



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Exportación de miel a granel de Argentina a Alemania

Kron, Eric

2008

Cita APA: Kron, E. (2008). Exportación de miel a granel de Argentina a Alemania. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.
Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Col. 1202/0428

CATALOGADO

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de la Integración

Seminario de Integración Final

Exportación de miel a granel argentina a Alemania → Toledo.

Dep. D. 310. H. 12293 (200); (401)
K4E
Trab. Progr.

Alumno

Eric Kron

Profesores/Tutores

Alicia Pelorosso Martin

Horacio Hirsch

Jorge Marchini

Col. 1902/0428

CATALOGADO

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de la Integración

Seminario de Integración Final

Exportación de miel a granel argentina a Alemania → Título

top. D. 310. H. 12293 (200); (401)
K4E
Tudo. Praga

Alumno

Eric Kron

Profesores/Tutores

Alicia Pelorosso Martin

Horacio Hirsch

Jorge Marchini



INDICE GENERAL

INDICE GENERAL	2
OBJETIVO.....	5
DETALLES DE LA OPERACION.....	5
EL PRODUCTO	5
MERCADO OBJETIVO: ALEMANIA.....	5
ESTRATEGIA DE INSERCIÓN	6
NIVELES DE PRECIOS.....	6
PAGOS.....	6
COMPETENCIA	7
LOGÍSTICA	8
EMBALAJE	8
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	9
TRATAMIENTO ADUANERO	10
EXPORTACIÓN (MERCADO ARGENTINO)	10
IMPORTACIÓN (EN EL MERCADO ALEMÁN)	10
PRINCIPALES RIESGOS DEL NEGOCIO.....	10
ANÁLISIS DE CALIDAD	10
NIVELES DE PRECIO.....	11
SITUACIÓN IMPOSITIVA DE LOS PRODUCTORES	11
TIEMPOS.....	11
PUNTOS CLAVE DEL NEGOCIO	12
RECOMENDACIONES.....	12
CONSIDERACIONES FINALES	12
ANEXOS.....	14
ANEXO I : IMPORTACIONES ALEMANAS DE MIEL 2001-2005	15
ANEXO II : DIRECTIVA SOBRE MIEL DE LA RAF - HONIGVERORDNUNG	20
ANEXO III : DIRECTIVA 2001/110/CE DEL CONSEJO	25
ANEXO IV : LABORATORIOS EN ALEMANIA	31

ANEXO V : FERIAS INTERNACIONALES Y NACIONALES. MISIONES COMERCIALES	32
ANEXO VI : COMPAÑÍAS MARÍTIMAS Y AGENTES MARÍTIMOS	34
ANEXO VII : NOTAS 1 Y 2 - EMBALAJES	36
ANEXO VIII : IMPORTADORES, AGENTES, ENVASADORES	37
<i>IMPORTADORES</i>	37
<i>AGENTES</i>	38
<i>IMPORTADORES / AGENTES</i>	38
<i>IMPORTADORES / ENVASADORES / MIEL ENVASADA</i>	39
ANEXO IX : PASOS A SEGUIR PARA EXPORTAR MIEL	40
ANEXO X : SUPUESTOS Y DATOS PARA EL CUADRO DE RESULTADOS	41
ANEXO XI : CUADRO DE RESULTADOS Y CASH FLOW	43
ANEXO XII : PRECIO PAGADO AL PRODUCTOR	44
ANEXO XIII : ARTÍCULOS VARIOS	46
<i>La sojización impide una buena producción de miel</i>	46
<i>La Unión Europea representa aproximadamente el 24% del consumo mundial de miel</i>	47
<i>La apicultura, sumergida en su crisis más profunda</i>	48
<i>Advierten que el mercado apícola va camino a la desaparición</i>	50
<i>Menos dulce de lo esperado</i>	51
ANEXO XIV : BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS	54
ANEXO XV : DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	56



Buenos Aires, Octubre 2008

Señores de
Cooperativa API-Cultores
Atn. Departamento de Proyectos

Ref.: Exportación de miel a granel a Alemania

De mi mayor consideración:

Me dirijo a Uds. con el objeto de presentarles – de acuerdo a lo conversado oportunamente - los resultados de la investigación solicitada en relación a la exportación de miel a granel al mercado alemán. La opción analizada considera 3 exportaciones (1 cada 3 meses, a partir de Enero) compuesto de veinticinco contenedores de 20 pies cada exportación.

Realizado en primer lugar una investigación del mercado alemán de miel y posteriormente un análisis de los datos recopilados, **no considero recomendable iniciar el proyecto de referencia** bajo las condiciones planteadas.

Adjunto a la presente un reporte con el análisis de los datos y los argumentos sobre los cuáles me he basado para arribar a dicha conclusión.

Siete años de actividad profesional avalan mi propuesta de servicios respecto a la concertación de negocios a nivel internacional, además de mis conocimientos y vínculos comerciales relativos a aspectos logísticos, despacho aduanero, seguros, transportes, finanzas internacionales, entidades bancarias, entre otros.

A la espera de sus noticias, los saludo muy atentamente.

Eric R. Kron
Lic. en Comercio Internacional

OBJETIVO

El presente análisis tiene por objeto presentar a los directivos de la Cooperativa API-Cultores información relevante acerca del mercado de miel natural en Alemania, aportando de esta manera elementos de juicio suficientes que respalden la decisión final de realizar - o no - la exportación de miel a granel de origen argentino a dicho país.¹

DETALLES DE LA OPERACION

La opción analizada considera 3 (tres) operaciones de exportación, una cada tres meses a partir de Enero, compuesto por 25 contenedores de 20 pies cada operación.

- 25 contenedores 20' = 1.500 tambores² = 450.000 kg miel (495 Tn)

→

- 75 contenedores 20' = 4.500 tambores = 1.350.000 kg miel (1.485 Tn)

EL PRODUCTO

Se exportará miel color ambar claro por ser este el color de mayor aceptación en el mercado de destino. Textura: líquida (50 mm).

MERCADO OBJETIVO: ALEMANIA

Datos para tener en cuenta:

- ✓ con un promedio de 1,1 kg per cápita, el consumo anual asciende a unas 90.000 tn (los niveles de consumo se mantuvieron relativamente estables en los últimos 10 años)
- ✓ la producción local alcanzó a satisfacer solo el 20% (en promedio) de la demanda durante los últimos años
- ✓ Argentina es el principal proveedor del mercado de miel alemán, con exportaciones por 31.937 tn (2006; 36%) y 29.297 tn (2007; 31%). Desde el año 2001 hasta el presente la miel argentina viene representando aproximadamente 30% del total importado³
- ✓ la miel de mesa representa alrededor del 85% del consumo total, empleándose por lo general para untar el pan o como edulcorante en la repostería casera
- ✓ si bien es un producto de libre importación, existen normas de calidad sanitaria de la UE que debe cumplir la miel importada. Estas normas son: a) Directiva sobre miel de la República Federal de Alemania “Deutsche Honigverordnung”⁴, y b) Directiva 2001/110/CE de la Unión Europea (UE)⁵

¹ Se parte del supuesto que la Cooperativa ya se encuentra inscripto como exportador en el Registro de Importadores y Exportadores de la Dirección General de Aduanas (DGA)

² Un (1) tambor = 300kg netos de miel

³ Anexo I

⁴ Anexo II

⁵ Anexo III

- ✓ los importadores alemanes son muy exigentes; en algunas oportunidades solicitan el envío de muestras para ser examinadas por un laboratorio en Alemania⁶

ESTRATEGIA DE INSERCION

- ✓ la complejidad del negocio y la estrictas directivas de calidad hacen que sea aconsejable conocer muy bien el negocio y tener una relación de confianza con todos los productores/apicultores
- ✓ dada la enorme demanda por la miel argentina (por su calidad), no es necesario un gran esfuerzo para colocar el producto en el mercado destino (“se vende sola”)
- ✓ se aconseja mantener un contacto fluído con el importador, ya sea por vía telefónica o correo electrónico
- ✓ es importante que la Cooperativa API-Cultores participe regularmente de las ferias especializadas, tanto a nivel nacional como internacional. También se aconseja participar en misiones comerciales y rondas de negocios. Esto contribuirá a ampliar su listado de contactos⁷.

NIVELES DE PRECIOS

La modalidad de venta comunmente utilizada en el comercio de importación de miel natural en Alemania es la del precio fijo. Con esa modalidad, el precio de compra es pactado (fijado) antes de recibir la mercadería, en base a las apreciaciones que tengan las partes sobre el comportamiento futuro del mercado. Como consecuencia, las condiciones de negociación para el exportador se tornan más difíciles, y tienen que salir a comprar la miel por debajo del precio pactado.

La calidad y el origen de la miel son los principales factores a tener en cuenta al fijar el precio.

La miel argentina se encuentra en un nivel medio de precios. (China ocupa un nivel bajo, y México ocupa un nivel alto).

PAGOS

A los productores/proveedores

Se debe realizar al contado. Es muy difícil encontrar productores que acepten pagos diferidos. La Cooperativa deberá disponer de suficiente Capital afrontar este elevado gasto inicial. Antes de realizar el pago al proveedor, es de suma inportancia que se realicen los análisis de calidad necesarios y asegurarse de que los resultados estén de acuerdo a las exigencias del mercado alemán.

⁶ Anexo IV

⁷ Anexo V

Del importador alemán

El instrumento de pago más común en Alemania para las importaciones de este producto es el sistema de caja contra documento.

(en el caso de que exista una relación de mucha confianza con el importador alemán, podría llegar a prefinanciarse una parte de la operación)

Plazo para ingreso de divisas : 180 días, según Resolución 269/2001 SC (B.O. 17/12/2001)

Algunos de los principales bancos comerciales son el Deutsche Bank, el Commerzbank, el Hypovereinsbank. La mayoría de las casas matrices de estos bancos se encuentran en Frankfurt a/Main.

El Banco Central de la República Federal de Alemania es el Deutsche Bundesbank.

COMPETENCIA

En el mercado alemán

Es muy baja. La producción de miel en el mercado alemán apenas alcanza a satisfacer el 20% de la demanda.

En el mundo

En la actualidad hay alrededor de 50 países que proveen al mercado de miel alemán; 21 países que son miembros de la UE y 29 de terceros países.

Alrededor del 70% de todas las importaciones alemanas provienen de 6-7 países. (Cuadros 1 y 2 muestran a los principales proveedores, con los respectivos volúmenes y montos exportados durante 2006 y 2007).

2006				
Total importado de todos los países	88.439		155.917	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	31.937	36,11%	46.441	29,79%
México	7.897	8,93%	15.028	9,64%
Uruguay	6.740	7,62%	10.076	6,46%
Rumania	5.429	6,14%	11.643	7,47%
Chile	5.288	5,98%	8.348	5,35%
Italia	2.708	3,06%	7.870	5,05%
Subtotal (sin Argentina)	28.062	31,73%	52.965	33,97%

Cuadro 1 Principales proveedores extranjeros (2006)

2007				
Total importado de todos los países	94.075			
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	29.297	31,14%		#DIV/0!
México	14.453	15,36%		#DIV/0!
Uruguay	9.589	10,19%		#DIV/0!
Chile	5.564	5,91%		#DIV/0!
Hungría	5.257	5,59%		#DIV/0!
Rumania	3.593	3,82%		#DIV/0!
Subtotal (sin Argentina)	38.456	40,88%	0	#DIV/0!

Cuadro 2 Principales proveedores extranjeros (2007)⁸

En ambos cuadros se observa la posición de privilegio que ocupa la Argentina como proveedor de miel a granel.

LOGISTICA

* Nacional

Se realizará por vía terrestre: el representante/comisionista se encarga de retirar los tambores de los productores/proveedores, llevarlo a su depósito, consolidar la carga sobre un chasis y transportar el chasis al depósito de la Cooperativa.

* Internacional

Se realiza por vía marítima, siendo Bs. As. el principal puerto de salida, y Hamburg el principal puerto de ingreso.

La Cooperativa deberá hacerse cargo de contactarse con las compañías/agencias marítimas⁹ para reservar el espacio en la bodega del barco, y transportar los contenedores consolidados de su depósito al puerto de Buenos Aires.

EMBALAJE

La miel se exporta en tambores de hierro de 300 kg (contenido neto). Estos deben encontrarse barnizados por dentro. Se pueden utilizar tambores nuevos o de 2da mano, pero deben estar limpios y no tener abolladuras. Todos los tambores deben tener impreso el número de RENAPA

⁸ Al día de la fecha no se tiene información acerca de los montos respectivos de las cantidades exportadas.

⁹ Anexo VI

(Registro Nacional de Productores Apícolas); este registro tiene carácter obligatorio y es gratuito.

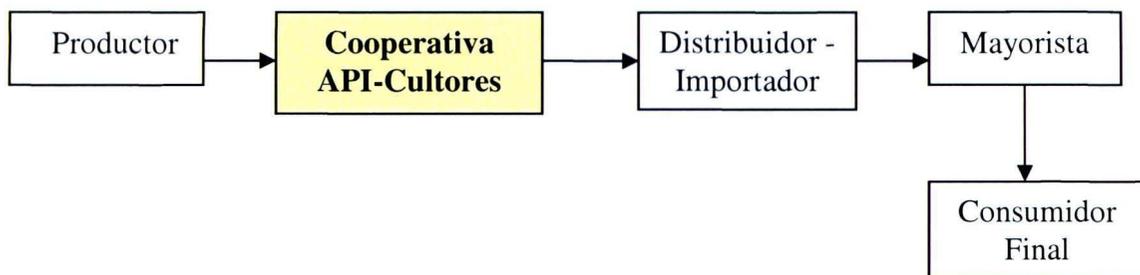
Los tambores sin identificación NO PUEDEN SER EXPORTADOS!!!

El precio del tambor está incluido en el precio que se le paga al productor.

Notas 1 y 2: ver Anexo.¹⁰

CANAL DE DISTRIBUCION

El negocio se plantea según el siguiente esquema:



- ✓ desde el punto de vista de la Cooperativa, se trata de una exportación directa, ya que la Cooperativa API-Cultores le venderá directamente al importador/distribuidor en Alemania
- ✓ tomando en cuenta la cadena de distribución ampliada, en donde el cliente final es la persona que compra el envase de miel para su consumo personal, se trata de una exportación indirecta
- ✓ en este esquema, la Cooperativa cumple la función de Distribuidor/Exportador
- ✓ Alemania importa en su gran mayoría mieles a granel, que luego son envasadas con marcas propias de los supermercados o con las marcas de los grandes importadores.

