



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
Facultad de Desarrollo Rural

**TRABAJO DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS PARA
OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
AGRONEGOCIOS**

Tema:

**ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD Y EXPLORACIÓN DEL
MERCADO INTERNACIONAL PARA MIEL NATURAL
NICARAGÜENSE, 2002 – 2006**

Presentado por:

**SALOMÉ ANTEQUERA MADRIGAL
CECILIA DEL CARMEN GUIDO GONZÁLEZ**

Asesor

Dr. ELGIN VIVAS V.

**MANAGUA, NICARAGUA
Octubre, 2007**

2. Dedicatoria

A mi madre Melania Madrigal Rivera, quien ha sido siempre mi inspiración para luchar y seguir adelante en la búsqueda de mi independencia y soberanía personal.

A mis hijos Mérida Pilar Schliz Antequera, Enma Tininiska Schliz Antequera y Ajax Maxim Schliz Antequera, por su comprensión, apoyo y cariño en todos los momentos de mis estudios.

A mi compañero Ulrich Schliz, por la confianza depositada y el apoyo incondicional, por ser mi mejor amigo, dándome ánimo en los momentos más difíciles de mi carrera y por haber compartido todo el tiempo a mi lado.

María Salomé Antequera Madrigal

A mis hermanas Lucy del Carmen Guido González y Petronila Guido González por brindarme su apoyo permanentemente.

Cecilia del Carmen Guido González

3. Agradecimientos

A nuestras familias, por su paciencia, confianza y apoyo en todo momento de nuestro estudio.

Agradecemos a nuestro tutor Doctor Elgin Antonio Vivas Viachica, decano y docente de la Facultad de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional Agraria, por el aporte de sus valiosos conocimientos y apoyarnos de manera incondicional.

Agradecemos a la Universidad Nacional Agraria y a todos sus docentes, por haber contribuido con nuestra formación profesional y brindarnos la oportunidad de realizar este trabajo para la culminación de la carrera.

Nuestro agradecimiento muy especial a la Licenciada Melva Batres, docente de la Universidad Nacional Agraria, por su amable ayuda e importantes aportes al informe final de nuestro trabajo investigativo.

Nuestro agradecimiento muy especial a la Licenciada Claudia Tijerino Haslam, responsable de Cooperación Externa del Ministerio Agropecuario y Forestal, por su valioso aporte en la parte técnica de nuestro trabajo investigativo.

María Salomé Antequera Madrigal
Cecilia del Carmen González Guido

4. Índice general

CONTENIDO	Pág.
1. Portada	1
2. Dedicatoria	2
3. Agradecimientos	3
4. Índice general	4
5. Índice de cuadros	6
6. Índice de gráficos	7
7. Índice de anexos	9
8. Resumen	11
I. INTRODUCCIÓN	12
II. OBJETIVOS	14
2.1 Objetivo general	14
2.2 Objetivos específicos	14
III. MARCO TEÓRICO	15
3.1 Producción y comercio de miel	15
3.2 Indicadores	17
3.3 Inteligencia de mercado	17
3.4 Competitividad	18
3.5 Exploración de mercados	18
3.6 El modelo de regresión lineal simple	20
IV. HIPÓTESIS	20
V. DISEÑO METODOLÓGICO	21
5.1 Método para el cálculo de indicadores	21
5.2 Método de los mínimos cuadrados ordinarios	38
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
6.1 Producción	39
6.1.1 Producción mundial de miel	39
6.1.2 Producción centroamericana de miel	40
6.2 Consumo per cápita de miel	41
6.3 Comercio internacional de miel	42
6.3.1 Principales países exportadores de miel en el mundo	42

CONTENIDO	Pág.
6.3.2 Comportamiento de las exportaciones de miel en el mercado intrarregional centroamericano 2002-2006	43
6.3.3 Comportamiento de las importaciones mundiales de miel	43
6.3.4 Importaciones de miel en el mercado intrarregional centroamericano 2002-2006	44
6.4 Competitividad de miel natural en el mercado mundial para el período 2002-2006	45
6.4.1 Indicador de balanza comercial relativa (BCR)	45
6.4.2 Indicador de transabilidad (T)	47
6.4.3 Indicador de especialización internacional (L)	49
6.4.4 Indicador del modo de inserción al mercado internacional	51
6.5 Análisis de los indicadores de competitividad de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano para el período 2002-2006	53
6.5.1 Indicador de balanza comercial relativa (BCR)	53
6.5.2 Indicador de transabilidad (T)	53
6.5.3 Indicador de especialización internacional (L)	54
6.5.4 Indicador del modo de inserción al mercado internacional	54
6.6 Análisis de la exploración del mercados mundial de miel para el período 2002-2006	55
6.6.1 Indicador del tamaño y dinámica de las importaciones	55
6.6.2 Indicador del tamaño y dinámica de la demanda (Cons. per cáp.)	57
6.6.3 Indicador de priorización de mercados (IPM)	59
6.6.4 Precios de importación vs precio de exportación nicaragüense	60
6.7 Análisis de la exploración del mercado intrarregional centroamericano de miel para el período 2002-2006	61
6.7.1 Indicador del tamaño y dinámica de las importaciones	61
6.7.2 Indicador del tamaño y dinámica de la demanda (Cons. per cáp.)	62
6.7.3 Indicador de priorización de mercados (IPM)	62
6.7.4 Precios de importación vs precio de exportación nicaragüense	62
6.7.5 Índice de concentración de mercados (Proveedores)	63
VII. CONCLUSIONES	64
VIII. RECOMENDACIONES	67
IX. BIBLIOGRAFÍA	68
X. ANEXOS	70

5. Índice de cuadros

CONTENIDO	Pág.
Cuadro 1. Países de especial interés para el estudio de competitividad y exploración del mercado mundial de miel natural (2002-2006)	22
Cuadro 2. Indicador de transabilidad en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	47
Cuadro 3. Proyección de transabilidad en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	48
Cuadro 4. Indicador de transabilidad de miel natural en el mercado centroamericano, 2002-2006	53
Cuadro 5. Índice de concentración del mercado de miel natural en el comercio intrarregional de Centro América. Promedio (2002-2006)	63

6. Índice de gráficos

CONTENIDO	Pág.
Gráfico 1. Principales productores de miel natural en el mundo, 2005	40
Gráfico 2. Producción de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006*	40
Gráfico 3. Consumo per cápita de miel natural 2002-2006*	41
Gráfico 4. Principales exportadores de miel natural en el mundo, 2005	42
Gráfico 5. Exportaciones de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006	43
Gráfico 6. Principales importadores de miel natural en el mundo, 2005	43
Gráfico 7. Importaciones de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006	44
Gráfico 8. Indicador de balanza comercial relativa en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	46
Gráfico 9. Evolución de la balanza comercial relativa en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	46
Gráfico 10. Indicador de balanza comercial relativa proyectado en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	47
Gráfico 11. Indicador de especialización internacional en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	49
Gráfico 12. Indicador de especialización internacional proyectado en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	50
Gráfico 13. Indicador de modo de inserción al mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	51
Gráfico 14. Proyección del modo de inserción al mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	52
Gráfico 15. Indicador de balanza comercial relativa de miel natural en el mercado centroamericano, 2002-2006	53

CONTENIDO	Pág.
Gráfico 16. Indicador del grado de especialización internacional de miel natural en el mercado centroamericano, 2002-2006	54
Gráfico 17. Indicador del modo de inserción al mercado internacional de miel natural en Centro América, 2002-2006	54
Gráfico 18. Tamaño y dinámica de las importaciones en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	55
Gráfico 19. Proyección del tamaño y dinámica de las importaciones en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	56
Gráfico 20. Tamaño y dinámica de la demanda en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	57
Gráfico 21. Proyección del tamaño y dinámica de la demanda en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	58
Gráfico 22. Indicador de priorización del mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	59
Gráfico 23. Proyección del indicador de priorización del mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	59
Gráfico 24. Comparación de precios en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*	60
Gráfico 25. Comparación de precios proyectados en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*	60
Gráfico 26. Tamaño y dinámica de las importaciones en Centro América, 2002-2006	61
Gráfico 27. Tamaño y dinámica de la demanda en Centro América, 2002-2006	62
Gráfico 28. Índice de priorización de mercados de miel natural en Centro América, 2002-2006	62
Gráfico 29. Comparación de precios de importación vs precio de exportación de Nicaragua, en el comercio intrarregional de miel natural de Centro América, (2002-2006)	62

7. Índice de anexos

CONTENIDO

- Anexo 1. Instrumentos de investigación(Análisis de contenido)
- Anexo 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial, 2002-2006.
- Cuadro 1: Balanza comercial relativa
 - Cuadro 2: Transabilidad (Apertura.exportadora. y Penetración de Importaciones)
 - Cuadro 3: Especialización internacional
 - Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional
 - Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial relativa
- Anexo 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2006.
- Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones
 - Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Consumo per cápita)
 - Cuadro 3: Índice de priorización de mercados
 - Cuadro 4: Comparación de precios de importación vs precio de exportación de Nicaragua
- Anexo 4. Proyecciones de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial, 2006-2010.
- Cuadro 1: Balanza comercial relativa (2006-2010)*
 - Cuadro 2: Indicador de Transabilidad en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*
 - Cuadro 3: Especialización internacional, (2006-2010)*
 - Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional, (2006-2010)*
- Anexo 5. Proyecciones de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2006-2010.
- Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones, (2006-2010)*
 - Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda, (2006-2010)*
 - Cuadro 3: Índice de priorización de mercados, (2006-2010)*
 - Cuadro 4: Comparación de precios importación vs precio exportación de Nicaragua, (2006-2010)*

CONTENIDO

- Anexo 6. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006.
- Cuadro 1: Balanza comercial relativa, 2002-2006
 - Cuadro 2: Transabilidad de la miel en el mercado centroamericano, 2002-2006
 - Cuadro 3: Especialización internacional, 2002-2006
 - Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional, 2002-2006
- Anexo 7. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado intrarregional centroamericano de miel natural, 2002-2006.
- Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones, 2002-2006
 - Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Consumo per cápita), 2002-2006
 - Cuadro 3: Priorización del mercado, 2002-2006
 - Cuadro 4: Precio importación vs. precio exportación Nicaragua, (Promedio, 2002-2006)
- Anexo 8. Proveedores de miel natural en el mercado centroamericano, 2002-2006
- Cuadro 1: Concentración de las importaciones de miel en el comercio intrarregional de Centro América, (Promedios 2002 - 2006)
- Anexo 9: Producción y comercio de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006
- Cuadro 1: Producción de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país, Centro América (2002-2006*)
 - Cuadro 2: Exportaciones de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país, Centro América (2002-2006)
 - Cuadro 3: Importaciones de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país, Centro América (2002-2006)

8. Resumen

El mercado internacional de la miel nicaragüense es suficientemente grande, de amplias oportunidades pero con muchas restricciones (fitosanitarias y de calidad), sin embargo, su baja competitividad a nivel interno y la falta de información de mercado, han tenido como consecuencia un bajo aprovechamiento de la misma en la exportación en relación al nivel potencial factible del país.

