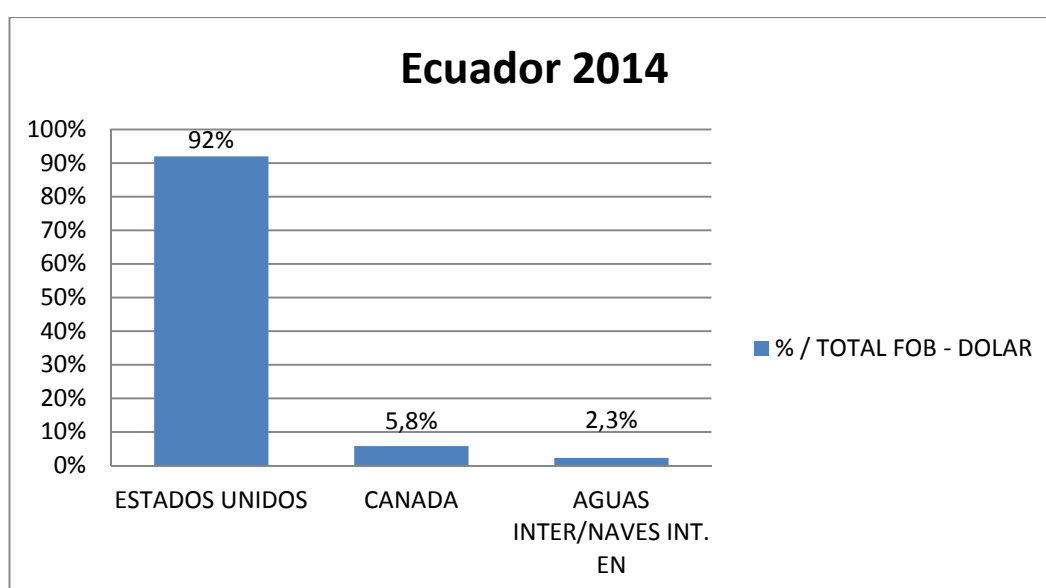


Figura 3.16. Exportación de miel natural Ecuador.

Nota: Identifica total de exportación de miel natural Información obtenida de (Banco Central del Ecuador, 2015)



Figura 3.17. Importación de alimentos Ecuatorianos por EE.UU.

Nota: Identifica valores anuales importados en alimentos por EE.UU Información obtenida de (PROECUADOR Instituto de Exportaciones e Inversiones, 2015) (Banco Central del Ecuador, 2015).

Las exportaciones de alimentos han tenido un crecimiento de 1.632 millones para el 2012, este rubro también es reflejado en la miel natural ya que estas son hechas a Estados Unidos con una participación en el FOB total del 92% con una cantidad de 1,36 toneladas lo cual corresponde a 1360 kilogramos de miel natural. El precio FOB que se desprende de esta exportación es de 4,11 USD por kilogramo. Otra exportación considerada es la realizada a Canadá con un 5,8% del total exportado para el 2014, en total exportado equivale a 1,42 toneladas métricas.

Las empresas participantes en estas exportaciones son 3 y están situadas en la ciudad de Guayaquil y son las siguientes ARRIBA CHOCOLATE COMPANY S.A, CHOCOMPANY ECUANAUTICA S.A y PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.

3.2.1.1 Comercio bilateral entre principales mercados

ESTADOS UNIDOS

Tabla 13

Comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador partida 040900.

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Ecuador en miles USD.		
		Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2014
0409000065	Natural honey, amber or darker, other than certified organic, not packaged for retail sale	0	0	5
0409000056	Natural honey, light amber, other than certified organic, not packaged for retail sale	0	0	4

Nota: Identifica valores del comercio de miel natural entre Ecuador y EE.UU. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

ALEMANIA

Tabla 14

Comercio bilateral entre Alemania y Ecuador partida 040900.