Dos de los importadores más importantes son Alfred L. Wolff Honey GmbH / Wolff und Ohlsen GmbH & Co. y Dreyer Bienenhonig GmbH.¹¹

¹⁰ Anexo VII

¹¹ Anexo VIII

TRATAMIENTO ADUANERO

Exportación (mercado argentino)

Posición arancelaria (según NCM)	0409.00.00.911X
Descripción completa (según NCM, en español)	MIEL NATURAL DE ABEJAS A GRANEL (LEY 25.525) (EN ENVASES DE CAPACIDAD SUPERIOR O IGUAL A 300 KG)
Descripción (mercado alemán)	Natürlicher Honig
Derechos de exportación	10%

Reintegro a la exportación	: - x -
Restricciones arancelarias	: no existen en la actualidad
Restricciones no arancelarias	: La miel que se exporta a la UE debe cumplir con estrictas normas de calidad sanitaria

Importación (en el mercado alemán)

- las importaciones pagan un arancel del 17,3% (base de imposición CIF)¹²
- no existen por el momento gravámenes específicos ni impuestos internos
- la miel se encuentra gravada por un IVA reducido (aplicable a productos alimenticios) del 7%

PRINCIPALES RIESGOS DEL NEGOCIO

Análisis de calidad

Las estrictas normas exigidas por la UE en materia de calidad sanitaria, y que debe observar el exportador argentino, obligan a que éste tenga especial cuidado a la hora de comprar la miel a los productores. Por ello se recomienda tomar una muestra por productor, por lote diferente y mandar a realizar los análisis pertinentes en busca de antibióticos prohibidos y nitrofuranos. Este costo corre por cuenta del exportador. Entre el envío de la(s) muestra(s) y la obtención de la aprobación sanitaria por la autoridad competente (SENASA) pueden pasar 1,5 semanas. Si no se realiza un control estricto en este sentido, se corre el riesgo de que el importador rechace la miel que no cumple con los estándares de calidad exigidos (en algunos casos puede rechazar el envío completo).

¹² Actualizaciones: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=ES

Si existe una relación de confianza con el productor, la cantidad de muestras a analizar se reduce de 1 de cada 2 tambores a 1 de cada 6 tambores.

De igual manera, si entre el importador y el exportador existe una relación de confianza, la cantidad de muestras a ser analizadas por un laboratorio especializado en Alemania se reduce.

Miel que es rechazada por el importador alemán es dinero perdido, ya que al productor se le pagó al contado y no hay manera de recuperar ese dinero. La única posibilidad es vender esa miel en un mercado con normas de calidad sanitarias más flexibles. Esto implica un mayor gasto administrativo y eventualmente mayores gastos logísticos, sin mencionar el posible deterioro en la confianza que esto genera en el importador.

Niveles de precio

Dado el bajo margen de rentabilidad que genera este negocio (alrededor de un 5% neto, en el mejor de los casos), es fundamental comprar la miel al mejor precio posible, y vender al mejor precio posible. Esto se hace difícil en la medida en que el precio de venta está “prefijado” en el contrato de compraventa internacional, y el exportador – una vez con el contrato firmado – tiene que salir a comprar la miel por debajo del precio fijado, teniendo en cuenta la estructura de gastos (fijos y variables) que posee.

El más mínimo error o descuido tienen un gran impacto en la rentabilidad del proyecto.

Situación impositiva de los productores

El hecho de que los productores/proveedores estén debidamente inscriptos en la AFIP y tengan su situación regularizada es importante en la medida que facilita los trámites para el recupero del IVA. Si los productores/proveedores no se encuentran inscriptos, o figuran como “dudosos” (ej.: factura de compra apócrifa) en los registros de la AFIP, es altamente probable que el exportador no reciba del fisco el IVA correspondiente a la operación realizada con ese productor. Esto implica para el exportador un costo financiero.

Esta mayor presión ejercida por la AFIP recae en el exportador, que tendrá que asegurarse de que los productores de los que compra la miel estén con su situación

A esto se le llama “comprar buena documentación” en la jerga contable.

Tiempos

En los casos que el exportador maneje un stock de miel, es probable que la mayoría de las veces no cuente con las cantidades suficientes solicitadas por el importador de determinada calidad de miel. Entonces, tiene que salir a comprar tambores adicionales a los productores. A estos lotes de tambores hay que realizar los análisis pertinentes.

Además hay que reservar el espacio en bodega del barco.

Por eso hay que calcular un mes como mínimo desde la colocación del pedido y la efectiva exportación.

Adicionalmente hay que calcular un mes hasta recibir el pago del importador (en el caso de que no se haya realizado una prefinanciación).

PUNTOS CLAVE DEL NEGOCIO

Existen dos características que son consideradas principales en este negocio:

- 1) volumen negociado
- 2) margen de rentabilidad

La exportación de miel a granel es un negocio complejo. Implica una gran inversión en tiempo y en estructura. La única forma de obtener una rentabilidad positiva en este negocio (que de por sí es pequeña; aproximadamente un 5% en el mejor de los casos), es indispensable exportar volúmenes importantes, y ser muy cuidadoso con la estructura de costos aparejado al negocio.

RECOMENDACIONES

- ✓ conocer muy bien el negocio de la miel
- ✓ mantener buenas relaciones con los productores y con el/los importador(es)
- ✓ asegurarse un buen Capital de Trabajo
- ✓ estar dispuesto a invertir tiempo y estructura en el negocio
- ✓ asegurarse mediante análisis de muestras de que la calidad de la miel comprada a los productores sea de excelente calidad
- ✓ estar atento a los cambios en los precios en el mercado local, y tratar de comprar al mejor precio posible
- ✓ colocar la miel en el mercado de destino al mejor precio posible
- ✓ cerciorarse de que la(s) factura(s) de compra no sea(n) apócrifa(s)
- ✓ **EXPORTAR GRANDES VOLUMENES!!!** Esta es la única forma de aspirar a una rentabilidad (que de por sí es baja; aprox. 5%, en el mejor de los casos)
- ✓ mantener una continuidad en las exportaciones

CONSIDERACIONES FINALES

Fortalezas y oportunidades a favor de exportar:

- ✓ la miel argentina está considerada como una de las mejores del mundo por sus características organolépticas¹³ y a su composición química
- ✓ Argentina es el 3er exportador mundial después de China y EE.UU
- ✓ el mercado europeo es un gran consumidor de miel
- ✓ incremento en el uso de la miel por parte de las industrias alimenticia, farmacéutica y cosmética, sumado al cambio de hábito en el consumo hacia productos naturales y con beneficio para la salud

Debilidades y amenazas en contra de exportar:

- ✓ necesidad de exportar grandes volúmenes para que el negocio sea rentable
- ✓ bajo margen de rentabilidad
- ✓ actividad muy sensible a los cambios climáticos (sequías, inundaciones)

¹³ Se dice de las propiedades de los cuerpos que se pueden percibir por los sentidos.

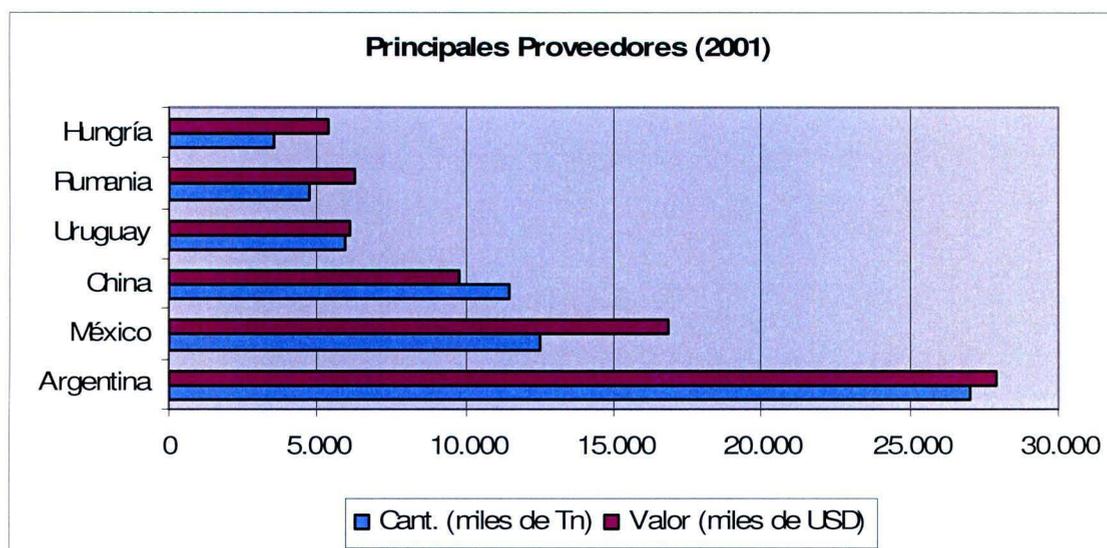
-
- ✓ necesidad de un elevado Capital de Trabajo
 - ✓ normas de calidad sanitarias muy exigentes; ante cualquier desviación pequeña en los estándares de calidad, se transforma en una barrera no arancelaria
 - ✓ avance del cultivo de oleaginosas (ej. En Argentina: “sojización”)
 - ✓ muchas presiones por parte de la AFIP relacionado con la situación impositiva de los productores/proveedores
 - ✓ muerte masiva de abejas a nivel mundial
 - ✓ escaso valor agregado a la actividad (baja o nula diversificación: fraccionamiento, tipificación por origen botánico, certificación de calidad por protocolos, producción orgánica, desarrollo de otros productos de la colmena)
 - ✓ atomización de la producción
 - ✓ concentración de las empresas exportadoras: escaso acceso de los productores en forma directa al mercado externo

ANEXOS

Anexo I : Importaciones alemanas de miel 2001-2005

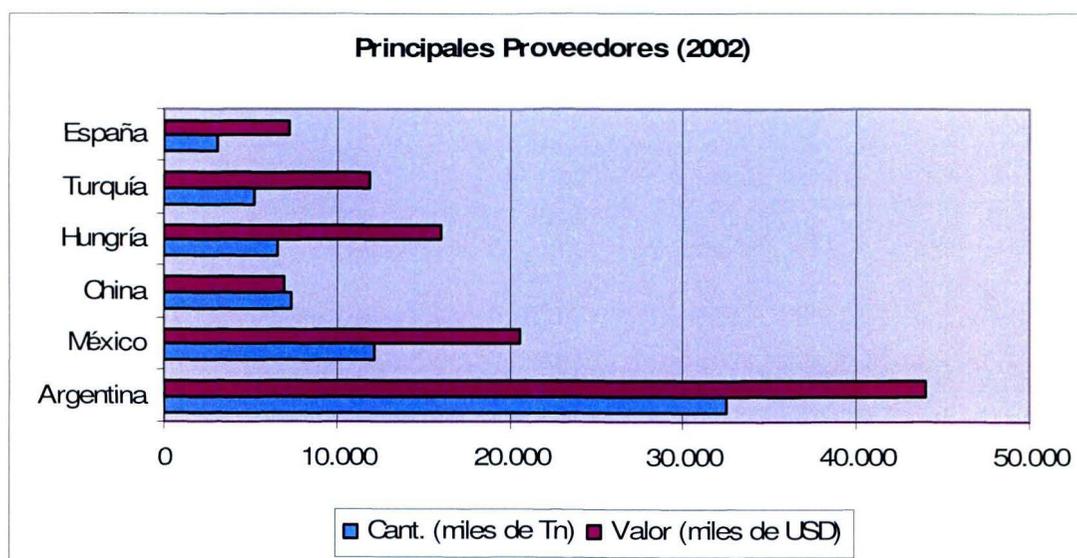
Los siguientes cuadros reflejan las importaciones alemanas de miel correspondientes al período 2001-2005.

2001				
Total importado de todos los países	93.877		112.286	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	26.999	28,76%	27.949	24,89%
México	12.523	13,34%	16.883	15,04%
China	11.498	12,25%	9.784	8,71%
Uruguay	5.970	6,36%	6.059	5,40%
Rumania	4.731	5,04%	6.245	5,56%
Hungría	3.530	3,76%	5.349	4,76%
Subtotal (sin Argentina)	38.252	40,75%	44.320	39,47%



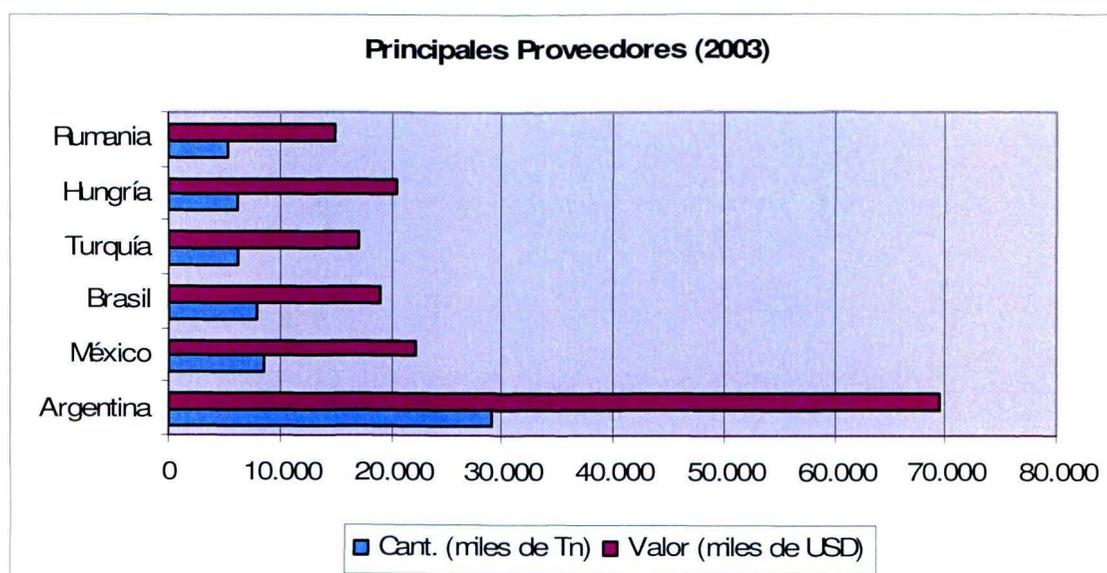
Argentina ocupa el primer puesto en cuanto a volumen y monto exportado. El valor promedio por kg de miel exportada es de 1,04 USD. El precio promedio para los demás países es el siguiente: Hungría = 1,52 USD; México = 1,35 USD; Rumania = 1,32 USD; Uruguay = 1,01 USD y China = 0,85.

2002				
Total importado de todos los países	100.315		166.189	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	32.481	32,38%	43.973	26,46%
México	12.118	12,08%	20.541	12,36%
China	7.297	7,27%	6.971	4,19%
Hungría	6.552	6,53%	16.079	9,68%
Turquía	5.173	5,16%	11.879	7,15%
España	3.050	3,04%	7.186	4,32%
Subtotal (sin Argentina)	34.190	34,08%	62.656	37,70%



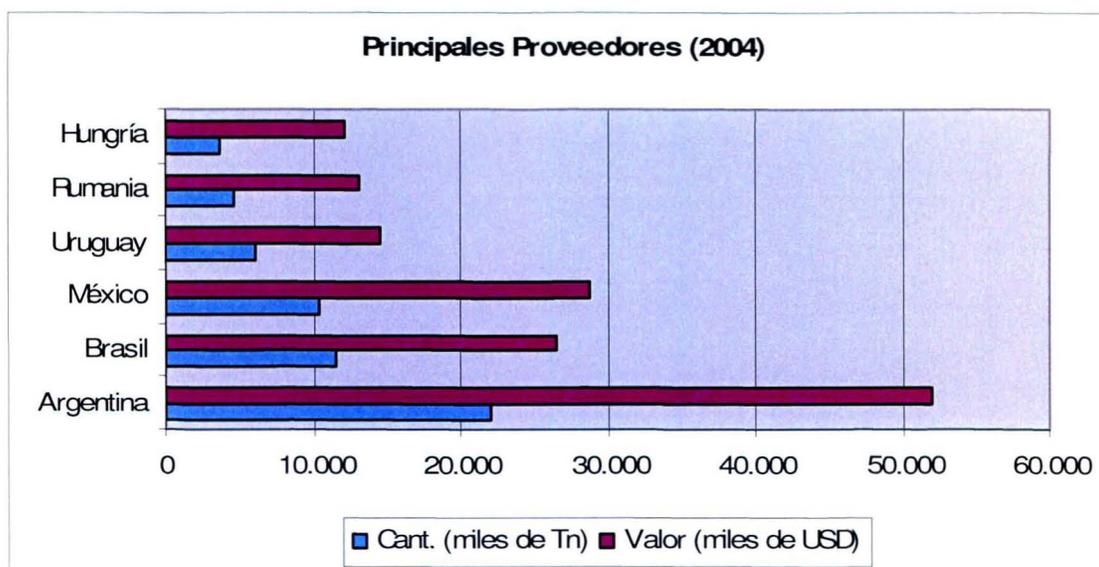
Argentina ocupa el primer puesto en cuanto a volumen y monto exportado. El valor promedio por kg de miel exportada es de 1,35 USD. El precio promedio para los demás países es el siguiente: Hungría = 2,45 USD; España = 2,36 USD; Turquía = 2,30 USD; México = 1,70 USD y China = 0,96.