Para la realización del estudio de competitividad y exploración de mercado de miel natural se aplicó el método “*Identificación de Oportunidades de Exportación*”, de la Corporación Colombia Internacional, el cual se basa en el cálculo de indicadores en una serie de cinco años de estadísticas anuales de producción, importación, exportación y consumo de miel natural por país; utilizando las bases de datos en línea de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y estadísticas de exportaciones e importaciones nicaragüenses en formato Excel proporcionadas por la Dirección General de Aduanas (DGA) de Nicaragua.

Los indicadores que resultaron de la aplicación de dicho método, permitieron comparar el desempeño comercial de la miel nicaragüense, determinando sus ventajas y desventajas competitivas e identificando las oportunidades comerciales para este rubro en el mercado internacional.

El estudio revela los principales hallazgos: a) La producción de miel nicaragüense es baja comparada con sus competidores más cercanos y los principales productores de miel en el mundo. b) La miel nicaragüense mantiene buen posicionamiento en el mercado intrarregional centroamericano y tiene excelentes oportunidades de penetrar en los países europeos, sin embargo, no se han aprovechado sus ventajas competitivas en el mercado mundial debido una baja participación de las exportaciones hacia el comercio internacional. c) Nicaragua se caracteriza como un país de baja vocación exportadora internacionalmente, a pesar de esto, se ubica entre los países “ganadores” por el incremento anual en el volumen y participación de sus exportaciones.

Se recomienda a) Mantener la ayuda en financiamiento y capacitaciones técnicas para elevar el nivel de producción de miel. b) Promover el consumo interno de miel en el país y diversificar e incrementar la oferta exportadora hacia los mercados europeos con el fin de mejorar los ingresos y calidad de vida de los pequeños y medianos apicultores nicaragüenses. c) La unión y organización de los apicultores es necesaria para minimizar costos y mantener buenos precios que le permitan competir nacional e internacionalmente.

I. INTRODUCCIÓN

La miel nicaragüense es considerada un producto estrella en el comercio internacional, por ser un mercado de rápido crecimiento debido a las tendencias del consumo sano en los países desarrollados y por las ventajas comparativas que posee Nicaragua al ofrecer las condiciones climáticas y edafológicas para producir miel orgánica de calidad, convirtiéndose este rubro en una excelente alternativa para mejorar los niveles de vida de los productores y ofrecer un gran aporte a la economía del país.

El mercado internacional de la miel nicaragüense es suficientemente grande, de amplias oportunidades pero con muchas restricciones (fitosanitarias y de calidad), sin embargo, su baja competitividad a nivel interno y la falta de información de mercado, han tenido como consecuencia un bajo aprovechamiento de la misma en la exportación en relación al nivel potencial factible del país. Como parte de las nuevas políticas del gobierno y organismos no gubernamentales, se han iniciado programas de apoyo a los apicultores en el aspecto económico, capacitación y tecnología con miras hacia el incremento de las exportaciones.

El estudio de competitividad y exploración de mercados se realizó con el fin de caracterizar la calidad de la inserción de miel natural en el mercado internacional, para tal efecto se aplicó el método “*Identificación de Oportunidades de Exportación*”, el cual se basa en el cálculo, análisis e interpretación de indicadores que miden la eficiencia y posicionamiento de las exportaciones y la dinámica de la demanda de miel en cada país. El propósito del estudio es identificar oportunidades y amenazas y pronosticar el comportamiento del mercado externo de la miel; se espera que los resultados obtenidos sirvan de insumo a productores y comercializadores nicaragüenses para el diseño e implementación de nuevas estrategias de producción y penetración en el mercado internacional.

En Nicaragua se han realizado varios estudios sobre el comportamiento de la actividad apícola, enfocados especialmente en la producción de miel y en su potencial comercializador para el mercado externo, éstos dan como referencia que la actividad es muy lucrativa para los productores debido a la creciente demanda en el mercado internacional y a que es un rubro de bajo costo en la producción.. Entre los especialistas nicaragüenses que han dado seguimiento a esta actividad económica, se encuentran el doctor Gustavo Ordex (1963) y Whitman Carrillo (2002), éste último apoyado por el SIMAS ha aportado aproximaciones sobre la producción del sub-sector apícola en Nicaragua.

El Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), por medio del Servicio de Información de Precios y Mercados Agropecuarios (SIPMA) presentó un artículo sobre tendencias del mercado de la miel en su boletín Agricultura & Desarrollo No. 52 y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) hizo un estudio sobre la *Cadena agroindustrial de la miel de abeja (2005)*, con apoyo del MAGFOR y de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), éste brinda un perfil del mercado nacional e internacional del producto.

NicaExport, por medio del *Área de Inteligencia Competitiva* proporciona una amplia gama de información comercial (estadísticas, estudios, análisis) para que los exportadores

desarrollen estrategias específicas que permitan incursionar en los mercados internacionales (Nicaexport, 2007). Los servicios que brinda son los siguientes:

- **Sistema de Inteligencia Competitiva (SIC).** Provee información exclusivamente comercial como: datos actualizados de exportaciones nicaragüenses, demanda de productos a nivel mundial, contactos con empresas importadoras y más.
- **Trade Point Nicaragua.** Brinda una serie de estudios personalizados que son elaborados a solicitud de aquellas empresas que requieren apoyo para exportar, éstos son:
 - Prefactibilidad de Exportación
 - Perfil de Producto
 - Perfil de Mercado
 - Formulación del Plan de Exportación
 - Costos de Exportación

En Enero del 2006 la Comisión Nacional de Competitividad presentó al MAGFOR la propuesta del *Diseño Observatorio de Competitividad*, con el fin de buscar ayuda para la obtención de información que sirva de insumo en dicho proyecto, sin embargo, hasta el momento se desconoce si esta organización ha publicado algún estudio al respecto.

La Corporación Colombia Internacional y el Observatorio Agro cadenas de Colombia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de ese mismo país han desarrollado un método denominado "*Identificación de Oportunidades de Exportación*" que da seguimiento a la competitividad y exploración de mercados de las cadenas de diferentes productos agroexportables colombianos. Por su parte Bolivia, diseñó un sistema de inteligencia de mercados para dar seguimiento a cuatro productos forestales (SIFORBOL, 2002) basado en el método de la Corporación Colombia Internacional.

El presente informe es el resultado del trabajo de investigación y las partes que lo conforman son las siguientes:

- **Introducción:** Reseña la situación actual del comercio de miel natural nacional e internacionalmente, se presentan los antecedentes de estudios realizados con anterioridad y se dan a conocer el propósito e importancia de la realización del estudio.
- **Objetivos (General y específicos):** Guían la investigación del tema.
- **Marco teórico:** Información básica que sustenta el problema de investigación.
- **Hipótesis:** Afirmación sobre el problema, comprobada en la investigación.
- **Diseño metodológico:** Plantea el alcance de la investigación, variables utilizadas, y la metodología para el cálculo de los indicadores de competitividad y exploración de mercados.
- **Resultados y discusión:** Muestran el cuerpo del desarrollo del estudio y análisis del mismo.
- **Conclusiones:** Derivadas del análisis.
- **Recomendaciones:** Aporte de las investigadoras en base a las conclusiones del tema.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Estudiar la competitividad y exploración del mercado internacional para miel natural nicaragüense, 2002 – 2006.

2.2 Objetivos específicos

- Delimitar los indicadores de competitividad y exploración de mercados para miel natural.
- Realizar análisis de competitividad y exploración de mercados de la miel natural.
- Comparar a través de los indicadores de competitividad y exploración de mercados el desempeño comercial de Nicaragua respecto a sus competidores y socios comerciales en el mercado externo de miel natural.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 Producción y comercio de miel

“La miel¹, producto apícola es más conocido por su gran valor como alimento y medicina popular, se ha insertado en los mercados y en los sistemas de producción en Nicaragua como producto mayoritariamente orgánico.

Nicaragua siendo un país con una gran superficie que cuenta con todas las condiciones climáticas y existiendo un alto potencial productivo y comercial de la miel de abeja, no explota adecuadamente la actividad apícola”, (IICA-MAGFOR-JICA, 2005).

El estudio del *‘Perfil de la miel de abeja’* (IICA-MAGFOR-JICA, 2005), indica que la actividad apícola (producción y comercialización) tiene un alto potencial de desarrollo en Nicaragua con las posibilidades que ofrece la miel para desarrollarse como un producto líder de la oferta agro-exportadora de Nicaragua.

Las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) revelan que la producción de miel nicaragüense es una de las más bajas a nivel centroamericano (400 TM promedio anual), ocupando el cuarto lugar con 8% de participación, debajo de Costa Rica (25%) y de El Salvador (34%) que es el mayor productor.

“La miel es un producto que se perfila con grandes proyecciones de ventas anuales y sugiere un mercado internacional en crecimiento debido a que la producción actual no satisface la demanda total” (Garibay, 2003). La demanda internacional es alta, especialmente de miel orgánica, no así a nivel nacional donde se caracteriza por ser un mercado reducido con alto costo de transporte como principal problema en la comercialización.

Las exportaciones han tenido fuertes variaciones, dándose el mayor crecimiento en el 2003 con 118% mientras en el 2005 se registra una caída del 38%, en el caso de las exportaciones, los costos se incrementan con los exámenes de calidad exigidos los cuales alcanzan un valor de US\$100.00 cada cinco barriles más otros gastos propios de la gestión.

El precio promedio (2002-2006) de exportación (FOB) de la miel nicaragüense para el mercado mundial es de US\$1.74/kg mientras en el mercado local se cotiza en US\$4.66/kg (a granel, incluye costo de empaque, etiqueta y distribución) y aunque el mercado interno es menos exigente, Nicaragua debe exportar la mayor parte de su producción debido a que la miel es un producto de bajo consumo en Nicaragua por tratarse de un nicho de mercado que usa este producto básicamente en la medicina natural.

¹ Se define como el producto alimenticio producido por las abejas a partir del néctar de las flores o de las secreciones de las partes vivas de las plantas, las cuales las abejas recolectan, transforman, combinan con sustancias específicas y almacenan y dejan madurar en panales de abejas. Cuando las abejas convierten el néctar en miel, también añaden enzimas que sirven principalmente para convertir los azúcares complejos en azúcares simples.

Tabla 1: Precios de miel a granel en el mercado local

Presentación en ml	Equivalencia en kg	Precio C\$	Equivalencia en \$
350	0.50	45.50	2.44
500	0.72	62.50	3.35
735	1.06	87.50	4.69

Fuente: Supermercado La Colonia, 01 de Octubre de 2007.