Código del producto	Descripción del producto	Alemania importa desde Ecuador		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
04090000	NATURAL HONEY	0	0	0

Nota: Identifica valores del comercio de miel natural entre Ecuador y Alemania. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

REINO UNIDO**Tabla 15**

Comercio bilateral entre Reino Unido y Ecuador partida 040900.

Código del producto	Descripción del producto	Reino Unido importa desde Ecuador		
		Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2014
04090000	NATURAL HONEY	0	0	0

Nota: Identifica valores del comercio de miel natural entre Ecuador y U.K. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015)

3.2.2 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales

Para los principales mercados identificados como los mayores compradores de miel natural se aplican tarifas arancelarias a las importaciones de la partida 040900, cuya procedencia es el Ecuador, los porcentajes se reflejan a continuación.

Tabla 16

Tarifa arancelaria de los principales mercados para la partida 040900.

País	Código de Producto	Descripción del Producto	Régimen arancelario	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
ESTADOS UNIDOS			Andean Trade Preference Act	0.00%	0.00%
ALEMANIA	04090000	Miel natural	Tarifa preferencial para países beneficiarios del SGP+	0.00%	0.00%
REINO UNIDO				0.00%	0.00%

Nota: Identifica principales mercados de miel natural con preferencia arancelaria. Información obtenida de (Trade Map Estadísticas del comercio, 2015).

3.2.3 Requerimientos específicos adicionales

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), para la exportación del producto miel natural partida 040900 al mercado Estadounidense se necesita como un requerimiento específico:

Primero.- Contar con un permiso de importación y puede ser necesario el control de la Autoridad: Sanidad Animal y Vegetal del Servicio de Inspección, Departamento de Agricultura de EE.UU. (APHIS) Ámbito de aplicación: Algunas frutas y hortalizas frescas, incluidas las hierbas frescas y brotes.

Segundo.- Controles varios para la notificación puede ser necesario el control de la Autoridad: Food and Drug Administration (FDA) ReferenciaFuente EE.UU, Food and Drug Administration, Guía para la industria, la notificación previa de alimentos importados: La notificación es obligatoria el control de la Autoridad: Sanidad Animal y Vegetal del Servicio de Inspección, Departamento de Agricultura de EE.UU (APHIS).

La exportación hacia Alemania desde el Ecuador no son permitidas debido a que no posee el estatus fitosanitario, ya que los estándares sanitarios que esta nación exige como un cumplimiento de las normas Europeas no han sido cumplidos por el país, en consecuencia no se puede exportar a los países que conforman la UE.

3.2.4 Producción nacional

La producción de miel natural en Ecuador se la puede estimar en relación al número de colmenas existentes y de acuerdo a la media de producción por colmena, de esta manera obtendremos un estimado de producción nacional para compararlo con un consumo per cápita.

Según el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador (MAGAP), el país posee alrededor de 12.188 colmenas a nivel nacional,

correspondientes a 912 explotaciones, considerando una producción promedio anual de 40,5 kg por colmena obtendríamos 493614 kg/año equivalente a 494 toneladas métricas/año, que vendría a ser su capacidad productiva al año de estudio. Si consideramos según la FAO para el año 2006 un consumo per cápita de 0,093 kg/año de miel natural obtendríamos un total de 1014 toneladas, dándonos un déficit en la producción de 521 toneladas.

CAPITULO IV

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado se logró determinar que las exportaciones en relación la miel natural tiene un crecimiento sostenido promedio del 9% anual esto debido a factores tales como la alimentación saludable y el aprecio por los productos naturales y orgánicos.

Las naciones que tienen mayor consumo de miel natural son aquellos considerados desarrollados, de las importaciones mundiales totales el 53% se concentra en EE.UU, Alemania, Reino Unido, y Japón.

El medio ambiente existente en América del Sur es propicio para la producción de miel natural por ello entre las naciones consideradas como uno de los mayores exportadores de este producto a nivel mundial es Argentina, con un 11% de la exportación total mundial.