2003				
Total importado de todos los países	93.586		241.718	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	29.076	31,07%	69.540	28,77%
México	8.644	9,24%	22.300	9,23%
Brasil	8.017	8,57%	19.132	7,92%
Turquía	6.286	6,72%	17.072	7,06%
Hungría	6.246	6,67%	20.518	8,49%
Rumania	5.265	5,63%	14.935	6,18%
Subtotal (sin Argentina)	34.458	36,82%	93.957	38,87%



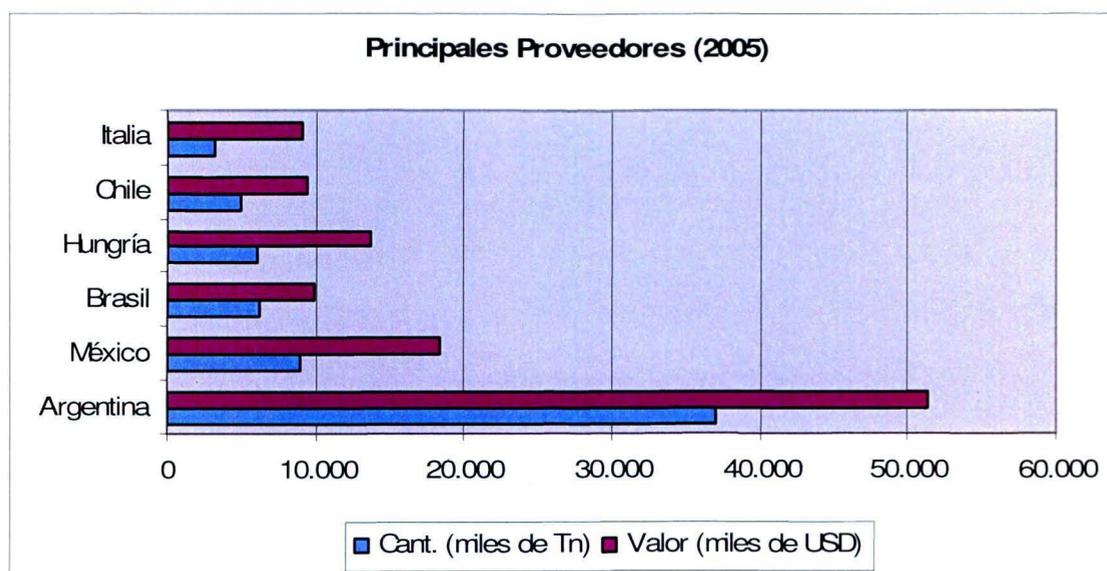
Argentina ocupa el primer puesto en cuanto a volumen y monto exportado. El valor promedio por kg de miel exportada es de 2,39 USD. El precio promedio para los demás países es el siguiente: Hungría = 3,28 USD; Rumania = 2,84; Turquía = 2,72 USD; México = 2,58 USD y Brasil = 2,39 (mismo precio promedio que Argentina).

2004				
Total importado de todos los países	88.739		230.346	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	22.024	24,82%	51.991	22,57%
Brasil	11.449	12,90%	26.500	11,50%
México	10.368	11,68%	28.757	12,48%
Uruguay	6.020	6,78%	14.586	6,33%
Rumania	4.716	5,31%	13.054	5,67%
Hungría	3.658	4,12%	12.169	5,28%
Subtotal (sin Argentina)	36.211	40,81%	95.066	41,27%



Argentina ocupa el primer puesto en cuanto a volumen y monto exportado. El valor promedio por kg de miel exportada es de 2,36 USD. El precio promedio para los demás países es el siguiente: Hungría = 3,33 USD; Rumania = 2,77; México = 2,77 USD; Uruguay = 2,42 USD y Brasil = 2,31.

2005				
Total importado de todos los países	95.646		167.654	
Principales Proveedores				
	Cant. (miles de Tn)	Part. Tn (%)	Valor (miles de USD)	Part. Valor (%)
Argentina	37.003	38,69%	51.414	30,67%
México	8.940	9,35%	18.351	10,95%
Brasil	6.151	6,43%	9.903	5,91%
Hungría	6.069	6,35%	13.715	8,18%
Chile	4.920	5,14%	9.432	5,63%
Italia	3.261	3,41%	9.142	5,45%
Subtotal (sin Argentina)	29.341	30,68%	60.543	36,11%



Argentina ocupa el primer puesto en cuanto a volumen y monto exportado. El valor promedio por kg de miel exportada es de 1,39 USD. El precio promedio para los demás países es el siguiente: Italia = 2,80 USD; Hungría = 2,26 USD; México = 2,05 USD; Chile = 1,92 USD y Brasil = 1,61.

Anexo II : Directiva sobre miel de la RAF - Honigverordnung

Honigverordnung (HonigV)

Ausfertigungsdatum: 16.01.2004

Vollzitat:

"Honigverordnung vom 16. Januar 2004 (BGBl. I S. 92), zuletzt geändert durch Artikel 9 der Verordnung vom 8. August 2007 (BGBl. I S. 1816)"

Stand: Zuletzt geändert durch Art. 9 V v. 8.8.2007 I 1816

Mit dieser Verordnung wird die Richtlinie 2001/110/EG des Rates vom 20. Dezember 2001 über Honig (ABl. EG 2002 Nr. L 10 S. 47) in deutsches Recht umgesetzt.

Fußnote

Textnachweis ab: 29.1.2004

Amtlicher Hinweis des Normgebers auf EG-Recht:

Umsetzung der

EGRL 110/2001 (CELEX Nr: 301L0110)

Eingangsformel

Das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft verordnet auf Grund

- des § 19 Abs. 1 Nr. 1, 2 Buchstabe b, Nr. 3 und 4 Buchstabe a und c des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. September 1997 (BGBl. I S. 2296), der durch Artikel 42 Nr. 4 der Verordnung vom 29. Oktober 2001 (BGBl. I S. 2785) geändert worden ist, in Verbindung mit § 1 des Zuständigkeitsanpassungsgesetzes vom 16. August 2002 (BGBl. I S. 3165) und dem Organisationserlass vom 22. Oktober 2002 (BGBl. I S. 4206) im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit sowie

- des § 44 Abs. 1 Nr. 2 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes:

§ 1 Anwendungsbereich

Die in Anlage 1 aufgeführten Erzeugnisse unterliegen dieser Verordnung, soweit sie dazu bestimmt sind, als Lebensmittel gewerbsmäßig in den Verkehr gebracht zu werden.

§ 2 Anforderungen an die Beschaffenheit

Honig muss hinsichtlich seiner Beschaffenheit den Anforderungen nach Anlage 2 entsprechen.

§ 3 Kennzeichnung

(1) Für die in Anlage 1 aufgeführten Erzeugnisse sind die dort genannten Bezeichnungen Verkehrsbezeichnungen im Sinne der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung.

(2) Die in Anlage 1 genannten Bezeichnungen sind den dort aufgeführten Erzeugnissen vorbehalten. Diese Bezeichnungen können außer bei Erzeugnissen nach Anlage 1 Abschnitt II Nr. 3, 4, 8 und 9 durch die Bezeichnung "Honig" ersetzt werden.

(3) Die in Anlage 1 genannten Bezeichnungen können außer bei Erzeugnissen nach Anlage 1 Abschnitt II Nr. 8 und 9 ergänzt werden durch Angaben

1. zur Herkunft aus Blüten oder lebenden Pflanzenteilen, wenn der Honig vollständig oder überwiegend den genannten Blüten oder Pflanzen entstammt und die entsprechenden organoleptischen, physikalisch-chemischen und mikroskopischen Merkmale aufweist;
2. zur regionalen, territorialen oder topographischen Herkunft, wenn der Honig ausschließlich die angegebene Herkunft aufweist;
3. zu besonderen Qualitätsmerkmalen.

(4) Zusätzlich zu den nach der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung vorgeschriebenen Angaben muss die Kennzeichnung der in Anlage 1 aufgeführten Erzeugnisse folgende Angaben enthalten, die nach Maßgabe des Absatzes 5 anzugeben sind:

1. das Ursprungsland oder die Ursprungsländer, in dem oder denen der Honig erzeugt wurde; bei mehr als einem Ursprungsland kann stattdessen jeweils eine der folgenden Angaben gemacht werden, sofern der Honig dort erzeugt wurde:
 - a) "Mischung von Honig aus EG-Ländern",
 - b) "Mischung von Honig aus Nicht-EG-Ländern",
 - c) "Mischung von Honig aus EG-Ländern und Nicht-EG-Ländern",
2. den Hinweis "nur zum Kochen und Backen" bei Erzeugnissen nach Anlage 1 Abschnitt II Nr. 9.

(5) Die Angabe nach Absatz 4 Nr. 2 ist in Verbindung mit der Verkehrsbezeichnung anzubringen. Im Übrigen gilt für die Art und Weise der Kennzeichnung nach Absatz 4 § 3 Abs. 3 Satz 1, 2 und 3 erster Halbsatz und Abs. 4 der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung entsprechend.

(6) Bei Erzeugnissen nach Anlage 1 Abschnitt II Nr. 8 und 9, die nicht zur Abgabe an Verbraucher bestimmt sind, sind die Verkehrsbezeichnungen auf den Transportbehältern, den Verpackungen und in den Geschäftspapieren anzugeben; dem Verbraucher stehen Gaststätten, Einrichtungen zur Gemeinschaftsverpflegung sowie Gewerbetreibende, soweit sie Lebensmittel zum Verbrauch innerhalb ihrer Betriebsstätte beziehen, gleich.

§ 4 Verkehrsverbote

Gewerbsmäßig dürfen nicht in den Verkehr gebracht werden:

1. Lebensmittel, die mit einer in Anlage 1 aufgeführten Bezeichnung versehen sind, ohne den in Anlage 1 genannten Begriffsbestimmungen oder den Vorschriften des § 2 zu entsprechen,
2. Honig, dessen Bezeichnung durch die in § 3 Abs. 3 vorgesehenen Angaben ergänzt ist, ohne den dort genannten Anforderungen zu entsprechen,
3. Erzeugnisse im Sinne der Anlage 1, die nicht mit einer nach § 3 Abs. 4, auch in Verbindung mit Abs. 5 Satz 1, oder Abs. 6 vorgeschriebenen Angabe versehen sind.

§ 5 (weggefallen)

-

§ 6 Straftaten und Ordnungswidrigkeiten

(1) Nach § 59 Abs. 1 Nr. 21 Buchstabe a des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches wird bestraft, wer entgegen § 4 Nr. 1 oder 2 Lebensmittel in den Verkehr bringt.

(2) Wer eine in Absatz 1 bezeichnete Handlung fahrlässig begeht, handelt nach § 60 Abs. 1 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches ordnungswidrig.

(3) Ordnungswidrig im Sinne des § 60 Abs. 2 Nr. 26 Buchstabe a des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 4 Nr. 3 ein Erzeugnis in den Verkehr bringt.

§ 7 Übergangsregelung

Bis zum 31. Juli 2004 dürfen Erzeugnisse nach den bis zum 28. Januar 2004 geltenden Vorschriften hergestellt und gekennzeichnet werden. Nach Satz 1 hergestellte und gekennzeichnete Erzeugnisse dürfen bis zum Abbau der Vorräte in den Verkehr gebracht werden.

§ 8

-

§ 9 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

- (1) Die Verordnung tritt am Tag nach der Verkündung in Kraft.
- (2)

Schlussformel

Der Bundesrat hat zugestimmt.

Anlage 1 (zu den §§ 1, 3 und 4)

Begriffsbestimmungen, Verkehrsbezeichnungen

Abschnitt I

Allgemeines

Honig ist der natursüße Stoff, der von Honigbienen erzeugt wird, indem die Bienen Nektar von Pflanzen oder Sekrete lebender Pflanzenteile oder sich auf den lebenden Pflanzenteilen befindende Exkrete von an Pflanzen saugenden Insekten aufnehmen, durch Kombination mit eigenen spezifischen Stoffen umwandeln, einlagern, dehydratisieren und in den Waben des Bienenstocks speichern und reifen lassen.

Honig besteht im Wesentlichen aus verschiedenen Zuckerarten, insbesondere aus Fructose und Glucose, sowie aus organischen Säuren, Enzymen und beim Nektarsammeln aufgenommenen festen Partikeln. Die Farbe des Honigs reicht von nahezu farblos bis dunkelbraun.

Er kann von flüssiger, dickflüssiger oder teilweise bis durchgehend kristalliner Beschaffenheit sein. Die Unterschiede in Geschmack und Aroma werden von der jeweiligen botanischen Herkunft bestimmt.

Abschnitt II

Honigarten

Nach Herkunft, Gewinnungsart, Angebotsform oder Zweckbestimmung werden folgende Honigarten unterschieden:

Verkehrsbezeichnung	Begriffsbestimmung
1. Blütenhonig oder Nektarhonig	vollständig oder überwiegend aus dem Nektar von Pflanzen stammender Honig
2. Honigtauhonig	Honig, der vollständig oder überwiegend aus auf lebenden Pflanzenteilen befindlichen Exkreten von an Pflanzen saugenden Insekten (Hemiptera) oder aus Sekreten lebender Pflanzenteile stammt
3. Wabenhonig oder Scheibenhonig	von Bienen in den gedeckelten, brutfreien Zellen der von ihnen frisch gebauten Honigwaben oder in Honigwaben aus feinen, ausschließlich aus Bienenwachs hergestellten gewaffelten Wachsblättern gespeicherter Honig, der in ganzen oder geteilten Waben gehandelt wird

4. Honig mit Wabenteilen oder Wabenstücke in Honig	Honig, der ein oder mehrere Stücke Wabenhonig enthält
5. Tropfhonig	durch Austropfen der entdeckelten, brutfreien Waben gewonnener Honig
6. Schleuderhonig	durch Schleudern der entdeckelten, brutfreien Waben gewonnener Honig
7. Presshonig	durch Pressen der brutfreien Waben ohne oder mit Erwärmung auf höchstens 45 Grad C gewonnener Honig
8. gefilterter Honig	Honig, der gewonnen wird, indem anorganische oder organische Fremdstoffe so entzogen werden, dass Pollen in erheblichem Maße entfernt werden
9. Backhonig	Honig, der für industrielle Zwecke oder als Zutat für andere Lebensmittel, die anschließend verarbeitet werden, geeignet ist

Anlage 2 (zu den §§ 2 und 4) Anforderungen an die Beschaffenheit

Abschnitt I

Allgemeine Anforderungen

Honig dürfen keine anderen Stoffe als Honig zugefügt werden.