Tasa de cambio del dólar: 18.65 x 1

En el 2006 las exportaciones nicaragüenses ascendieron a 295.6 TM (73% de la producción) con un ingreso anual de 580 mil dólares (US\$1.968.02 por TM), lo que significó un incremento del 89% en comparación al año 2005 y con casi el doble del volumen exportado en el 2003. No obstante, si se optimiza la producción y comercialización de productos apícolas podrían alcanzarse ingresos anuales de hasta 32.4 millones de dólares (W. Castillo, 2002).

El principal destino de exportación de la miel nicaragüense es Alemania con participación del 91%, seguido de Costa Rica con 6%. Internacionalmente la miel se cotiza en US\$600.00 el barril de 300 Kg.

El volumen de importaciones es 67 veces menor al de las exportaciones mostrando poca significación y su comportamiento es similar al de las exportaciones durante el mismo período. En el 2006 se importó 3.1 TM equivalentes a 5.8 mil dólares, con incremento del 110% en comparación al 2005, el principal proveedor es Guatemala con 65% de participación seguido de Estados Unidos con 34%.

Los factores de éxito para vender miel natural en los mercados externos son los siguientes (*Cadena agroindustrial de la miel de abeja*, IICA-MAGFOR-JICA, 2005):

- Calidad constante.
- Buen precio y marca que identifique.
- Disponibilidad constante y volumen óptimo.
- Buen servicio, tiempos de entrega, empaque y presentación.
- Alianzas comerciales a largo plazo con importadores.
- Mayor información sobre mercados y adecuada promoción comercial.

La necesidad de monitorear la información del mercado internacional ha permitido que se desarrollen numerosos servicios de inteligencia de mercados por la vía de la Internet: boletines impresos, electrónicos y demás medios de comunicación, éstos se presentan en diferentes modalidades que van desde establecer contactos comerciales y publicar ofertas y demandas de productos para las empresas (nacionales y extranjeras) hasta la realización de transacciones comerciales.

Otros servicios realizan el monitoreo de los mercados internacionales por medio de indicadores que dan referencia del comportamiento de los mismos para el interés del sector exportador, ejemplo la Corporación Colombia Internacional y el Observatorio Agrociudades de Colombia.

3.2 Indicadores

Mérida y Hernández (1997), refieren los “indicadores” como datos esencialmente cuantitativos, que permiten dar a conocer el estado de las cosas en relación con algún aspecto de la realidad que se quiere conocer.

Los Indicadores pueden ser medidas, números, hechos, opiniones o percepciones que señalen condiciones o situaciones específicas y son de mucha importancia porque:

- Permiten medir cambios en esa condición o situación a través del tiempo.
- Facilitan mirar de cerca los resultados de iniciativas o acciones.
- Son instrumentos muy importantes para evaluar y dar seguimiento al proceso de desarrollo.
- Son instrumentos valiosos para orientar cómo se pueden alcanzar mejores resultados en proyectos de desarrollo.

3.3 Inteligencia de mercado

“La inteligencia de mercados es el proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de la información con valor estratégico sobre una actividad en particular (agropecuaria, industrial, otra) y los competidores, la cual es transmitida a los responsables de la toma de decisiones en el momento oportuno. En lo que concierne al sector agropecuario, las fuentes de información son muchísimas y muy diversas: bases de datos, Internet, clientes, proveedores, estudios de mercado, estadísticas, patentes, información de productos, prensa diaria, especialistas del sector”, (Aponte, 2006).

La inteligencia de mercado incorpora (Sistema Nacional de Información Forestal de Bolivia SIFORBOL, 2002):

- Información sistematizada de distintas bases de datos de las diferentes instituciones y organizaciones que la suministran y que están involucradas en el sector (Para Nicaragua: Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX), Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), NICAEXPORT, entre otras).
- Información con fuentes de los mercados de destino sobre actividades de comercialización y consumo (Bases de datos en línea de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), entre otras)
- Procesamiento e interpretación de la información.

La información debe crearse para cada producto identificado y seleccionado; en la medida en que se cuente con los datos requeridos y ésta debe pasar por las siguientes fases (Comisión Nacional de Competitividad, 2006):

- Recolección y captura
- Procesamiento

- Análisis
- Difusión

3.4 Competitividad (Sistema Nacional de Información Forestal de Bolivia SIFORBOL, 2002)

Competitividad es la capacidad de un país, de una región, de una cadena o de una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición determinada en su entorno, aprovechando las oportunidades comerciales que le ofrece el mercado. Esta va ligada con la excelencia, es decir, con características de eficiencia en la administración de recursos, eficacia en el logro de objetivos y efectividad comprobada para generar impacto y beneficios sociales en el entorno.

Las formas de lograr y medir la competitividad son muy variadas, las diferencias se dan principalmente por la complejidad de factores que determinan la competitividad, entre variables relacionadas con la productividad y la eficiencia a nivel de actividades económicas y eficiencia a nivel del entorno en que se desempeñan las unidades económicas.

Un estudio de competitividad pretende identificar, diseñar, documentar y analizar los factores relacionados con la competitividad del país en los productos agropecuarios a través de indicadores que reflejen el posicionamiento competitivo del sector.

Los indicadores de posicionamiento competitivo deben permitirle al sector público y privado, el seguimiento de variables críticas que faciliten su comparación con el desempeño de sus principales socios comerciales, países de interés comercial y competidores en el mercado internacional, de esta manera se podría definir el país o región sobresaliente a nivel mundial o de un mercado específico para ser tomado como punto de referencia en un estudio de desempeño competitivo.

Un estudio de competitividad viene a ser una herramienta más de análisis al productor y exportador para el desarrollo de estrategias que impulsen el aumento y diversificación de la oferta exportable de los productos agropecuarios nicaragüenses en función de la demanda internacional, mejorando la calidad y la productividad de la producción nacional y permitiendo un mayor potencial de competitividad en la actividad agro exportadora.

3.5 Exploración de mercados (Sistema Nacional de Información Forestal de Bolivia SIFORBOL, 2002)

La exploración se hace con el objetivo de identificar los mercados internacionales que ofrecen un mayor atractivo e interés comercial para la oferta de productos agropecuarios del país con potencial exportador, priorizando los países que ofrecen mayores oportunidades comerciales y proporcionando elementos básicos para profundizar en los mercados ya identificados y descubrir nuevos nichos de mercado.

Los estudios de mercado deben comprender todas aquellas variables relevantes del comportamiento actual y tendencias de la oferta y la demanda de un producto. A partir de los análisis y estudios de mercados, se definen indicadores y variables estratégicas que permitan realizar el seguimiento a las oportunidades y amenazas comerciales.

El alcance de los mercados se limita al objeto de análisis, bajo los siguientes criterios:

- Mercados en los que actualmente hay presencia de los productos nicaragüenses.
- Mercados potenciales identificados por los diferentes productos y cadenas de productos.
- Mercados o países con los que el país mantiene acuerdos de integración comercial, y aquellos con los que se proyectan negociaciones.

La identificación de los mercados potenciales se efectúa mediante un indicador de priorización de mercados -IPM- el cual se construye en base al comportamiento de las siguientes variables de cada país o mercado:

- Volumen de las importaciones
- Tasa de crecimiento del valor de las importaciones
- Consumo per cápita y
- Tasa de crecimiento del consumo per cápita.

Los valores de estas variables se definen como promedios de los últimos cinco años con información disponible, complementándose en los análisis con gráficas que permitan ubicar a los países en cuatro cuadrantes de calificación (altamente atractivos, promisorios, potenciales y de menor interés) en dependencia del tamaño y la dinámica de su demanda (consumo o importaciones) está por encima o por debajo del promedio de los países o mercados de referencia.

El informe de exploración de mercados debe contener:

- Ubicación del producto en el contexto internacional
- Principales países productores
- Comercio internacional y sus tendencias
- Principales países importadores y exportadores
- Evolución del consumo mundial y per cápita por países

La Información complementaria de la exploración de mercados debe ser un análisis comparativo que tiene en cuenta:

- La dinámica de las exportaciones del país de interés vs las importaciones mundiales o de un mercado específico.
- La dinámica de las importaciones mundiales o de un mercado específico vs la producción nacional del país de interés.

De esta manera, se puede identificar el mercado, el país o región sobresaliente a nivel mundial o a nivel de un mercado específico (ejemplo Centro América) para ser tomado como punto de referencia para el producto seleccionado, el cual será objeto de un estudio del desempeño competitivo; a partir del respectivo estudio se definen los principales indicadores de seguimiento y análisis.

La metodología de indicadores de competitividad permite pronosticar cómo estará el mercado en un determinado período y estimar los valores del comercio internacional en base a una serie de datos propuestos, para ello se recurre al Modelo de Regresión Lineal, con el cual a través del Método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios es posible proyectar las variables en estudio y completar las series incompletas para el análisis de los datos, de igual manera se pueden proyectar los datos de las series propuestas para estimar los indicadores a futuro.

3.6 El modelo de regresión lineal simple

“Los modelos de regresión son los modelos estadísticos que explican la dependencia de una variable dependiente “Y” respecto de una o varias variables cuantitativas “X”.

Con este tipo de regresiones se pretende encontrar relaciones funcionales de tipo lineal, es decir, buscar cantidades a y b tales que se pueda escribir

$$\hat{Y} = a + b \cdot X$$

con el menor error posible entre Y e \hat{Y} , o bien

$$\hat{X} = a + b \cdot Y$$

de forma que

$$X - \hat{X}$$

sea una variable que toma valores próximos a cero (EinsteinNet, 2000)”

IV. HIPÓTESIS

La miel natural de Nicaragua tiene altas posibilidades de posicionarse en el mercado internacional si se explota con mayor dinamismo su capacidad productiva para exportar especialmente a Europa que es un mercado abierto el cual ofrece amplias oportunidades pero con muchas restricciones de tipo no arancelario.

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Método para el cálculo de indicadores

Para la realización del estudio del mercado internacional de la miel se aplicó el método de la Corporación Colombia Internacional y el Observatorio Agrocadenas de Colombia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el cual se basa en el cálculo de indicadores de competitividad y exploración de mercados internacionales en una serie de cinco años de estadísticas anuales de producción, importación, exportación y consumo de miel natural por país; el desarrollo del mismo estuvo en dependencia de la disponibilidad de la información en las bases de datos consultadas.

El estudio se realizó tomando como referencia dos mercados: el mundial y el Centroamericano, en este último se hizo para el comercio intrarregional exclusivamente.