Existe una diferencia entre el precio de la miel natural en el país y la de exportación, de lo analizado la miel negociada en el exterior por parte de Ecuador en Kg se encuentra en 4,11 USD mientras que en el país se encuentra en los 4,81 USD y el precio internacional 2014 fluctuó entre 3,70 a 3,90 USD. Por otra parte la miel en panal se la negocia en presentaciones de 360gr y 450gr a precio promedio de 8,35 USD en el mercado exterior especialmente en EE.UU por parte de Argentina.

Una principal característica que presenta la miel natural y por ende la miel en panal, es no ser un producto perecible en el corto plazo ya que su caducidad puede ser hasta de un año, debido a esta característica se puede utilizar un medio de transporte internacional de bajo costo como lo es el medio fluvial.

Para el Ecuador en cuanto al acceso a principales mercados de miel natural les son favorables pues tiene ventajas en cuanto a tasas arancelarias de 0%, ya sea al mercado de EE.UU, Alemán o Reino Unido, sin embargo al no poseer el estatus fitosanitario requerido para el ingreso a los mercados de la UE la exportación no es factible, adicionalmente se deben cumplir con requisitos como aquellos solicitados

por la FDA, APHIS, USDA para el ingreso de alimentos al mercado Estadounidense donde el cual Ecuador si tiene el estatus fitosanitario.

Una nación exporta generalmente porque tiene excedentes en la producción de un producto, Ecuador mantiene un déficit en cuanto a la extracción de miel natural de alrededor de 500 toneladas, por ello realiza importaciones para cubrir estas brechas.

RECOMENDACIONES

El mercado internacional crece y su población cada vez se apega a una alimentación saludable, esto genera una oportunidad de negocio para los productos alimenticios orgánicos, cuyos precios son mayores, para ello se debe mejorar los sistemas de producción para garantizar una certificación de tipo orgánica.

Quizás poner grandes volúmenes de miel natural y por ende miel en panal no sean viables, pero se puede hacer uso de la ventaja comparativa ya que en el Ecuador se puede producir diferentes tipos de miel, gracias a la diversidad de pisos climáticos que posee y adicionalmente a esto una gran variedad de flora apícola se puede direccionar la comercialización en base a diferenciación en sabores y aromas.

El comercio internacional no solo consiste en la concentración de las exportaciones hacia los países desarrollados. La diversificación en las exportaciones puede ser una herramienta para obtener mejores resultados en la comercialización de los productos, por ello es necesario realizar investigaciones comerciales en naciones donde no existe presencia del producto Ecuatoriano.

Las negociaciones de temas como el estatus fitosanitario se los realiza entre países por lo cual es necesario contar con estudios que deliñen potenciales exportaciones y se proceda a cumplir con los requerimientos necesarios para incrementar la oferta exportable del país.

El sector apícola tiene que desarrollarse en todas sus áreas, en producción con un manejo adecuado de los apiarios, mejoramiento genético, tecnologías de información, sistemas de comercialización, etc. Para poder enfrentar el reto de satisfacer el mercado interno y exportar las mieles como la miel en panal en base a diferenciación a los mercados internacionales.

La miel en panal es una variante de la producción tradicional de miel, por lo que su segmento de mercado debe ser identificado claramente pues su producción incurre en costos adicionales que la tradicional, precio que el sector gourmet por ejemplo no sería un impedimento debido a los beneficios obtenidos en la salud.