Honig muss, soweit möglich, frei von organischen und anorganischen honigfremden Stoffen sein. Honig dürfen jedoch keine honigeigenen Stoffe entzogen werden, soweit dies beim Entfernen von anorganischen oder organischen honigfremden Stoffen nicht unvermeidbar ist. Abweichend davon dürfen gefiltertem Honig Pollen entzogen worden sein.

Honig darf keinen künstlich veränderten Säuregrad aufweisen. Honig darf mit Ausnahme von Backhonig keinen fremden Geschmack oder Geruch aufweisen, nicht in Gärung übergegangen oder gegoren sein oder so stark erhitzt worden sein, dass die Enzyme erheblich oder vollständig inaktiviert wurden.

Abschnitt II

Spezifische Anforderungen

1. Zuckergehalt

1.1. Fructose- und Glucosegehalt (Summe)

a) Blütenhonig

mindestens 60 g/100 g,

b) Honigtau- oder Heidekrauthonig, allein oder in Mischung mit Blütenhonig

mindestens 45 g/100 g,

1.2. Saccharosegehalt

a) Im Allgemeinen

höchstens 5 g/100 g,

b) Honig von Robinie (*Robinia pseudoacacia*), Luzerne (*Medicago sativa*), Banksia menziesii, Süßklee (*Hedysarum*), Roter Eukalyptus (*Eucalyptus camadulensis*), *Eucryphia lucida*, *Eucryphia milliganii*, Citrus spp.

höchstens 10 g/100 g,

c) Honig von Lavendel (*Lavandula* spp.), Borretsch (*Borago officinalis*)

höchstens 15 g/100 g.

2. Wassergehalt

a) Im Allgemeinen

höchstens 20%,

b) Honig von Heidekraut (*Calluna*) und Backhonig im Allgemeinen

höchstens 23%,

c) Backhonig von Heidekraut (*Calluna*)

höchstens 25%.

3. Gehalt an wasserunlöslichen Stoffen

a) Im Allgemeinen

höchstens 0,1 g/100 g,

b) Presshonig

höchstens 0,5 g/100 g.

4. Elektrische Leitfähigkeit

a) Honigarten im Allgemeinen und Mischungen dieser Honigarten

höchstens 0,8 mS/cm,

b) Honigtauhonig und Kastanienhonig und Mischungen dieser Honigarten

mindestens 0,8 mS/cm.

Den unter den Buchstaben a und b festgelegten Anforderungen müssen die nachfolgend genannten Honigarten sowie Mischungen mit diesen Honigarten nicht entsprechen:

Honige von Erdbeerbaum (*Arbutus unedo*), Glockenheide (*Erica*), Eukalyptus, Linden (*Tilia spp.*), Heidekraut (*Calluna vulgaris*), Leptospermum, Teebaum (*Melaleuca spp.*).

5. Gehalt an freien Säuren

a) Im Allgemeinen

höchstens 50

Milliäquivalente Säure pro kg,

b) Backhonig

höchstens 80

Milliäquivalente Säure pro kg.

6. Hydroxymethylfurfuralgehalt (HMF), bestimmt nach Behandlung und Mischung

a) Im Allgemeinen, mit Ausnahme von Backhonig

höchstens 40 mg/kg
(vorbehaltlich der Bestimmungen unter Nr. 7 Buchstabe b),

b) Honig mit angegebenem Ursprung in Regionen mit tropischem Klima und Mischungen solcher Honigarten untereinander

höchstens 80 mg/kg.

7. Diastase-Zahl nach Schade, bestimmt nach Behandlung und Mischung

a) Im Allgemeinen mit Ausnahme von Backhonig

mindestens 8,

b) Honigarten mit einem geringen natürlichen Enzymgehalt (z. B. Zitrus Honig) und einem HMF-Gehalt von höchstens 15 mg/kg

mindestens 3.

Anexo III : Directiva 2001/110/CE DEL CONSEJO

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, su artículo 37,

Vista la propuesta de la Comisión ⁽¹⁾,

Visto el dictamen del Parlamento Europeo ⁽²⁾,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social ⁽³⁾,

Considerando lo siguiente:

- (1) De acuerdo con las conclusiones del Consejo Europeo de Edimburgo de los días 11 y 12 de diciembre de 1992, confirmadas por el Consejo Europeo de Bruselas de los días 10 y 11 de diciembre de 1993, conviene simplificar determinadas Directivas verticales en el ámbito de los productos alimenticios para limitarlas a los requisitos esenciales que deben cumplir tales productos, de manera que éstos puedan circular libremente en el mercado interior.
- (2) La Directiva 74/409/CEE del Consejo, de 22 de julio de 1974, relativa a la armonización de las legislaciones de los Estados miembros sobre la miel ⁽⁴⁾, se justificaba por el hecho de que las diferencias existentes entre las legislaciones nacionales sobre la definición de la miel, sus distintas variedades y las características a las que debe responder, podían crear condiciones de competencia desleal, lo que podía inducir a engaño a los consumidores, y repercutir por ello de forma directa en la realización y funcionamiento del mercado común.
- (3) La Directiva 74/409/CEE y sus modificaciones posteriores establecieron definiciones, especificaron las diferentes variedades de miel que podían ser puestas en el mercado con las denominaciones adecuadas, fijaron normas comunes sobre la composición y determinaron las principales menciones de etiquetado, para garantizar la libre circulación de los mencionados productos en la Comunidad.
- (4) Para una mayor claridad, conviene proceder a una refundición de la Directiva 74/409/CEE a fin de hacer más accesibles las normas sobre las condiciones de producción y comercialización de la miel y adaptarla a las disposiciones comunitarias generales aplicables a los productos alimenticios, especialmente a la relativas al etiquetado, los contaminantes y los métodos de análisis.
- (5) Las normas generales sobre etiquetado de los productos alimenticios que establece la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽⁵⁾, deben aplicarse

con arreglo a determinadas condiciones. Habida cuenta del estrecho vínculo existente entre la calidad de la miel y su origen, es indispensable garantizar una información completa sobre estos aspectos, a fin de no inducir a error a los consumidores en relación con la calidad del producto. Los intereses particulares de los consumidores en lo que se refiere a las características geográficas de la miel y una total transparencia al respecto requieren que se mencione en el etiquetado el país de origen en que se haya recolectado la miel.

- (6) No se podrá retirar de la miel el polen ni ninguno de sus componentes específicos, excepto cuando resulte inevitable en el proceso de eliminación de materia orgánica o inorgánica ajena a la miel. Dicha eliminación puede llevarse a cabo mediante filtrado. Cuando el filtrado conduzca a la eliminación de una importante cantidad de polen, será preciso informar de ello correctamente al consumidor mediante una mención adecuada en el etiquetado.
- (7) No puede añadirse miel filtrada a la miel cuya denominación se complete mediante indicaciones relativas a un origen floral o vegetal, regional, territorial o topográfico, o mediante criterios de calidad específicos. A fin de mejorar la transparencia del mercado, el etiquetado de la miel filtrada o de la miel para uso industrial debe ser obligatorio para toda transacción en el mercado a granel.
- (8) Tal como señalaba en su Comunicación al Parlamento Europeo y al Consejo, de 24 de junio de 1994, sobre la situación de la apicultura europea, la Comisión podrá adoptar métodos de análisis armonizados que garanticen el cumplimiento de las características de composición y las indicaciones específicas adicionales para toda la miel comercializada en la Comunidad.
- (9) Conviene tener en cuenta los trabajos relativos a una nueva norma del Codex para la miel, ajustada, según proceda, a los requisitos específicos de la Comunidad.
- (10) De acuerdo con los principios de subsidiariedad y proporcionalidad establecidos en el artículo 5 del Tratado, los Estados miembros no pueden alcanzar de modo suficiente el objetivo de imponer definiciones y normas comunes para los productos contemplados y adaptar las disposiciones a la legislación comunitaria general aplicable a los productos alimenticios y, por tanto, a causa de la índole de la presente Directiva, este objetivo puede lograrse mejor a nivel comunitario. La presente Directiva no excede de lo necesario para alcanzar dicho objetivo.

⁽¹⁾ DO C 231 de 9.8.1996, p. 10.

⁽²⁾ DO C 279 de 1.10.1999, p. 91.

⁽³⁾ DO C 56 de 24.2.1997, p. 20.

⁽⁴⁾ DO L 221 de 12.8.1974, p. 10; Directiva cuya última modificación la constituye el Acta de adhesión de 1985.

⁽⁵⁾ DO L 109 de 6.5.2000, p. 29.

- (11) Las medidas necesarias para la ejecución de la presente Directiva deben ser aprobadas con arreglo a lo dispuesto en la Decisión 1999/468/CE del Consejo, de 28 de junio de 1999, por la que se establecen los procedimientos para el ejercicio de las competencias de ejecución atribuidas a la Comisión ⁽¹⁾.
- (12) A fin de evitar la creación de nuevos obstáculos a la libre circulación, los Estados miembros deben abstenerse de adoptar, respecto a los productos contemplados, disposiciones nacionales no contempladas por la presente Directiva.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA:

Artículo 1

La presente Directiva se aplicará a los productos definidos en el anexo I. Estos productos deberán cumplir los requisitos del anexo II.

Artículo 2

La Directiva 2000/13/CE será aplicable a los productos definidos en el anexo I, con arreglo a las siguientes condiciones:

- 1) El término «miel» se aplicará solamente al producto definido en el punto 1 del anexo I y deberá usarse en el comercio para designar a dicho producto.
- 2) Las denominaciones a que hacen referencia los puntos 2 y 3 del anexo I se reservarán a los productos que en ellos se definen y se deberán utilizar en el comercio para designarlos. Estas denominaciones se podrán sustituir por la mera denominación «miel», salvo en los casos de la miel filtrada, la miel en panal, la miel con trozos de panal o el panal cortado en miel, y la miel para uso industrial.

No obstante,

- a) en el caso de la miel para uso industrial, los términos «únicamente para uso culinario» aparecerán en la etiqueta en la proximidad inmediata de la denominación;
- b) dichas denominaciones, salvo en los casos de la miel filtrada y de la miel para uso industrial, podrán verse completadas con indicaciones que hagan referencia:
 - al origen floral o vegetal, si el producto procede totalmente o en su mayor parte del origen indicado y si posee las características organolépticas, fisicoquímicas y microscópicas de dicho origen,
 - al origen regional, territorial o topográfico, si el producto procede enteramente del origen indicado,
 - a criterios de calidad específicos.
- 3) Cuando la miel para uso industrial se haya utilizado como ingrediente en un alimento compuesto, el término «miel» podrá emplearse en la denominación de dicho alimento compuesto en lugar del término «miel para uso industrial». No obstante, en la lista de ingredientes deberá utilizarse el término completo a que se refiere el punto 3 del anexo I.
- 4) a) Deberán mencionarse en la etiqueta el país o los países de origen en que la miel haya sido recolectada.

No obstante, si la miel procede de más de un Estado miembro o de un tercer país, dicha mención podrá sustituirse por una de las siguientes, según proceda:

- «mezcla de mieles de la CE»,
- «mezcla de mieles no procedentes de la CE»,
- «mezcla de mieles procedentes de la CE y de mieles no procedentes de la CE».

- b) A efectos de la Directiva 2000/13/CE y, en particular, de sus artículos 13, 14, 16 y 17, las menciones que deberán indicarse con arreglo a la letra a) se considerarán indicaciones de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de dicha Directiva.

Artículo 3

En el caso de la miel filtrada y de la miel para uso industrial, los contenedores para granel, los embalajes y la documentación comercial deberán indicar claramente la denominación completa, tal como se indica, respectivamente, en el inciso viii) de la letra b) del punto 2 y en el punto 3 del anexo I.

Artículo 4

La Comisión podrá adoptar métodos que permitan verificar que en el caso de la miel se cumple lo dispuesto en la presente Directiva. Dichos métodos se adoptarán de conformidad con el procedimiento establecido en el apartado 2 del artículo 7. Hasta el momento de adoptarse dichos métodos, los Estados miembros utilizarán, siempre que sea posible, métodos de análisis validados internacionalmente reconocidos, del tipo de los aprobados por el Codex Alimentarius, para verificar el cumplimiento de las disposiciones de la presente Directiva.

Artículo 5

En el caso de los productos definidos en el anexo I, los Estados miembros no adoptarán disposiciones nacionales no contempladas en la presente Directiva.

Artículo 6

Las medidas necesarias para la aplicación de la presente Directiva en lo que respecta a las materias que se enumeran a continuación serán aprobadas con arreglo al procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 7:

- adaptación de la presente Directiva a las disposiciones comunitarias generales aplicables a los productos alimenticios,
- adaptaciones al progreso técnico.

Artículo 7

1. La Comisión estará asistida por el Comité permanente de productos alimenticios creado mediante el artículo 1 de la Decisión 69/414/CEE ⁽²⁾, denominado en lo sucesivo «el Comité».

2. En los casos en que se haga referencia al presente apartado, serán de aplicación los artículos 5 y 7 de la Decisión 1999/468/CE.

El plazo a que se hace referencia en el apartado 6 del artículo 5 de la Decisión 1999/468/CE queda fijado en tres meses.

3. El Comité aprobará su Reglamento interno.

⁽¹⁾ DO L 184 de 17.7.1999, p. 23.

⁽²⁾ DO L 291 de 19.11.1969, p. 9.

Artículo 8

Queda derogada la Directiva 74/409/CEE con efectos a partir del 1 de agosto de 2003.

Las referencias a la Directiva derogada se entenderán hechas a la presente Directiva.

Artículo 9

Los Estados miembros pondrán en vigor las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la presente Directiva antes del 1 de agosto de 2003. Informarán inmediatamente de ello a la Comisión.

Dichas disposiciones se aplicarán de forma que:

- se autorice la comercialización de los productos definidos en el anexo I, si se ajustan a las definiciones y normas previstas en la presente Directiva, a partir del 1 de agosto de 2003,
- se prohíba la comercialización de los productos que no se ajusten a la presente Directiva a partir del 1 de agosto de 2004.

No obstante, se admitirá la comercialización de productos que no se ajusten a la presente Directiva, etiquetados antes del 1 de

agosto de 2004 de conformidad con la Directiva 74/409/CEE, hasta que se agoten las existencias.

Cuando los Estados miembros adopten dichas disposiciones, éstas harán referencia a la presente Directiva o irán acompañadas de dicha referencia en su publicación oficial. Los Estados miembros establecerán las modalidades de la mencionada referencia.

Artículo 10

La presente Directiva entrará en vigor el vigésimo día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

Artículo 11

Los destinatarios de la presente Directiva serán los Estados miembros.

Hecho en Bruselas, el 20 de diciembre de 2001.