Se utilizaron dos tipos de fuentes de información:

- Fuentes primitivas (o directas): Información electrónica sobre datos estadísticos no interpretados de producción, exportación, importación y consumo de miel natural de los países, la que fue bajada de Internet de las bases de datos en línea de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y estadísticas de exportaciones e importaciones nicaragüenses en formato Excel proporcionadas por la Dirección General de Aduanas (DGA) de Nicaragua. En algunos casos los datos sufrieron transformaciones (conversiones) previas al cálculo de los indicadores, ejemplo, el consumo per cápita que en la base de datos original aparece con la unidad de medida gramos al día por persona, se convirtió a kilogramos al año por persona.
- Fuentes secundarias:
 - Información de datos procesados y analizados en diversos estudios sobre miel (impresos y electrónicos), realizados por autores nicaragüenses.
 - Información electrónica (Internet) sobre metodología para el cálculo de indicadores de competitividad y exploración de mercados.
 - Información electrónica e impresa sobre Modelo de Regresión Lineal Simple y Método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios en el cálculo de estimaciones.
 - Resúmenes y compilaciones preparados en base de fuentes primarias sobre el comercio de la miel que complementaron y enriquecieron el análisis de los datos primarios procesados en la investigación.

Estas fuentes se detallan en el instrumento de análisis de contenido para la recolección de información (Anexo 1).

El estudio de competitividad y exploración del mercado mundial de la miel natural, tomó en cuenta todos los países del mundo que reporta la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), haciendo especial énfasis en un grupo de

diecinueve países que cumplen con uno o con todos los criterios de importancia para el comercio de la miel nicaragüense, los cuales se detallan en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Países de especial interés para el estudio de competitividad y exploración del mercado mundial de miel natural (2002-2006)

Criterios de importancia		
Donde hay presencia de miel nicaragüense	Son una demanda significativa por su alto poder de compra	Competidores
Alemania	Alemania	Alemania
Bélgica	Austria	Bolivia*
Costa Rica	Bélgica	China
EEUU	Canadá	Cuba*
El Salvador	EEUU	EEUU*
Francia	Francia	El Salvador
Guatemala	Italia	Guatemala
Honduras	Japón	México*
Italia	Países Bajos	Rep, Dominicana*
Japón	Reino Unido	
Reino Unido		
Total países: 19		

*: *Se toman en cuenta algunos países con los que Nicaragua tiene acuerdos de cooperación económica y/o tratados comerciales.*

Para obtener el listado de países que cumplen con los criterios de importancia en el comercio de la miel nicaragüense, se realizaron las siguientes actividades:

- Encontrar los socios comerciales de Nicaragua en las estadísticas de exportaciones de miel nicaragüense en la base de datos de la Dirección General de Aduanas (DGA) de Nicaragua y seleccionar los principales según el volumen de exportación.
- Seleccionar en las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) los principales compradores (Importadores y consumidores) de miel natural que sean de mayor interés para Nicaragua.
- Seleccionar en las estadísticas de FAO y SIECA los principales proveedores de miel natural (productores y exportadores).
- Consultar la lista de países resultante a la Dirección de Comercio del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR) tomando en consideración los aportes recibidos.

Los indicadores calculados y analizados son los siguientes:

- Indicadores de Competitividad
 - Balanza comercial relativa
 - Transabilidad
 - Grado de apertura exportadora
 - Grado de penetración de las importaciones
 - Especialización internacional
 - Posicionamiento
 - Eficiencia
 - Modo de inserción al mercado internacional (Combinación del posicionamiento y la eficiencia)

- Indicadores de exploración de mercados
 - Tamaño y dinámica de las importaciones
 - Tamaño y dinámica de la demanda (Consumo per cápita)
 - Índice de priorización de mercados
 - Comparación de precios implícitos
 - Índice de concentración de mercado (Centro América)

Las variables que se tomaron en cuenta para el cálculo de los indicadores son (en serie de cinco años 2001-2005 reportados por FAO, SIECA y DGA Nicaragua y 2006 estimado):

- Producción de cada país
- Producción total de Centroamérica
- Producción mundial
- Importación de cada país
- Importación total de Centroamérica
- Importación mundial
- Exportación de cada país
- Exportación total de Centroamérica
- Exportación mundial
- Consumo total de cada país
- Consumo total de Centroamérica
- Consumo mundial
- Consumo per cápita de cada país
- Consumo per cápita de Centroamérica
- Consumo per cápita mundial

El método aplicado para calcular los indicadores de competitividad y exploración de mercados, se explica por medio de fichas, diseñadas especialmente para una mayor comprensión de cada uno de los indicadores, en éstas se detallan los elementos necesarios para su cálculo e interpretación.

A continuación se presentan la simbología y las fichas del conjunto de indicadores y variables indispensables para el análisis.

Simbología (Sistema Nacional de Información Forestal de Bolivia SIFORBOL, 2005):

i: Producto

j: País

k: Año

n: Cantidad de años de la serie de datos.

p: Población estimada en cada país.

E_{ijk}: Exportaciones (del producto *i*; país *j*, año *k*).

E_{imk}: Exportaciones (del producto *i*; a nivel mundial ó de un mercado específico, en el año *k*).

I_{ijk}: Importaciones (del producto *i*; país *j*, año *k*).

P_{ijk}: Producción doméstica (del producto *i*; país *j*, año *k*).

C_{ijk} = *P_{ijk}* + *I_{ijk}* - *E_{ijk}*: Consumo aparente (Calculado o encontrado en las bases de datos).

c = *C_{ijk}* / *p*: Consumo per cápita (Calculado o encontrado en las bases de datos).

TC: Tasa de crecimiento de las exportaciones o importaciones o consumo (del producto *i*; país *j*, año *k*).

Ejemplo:

$$TCE_{ijk} = ((\text{Exportaciones del último año} / \text{Exportaciones del primer año})^{1/n} - 1) * 100$$

De igual manera se calcula para importaciones y consumo.

e_{ij}: Participación porcentual de las exportaciones de un producto *i* realizadas por un país *j* en el año *k*, con relación al total de las importaciones del producto *i* en el año *k*.

$$e_{ijk} = \frac{E_{ijk}}{T_{ik}}$$

T_{ik}: Total de las importaciones del producto *i* en el año *k*, realizadas por todos los países de un mercado (mundial, americano, centroamericano).

e = Variación de las *e_{ijk}* en un período definido de años.

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Balanza Comercial Relativa (Indicador intrarramo o intraproducto)
Objetivo del indicador:	Mide el balance comercial entre dos países respecto al mismo bien, y permite establecer el grado de ventaja ó desventaja comparativa existente y comparar su evolución en el tiempo.
Código:	BCR_{ijk}
Fórmula:	$BCR_{ijk} = \frac{E_{ijk} - I_{ijk}}{E_{ijk} + I_{ijk}}$
Rango:	$-1 \leq BCR_{ijk} \leq 1$
Interpretación:	<ul style="list-style-type: none"> • Si es mayor que cero, se trata de un sector exportador y por ende competitivo. • Si es menor que cero, se trata de un sector importador y carente de competitividad frente al mercado interno. <p>Otra forma de interpretarlo:</p> <p>$+0.33 \leq BCR_{ijk} \leq 1$ _____ Existe ventaja para el país. (Sector exportador)</p> <p>$-0.33 \leq BCR_{ijk} \leq +0.33$ _____ Existe tendencia hacia un comercio intraproducto</p> <p>$-1 \leq BCR_{ijk} \leq -0.33$ _____ Existe desventaja para el país. (Sector importador)</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Transabilidad
Objetivo del indicador:	Mide la relación entre la balanza comercial neta y el consumo aparente.
Código:	T_{ijk}
Fórmula:	$T_{ijk} = \frac{E_{ijk} - I_{ijk}}{C_{ijk}}$
Rango:	$- 8 = T_{ijk} = + 8$
Interpretación:	<p>$T_{ijk} > 0$ Sector exportador. Existe exceso de oferta, es decir, es un sector competitivo dentro del país. ($E - I > 0$)</p> <p>$T_{ijk} < 0$ Es posible que se trate de un sector sustituidor de importaciones o no competitivo con las importaciones dado que existe exceso de demanda. ($E - I < 0$)</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Grado de Apertura Exportadora (Indicador complementario de transabilidad)
Objetivo del indicador:	Indica el grado en que las exportaciones de un producto con respecto a su consumo aparente penetran en un mercado.
Código:	AE_{ijk}
Fórmula:	$AE_{ijk} = \frac{E_{ijk}}{C_{ijk}}$
Rango:	$0 = AE_{ijk} = +8$
Interpretación:	<p>$AE_{ijk} < 0$ La competitividad del país con respecto al resto de los países del mercado está cayendo ya que no existe capacidad para sobrepasar el nivel de producción necesario para abastecer la demanda interna del país.</p> <p>$AE_{ijk} > +$ El país es competitivo ya que existe capacidad para sobrepasar el nivel de producción necesario para abastecer la demanda interna del país.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Grado de Penetración de Importación (Indicador complementario de transabilidad)
Objetivo del indicador:	Muestra la relación entre las importaciones de un bien o sector, y su consumo doméstico aparente.
Código:	PI_{ijk}
Fórmula:	$PI_{ijk} = \frac{I_{ijk}}{C_{ijk}}$
Rango:	$0 = PI_{ijk} = 1$
Interpretación:	<p>$PI_{ijk} < 0$ El sector es lo suficientemente competitivo como para dedicar gran parte de la producción nacional a la exportación. Sin embargo, deben considerarse las restricciones de política comercial.</p> <p>$PI_{ijk} > 1$ Indica que las importaciones tienden a ser iguales al consumo doméstico y, por lo tanto, los niveles de producción nacional son bajos con relación a las importaciones.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Especialización Internacional
Objetivo del indicador:	Con él se establece la participación en el mercado mundial ó en un mercado específico. No solamente examina las exportaciones, sino que establece la vocación exportadora del país y su capacidad para construir ventajas permanentes, lo que se evidencia con el balance comercial del bien.
Código:	L_{ijk}
Fórmula:	$L_{ijk} = \frac{E_{ijk} - I_{ijk}}{E_{imk}}$
Rango:	$- 1 = L_{ijk} = 1$
Interpretación:	<p>$L_{ijk} ? 1$ El país tiene alto grado de competitividad en ese rubro en el mercado de referencia.</p> <p>$L_{ijk} ? - 1$ El país tiene bajo grado de competitividad en ese rubro en el mercado de referencia.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Posicionamiento
Objetivo del indicador:	<p>Medir el dinamismo relativo de un rubro en las importaciones de un país.</p> <p>El posicionamiento es igual a la tasa de crecimiento de las exportaciones del producto i por parte del país j.</p> <p>Un rubro de exportación está mal posicionado cuando exporta rubros de bajo dinamismo relativo y viceversa.</p>
Código:	P_{ijk}
Fórmula:	$P_{ijk} = TCE_{ijk}$
Rango:	$- 8 = TCE_{ijk} = + 8$
Interpretación:	<p>$TCE_{ijk} > 0$ Exportaciones con tendencia de crecimiento.</p> <p>$TCE_{ijk} ? 0$ Exportaciones estables.</p> <p>$TCE_{ijk} < 0$ Exportaciones con tendencia de decrecimiento.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Eficiencia
Objetivo del indicador:	<p>Indicar la participación relativa de las exportaciones del país en un producto determinado.</p> <p>La eficiencia es igual a la variación de la participación porcentual de las exportaciones de un país en el total de las importaciones del producto <i>i</i>.</p> <p>Las exportaciones de un país son poco eficientes cuando la participación del rubro disminuye con respecto a otro(s) país(es) competidores y viceversa.</p>
Código:	EF_{ijk}
Fórmula:	$EF_{ijk} = e$
Rango:	$-\delta = e_{ijk} = +\delta$
Interpretación:	<p>$e_{ijk} > 0$ Las exportaciones de un país son eficientes, e indica que la participación del rubro aumenta con respecto a otros países competidores.</p> <p>$e_{ijk} < 0$ Las exportaciones de un país son poco eficientes, e indica que la participación del rubro disminuye con respecto a otros países competidores.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de competitividad