BIBLIOGRAFÍA

- Anecacao. (2013). Anecacao Ecuador | Cacao Nacional. Retrieved January 07, 2015, from <http://www.anecacao.com/es/cacao-nacional/>
- Bernal, C. A. T. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (p. 286). Pearson Educación. Retrieved from http://books.google.com/books?id=h4X_eFai59oC&pgis=1
- Bonifaz, C. (2012). La ventaja comparativa. Retrieved January 07, 2015, from <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/59-ventaja-comparativa>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Productos y Servicios*. Recuperado el 21 de 01 de 2015, de Comercio Exterior: http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Cantos, M., & Encinas, M. C. (1998). *Introducción al comercio internacional* (p. 173). Editorial UOC. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=XUL--tAKYKYC&pgis=1>
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2004). *International Business (Spanish Translation)* (p. 701). Pearson Educación. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=lc9iA9JOAhEC&pgis=1>
- Gaytán, R. T. (1998). *Teoría del comercio internacional* (p. 467). Siglo XXI. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=vWAEfcJWwqwC&pgis=1>
- Gómez, E. G., & Durán, Á. G. (2011). *Exportaciones y acciones medioambientales* (p. 112). Universidad Almería. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=CSl9OdcjEykC&pgis=1>
- Inversiones, P. E. I. de P. de E. e. (2015). PRO ECUADOR | Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Retrieved April 24, 2015, from <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Jean-Prost, P. (2007). *Apicultura: conocimiento de la abeja. Manejo de la colmena* (p. 790). Madrid: Mundi-Prensa Libros. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=iWgJAQAAQBAJ&pgis=1>
- López, G. (2013). Dimensión histórica para Latinoamérica de la especialización que propone A. Smith en su Teoría de Ventaja Absoluta. Retrieved January 08, 2015, from <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/103-dimension-historica-para-latinoamerica-de-la-especializacion-que-propone-a-smith-en-su-teoria-de-ventaja-absoluta>

- López, M. I. G. (2009). *Gestión del comercio exterior* (p. 348). ESIC Editorial. Retrieved from https://books.google.com/books?id=f_3jgTXtn-IC&pgis=1
- Malhotra, N. K., Martínez, J. F. J. D., & Rosales, M. E. T. (2004). *Investigación de mercados* (p. 713). Pearson Educación. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=SLmEblVK2OQC&pgis=1>
- Mendizabal, F. M. (2005). *Abejas* (p. 255). Editorial Albatros. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=7jSL8ETF97wC&pgis=1>
- Mercosur. (2011). *Informe Mercosur No.16: Segundo Semestre 2010: Primer Semestre 2011*. INTAL. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=YuQbX31JgjQC&pgis=1>
- Mgap, & Iica. (2005). *Instrumentos de política comercial agropecuaria en los acuerdos y negociaciones de la OMC*. IICA Biblioteca Venezuela. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=YOWqAAAYAAJ&pgis=1>
- Morse, R. A. (2014). *Comb Honey Production* (p. 130). Wicwas Press. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=SYh0oAEACAAJ&pgis=1>
- Ocampo, J. A. (2010). *Instrumentos para la Evaluación del Impacto de Acuerdos Comerciales Internacionales: Aplicaciones para Países Pequeños en América Latina* (p. 68). United Nations Publications. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=8gYQ9CDHMKsC&pgis=1>
- PROECUADOR. (2015). *Instituto de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 24 de 04 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Rodríguez, F. O. (2007). *Cria Rentable de Abejas Reinas Y Produccion de Jalea Real* (p. 123). Fabián Rodríguez. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=KLy96qpWJkYC&pgis=1>
- Román, A. J. B. (2005). *Comercio exterior: teoría y práctica* (p. 414). EDITUM. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=bq4eT49QyHwC&pgis=1>
- Sampieri, R. H. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación* (p. 336). McGraw-Hill. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=WILJNAAACAAJ&pgis=1>
- Stanford, M. (2011). ENY108/AA168: Producing Section (Comb) Honey. Retrieved from <http://edis.ifas.ufl.edu/aa168>
- Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Juan Carlos Martínez Coll. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=HMx1B5CMePEC&pgis=1>

Tenllado, R. P. F. (2010). *Teoría y práctica de la bolsa* (p. 456). Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=Bn-Byqw3h18C&pgis=1>

Trade Map Estadísticas del comercio. (2015). Trade Map Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Retrieved April 24, 2015, from <http://www.trademap.org/Index.aspx>