Por el Consejo
El Presidente
C. PICQUÉ

ANEXO I

DENOMINACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS

1. La miel es la sustancia natural dulce producida por la abeja *Apis mellifera* a partir del néctar de plantas o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores presentes en las partes vivas de plantas, que las abejas recolectan, transforman combinándolas con sustancias específicas propias, depositan, deshidratan, almacenan y dejan en colmenas para que madure.
2. Las principales variedades de miel son las siguientes:
 - a) según su origen:
 - i) miel de flores o miel de néctar:
es la miel que procede del néctar de las plantas.
 - ii) miel de mielada:
es la miel que procede en su mayor parte de excreciones de insectos chupadores de plantas (Homiptera) presentes en las partes vivas de las plantas o de secreciones de las partes vivas de las plantas.
 - b) según su elaboración o su presentación:
 - iii) miel en panal:
es la miel depositada por las abejas en los alvéolos operculados de panales recientemente construidos por ellas, o en finas hojas de cera en forma de panal realizadas únicamente con cera de abeja, sin larvas y vendida en panales, enteros o no.
 - iv) miel con trozos de panal o panal coriado en miel:
es la miel que contiene uno o más trozos de panal.
 - v) miel escurrida:
es la miel que se obtiene mediante el escurrido de los panales desoperculados, sin larvas.
 - vi) miel centrifugada:
es la miel que se obtiene mediante la centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas.
 - vii) miel prensada:
es la miel obtenida mediante la compresión de los panales, sin larvas, con o sin aplicación de calor moderado, de hasta un máximo de 45 °C.
 - viii) miel filtrada:
es la miel que se obtiene eliminando materia orgánica o inorgánica ajena a la miel de manera tal que se genere una importante eliminación de polen.
3. Miel para uso industrial:
es la miel: a) apropiada para usos industriales o para su utilización como ingrediente de otros productos alimenticios que se elaboran ulteriormente, y b) que puede:
 - presentar un sabor o un olor extraños, o
 - haber comenzado a fermentar o haber fermentado, o
 - haberse sobrecalentado.

ANEXO II

CARACTERÍSTICAS DE COMPOSICIÓN DE LA MIEL

La miel está compuesta esencialmente de diferentes azúcares, sobre todo de fructosa y glucosa, así como de otras sustancias, como ácidos orgánicos, enzimas y partículas sólidas derivadas de su recolección. El color de la miel puede tener desde un tono casi incoloro a un tono pardo oscuro. Puede tener una consistencia fluida, espesa o cristalizada (en parte o en su totalidad). El sabor y el aroma pueden variar, pero se derivan del origen vegetal.

Cuando sea puesta en el mercado en tanto que miel o se utilice en un producto cualquiera destinado al consumo humano, no deberá añadirse a la miel ningún ingrediente alimentario, incluidos los aditivos alimentarios, ni ninguna otra sustancia aparte de miel. La miel debe estar exenta, en la medida de lo posible, de materias orgánicas e inorgánicas ajenas a su composición. Con excepción de lo dispuesto en el punto 3 del anexo I, no debe tener un gusto o un olor extraños ni haber comenzado a fermentar, presentar un grado de acidez modificado artificialmente, ni haberse calentado de manera que las enzimas naturales se destruyan o resulten poco activas.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso viii) de la letra b) del punto 2 del anexo I, no se podrá retirar de la miel el polen ni ninguno de sus componentes específicos, excepto cuando resulte inevitable en el proceso de eliminación de materia orgánica o inorgánica ajena a la miel.

En el momento de su comercialización como tal o de su utilización en cualquier producto destinado al consumo humano, la miel debe responder a las características de composición siguientes:

1. Contenido de azúcar
 - 1.1. Contenido de fructosa y glucosa (suma de ambas)

— miel de flores	no menos de 60 g/100 g
— miel de mielada, mezclas de miel de mielada con miel de flores	no menos de 45 g/100 g
 - 1.2. Contenido de sacarosa

— en general	no más de 5 g/100 g
— falsa acacia (<i>Robinia pseudoacacia</i>), alfalfa (<i>Medicago sativa</i>), Banksia de Menzies (<i>Banksia menziesii</i>), Sullá (<i>Hedysarum</i>), Eucalipto rojo (<i>Eucalyptus camaldulensis</i>), <i>Eucryphia lucida</i> , <i>Eucryphia milligamii</i> , <i>Citrus</i> spp.	no más de 10 g/100 g
— espliego (<i>Lavandula</i> spp.), borraja (<i>Borago officinalis</i>)	no más de 15 g/100 g
2. Contenido de agua

— en general	no más del 20 %
— miel de brezo (<i>Calluna</i>) y miel para uso industrial en general	no más del 23 %
— miel de brezo (<i>Calluna</i>) para uso industrial	no más del 25 %
3. Contenido de sólidos insolubles en agua

— en general	no más de 0,1 g/100 g
— miel prensada	no más de 0,5 g/100 g
4. Conductividad eléctrica

— miel no incluida en la enumeración precedente, y mezclas de estas mieles	no más de 0,8 mS/cm
— miel de mielada y miel de castaño, y mezclas de las mismas, excepto con las mieles que se enumeran a continuación:	no menos de 0,8 mS/cm
— excepciones: madroño (<i>Arbutus unedo</i>), argaña (<i>Erica</i>), eucalipto, tilo (<i>Tilia</i> spp), brezo (<i>Calluna vulgaris</i>), (<i>Leptospermium</i>), árbol del té (<i>Melaleuca</i> spp.)	
5. Ácidos libres

— en general	no más de 50 miliequivalentes por 1 000 g
— miel para uso industrial	no más de 80 miliequivalentes por 1 000 g

6. Índice diastásico y contenido en hidroximetilfurfural (HMF), determinados después de la elaboración y mezcla

a) Índice diastásico (escala de Schade)

- en general, excepto miel para uso industrial no menos de 8
- mieles con un contenido bajo de enzimas naturales (por ejemplo, mieles de cítricos) y un contenido de HMF no superior a 15 mg/kg no menos de 3

b) HMF

- en general, excepto miel para uso industrial no más de 40 mg/kg [condicionado a lo dispuesto en el segundo guión de la letra a)]
- miel de origen declarado procedente de regiones de clima tropical y mezclas de estas mieles no más de 80 mg/kg



Anexo IV : Laboratorios en Alemania

Los siguientes son los laboratorios que realizan los análisis sanitarios necesarios.

QSI – Quality Services International GmbH (Institut für Honiganalytik)

(Instituto especializado en análisis de miel)

Flughafendamm 9A

D-28199 Bremen

Tel.: +49 (0) 421 594770

✉ info@qsi-q3.de

Fax: +49 (0) 421 594771

www.qsi-q3.de

APPLICA GmbH

Am Becketal 14

D-28755 Bremen

Tel.: +49 (0) 421 657271

✉ info@applica-analytik.de

Fax: +49 (0) 421 65727222

www.applica-analytik.de

Institut Nehring GmbH

Heesfeld 17

D-38112 Braunschweig

Tel.: +49 (0) 531 238990

✉ info@institut-nehring.de

Fax: +49 (0) 531 2389977

www.institut-nehring.de

Anexo V : Ferias internacionales y nacionales. Misiones comerciales

Listado de ferias internacionales

En Alemania las ferias cuentan con una excelente organización y son de gran importancia debido a su alcance internacional, ya que llegan más allá de las fronteras del propio país. En muchas de estas ferias los visitantes extranjeros constituyen una proporción importante del total. Así como en las ferias que se realizan en Alemania participan muchos extranjeros, también son muchos los alemanes que visitan las ferias y exposiciones del sector en Europa y en el mundo.

En los siguientes cuadros se detallan algunas de las ferias y exposiciones más importantes relacionadas con alimentos naturales y orgánicos que se llevarán a cabo en lo que resta del presente año y durante el 2009:

2008 – En Alemania			
Fecha	Feria o exhibición	Ciudad, País	Información
(no se realizarán más exhibiciones este año)			
2008 – Internacionales			
Fecha	Feria o exhibición	Ciudad, País	Información
15 - 18 Oct.	BioFach America	Boston, USA	www.biofach-america.com
19 – 23 Oct.	SIAL 2008	París, Francia	www.sial.fr
23 - 25 Oct.	BioFach America Latina	Sao Paulo, Brasil	www.biofach-americalatina.com

2009 – En Alemania			
Fecha	Feria o exhibición	Ciudad, País	Información
01 – 04 Feb.	ISM – International Sweets and Biscuits Fair	Köln, Alemania	www.ism-cologne.de
19 – 22 Feb.	BioFach 2009	Nürnberg, Alemania	www.biofach.de
13 – 18 Mar	Internorga	Hamburg, Alemania	www.hamburg-messe.de/internorga
10 – 14 Oct.	Anuga	Köln, Alemania	www.anuga.de

2009 – Internacionales			
Fecha	Feria o exhibición	Ciudad, País	Información
01 – 03 Abr.	SIAL Montreal	Quebec, Canadá	www.sial.fr
05 – 06 Abr.	Natural & Organic Products Europe	London, Reino Unido	www.naturalproducts.co.uk
08 – 10 May	ExpoecoSalud	Barcelona, España	www.exposalud.net
19 – 21 May	SIAL China	Shanghai, China	www.sial.fr
27 – 29 May	BioFach China	Shanghai, China	www.biofach-china.com
26 – 28 Jun	Natural Products Expo Asia	Hong Kong, China	www.naturalproductsasia.com

ANUGA y **BIOFACH** (sólo para productos orgánicos con certificación) son las dos ferias de alimentos más importantes que se realizan en Alemania y que tienen una importancia significativa para el mercado de la miel alemán.

(Información y detalles acerca de la edición ANUGA 2007 se pueden obtener bajo el enlace: <http://www.anuga.com/wEnglisch/anuga/img/dokumente/Factsheet.pdf>).

También hay eventos especialmente para los productores. Un listado actualizado de los mismos se puede obtener en www.beekeeping.com/apimondia/index_us.htm, bajo el enlace **Events**.

Ferias nacionales

El Ministerio de Economía y Producción – Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA) mantiene un calendario actualizado con los eventos relacionados con el mercado apícola en su página Web www.alimentosargentinos.gov.ar, a través de su Informe Apícola (actualización mensual).

Misiones comerciales

Para que una misión comercial sea efectiva, es necesario organizarse adecuadamente y planificar la misión con suficiente anticipación, especialmente en Alemania, dada la cultura de negocios existente.

Toda solicitud de entrevista con poca antelación no solamente cuenta con una bajísima probabilidad de ser aceptada, sino que además causa por anticipado una mala impresión, en el sentido de que el vendedor no posee una organización adecuada que le permita en el futuro cumplir con el contrato fijado, en lo que atañe a fecha de entrega y cantidades acordadas.

Anexo VI : Compañías marítimas y agentes marítimos

Existen compañías marítimas que operan regularmente en el tráfico Hamburg – Buenos Aires, y otras que lo hacen esporádicamente. En el primer grupo – a su vez - están las líneas de fletes “conferenciados” y los de fletes “no conferenciados” (el “conferenciado” contrata el flete incluyendo en su precio los gastos de carga, estiba y descarga).

Línea de flete (conferenciadas)	
Agente marítimo en Arg.	Agente marítimo en Hamburg
Compañía Argentina de Transportes Marítimos (CIAMAR)	
Fletamar S.A.C. (cambia constantemente)	August Bolten
Deutsche Seereederei Rostock GmbH	
Agencia Marítima Internacional S.A.	Gebrüder SPECHT GmbH & Co.
Hamburg Südamerikanische Dampfschiffahrtsgesellschaft KG / Hamburg Süd Nederland	
Hamburg Süd Arg. S.A.	Hamburg Südamerikanische Dampfschiffahrtsgesellschaft KG
Laser Lines LTD. A.B., Stockholm	
J.E. Turner y Cía.	
P & O Nedlloyd, Rotterdam	
P & O Nedlloyd	P & O Nedlloyd
Transroll Navegacao S.A., Rio de Janeiro	
Flasa	Peter Lampke GmbH & Co.

Línea de flete (no conferenciada)	
Agente marítimo en Arg.	Agente marítimo en Hamburg
Montemar S.A., Montevideo	
Marimex S.R.L.	
Seatrade, Groningen B.V., Groningen	
Australmar	Paul G. Schiffsmakler GmbH & Co. KG
ZIM Israel Navigation Co. Ltd., Haifa	
Shipping Argentina	Astra-Maris GmbH
Compañía Sudamericana de Vapores, Santiago (CSAV)	
S.A. Marítima y Comercial J.R. Williams	Menzell Schiffsmakler & Co.
Polish Ocean Lines, Gdynia / Baltic Shipping Company, St. Petersburg	
Platachart S.A.	Reinhold Bange GmbH & Co. KG

Entre las compañías marítimas que operan esporádicamente o con servicios charter entre Hamburg – Buenos Aires se encuentran:

- Argocean S.A.
- Astramar S.A.
- Cormoran S.A.
- Marifran Internacional S.A.
- Maruba S.C.A.
- Del Bene S.A.

Anexo VII : Notas 1 y 2 - Embalajes

Nota 1

En Alemania comenzaron a regir nuevas reglamentaciones para evitar que se produzcan desperdicios de embalaje, las cuales están entrando en vigor gradualmente. En todo caso el importador alemán es el responsable único en cuanto al cumplimiento de estas reglamentaciones y deberá asesorar de forma adecuada a los productores/exportadores, ya que este instrumento responsabiliza al productor y al comercializador (subsecuentemente al importador) de la recolección como así del reprocesamiento y reutilización de los materiales usados como embalaje de los diversos bienes de consumo comercializados en este medio. Por ello se recomienda ponerse en contacto con los respectivos importadores a los efectos de actuar solidariamente en este mercado y aclarar los modos de operar en el futuro. Informaciones técnicas sobre la reutilización y reprocesamiento de materiales pueden obtenerse en las oficinas de:

Duales System Deutschland Gesellschaft für Abfallvermeidung und Sekundärrohstoffgewinnung AG

Frankfurter Straße 720-726

D-51145 Köln

Tel.: +49 (0) 2203 9370

✉ ds@gruener-punkt.de

Fax: +49 (0) 2203 937190

www.gruener-punkt.de

Interseroh AG

Stollwerkstraße 9a

D-51149 Köln

Tel.: +49 (0) 2203 91470

✉ info@interseroh.de

Fax: +49 (0) 2203 91471394

www.interseroh.com

Nota 2

La importación de miel en envases de contenido inferior a 1 kg es relativamente insignificante, debido a que los importadores alemanes no les interesa importar miel fraccionada, por el mayor costo del flete que generan los envases, y la fragilidad de los frascos de vidrio. La excepción son mieles de trébol de Canadá.



Anexo VIII : Importadores, agentes, envasadores

IMPORTADORES

Alfred L. Wolff Honey GmbH / Wolff und Ohlsen GmbH & Co.