Nombre del indicador:	Modo de Inserción al Mercado Internacional																																																												
Objetivo del indicador:	<p>Este indicador muestra la competitividad de un producto o cadena medida por la variación de su presencia en un mercado. De igual manera muestra la adaptabilidad de los productos de exportación a los mercados en crecimiento. Este se puede observar a través de dos criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento • Eficiencia 																																																												
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>E</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>f</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>i</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>c</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>i</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>e</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>n</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>c</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>i</i></td> <td style="border: none; vertical-align: middle; padding-right: 10px;"><i>a</i></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><u>Vulnerabilidad</u></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><u>Óptima</u></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><i>P desfavorable</i> <i>e alta</i></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><i>P y e favorables</i></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><i>P desfavorable</i> <i>e baja</i></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><i>P favorable</i> <i>e baja</i></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><u>Retirada</u></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u> <u>perdidas</u></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td colspan="8" style="text-align: center;"><u>Posicionamiento</u></td> </tr> </table>		<i>E</i>	<i>f</i>	<i>i</i>	<i>c</i>	<i>i</i>	<i>e</i>	<i>n</i>	<i>c</i>	<i>i</i>	<i>a</i>			<u>Vulnerabilidad</u>					<u>Óptima</u>					<i>P desfavorable</i> <i>e alta</i>					<i>P y e favorables</i>					<i>P desfavorable</i> <i>e baja</i>					<i>P favorable</i> <i>e baja</i>					<u>Retirada</u>					<u>Oportunidades</u> <u>perdidas</u>					<u>Posicionamiento</u>							
<i>E</i>	<i>f</i>	<i>i</i>	<i>c</i>	<i>i</i>	<i>e</i>	<i>n</i>	<i>c</i>	<i>i</i>	<i>a</i>																																																				
		<u>Vulnerabilidad</u>					<u>Óptima</u>																																																						
		<i>P desfavorable</i> <i>e alta</i>					<i>P y e favorables</i>																																																						
		<i>P desfavorable</i> <i>e baja</i>					<i>P favorable</i> <i>e baja</i>																																																						
		<u>Retirada</u>					<u>Oportunidades</u> <u>perdidas</u>																																																						
		<u>Posicionamiento</u>																																																											
Interpretación:	<p>La situación de las exportaciones de un país puede caracterizarse combinando el indicador de Posicionamiento (P) con el de Eficiencia (<i>e</i>), de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación óptima: si P y <i>e</i> son favorables. • Situación con oportunidades perdidas: si P es favorable pero <i>e</i> es baja. • Situación de vulnerabilidad: si P es desfavorable y <i>e</i> es alta. • Situación de retirada: si P y <i>e</i> son desfavorables. <p>Sobre esta base se pueden identificar a los países que han aumentado su participación “ganadores” y los que han disminuido su participación “perdedores”.</p>																																																												

Ficha para la construcción de indicadores de exploración de mercados

Nombre del indicador:	Tamaño y dinámica de las importaciones.				
Objetivo del indicador:	Clasificar los países de acuerdo a las oportunidades de comercio internacional, combinando el tamaño promedio de las importaciones en los últimos 5 años con las respectivas tasas de crecimiento de las importaciones durante el mismo período.				
<p><i>T a s a d e c r e c i m i e n t o</i></p>	<p align="center">Oportunidades de Comercio Internacional</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: top;"> <p><u>Promisorias</u></p> <p><i>I menor al promedio y t mayor al promedio</i></p> </td> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: top;"> <p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>I y t superiores a los respectivos promedios</i></p> </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: bottom;"> <p><u>De menor interés</u></p> <p><i>I y t menores a los respectivos promedios</i></p> </td> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: bottom;"> <p><u>Potenciales</u></p> <p><i>I mayor al promedio y t menor al promedio</i></p> </td> </tr> </table> <p align="center"> Promedio <i>Promedio de importaciones</i> <i>(últimos 5 años)</i> </p> <p align="center"> </p>	<p><u>Promisorias</u></p> <p><i>I menor al promedio y t mayor al promedio</i></p>	<p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>I y t superiores a los respectivos promedios</i></p>	<p><u>De menor interés</u></p> <p><i>I y t menores a los respectivos promedios</i></p>	<p><u>Potenciales</u></p> <p><i>I mayor al promedio y t menor al promedio</i></p>
<p><u>Promisorias</u></p> <p><i>I menor al promedio y t mayor al promedio</i></p>	<p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>I y t superiores a los respectivos promedios</i></p>				
<p><u>De menor interés</u></p> <p><i>I y t menores a los respectivos promedios</i></p>	<p><u>Potenciales</u></p> <p><i>I mayor al promedio y t menor al promedio</i></p>				
Interpretación:	<p>Las oportunidades de comercio internacional o de exportaciones de un producto pueden caracterizarse combinando el <i>promedio de las importaciones en los últimos 5 años de un país (I)</i> con las respectivas <i>tasas de crecimiento de las importaciones durante el mismo período (t)</i>, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Países con oportunidades altamente atractivas: Tamaño de las importaciones y dinámica de las mismas superiores a los respectivos promedios. • Países promisorios: Tamaño de las importaciones menores al promedio y altas tasas de crecimiento de las importaciones. • De menor interés: Tamaño de las importaciones y dinámica de las mismas inferiores a los respectivos promedios. • Potenciales: Gran tamaño de las importaciones pero dinámica de las mismas menores al promedio. 				

Ficha para la construcción de indicadores de exploración de mercados

Nombre del indicador:	Tamaño y dinámica de la demanda.									
Objetivo del indicador:	Clasificar los países de acuerdo a las oportunidades de comercio internacional, combinando el promedio del consumo per cápita en los últimos 5 años con las respectivas tasas de crecimiento del consumo per cápita durante el mismo período.									
Interpretación:	<p style="text-align: center;">Oportunidades de Comercio Internacional</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"><i>T a s a d e c r e c i m i e n t o</i></td> <td style="text-align: center; vertical-align: top;"> <p><u>Promisorias</u></p> <p><i>c menor al promedio y t mayor al promedio</i></p> </td> <td style="text-align: center; vertical-align: top;"> <p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>c y t superiores a los respectivos promedios</i></p> </td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;"> <p>← Promedio de tasas →</p> </td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center; vertical-align: bottom;"> <p><i>c y t menores a los respectivos promedios</i></p> <p><u>De menor interés</u></p> </td> <td style="text-align: center; vertical-align: bottom;"> <p><i>c mayor al promedio y t menor al promedio</i></p> <p><u>Potenciales</u></p> </td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">Promedio <i>Promedio del consumo per cápita</i> <i>(últimos 5 años)</i></p> <p>Las oportunidades de comercio internacional o de exportaciones de un producto pueden caracterizarse combinando el <i>promedio del consumo per cápita en los últimos 5 años de un país (c)</i> con las respectivas <i>tasas de crecimiento del consumo per cápita durante el mismo período (t)</i>, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Países con oportunidades altamente atractivas: Promedio de consumo per cápita y dinámica del mismo superiores a los respectivos promedios. ● Países promisorios: Promedio del consumo per cápita menor al promedio y altas tasas de crecimiento del consumo per cápita. ● De menor interés: Promedio del consumo per cápita y dinámica del mismo inferiores a los respectivos promedios. ● Potenciales: Gran tamaño del consumo per cápita y dinámica del mismo menores al promedio. 	<i>T a s a d e c r e c i m i e n t o</i>	<p><u>Promisorias</u></p> <p><i>c menor al promedio y t mayor al promedio</i></p>	<p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>c y t superiores a los respectivos promedios</i></p>		<p>← Promedio de tasas →</p>			<p><i>c y t menores a los respectivos promedios</i></p> <p><u>De menor interés</u></p>	<p><i>c mayor al promedio y t menor al promedio</i></p> <p><u>Potenciales</u></p>
<i>T a s a d e c r e c i m i e n t o</i>	<p><u>Promisorias</u></p> <p><i>c menor al promedio y t mayor al promedio</i></p>	<p><u>Altamente atractivas</u></p> <p><i>c y t superiores a los respectivos promedios</i></p>								
	<p>← Promedio de tasas →</p>									
	<p><i>c y t menores a los respectivos promedios</i></p> <p><u>De menor interés</u></p>	<p><i>c mayor al promedio y t menor al promedio</i></p> <p><u>Potenciales</u></p>								

Ficha para la construcción de indicadores de exploración de mercados

Nombre del indicador:	Indice de priorización de mercados (<i>IPM</i>)
Objetivo del indicador:	Clasificar comparativamente los mercados de un producto en los diferentes países mediante el <i>IPM</i> , para indicar aquellos mercados que serían prioritarios para el estudio y gestión de un futuro mercado internacional del respectivo producto.
Código:	<i>IPM</i>
Fórmula:	$IPM = (0.10 \times TCC) + (0.10 \times CPC) + (0.30 \times TCVI) + (0.50 \times VIN)$
Simbología:	<p>Para cada producto considerado en cada uno de los países, se estiman los siguientes parámetros sobre la base de un período de los últimos 5 años:</p> <p>TCC: Tasa de crecimiento del consumo per cápita (promedio de cinco años)</p> <p>CPC: Consumo per cápita normalizado (promedio de 5 años) La normalización se realiza dividiendo cada valor del consumo per cápita por el máximo valor de la serie para el respectivo país.</p> <p>TCVI: Tasa de crecimiento del valor de las importaciones (Promedio de 5 años)</p> <p>VIN: Volumen normalizado de las importaciones (Promedio de 5 años) La normalización se realiza dividiendo cada valor del volumen de las importaciones por el promedio del total de las importaciones del conjunto de países considerados.</p>
Interpretación	<p>Este índice es una combinación lineal ponderada de los cuatro parámetros estimados por país para el producto considerado en el período de los últimos 5 años.</p> <p>Los países con el mayor <i>IPM</i> serán los prioritarios para el estudio y gestión de un futuro mercado internacional.</p> <p>Puede tener valores positivos o negativos, debido a que las tasas de crecimiento pueden ser positivas o negativas.</p> <p>El parámetro con mayor ponderación es el volumen de las importaciones de cada país (50%). La tasa de crecimiento del valor de las importaciones se pondera con un 30%. El consumo per cápita y su tasa de crecimiento se ponderan con un 20%.</p>