Große Bäckerstr. 13

D-20095 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 376760

✉ food@alwolff.de

Fax: +49 (0) 40 37676102

www.alwolff.com

Breitsamer & Ulrich GmbH & Co. KG

Berger-Kreuz Strasse 28

D-81735 München

Tel.: +49 (0) 89 4505620

✉ info@breitsamer.de

Fax: +49 (0) 89 45056220

www.breitsamer.de

Dreyer Bienenhonig GmbH

Auf der Masch 6

D-29525 Uelzen

Tel.: +49 (0) 581 90800

✉ info@dreyer-bienenhonig.de

Fax: +49 (0) 5 81 18017

www.dreyer-bienenhonig.de

Honig-Wernet GmbH

Forstweg 1-3

D-79183 Waldkirch-Kollnau

Tel.: +49 (0) 7681 7139

✉ info@honig-wernet.de

Fax: +49 (0) 7681 1699

www.honig-wernet.de

J.M. Höfferle Internationale Handelsgesellschaft mbH

Lockstedter Steindamm 33a

D-22529 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 54887070

✉ info@hoefferle.de

Fax: +49 (0) 40 483056

www.hoefferle.de

Joh. Gottfr. Schütte und Co. Honig GmbH

Bornstraße 16/17

D-28195 Bremen

Tel.: +49 (0) 421 30420

✉ gdg@jgs.de

Fax: +49 (0) 421 3042285

www.jgs.de

Sanova GmbH

Im Nordfeld 30

D-29336 Nienhagen

Tel.: +49 (0) 5144 2077

✉ office@sanova-honig.de

Fax: +49 (0) 5144 2070

www.sanova-honig.de



Walter Lang-Honigimport GmbH
Am Alten Sicherheitshafen 2
D-28197 Bremen
Tel.: +49 (0) 421 5271740
✉ info@honigimport.de

Fax: +49 (0) 421 52717470
www.honigimport.de

Werner A. Bock
Goldröschenweg 16
D-22391 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 6084046
✉ wbock.hh@t-online.de

Fax: +49 (0) 40 6083378
www.werner-bock-gmbh.de

AGENTES

Bahnsen & Prigge
Molkenstäh 5
D-21279 Hollenstedt
Tel.: +49 (0) 4165 81021
✉ holgerbahnsen@t-online.de

Fax: +49 (0) 4165 80993
www.bahnsen-progge.de

E.A. Springer & Co. GmbH
Grosse Straße 13
D-22962 Ahrensburg
Tel.: +49 (0) 4102 45530
✉ easpringer@web.de

Fax: +49 (0) 4102 455322

Heinz Gruber e.K.
Kohlhoeckerstraße 4
D-28203 Bremen
Tel.: +49 (0) 421 792590
✉ honey@heinzgruber.de

Fax: +49 (0) 421 7925939

IMPORTADORES / AGENTES

Boesch, Boden, Spies GmbH & Co. KG
Heidenkampsweg 73
D-20097 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 3330160
✉ office@boesch-boden-spies.com

Fax: +49 (0) 40 33301666
www.boesch-boden-spies.com

Tuchel & Sohn GmbH
Herrmann-Buck-Weg 6
D-22309 Hamburg



Tel.: +49 (0) 40 6390070
✉ tuchel@tuchel-com.de

Fax: +49 (0) 40 63900777
www.tuchel-com.de

IMPORTADORES / ENVASADORES / MIEL ENVASADA

FÜRSTEN-Reform / Dr.med. Hans Plümer, Nachfolger GmbH & Co. KG
Am Salgenholz 2
D-38110 Braunschweig

Tel.: +49 (0) 5307 92000
✉ frank.filodda@fuersten-reform.de

Fax: +49 (0) 5307 920042 / 9200-915
www.fuersten-reform.de

Anexo IX : Pasos a seguir para exportar miel

El siguiente es un listado de trámites que se deben realizar – independientemente del mercado de destino – para exportar miel a granel argentina:

1. Inscribirse como exportador en la Aduana. Decreto 2690/02.
2. Inscribirse como exportador en el SENASA. La Resolución 492/01 de dicha Secretaría establece las condiciones y los requisitos para la inscripción.
3. Contar con el establecimiento (depósito, sala de extracción, fraccionamiento) habilitado o registrado por el SENASA o por la autoridad a quien delegue).
4. Solicitar la autorización de exportación.
5. Solicitar el certificado de exportación.
6. Presentar el cumplimiento de embarque.
7. Contar con el sistema de trazabilidad vigente.
8. Presentar los resultados de los análisis del Plan CREHA y/o de calidad o sanitarios.

Anexo X : Supuestos y datos para el Cuadro de Resultados

La Cooperativa API-Cultores ha realizado anteriormente exportaciones de miel a granel a otros mercados (no tradicionales). La exportación al mercado alemán se plantea como un nuevo proyecto, como una “unidad de negocio” independiente. Por ello, los pasos 1-3 y 7 que figuran en el Anexo IX – incluídos los gastos relacionados - no se toman en cuenta nuevamente.

Precio al productor: se toman como referencia el precio promedio vigente pagado en el mercado argentino por miel de las mismas características.

Comisiones a representantes: es el precio que se le paga al representante por sus servicios, que incluyen: contacto con los productores y su selección como proveedores, el transporte de los tambores de miel desde los campos de los proveedores al depósito del representante (incluye seguro), consolidación de lotes, transporte de dichos lotes al depósito del exportador. Son proporcionales a los volúmenes negociados.

Análisis Pre-compra: se realizan a efectos de asegurar la buena calidad de la miel que se pretende comprar. Se realiza en proporción a la cantidad de miel comprada.

Análisis muestreo SENASA: son los análisis que realiza el exportador, y cuyos resultados envía al importador alemán a los efectos de que éste pueda cerciorarse de la calidad de la miel que va a recibir. Las muestras varían en función a las cantidades a exportar.

Despacho – Honorarios: son del 0,5% sobre el valor FOB.

Despacho – Sellado: se considera proporcional a la cantidad de kg a exportar.

SENASA – Autorización de embarque: importe fijo por cada operación de exportación.

Gastos en terminal portuaria: importe fijo por cada operación de exportación.

Gastos Agencia Marítima: importe fijo por cada operación de exportación.

Gastos logística depósito: importe fijo por cada operación de exportación.

Courrier – muestras: importe fijo por cada operación de exportación.

Courrier – documentación: importe fijo por cada operación de exportación.

Derechos de exportación: actualmente son del 10% sobre el valor FOB.

Gastos indirectos: según FC; independiente de las cantidades exportadas.

Gastos administrativos: según FC; independiente de las cantidades exportadas.



Gastos comercialización: según FC; independiente de las cantidades exportadas.

Gastos financieros: según FC; independiente de las cantidades exportadas.



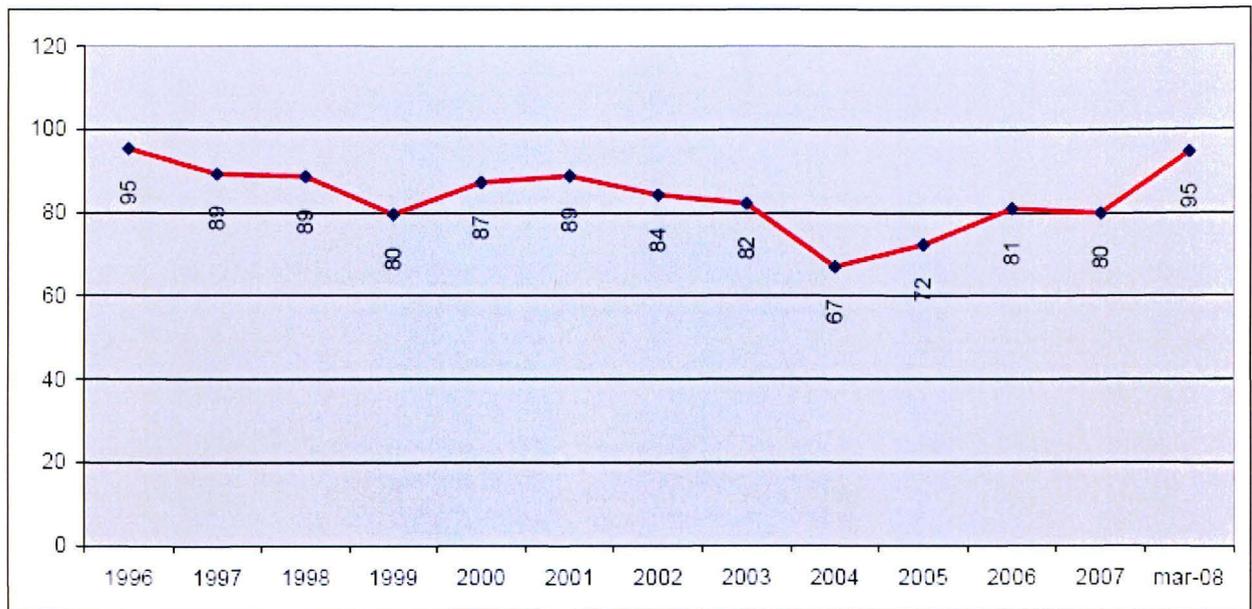
Anexo XI : Cuadro de Resultados y Cash Flow

Ver archivo adjunto: *Anexo XII – Cuadro Resultados y Cash Flow.xls*.

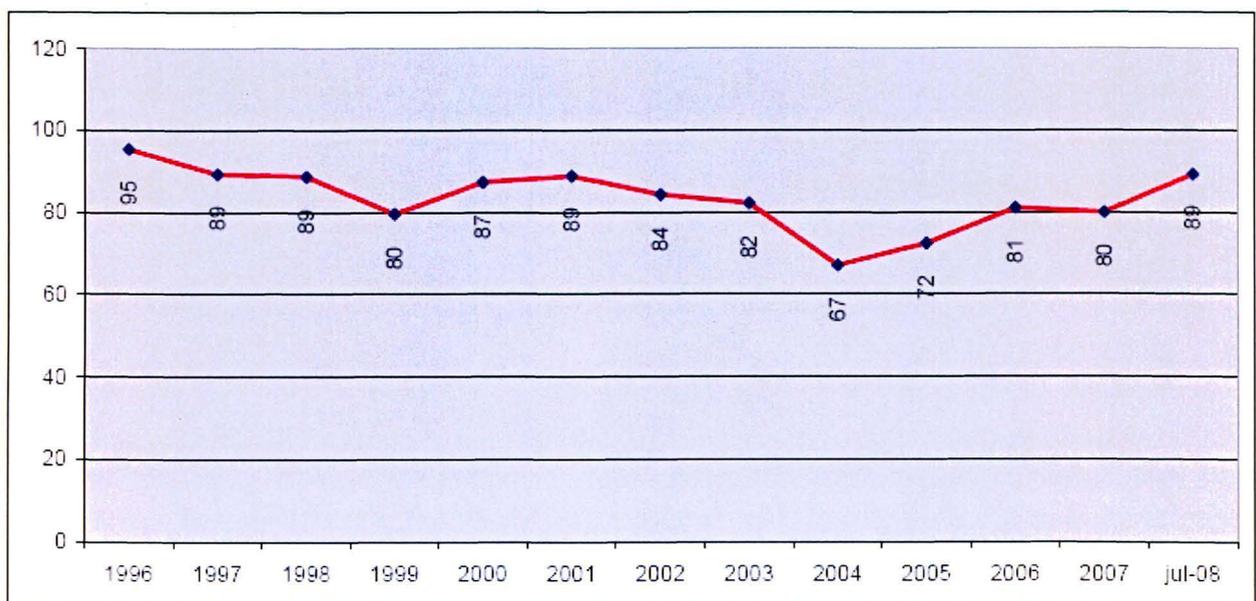
Anexo XII : Precio pagado al productor

Los siguientes gráficos – con datos estadísticos elaborados por la Bolsa de Cereales de la Ciudad de Bs. As.(desde el año 1996 a la fecha) - reflejan el porcentaje del precio de exportación de la miel recibido por el productor argentino.

A marzo 2008



A julio 2008



Como se puede apreciar, recién a partir de los años posteriores a la crisis argentina del 2001 (2003 en adelante) el negocio de la miel se tornó interesante para el exportador argentino. A partir de ese momento, el porcentaje del precio de exportación de la miel que obtenía el productor empezaba a caer, generando un mayor margen de rentabilidad para el exportador. Esto implicaba no tener que ser tan cuidadoso como en estos días con la estructura de costos aparejada a la actividad.

Se puede decir que a partir del 2006 se tuvo que empezar a ajustar más esta estructura. En lo que va del 2008, los márgenes de rentabilidad son extremadamente bajos.

A grandes rasgos, si a este porcentaje alto (89%) que percibe el productor se le suman los derechos de exportación (10%), el margen resultante es de 1%. Este margen es excesivamente bajo, y con este simple análisis (aunque incompleto) se puede inferir que es un negocio poco rentable y de un altísimo riesgo económico-financiero.

Anexo XIII : Artículos varios

La sojización impide una buena producción de miel

Fuente: LA NACION, 08/8/2008

Un cultivo que actúa en detrimento de la apicultura

El tesorero de la Asociación Argentina de Apicultores, Carlos Salas, precisó que hay una serie de factores que impiden el efectivo ejercicio de la actividad del hombre en la colmena. Cada vez las distancias son más largas y el uso de fertilizantes de suelos perjudica el proceso.

A los apicultores argentinos, que residen en su mayoría en la provincia de Buenos Aires, les preocupa la sojización de los campos por todos los fertilizantes que se utilizan a los fines de obtener un buen cultivo. Porque una buena producción de soja, muchas veces sugiere la inexistencia de flores, lo cual impide que el insecto elabore el proceso de producción de miel. También preocupa que algunos, para evitar que el insecto contraiga una enfermedad degenerativa o mortal, colocan productos sanitarios "en exceso".

A esto se suma la mortandad de abejas por temas que aún se desconocen, que impiden que haya colmenas en lugares próximos al apicultor. Hoy el apicultor debe trasladarse hasta 400 kilómetros para ejercer la actividad. En la actualidad, el 60% reside en la provincia de Buenos Aires, mientras que el 40% restante opera desde sus bases en las provincias de Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos y La Pampa, entre otras.

Lo cierto es que en este Segundo Congreso Argentino de Apicultores se discutirán temas de actualidad que hacen a la labor de los más de 30.000 apicultores que producen miel de calidad en el país.

El tesorero del organismo, Carlos Rubén Salas, detalló algunos aspectos sobre la producción de miel, las peripecias que atraviesa el hombre y la actualidad del producto en la Argentina.

Problemas de alimentación

–¿El cultivo de soja, que afecta la producción de miel, es uno de los mayores problemas que atraviesa el sector?

–Sí, entre otros tantos, como la mortandad de abejas por cuestiones que aún se desconocen, el exceso de productos de sanidad, entre otros. Puntualmente en el caso de la soja podemos decir que está produciendo muchos problemas en la apicultura, fundamentalmente por todos los productos que la acechan. Es que, por ejemplo, cuando van a cosechar, usan un producto que elimina las flores y plantas, entonces la abeja no tiene flores donde ir a sacar néctar. Y como consecuencia empieza a tener problemas de alimentación, de polen.

–¿Qué hay de cierto en que los apicultores cada vez tienen que recorrer más distancias para ejercer la actividad?

–Es así. Cada vez se está haciendo más difícil y se está alejando más la producción de los lugares cercanos. Antes, un apicultor a 20 ó 50 kilómetros de su casa tenía colmena, pero hoy son distancias mucho más grandes. Capaz que tenés que hacer 400 kilómetros para lograr lugares y tenés que tener suerte en que en ese espacio haya un clima adecuado, haya floración y podamos realmente tener un producción acorde para mantener los costos que hoy son elevadísimos.

–¿Existen muchos problemas por la aparición de nuevas enfermedades de la abeja?