Ficha para la construcción de indicadores de exploración de mercados

Nombre del indicador:	Comparación de los precios implícitos de las importaciones de un producto con el precio de las exportaciones de Nicaragua (promedio de los últimos 5 años; US\$/Kg.)
Objetivo del indicador:	Comparar las estimaciones de estos dos tipos de parámetros: precios implícitos de las importaciones (CIF) de un producto en un conjunto de países vs el precio de las exportaciones (FOB), registrado para el país que le interesa el mercado internacional de dicho producto, en este caso Nicaragua.
Simbología:	<p>PI: Precios implícitos de las importaciones de un producto (CIF) en cada uno de los países considerados. (Promedio de los últimos 5 años)</p> <p>PE: Precios de las exportaciones del mismo producto (FOB) en el país que le interesa dicho mercado internacional, en este caso Nicaragua. (Promedio de los últimos 5 años)</p>
Interpretación	<p align="center">$PI > PE$</p> <p>Si el PI de un determinado país es superior al PE del país que le interesa dicho mercado internacional, este país es competitivo en el mercado del país con el cual se comparó el PI.</p> <p>Esta comparación se puede hacer a través de una gráfica de barras horizontales o verticales, en la que se grafican los PI para un conjunto de países con el PE del país interesado (en este caso Nicaragua).</p>

Ficha para la construcción de indicadores de exploración de mercados

Nombre del indicador:	Indice de concentración de mercado (proveedores)																																						
Objetivo del indicador:	Identificar los países que proveen un determinado producto a otro país (o grupo de países) definidos, por ejemplo por bloques económicos), y caracterizar en términos de concentración del mismo.																																						
Código:	<i>ICM</i>																																						
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">BLOQUES DE PAISES</th> <th colspan="4">Concentración del mercado</th> <th rowspan="2">Tres principales proveedores</th> </tr> <tr> <th>Altamente concentrado</th> <th>Concentrado</th> <th>Relativamente concentrado</th> <th>Atomizado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bloque 1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bloque 2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bloque 3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bloque ...</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				BLOQUES DE PAISES	Concentración del mercado				Tres principales proveedores	Altamente concentrado	Concentrado	Relativamente concentrado	Atomizado	Bloque 1						Bloque 2						Bloque 3						Bloque ...						
BLOQUES DE PAISES	Concentración del mercado					Tres principales proveedores																																	
	Altamente concentrado	Concentrado	Relativamente concentrado	Atomizado																																			
Bloque 1																																							
Bloque 2																																							
Bloque 3																																							
Bloque ...																																							
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un conjunto de bloques pueden ser a nivel de América: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comunidad Andina</i> • <i>Mercado Común C. A.</i> • <i>MERCOSUR</i> • <i>Nafta</i> ➤ Otro conjunto de bloques puede ser a nivel de: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Países productores</i> • <i>Países consumidores</i> 																																						
Interpretación	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado altamente concentrado: Si los tres mayores proveedores concentran <i>más del 70%</i> de las importaciones de dicho producto al bloque de países considerados. • Mercado concentrado: Si los tres mayores proveedores concentran <i>entre el 50% y 70%</i> de las importaciones de dicho producto al bloque de países considerados. • Relativamente concentrado: Si los tres mayores proveedores concentran <i>entre 30% y 50%</i> de las importaciones de dicho producto al bloque de países considerados. • Mercado atomizado: Si los tres mayores proveedores concentran <i>menos del 30%</i> de las importaciones de dicho producto al bloque de países considerados. 																																						

La interpretación de los indicadores resultantes se hizo de manera independiente, ya que cada uno de ellos analiza el comportamiento del producto en un aspecto específico del comercio.

Todos los indicadores se calcularon en Excel en base a los datos promedios de la serie de cinco años (2002-2006) y sus interpretaciones están acompañadas por gráficos y cuadros.

La base de datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) aún no reporta las estadísticas del 2006, por lo que en este caso se realizó la proyección de producción, consumo, exportación e importación de miel natural de cada país para este último año con el *método de mínimos cuadrados ordinarios*, se exceptúan los países centroamericanos, cuyos datos de exportación e importación fueron obtenidos de la base de datos de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), la cual está actualizada hasta el 2006, sin embargo, los datos de producción fueron proyectados en base a la serie reportada por la FAO.

5.2 Método de los mínimos cuadrados ordinarios

Las proyecciones de producción, consumo y comercio de miel de cada país para los años 2006 al 2010 se realizaron en base a las mismas series de datos del período 2001-2005 aplicando el método de los mínimos cuadrados ordinarios para hallar los estimadores (*a* y *b*) del modelo de regresión lineal simple (Bioestadística: Métodos y Aplicaciones: Regresión lineal):

$$\hat{Y} = a + b \cdot X$$

La solución del sistema con dos ecuaciones y dos incógnitas (los dos estimadores), dada por la siguiente expresión (EinsteinNet, 2000):

$$\begin{cases} b = \frac{S(X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{S(X_i - \bar{X})^2} \\ a = \bar{Y} - b \cdot \bar{X} \end{cases}$$

fue calculada en Excel para cada uno de los países reportados por la FAO.

Estas proyecciones sirvieron de base para aplicar la metodología de cálculo de indicadores de competitividad y exploración de mercados de miel natural en los períodos 2002-2006 y en la proyección 2006 - 2010.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El cálculo de indicadores seleccionados para el estudio de competitividad y exploración de mercados de la miel natural en el período 2002-2006, se realizó en dos mercados de referencia que son el mundial y el intrarregional centroamericano. Para ello se hizo uso de las últimas estadísticas disponibles en Internet sobre producción, consumo y comercio de miel reportadas por bases de datos en línea de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA).

Aunque el estudio de competitividad y exploración de mercados de la miel natural abarca todos los países del mundo (los que reporta FAO), se hizo especial énfasis en un grupo de diecinueve países que cumplen con uno o con todos los siguientes criterios de importancia en el comercio internacional de la miel nicaragüense:

- Países donde hay presencia de miel nicaragüense.
- Los que son una demanda significativa por su alto poder de compra.
- Los que son competidores para Nicaragua.

Los países que cumplen con los criterios antes mencionados son en orden alfabético: Alemania, Austria, Bélgica, Bolivia, Canadá, China, Costa Rica, Cuba, Estados Unidos, El Salvador, Francia, Guatemala, Honduras, Italia, Japón, México, Países Bajos, Reino Unido y República Dominicana, a este grupo se une Nicaragua que es el país interesado en estos mercados. También se ha tomado en consideración si existen entre Nicaragua y uno o varios de estos países acuerdos de cooperación económica y/o tratados comerciales.

Los indicadores calculados permiten comparar a Nicaragua con el resto de países analizando su desempeño comercial en el mundo, de igual manera se realiza esta actividad en el comercio intrarregional centroamericano para encontrar las oportunidades de la miel nicaragüense en el comercio internacional.

6.1 Producción

6.1.1 Producción mundial de miel

El volumen de la producción mundial de miel reportado por la FAO en el 2005 es de 1,382.5 mil TM, para el 2006 se realizó una estimación² que alcanza las 1,430.9 mil TM, 3.5% más en relación al 2005. El principal productor es China³ con 298 mil TM seguido de Turquía con 82.3mil TM.

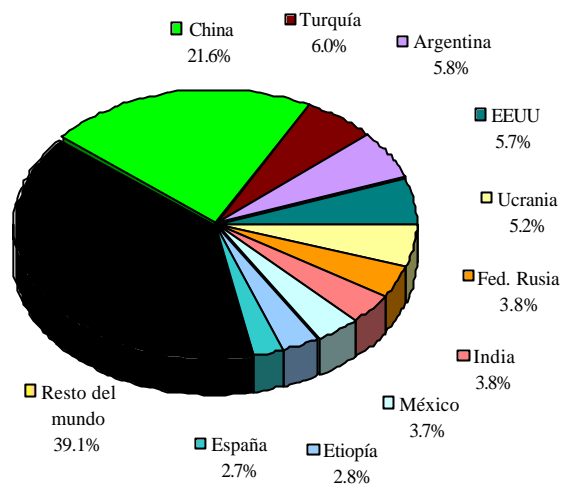
El Gráfico 1, presenta los diez principales productores que concentran el 61% de la producción mundial en el 2005. En el resto del mundo se destacan países como Canadá,

² Por cada país y para el total mundial se hicieron estimaciones del año 2006 en producción, consumo y comercio de miel, aplicando el Método de los Mínimos Cuadrados en base al Modelo de Regresión Lineal Simple, utilizando datos reportados por FAO correspondientes al período 2001-2005.

³ China incluye a China Continental, China RAE de Hong Kong, China RAE de Macao, China Taiwán.

Irán, Brasil, Alemania y Australia entre otros que tienen una participación menor del 2.6% en la producción mundial.

La producción mundial de miel creció en 7.8% desde el 2002 al 2005 con una tasa anual promedio de crecimiento del 2%. Los países que durante este período registran las mayores dinámicas de crecimiento en su producción de miel, presentan tasas anuales superiores al 10%, destacándose Antigua y Barbuda con 68.2%, le siguen Bulgaria y Nueva Zelanda muy distantes con 20.1% y 20.0% respectivamente, sin embargo, cabe hacer notar que el primer país destacado tiene una participación muy poco significativa en el mercado mundial.



Fuente: Elaborado en base datos de FAO.

Gráfico 1: Principales productores de Miel Natural en el mundo, 2005

Entre los países de especial interés para el estudio de competitividad y exploración de mercados están República Dominicana, Reino Unido, El Salvador, Bélgica y Alemania con tasas anuales de crecimiento que oscilan entre el 6% y el 10%, siendo las más altas del grupo, mientras Canadá, Francia, México, Austria y Cuba muestran tasas anuales decrecientes entre -1% y -9%.

6.1.2 Producción centroamericana de miel

En el 2005, el volumen de producción centroamericana fue de 5.7 mil TM, alcanzando al final del período 2002-2005 un crecimiento del 14.6%, con tasa anual promedio del 3.5%, se estima que en el 2006 la producción se incrementó en 7% en relación al 2005, para alcanzar un total de 6.0 mil TM. El principal productor es El Salvador con volumen de 2.4 mil TM, mejorando significativamente la producción de la región, le sigue Guatemala con 1.5 mil TM.