–Ese es un tema. Preocupa, por ejemplo, la varroa, que es como una garrapata que actúa sobre la cría de abeja y hace que tenga deformaciones por lo cual la abeja no puede crear sus alas, como consecuencia no puede salir y en un tiempo muy corto elimina la colmena. Tenemos una enfermedad que se llama la nocema que es un problema del aparato digestivo de la abeja (se empacha, se le produce un bolo fecal, no puede eliminar sus excrementos, por ende se hincha y se muere). Son cosas que aparecen ahora y justamente por la pobre alimentación o la pobre cantidad de polen, miel y néctar que puede retirar la abeja de lugares buenos. Es que lamentablemente hay muchos fertilizantes y herbicidas que contaminan la flor y la abeja va y liva ahí adentro.

De buena madera

–Frente a este panorama, ¿cuál es la calidad de la miel en Argentina?

–Es muy buena. El producto en sí, si está contaminado es porque lo contaminó el productor con productos que le echa a la colmena en exceso para que el insecto zafe de enfermedades. El tema es que la miel que se produce, en caso de exceso, sale con ese tipo de productos. Hay que reiterar que la abeja para producir la miel come el néctar de la flor, lo procesa en su aparato digestivo y lo larga al opérculo donde descarga la miel. En ese lugar, ella lo tapa con cera, el apicultor viene, rompe esa capita y le extrae la miel. O sea que la abeja elimina muchos de los productos, por eso muchas veces sufre problemas de mortandad justamente por los productos que le está extrayendo a la miel para que salga en buenas condiciones.

Argentina será la sede del próximo encuentro mundial

–¿En la Sociedad Rural Argentina de Buenos Aires se realizará el Congreso Internacional de 2011?

–Sí. Logramos el año pasado, en Australia, que el evento mundial de apicultura tenga sede en este país. Así, la entidad Apimondia que recluta a todos los apicultores y centros y entidades apícolas del mundo, realizará el evento en la Sociedad Rural Argentina. Hemos conseguido estas gestiones con mucho esfuerzo y a través de nuestro presidente de asociación y presidente del actual congreso, que es Lucas Martínez, que a su vez es vicepresidente de Apimondia.

La Unión Europea representa aproximadamente el 24% del consumo mundial de miel¹⁴

Fuente: Medios y Agencias, 30/4/08

Entre el 2001 y el 2005 el consumo de la UE se incrementó en un 1,5% anualmente.

La tendencia creciente por el cuidado de la salud es un factor importante que contribuyó al crecimiento del mercado.

La producción mundial de miel alcanzó a 1.381 mil toneladas en el 2005. En este periodo la producción de miel en la UE alcanzó a 174 mil toneladas, representado el 12,6% de la producción global. Otros productores líderes según su cuota de producción son China (22%), Estados Unidos (6%), Argentina (6%) y Turquía (5%).

¹⁴ http://www.agrodiario.com.ar/despachos.asp?cod_des=11911&id_seccion=27, consultado en Abril 2008

El consumo mundial de miel ha alcanzado 1.345 mil toneladas en el 2005. La UE 25 representa aproximadamente el 24% del consumo global o 318 mil toneladas, lo cual representa un consumo promedio de miel per capita en la UE25 de 0,8 Kg.

La Unión Europea consume aproximadamente el 12% del azúcar del mundo. Momentáneamente, la mayoría del azúcar consumido en la UE es todavía azúcar de remolacha.

El azúcar es un bien ampliamente producido por más de 100 países alrededor del mundo. La producción global alcanzó a 146 millones de toneladas en 2005/2006, siendo Brasil el productor más grande teniendo alrededor del 20% del total de la producción global.

Francia es el más grande exportador de azúcar en la UE, representando el 33% del total de la exportaciones de UE 25, nótese que estas exportaciones son reexportaciones de azúcar, ya que Francia no produce caña de azúcar.

La apicultura, sumergida en su crisis más profunda

Fuente: Campo en Acción, 29/02/08

Este es el tercer año consecutivo con malos resultados atribuidos al factor climático. En muchas localidades no se alcanzaron los 10 kilos de miel por colmena, y llegar con buen estado nutricional y sanitario a la próxima campaña.

Con una producción que alcanzaría a cerrar la campaña 2007-2008 con un promedio de 8 kilos de miel por colmena a nivel regional - un registro histórico por lo bajo -, pronostican en el sector una profunda crisis, que sólo podría ser superada por aquellos apicultores que pudieron diversificar su actividad, o que ya habían reducido su grado de exposición el año anterior.

La situación de la producción se viene deteriorando año tras año, fundamentalmente a causa de las malas condiciones climáticas, y acumula un retroceso superior al 30% durante las últimas dos temporadas: 2005-2006 y 2006-2007.

Cuando ya prácticamente ha concluido la cosecha en los principales partidos, la situación es de extrema gravedad, porque si bien hay buenos precios, lo que falta es miel. Además, a los bajos rindes habrá que sumar la necesidad de nuevas inversiones, que permitan lograr una adecuada preparación para la invernada.

Esto incluye la reposición de reservas alimentarias y el control sanitario necesario, para llegar con colmenas sanas y en buen estado de producción a la próxima campaña.

"Esta semana estuve reunido con apicultores de Puan, Guaminí, Suárez, Villarino y Bahía Blanca, y la situación es calamitosa. Productores con 30 años en la actividad no recuerdan otra situación similar", relató el asesor y productor Danilo Rubenacker, quien en 2007 redujo en un 80% su emprendimiento, para concentrarse en la producción de material vivo.

Agregó, que la cosecha a nivel nacional tampoco habría superado la condición de "regular", y que en la región la combinación de altas temperaturas y fuertes vientos eliminó toda posibilidad de que la flora desarrollara el néctar necesario para la producción de miel.

"Hacia mediados de noviembre la situación era muy buena, pero las heladas tardías afectaron la flora de monte y comenzó a escasear el alimento. A eso se sumó después, la sequía intensa y los fuertes vientos", precisó Rubenacker.

Si bien en la mayoría de los distritos la campaña ya finalizó, algunos partidos, como: Algarrobo, Tornquist, Chapalcó, Chasicó, y Villa Iris podrían aprovechar la presencia de flor amarilla

favorecida por las últimas lluvias, aunque la recuperación, en el mejor de los casos, difícilmente supere el 40% sobre el promedio de producción general.

"Cuando todavía no terminó la campaña, ya hay gran cantidad de productores que abandonaron la actividad. Para muchos hacer frente a la invernada no será fácil", deslizó Rubenacker.

Tiempo pasado. Para quienes ingresaron a la actividad atraídos por los altos precios de la década del '90 - 6 a 7 \$/kilo - soportar el tercer año consecutivo con malos resultados seguramente no será fácil.

"La actividad entró en un estancamiento casi total por el fracaso de la cosecha. Las últimas lluvias pueden ser una alternativa para la flor amarilla, pero no cambiará la situación de fondo", admitió Alberto Robbiani, de Apícola El Galpón.

Desde la Cooperativa de Productores Apícolas Pi-Hue, que reúne a unos 600 productores, Néstor Alvarez indicó que en esa zona tampoco se superarían los diez kilos por colmena.

"En las actuales condiciones hay que pensar en reponer unos 15 kilos de azúcar por colmena, pero también proteínas. Generalmente, cuando la colmena cierra la temporada en tan malas condiciones es inevitable hacer una buena sustitución de la miel", indicó Alvarez.

"Las condiciones climáticas no ayudaron prácticamente en todo el país, y esto se viene a sumar a lo ocurrido el año anterior. En unos 15 días tendremos un relevamiento de la situación en cada provincia, que nos permitirá analizar los pasos a seguir" dijeron ayer desde la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación.

El comportamiento de los precios. "Los precios están en un momento de mucha volatilidad, con negocios que oscilan entre \$6,40 a \$6,80 por kilo de miel, para el productor, aunque la expectativa es a la suba por la poca miel disponible. También hay poca miel en el mundo, pero no es menos cierto que estos precios no están del todo firmes", comentó Héctor Bodrone, titular de Exportadora de las Pampas SA, al ser consultado sobre la situación externa.

Agregó que hacia el final de la cosecha seguramente se iría aclarando la situación de los precios, teniendo como referencia alrededor de 60.000 toneladas de producción nacional.

Consultado sobre la situación de los principales competidores de la Argentina, indicó que "lo de China es una gran incógnita, porque tiene un consumo interno importante y ha tenido condiciones climáticas muy malas".

En cuanto a Brasil, excluida durante unos años de los mercados europeos por razones sanitarias, se sabe que volvió en setiembre, aunque sus precios equipararían a los de las mieles nacionales.

"La situación de los precios es de inestabilidad. La demanda externa es firme, pero el fracaso de la cosecha hace inevitable que el productor busque defender lo que tiene", convalidó Diego Gastolfo, desde la Asociación de Cooperativas Argentinas, que en 2007 superó las 13.000 toneladas de miel exportadas.

Agregó que los precios actuales oscilan entre \$6,40 a \$7,00 el kilo, dependiendo de la cantidad ofrecida, flete, tipo de miel, y forma de pago.

"El faltante de miel argentina se va a notar en el mercado. No creo que Brasil pueda competir, porque tiene fundamentalmente mieles oscuras, y una gran parte de su producción ya la vendió a Estados Unidos", finalizó Gastolfo.

La Provincia ante la emergencia apícola

"Ya terminamos nuestro diagnóstico de la situación, y aconsejamos a los productores no desatender dos cuestiones esenciales: la alimentación de las colmenas y su sanidad", señaló ayer a este diario el ingeniero Ariel Guardia López, coordinador del programa Miel Bonaerense, dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos bonaerense.

El técnico indicó que frente a la posible deserción de la actividad de muchos apicultores, se estimaba que la situación sanitaria empeoraría, por lo que se hacía necesario extremar los recaudos.

"También recomendamos a los apicultores poner atención en las cantidades mínimas de azúcar y proteínas necesarias para que las colmenas pasen el invierno en buenas condiciones", mencionó Guardia López.

La Provincia, según se adelantó, solicitará a la Nación que arbitre los medios económicos para la asistencia a los productores afectados por malas cosechas, teniendo en cuenta que el sector soporta un 10% de retenciones a las exportaciones que no se coparticipa.

Su anuncio fue ratificado por el ingeniero Armando Palau, director de Desarrollo Rural de la SAGPyA, quien ratificó que "en los próximos días la Provincia hará una presentación ante la Nación, reclamando que disponga los recursos necesarios para asistir a los productores afectados por la crisis".

El funcionario también confirmó que el fundamento será que "es la Nación la que recauda alrededor de 10 millones de dólares cada año en concepto de retenciones a las exportaciones de miel, además de aportar Buenos Aires más del 50% de la producción nacional".

Palau estimó que en las actuales condiciones se podrían necesitar unos 10 kilos de azúcar por colmena para atender los requerimientos alimentarios, lo que multiplicado por unos dos millones de colmenas existentes en toda la Provincia superaría las posibilidades de financiamiento del ministerio de la Producción.

"Un subsidio directo al apicultor, para que pueda financiar la invernada, sería un trámite simple, porque todos los productores deben estar registrados y poseer una clave bancaria única (CBU). De esta manera, cada productor recibiría el dinero directamente en su cuenta", propuso Palau.

Advierten que el mercado apícola va camino a la desaparición

Fuente: www.infocampo.com.ar, 24/01/08

La escasez de campos aptos para desarrollar la apicultura producto del importante avance agrícola que se viene registrando en los últimos años genera serios inconvenientes en el mercado de la miel. En 2007 se perdieron 30.000 toneladas, lo que representa más del 30% de la producción.

Se necesitan políticas de desarrollo específicas para el sector apícola ante la desaparición de gran cantidad de productores por la falta de rentabilidad. Así lo afirmó Omar Barchetta, secretario gremial de la Federación Agraria Argentina (FAA) en un artículo publicado hoy en El Federal.

"Venimos alertando que durante este año los productores perdieron más de un millón de colmenas debido a la situación climática y a la ausencia de políticas concretas por parte del Estado", indicó Barchetta, para luego agregar que "es increíble que se llegue a esta situación, considerando que el gobierno nacional recibe 14 M/u\$s anuales, sólo por las retenciones a la comercialización de miel a granel".

En 2007 se perdieron 30.000 toneladas - más del 30% de la producción - generándose una crisis profunda para 7400 productores apícolas, los cuales se vieron afectados no sólo por la cuestión climática, sino también por el formidable avance agrícola que expulsa a pequeños y medianos productores hacia zonas marginales u otras actividades.

"Es impensado que una actividad tan antigua y productiva como ésta, arroje pérdidas a los productores", señaló el dirigente de FAA. "Hay que utilizar el sentido común y ser consecuentes con un sector que agrupa a más de 10.000 personas y que tiene real importancia económica para el país", añadió.

"Para los que participamos de la cadena de la miel, decir que Argentina es el primer exportador y el tercer productor mundial es un orgullo único, y reconocemos en ello, el esfuerzo de miles y miles de productores con sus familias", concluyó.

Menos dulce de lo esperado

Fuente: LA NACION, 05/6/07

Se proyectaba una producción récord, pero las malas condiciones climáticas y los cultivos de soja cambiaron el pronóstico.

Agridulce. Así es el sabor que dejarán los resultados de la producción de miel en la Argentina este año (2007), cuando se esperaba una cifra récord.

Nuestro país, que registra entre 80.000 y 100.000 toneladas anuales, es el tercer productor mundial después de China y Estados Unidos y gran exportador apícola (el 95% está destinado al exterior). Para este año se proyectaban 120.000 toneladas, pero las malas condiciones climáticas ocasionaron una importante caída en la producción. Hubo sequía en el sur de Buenos Aires y en La Pampa; inundaciones que se llevaron colmenas en Entre Ríos, Santa Fe y nordeste de Buenos Aires y Córdoba se vio afectada con una gran sequía seguida por intensas lluvias.

Si el rendimiento promedio por colmena ronda los 30 kilos, este año en las zonas afectadas llegó a unos 9 kilos. Esto lleva a los productores a estimar que 2007 finalizará con exportaciones de entre 80.000 y 90.000 toneladas. Por caso, en el primer trimestre las ventas al exterior registraron una disminución del 5% en volumen respecto del mismo período en 2006 y alcanzaron las 24.300 toneladas.

Pero el clima no es el único problema: la expansión del cultivo de la soja obliga a desplazar las colmenas a zonas marginales, con el consiguiente costo de traslado, que se suma al aumento en los ya altos costos de producción.

"La miel argentina es reconocida en el exterior por su calidad, y ése es uno de los requisitos para ingresar en mercados exigentes como los de Europa y Estados Unidos, los principales consumidores de miel", señaló a LA NACION Milton Sabio, de la Dirección Nacional de Alimentos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (Sagpya).

El alza de los precios en los últimos años impulsó el crecimiento del sector apícola, en el que se encuentran registrados unos 33.000 productores y cerca de 4 millones de colmenas. Con un consumo interno reducido, el año pasado se comercializaron en el exterior más de 99.000 toneladas por US\$ 146 millones, un aumento del 15% respecto de 2005, según datos del Senasa. Los principales destinos fueron Alemania y Estados Unidos, seguidos por Gran Bretaña, Italia, España, Francia, Canadá, Bélgica y Japón. En busca de nuevos mercados, los exportadores también llegaron a Arabia Saudita, Sudáfrica, Finlandia y Ecuador, entre otros países con potencial de crecimiento para la miel argentina.