En el Gráfico 2 se observa la evolución de la producción centroamericana de miel que muestra una tendencia creciente a lo largo del período estudiado. En este gráfico se destaca El Salvador cuya participación en la producción centroamericana del 2005 fue del 42% mostrando la mayor dinámica de la región con una tasa anual de crecimiento del 9.2% en el mismo período, mientras Guatemala y Honduras, éste último con el menor volumen producido en la región, mantienen una producción estable. Por su parte Nicaragua con un

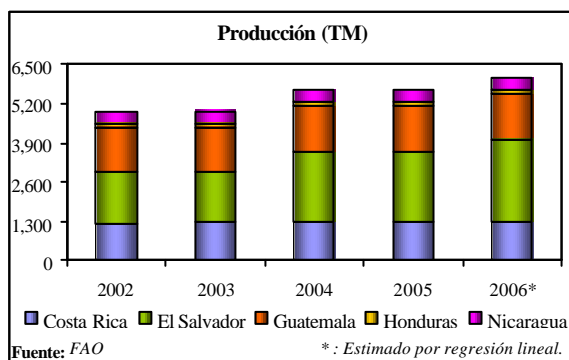


Gráfico 2: Producción de Miel Natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006*

volumen de producción de 0.4 mil toneladas, creció 2.6% durante el mismo período con una tasa anual promedio de crecimiento del 0.6%, significando solamente el 7% de participación en la producción centroamericana del 2005 para ocupar el cuarto lugar en el total producido, muy por debajo de Costa Rica que tiene una participación del 22% pero con una tasa de crecimiento poco significativa (Anexo 9, Cuadro 1).

6.2 Consumo per cápita de miel

Para el año 2005 el consumo per cápita promedio mundial de miel fue 0.21 Kg/Persona/Año, estimándose en el 2006 en 0.22 Kg/Persona/Año.

Centro América y Nicaragua están por debajo del promedio mundial registrado en el 2005 al presentar consumos de 0.08 Kg/Persona/Año y 0.02 Kg/Persona/Año respectivamente; en el Gráfico 3 se observa claramente el decrecimiento del consumo en estos dos mercados, contrario a la tendencia creciente del consumo per cápita en el mundo.

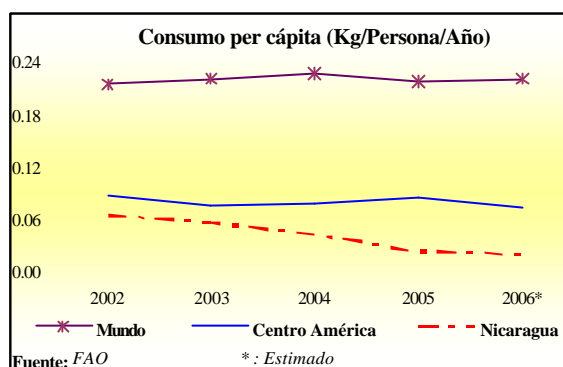


Gráfico 3: Consumo per cápita de Miel Natural 2002-2006*

En el período 2002-2005 el consumo per cápita de miel en el mundo mostró un leve crecimiento con una tasa anual promedio del 0.4%, no así Centro América que presenta una ligera caída con dinámica del -0.4%, y Nicaragua que experimentó un fuerte descenso con dinámica del -25.2%, pasando su consumo de 0.06 Kg/Persona/Año en el 2002 a 0.02 Kg/Persona/Año en el 2005, se estima que en el 2006 este país mantuvo la misma tendencia decreciente bajando su consumo a 0.01 Kg/Persona/Año.

Entre los treinta mayores consumidores de miel en el 2005 se encuentran República Centroafricana (3.2 Kg/Persona/Año mayor consumidor), Nueva Zelanda (2.3 Kg/Persona/Año), Austria (1.7 Kg/Persona/Año), Grecia (1.5 Kg/Persona/Año), Suiza (1.4 Kg/Persona/Año), Alemania (1.1 Kg/Persona/Año), Canadá (0.9 Kg/Persona/Año), Hungría (0.8 Kg/Persona/Año) y Estados Unidos (0.55 Kg/Persona/Año) entre otros, algunos de éstos países se encuentran en el grupo de interés especial para el estudio y también son del interés comercial para Nicaragua por estar entre los principales consumidores de miel y su alto poder de compra.

En el mercado centroamericano, el mayor consumidor de miel en el 2005 fue Costa Rica con 0.33 Kg/Persona/Año seguido de El Salvador con 0.09 Kg/Persona/Año. Nicaragua ocupa el último lugar.

Las estimaciones del 2006, indican que el consumo per cápita mundial de miel alcanzó un incremento del 2% respecto al 2005, no así el consumo centroamericano y el de Nicaragua que tuvieron bajas del -15% y -23% respectivamente.

Una de las principales consecuencias del bajo promedio del consumo per cápita de miel en la región centroamericana se debe a que Guatemala, Honduras y Nicaragua experimentaron descensos de sus consumos durante el período 2002-2005, quedando en el último año debajo del promedio centroamericano que es de 0.08 Kg/Persona/Año en el 2005 y 0.07 Kg/Persona/Año en el 2006 (estimado).

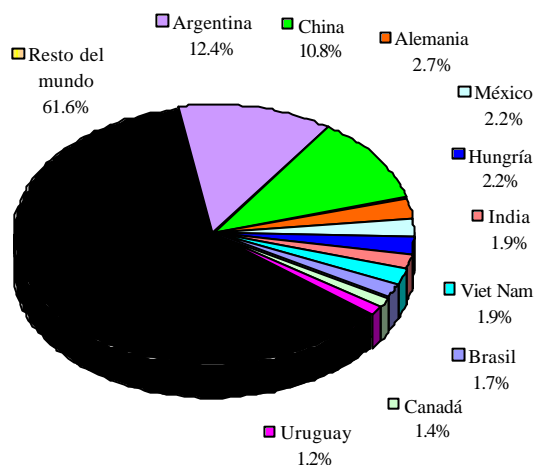
6.3 Comercio internacional de miel

6.3.1 Principales países exportadores de miel en el mundo

El volumen de exportaciones mundiales de miel en el 2005 alcanzó las 863.5 mil TM y las estimaciones del 2006 llegan a las 871.7 mil TM, siendo el principal exportador Argentina con 107.2 mil TM seguido de China con 93.6 mil TM.

En el Gráfico 4 se observan los diez principales exportadores de miel que concentran el 38% del total mundial exportado. En el resto del mundo se destacan países como España, Chile, Australia, Cuba, Estados Unidos y otros que tienen participaciones iguales o menores al 1% en el comercio mundial.

Entre los años 2002 y 2005, las exportaciones mundiales de miel han mostrado un comportamiento mixto, dándose el pico más bajo en el 2004 con un volumen de 787 mil toneladas, sin embargo, en el 2005 se recuperó mostrando una tendencia positiva con leve crecimiento para alcanzar una tasa anual promedio de 1% durante el período.



Fuente: Elaborado en base a datos de FAO.

Gráfico 4: Principales exportadores de Miel Natural en el mundo, 2005

Entre los principales exportadores miel en el 2005 se encuentran China y México que además están entre los principales productores a nivel mundial. Por su parte Honduras, Costa Rica, Colombia, Marruecos, Finlandia y Jordania entre otros, son de los países que menor participación tienen en las exportaciones mundiales con 10 toneladas o menos.

Los Países Bajos, Nicaragua, Pakistán, Egipto, Antigua y Barbuda, Senegal, Honduras y Filipinas se encuentran entre los treinta países con mayor dinámica exportadora a nivel mundial, presentando las tasas promedios de crecimiento más altas en las exportaciones de miel que oscilan entre 26% y 187%, mientras que El Salvador, Bélgica, Francia, Italia, Reino Unido, Canadá, Japón y Costa Rica se hayan entre los países que han sufrido decrecimientos en sus exportaciones con tasas promedios que oscilan entre -1% y -55%.

Se estima que en el 2006 las exportaciones mundiales de miel tuvieron el mismo comportamiento respecto al año 2005 con la misma tasa de crecimiento.

6.3.2 Comportamiento de las exportaciones de miel en el mercado intrarregional centroamericano 2002-2006

En el 2006 el volumen de exportaciones al mercado intrarregional centroamericano fue de 276 TM, siendo el principal exportador Guatemala con 130 TM, seguido de El Salvador con 117 TM.

En el Gráfico 5, se observan las exportaciones del mercado intrarregional centroamericano, las que muestran una tendencia de decrecimiento, Honduras (0.98 TM) que en promedio ocupa el cuarto lugar como exportador, presenta el mayor crecimiento en el período 2002-2006 con una tasa anual promedio de 129%, los demás países muestran dinámicas negativas, lo que ha dado como resultado que las exportaciones regionales disminuyeran el 24% en comparación al primer año del período con una tasa anual de -5%.

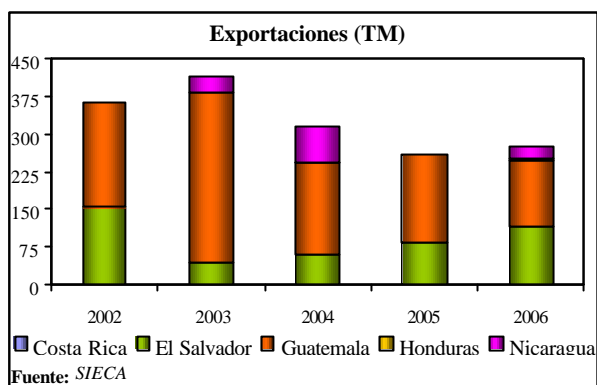


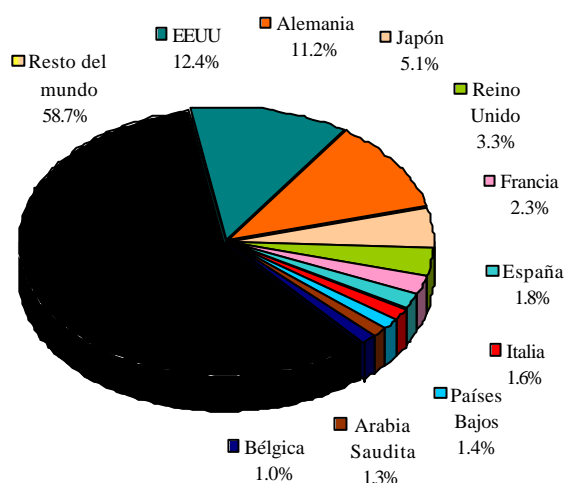
Gráfico 5: Exportaciones de Miel Natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

Guatemala y El Salvador principales exportadores de este mercado presentan las mayores variaciones del período, sin embargo, mientras Guatemala muestra una tendencia a la baja, El Salvador se recupera después de un fuerte descenso (-72%) en el 2003. Por su parte Nicaragua, aunque tuvo una caída en el 2005 de casi el 100% respecto al 2004, se ha recuperado en el último año del período pero su tasa de crecimiento sigue siendo negativa (Anexo 9, Cuadro 2).

6.3.3 Comportamiento de las importaciones mundiales de miel

El volumen de importaciones mundiales de miel en el 2005 fue de 851.5 mil TM y la estimación para el 2006 de 870.8 mil TM. El principal importador es Estados Unidos con 105.5 mil TM, seguido de Alemania con 95.5 mil TM.