Atomización

Si bien las empresas que comercializan en el exterior rondan las 150, la concentración en el sector es alta: entre las diez primeras realizan cerca del 60% del total de las exportaciones, y sólo las cinco primeras representan un 45% de las ventas. Una de ellas es Nexco, que exporta desde 1990.

"Los mercados con alto poder adquisitivo, como el europeo y el norteamericano, son los mayores consumidores de miel. En esos países la miel argentina se mezcla con otras de distintos orígenes y luego se fracciona. También la industria alimentaria la utiliza para elaborar panificados y snacks, entre otros productos", explicó Gerardo Zwickowits, de Nexco.

La empresa cuenta con una planta de procesamiento y un laboratorio para control de calidad. "En el mundo se imponen nuevas exigencias, y las empresas que no puedan garantizar la calidad van a tener limitadas sus posibilidades de vender", destacó Zwickowits. En 2006 Nexco exportó 20.000 toneladas, 18% más que el año anterior.

El sector intensificó el cuidado en la producción y los controles para detectar residuos de antibióticos y agroquímicos luego de que en 2003 se encontraran en Inglaterra nitrofuranos (antibiótico prohibido) en miel procedente de la Argentina, lo que significó una dolorosa caída en las exportaciones. Ese año, paradójicamente, nuestro país había logrado el récord en montos de exportación, con casi US\$ 160 millones, beneficiada por la prohibición a China de ingresar en Europa con su miel (en 2002 se le había detectado cloranfenicol, antibiótico no permitido).

Por eso, ahora más que nunca, "la Argentina debe poner el acento en la calidad, es lo que permite obtener ventajas frente a sus competidores", explicó Juan Pablo Ghirardi, subgerente del Departamento de Exportación de la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA), una de las principales exportadoras de miel del país (el año pasado envió cerca de 15.000 toneladas).

La firma comercializa diversos productos agropecuarios y exporta miel desde 1994. Trabaja con unos 4000 productores de Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires, Entre Ríos, La Pampa y Mendoza, entre otras provincias. En Pilar construyó un depósito, una planta de homogeneizado y un laboratorio para control de calidad. No obstante, Ghirardi advirtió sobre una realidad alarmante para el sector: "Campos en los que se cultivaba girasol o se dedicaban a la ganadería se perdieron ante el avance de la soja".

Agregar valor

La mayoría de la miel que exporta el país es a granel, y Sabio, de la Sagpya, indica que "es un commodity con un precio fijado por el mercado internacional, pero el sector puede avanzar en agregar valor a la oferta, por ejemplo, diferenciando la miel por su origen botánico (eucalipto, limón, trébol...). En la medida en que se diferencie la miel y se logre el reconocimiento de esa calidad, los productores resultarán beneficiados. En esto advertimos un mayor interés en los últimos años".

Otra forma de vender con valor agregado es fraccionando la miel. En 2006 se exportaron más de 500 toneladas que tuvieron entre sus compradores a Italia, Finlandia, Portugal y Estados Unidos. Una de las empresas que vende en el exterior miel fraccionada es Estancia La Elisa, en Capitán Sarmiento, Buenos Aires. La estancia tiene un laboratorio para control de calidad y una planta de elaboración y fraccionamiento.

"Cuando en el exterior compran miel a granel es para mezclarla con mieles de diferente procedencia y fraccionarla. Pero el consumidor tiene una mayor garantía de calidad si recibe la miel envasada en el país de origen", indicó Carlos Goldental, gerente de Estancia La Elisa. La firma comercializa la miel en envases de vidrio y de plástico; el 80% se dirige al mercado interno y un 20% a Brasil, Puerto Rico y Bélgica.

La Argentina también exporta miel orgánica, cera, propóleos y abejas reina. El año pasado las ventas al exterior de miel orgánica crecieron 94% y llegaron a 889 toneladas, según datos del Senasa.

Enrique Rimondino, creador de Miel de Monte, en Chaco, produce miel orgánica desde 1991 y comenzó a exportar hace siete años: "La miel proviene de una zona boscosa, El Impenetrable, por lo cual se distingue por su sabor y color, más fuerte y oscuro que otras. La producción siempre fue orgánica, y llega a distribuidores que la fraccionan para comercializarla en supermercados. También se vende a industrias para elaborar alimentos orgánicos como galletitas y confituras". Con un promedio de 200 toneladas de producción por año, su principal mercado es Gran Bretaña.

El 75% del sector está integrado por pequeños productores, con menos de 250 colmenas: "Los pequeños apicultores deberían formar cooperativas, entre otras formas de asociación, para alcanzar volúmenes más importantes y reducir costos. De esa manera también podrían lograr una mayor profesionalización", señaló Sabio.

Por Graciela Cañete

Anexo XIV : Bibliografía y fuentes consultadas

- “Etapas en la búsqueda de mercados en el exterior”; Jorge Marchini
- Informe Apícola (Ediciones N° 93 a la 136; <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/>)
- “Guía del exportador a Alemania”; Fundación Export.Ar (2005)
- Apuntes varios del Posgrado en Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de la Integración
- Estudio de Mercado confeccionado por la Embajada de la República Argentina en Alemania (05 de marzo 2008)

Sitios Web

http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/de/home.htm

Banco de datos sobre Impuestos y Aduana de la Unión Europea

<http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>, buscador: miel

Reglamentos sobre la miel de parte de la UE

<http://www.messe.de>

Página de información general sobre las ferias en Alemania

<http://www.warenverein.de>

Asociación de Importadores de Hamburgo

<http://www.deutscherimkerbund.de>

Asociación gremial de los apicultores alemanes

<http://www.apimondia.org>

Congreso Apimondia

<http://www.sada.org.ar/>

Sitio de la Sociedad Argentina de Apicultores

http://export-help.cec.eu.int/index_es.html

Información de la UE para exportadores de países emergentes y en desarrollo fuera de la UE

<http://www.senasa.gov.ar/fiscalizacion/miel.php>

Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)

<http://www.anuga.de/>

Otros sitios web

<http://www.apitrack.com/>



<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/>

<http://www.apiculturaonline.com.ar/>

<http://www.culturaapicola.com.ar/>

<http://www.cdh.de/organization>

Sitio de la Asociación de Intermediarios Comerciales y Distribuidores

<http://www.eventseye.com/>

Sitio que resume una variedad de ferias y exposiciones internacionales por diferentes criterios de búsqueda

<http://www.e-campo.com/>

Sitio diseñado como herramienta valiosa para productores y empresarios agropecuarios

<http://www.mielpura.org/>

<http://www.apitherapie.de/>



Anexo XV : Desarrollo de la investigación

Alfred L. Wolff GmbH

24/8/2006

E-mail enviado a Anita Benech (abenech@alwolff.de) – Public Relations & Marketing Manager - solicitando información acerca del mercado de miel alemán (características, precios, cantidades, etc.).

Resultado: sin respuesta

Embajada Argentina en Berlin

24/8/2006

E-mail enviado a info@argentinische-botschaft.de solicitando información acerca del mercado de miel alemán (características, precios, cantidades, etc.).

Resultado: sin respuesta

Estudio Hirsch

Octubre 2006

Entrevista personal con el Dr. Hirsch y la Contadora Patricia, solicitando información acerca de cuestiones contables/fiscales propios del negocio de la miel.

Resultado: positivo

Miel Gibbons

19/10/2006

E-mail enviado a Stella Horvat (stella052@hotmail.com) solicitando datos acerca del esquema de costos propios de un exportador argentino de miel.

Resultado: positivo

Miel Gibbons

17/12/2006

E-mail enviado a Stella Horvat (stella052@hotmail.com) solicitando cotejar ciertos datos acerca del esquema de costos armado en base a la información previamente recibida.

Resultado: sin respuesta

Alfred Wolff Argentina

29/8/2008 , 09/9/2208 y 18/9/2008



E-mails enviados a Stella Horvat (stella052@hotmail.com) solicitando información actualizada acerca del esquema de costos anteriormente recibido.

Resultado: positivo, sin respuesta, positivo

Honig Verband e.V. (Federación de Miel en Alemania)

21/9/2008

E-mail enviado a la Sra. Carola Blaschke (carola.blaschke@uhlig-pr.de) solicitando información acerca de ferias especializadas a nivel internacional.

Resultado: positivo

Alfred Wolff Argentina

08/10/2008

Entrevista personal con la Contadora Stella Horvat solicitando información acerca de la estructura de costos, características, claves, dificultades y riesgos para un exportador de miel argentino.

Resultado: positivo

Estudio Hirsch

08/10/2008

Entrevista personal con el Dr. Hirsch, solicitando información acerca de cuestiones contables/fiscales propios del negocio de la miel.

Resultado: positivo

Cotización dólar US (a Octubre 2008)		3.2	
0409.00.00.911X : Miel de Abejas a granel			En \$ (Arg.)
	kg	1.00	1,350,000
Precio de venta	\$	8.41	11,352,272.73
Costos directos de exportación			
Precio a productor (incluye tambor)		7.2000	9,720,000.00
Comisiones a representantes		0.2000	270,000.00
Subtotal		7.400	9,990,000.00
Gastos directos de exportación			
Análisis Pre-compra		0.0300	40,500.00
Análisis muestreo SENASA		0.0400	54,000.00
Despacho - Honorarios (0,5% sobre valor FOB)			56,761.36
Despacho - Sellado		0.0015	2,025.00
SENASA - Autorización de embarque			9,000.00
Gastos en terminal portuaria			600.00
Gastos Agencia Marítima			1,000.00
Gastos logística depósito			1,300.00
Courrier - muestras			200.00
Courrier - documentación			50.00
Derechos de exportación (10% sobre valor FOB)			1,135,227.27
Subtotal		0.0715	1,300,663.64
Contribución Marginal			61,609.09
Gastos indirectos			
Alquiler Depósito (350 m2; \$ 1.500 mensual)			24,000.00
Servicios			26,120.00
Sueldos Depósito			58,500.00
Sueldos Laboratorio			48,750.00
Insumos Laboratorio			7,200.00
Seguros			12,000.00
Custodia contenedores			1,500.00
Gastos Varios - Indirectos Depósito			9,600.00
Subtotal		0.0000	187,670.00
Gastos Administración			
Sueldos Administración			32,500.00
Librería/Papelería			1,000.00
Honorarios Profesionales			21,600.00
Gastos Liquidación de Divisas			1,152.00
Subtotal		0.0000	56,252.00
Gastos Comercialización			
Viajes			15,000.00
Publicidad			2,500.00
Subtotal		0.0000	17,500.00
Gastos Financieros			
Gastos Bancarios			2,400.00
Impuesto al cheque (no pago a cuenta)			136,227.27
Subtotal		0.0000	138,627.27
TOTAL Costos Indirectos de Exportación			400,049.27
Utilidad antes de Impuestos (FOB - Total Costos)			-338,440.18
- Impuesto a las Ganancias (35%)			-118,454.06
Utilidad después de Impuestos			-219,986.12

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
INGRESOS OPERATIVOS												
Precio de Venta (8,41 \$/kg)		3,784,500.00			3,784,500.00			3,784,500.00				
Recupero de IVA				369,950.70			371,810.25			371,810.25		0.00
Subtotal INGRESOS OPERATIVOS	0.00	3,784,500.00	0.00	369,950.70	3,784,500.00	0.00	371,810.25	3,784,500.00	0.00	371,810.25	0.00	0.00
Aportes de Capital												
Subtotal APORTE CAPITAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL INGRESOS	0.00	3,784,500.00	0.00	369,950.70	3,784,500.00	0.00	371,810.25	3,784,500.00	0.00	371,810.25	0.00	0.00
EGRESOS OPERATIVOS												
Precio a productor (\$ 7,20 - incluye tambor)	3,240,000.00			3,240,000.00			3,240,000.00					
Comisiones a representantes	90,000.00			90,000.00			90,000.00					
Análisis Pre-compra	13,500.00			13,500.00			13,500.00					
Análisis muestreo SENASA	18,000.00			18,000.00			18,000.00					
Despacho - Honorarios (0,5% sobre valor FOB)		19,000.00			19,000.00			19,000.00				
Despacho - Sellado		675.00			675.00			675.00				
SENASA - Autorización de embarque		3,000.00			3,000.00			3,000.00				
Gastos en terminal portuaria		200.00			200.00			200.00				
Gastos Agencia Marítima		330.00			330.00			330.00				
Gastos logística depósito		430.00			430.00			430.00				
Courrier - muestras	65.00			65.00			65.00					
Courrier - documentación	15.00			15.00			15.00					
Derechos de exportación (10% sobre valor FOB)			378,500.00			378,500.00			378,500.00			
Alquiler Depósito (350 m2; \$ 1.500 mensual)	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Servicios	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00	2,175.00
Sueldos Depósito	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	6,750.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	6,750.00
Sueldos Laboratorio	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	5,625.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	5,625.00
Insumos Laboratorio	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Seguros	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Custodia contenedores		500.00			500.00			500.00				
Gastos Varios - Indirectos Depósito	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Sueldos Administración	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	3,750.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	3,750.00
Librería/Papelería	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Honorarios Profesionales	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Gastos Liquidación de Divisas			385.00			385.00			385.00			
Viajes (Biofach + Anuga)		7,500.00								7,500.00		
Publicidad	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Gastos Bancarios	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Impuesto al cheque - sobre Débitos	20,287.11	307.44	2,390.94	20,287.11	262.44	2,423.19	20,287.11	262.44	2,390.94	162.63	117.63	149.88
Impuesto al cheque - sobre Créditos	0.00	22,707.00	0.00	2,219.70	22,707.00	0.00	2,230.86	22,707.00	0.00	2,230.86	0.00	0.00
Impuesto a las Ganancias												
IVA 21%	23,594.55	6,156.15	1,859.55	23,594.55	6,156.15	1,859.55	23,594.55	6,156.15	1,859.55	1,859.55	1,859.55	1,859.55
IVA 10,5%	340,200.00	0.00	0.00	340,200.00	0.00	0.00	340,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subtotal EGRESOS OPERATIVOS	3,765,266.66	80,410.59	402,740.49	3,767,486.36	72,865.59	408,147.74	3,767,497.52	72,865.59	402,740.49	31,358.04	21,582.18	26,989.43
Devolución de Capital												
Subtotal DEVOLUCION CAPITAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Saldo Inicial	0.00	-3,765,266.66	-61,177.25	-463,917.74	-3,861,453.40	-149,818.99	-557,966.73	-3,953,654.01	-242,019.60	-644,760.09	-304,307.88	-325,890.06
Total Ingresos	0.00	3,784,500.00	0.00	369,950.70	3,784,500.00	0.00	371,810.25	3,784,500.00	0.00	371,810.25	0.00	-325,890.06
Total Egresos	3,765,266.66	80,410.59	402,740.49	3,767,486.36	72,865.59	408,147.74	3,767,497.52	72,865.59	402,740.49	31,358.04	21,582.18	26,989.43
Saldo Final	-3,765,266.66	-61,177.25	-463,917.74	-3,861,453.40	-149,818.99	-557,966.73	-3,953,654.01	-242,019.60	-644,760.09	-304,307.88	-325,890.06	-352,879.49