Como se observa en el Gráfico 6, los diez principales importadores de miel concentran el 41% del total de las importaciones mundiales, el resto del mundo incluye países como Canadá, China, Suiza, Dinamarca. Austria y otros que tienen participaciones menores al 1% en el comercio mundial.



Fuente: Elaborado en base datos de FAO.

Gráfico 6: Principales importadores de Miel Natural en el mundo, 2005

Las importaciones mundiales crecieron en 3% durante el período 2002-2005 con una tasa anual del 0.7%, y comportamientos similares al de las exportaciones, dándose el pico más bajo en el 2004 con volumen de 803 mil toneladas, para luego recuperarse en el último año del período al incrementarse en 852 toneladas, 6% más que el 2004.

Los países con mayor dinámica en las importaciones de miel durante el período 2002-2005 sobrepasan el 100% en sus tasas promedio de crecimiento anual, destacándose Zimbabwe con 277% seguido de Nigeria (191%), Groenlandia (171%), Argentina (163%), Islas Fiji (162%) y Uruguay (134%), mientras que México, Belice, Malawi, Paraguay, República Centroafricana entre otros han disminuido sus dinámicas de importación hasta en un 100%.

Los países de interés especial para este estudio como Cuba, República Dominicana, El Salvador y Países Bajos se sitúan entre los treinta principales que han experimentado altos crecimientos en sus importaciones a nivel mundial, con tasas de 56%, 46%, 21% y 20% respectivamente, mientras China, Honduras, Estados Unidos, Francia y Canadá aunque tienen crecimientos positivos sus tasas anuales son inferiores al 10%, por su parte Nicaragua ha disminuido sus importaciones con una tasa de crecimiento negativa (-16.8%).

6.3.4 Importaciones de miel en el mercado intrarregional centroamericano 2002-2006

El volumen de las importaciones en el mercado intrarregional centroamericano en el 2006 fue de 285 TM, siendo el principal importador Honduras con 128 TM, seguido de Costa Rica con 93 TM (Gráfico 7).

Las importaciones intrarregionales de Centro América muestran una tendencia hacia la baja con un comportamiento mixto, dándose la variación más alta de la tasa en el año 2003 con 27% y la más baja en el 2004 con -44%.

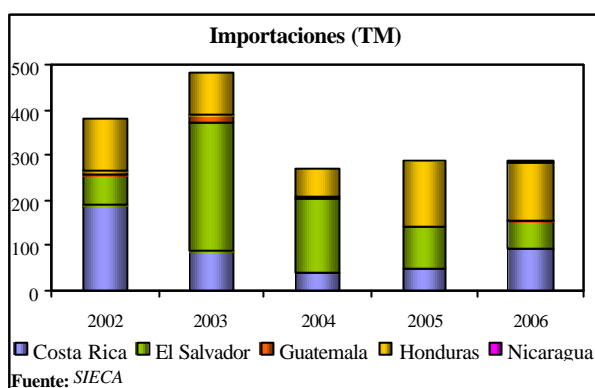


Gráfico 7: Importaciones de Miel Natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

En las importaciones de miel del período 2002-2006, Honduras y El Salvador se destacaron como los principales importadores, con promedios de 110 TM y 135 TM respectivamente, pero mientras el primer país muestra una tendencia de crecimiento en sus importaciones, el segundo presenta lo contrario al igual que Costa Rica y Guatemala.

Nicaragua ocupa el último lugar como importador en este mercado con promedio de importación de 0.49 TM, no obstante, es el país con la tasa de crecimiento (40%) más alta del período seguido de Honduras (2%), en el resto de la región el crecimiento es negativo (Anexo 9, Cuadro 3), dando como resultado que las importaciones intrarregionales del 2006 disminuyeran 25% en comparación al primer año del período con una tasa anual de -6%.

6.4 Competitividad de miel natural en el mercado mundial para el período 2002-2006

Para el análisis de competitividad y exploración de mercados de miel tanto a nivel mundial como en la región centroamericana se utiliza una serie de indicadores los que deben ser interpretados de manera independiente, ya que cada uno de ellos analiza el comportamiento del producto en un aspecto específico del comercio.

La metodología utilizada para establecer las oportunidades de mercado es la que la Corporación Colombia Internacional ha denominado como “Identificación de Oportunidades de Exportación”.

6.4.1 indicador de balanza comercial relativa (BCR)

La Balanza Comercial Relativa es un indicador que se interpreta como un índice de ventaja competitiva, indicando que si un país orienta sus productos mayoritariamente hacia la exportación tiene mayor ventaja competitiva en el mercado internacional, al contrario, si es un país mayoritariamente importador del producto entonces está en desventaja competitiva.

La primera posición en cuanto a BCR es compartida por doce países entre los cuales se encuentran Bhután, Laos, Trinidad y Tobago, Palestina y otros, cuyo indicador es 100%, siendo considerados los más competitivos en el mundo.

Del total de países en el mercado mundial⁴, solamente el 27% tienen BCR positiva entre los que se encuentran Vietnam, Bulgaria, Hungría, India y Etiopía, los que también pueden considerarse altamente competitivos al presentar indicadores mayores del 70%, ya que estos países ocupan posiciones de BCR entre 22 y 35 a nivel mundial (Anexo 2, Cuadro 1). La Federación Rusa, Noruega, Líbano, Venezuela, Belice entre otros se encuentran entre los países no competitivos.

El Gráfico 8 presenta el grupo de países de especial interés en el estudio de competitividad y exploración de mercados, en éste puede observarse que los primeros ocho países son exportadores con alta competitividad al presentar indicadores positivos con BCR cercana al 100%, se destacan Cuba (99.97%), México (98.67%), Guatemala (97.92%), Nicaragua (97.09%) y República Dominicana (94.70%) los que se encuentran entre las primeras veinte posiciones a nivel mundial, China, El Salvador y Canadá también muestran altos indicadores, en cambio el resto de los países del grupo tienen desventaja al presentar indicadores negativos, revelando que sus importaciones son mayores a sus exportaciones ya que sus BCR son desfavorables, en este caso se presume que en estos países el producto ha sido orientado principalmente hacia la importación.

⁴ FAO reporta estadísticas de productos agropecuarios para 200 países en el mundo.

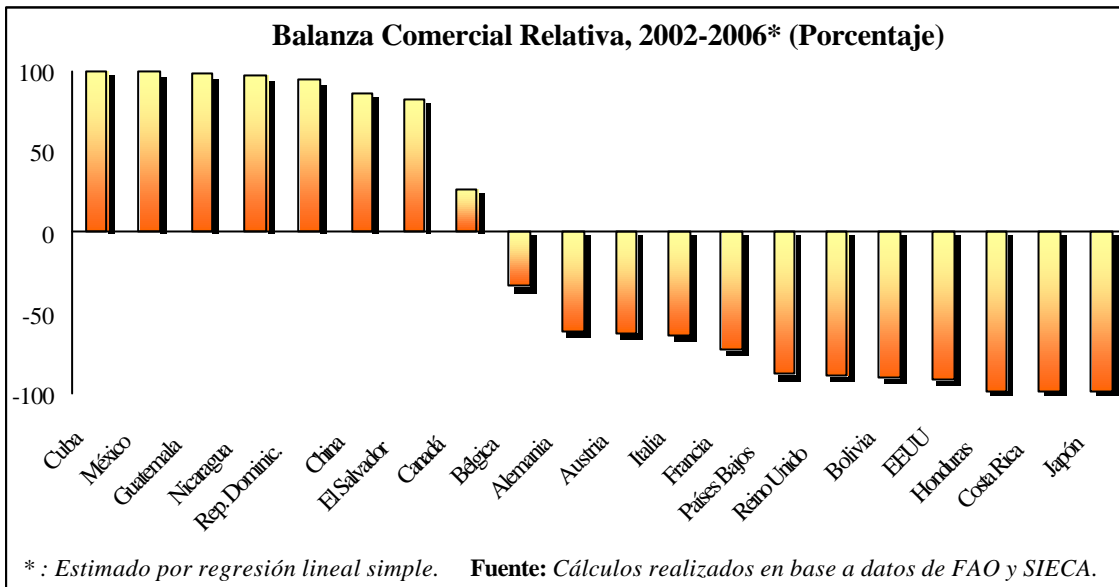


Gráfico 8: Indicador de Balanza Comercial Relativa en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

Entre los países de interés especial para el estudio, se tomaron aquellos que tienen indicadores de Balanza Comercial Relativa positiva durante el período 2002-2006 y en el Gráfico 9 puede observarse que El Salvador presenta la BCR más inestable de este subgrupo pero con tendencias de crecimiento, indicando que sus exportaciones crecen más que sus importaciones. Guatemala, Nicaragua y China también tienen un comportamiento creciente, mientras que las BCR de República Dominicana y Canadá presentan decrecimientos a partir del año 2003, por su parte Cuba y México se han mantenido estables durante el período.

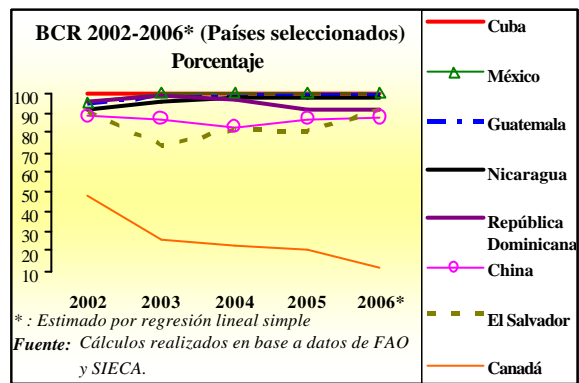


Gráfico 9: Evolución de la Balanza Comercial Relativa en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

La proyección⁵ de la BCR para el período 2006-2010 (Gráfico 10), indica que en el mismo grupo de países México ocuparía la primera posición al dejar de importar miel, cubriendo la demanda interna sólo con su producción, aunque de esta manera tendría que disminuir la dinámica de sus exportaciones en 9%, aún así, esto provocaría que Cuba pase al segundo lugar de competitividad, ya que las importaciones de este país se incrementarían en 69% y sus exportaciones disminuirían 18% en el período proyectado; Austria superaría a Alemania al incrementar sus exportaciones en 45% con una mayor dinámica exportadora y

⁵ Las proyecciones 2006-2010 se calcularon aplicando el método de mínimos cuadrados a series de datos de producción, consumo y comercio de miel (2001-2005) reportados por FAO, en el caso del comercio de países centroamericanos se tomaron las series de datos reportados por SIECA en el período 2001-2006.

Costa Rica estaría debajo de Japón al disminuir 100% sus exportaciones en el período proyectado, Nicaragua (cuarta lugar) y el resto de países mantendrían la misma posición dentro del grupo seleccionado.

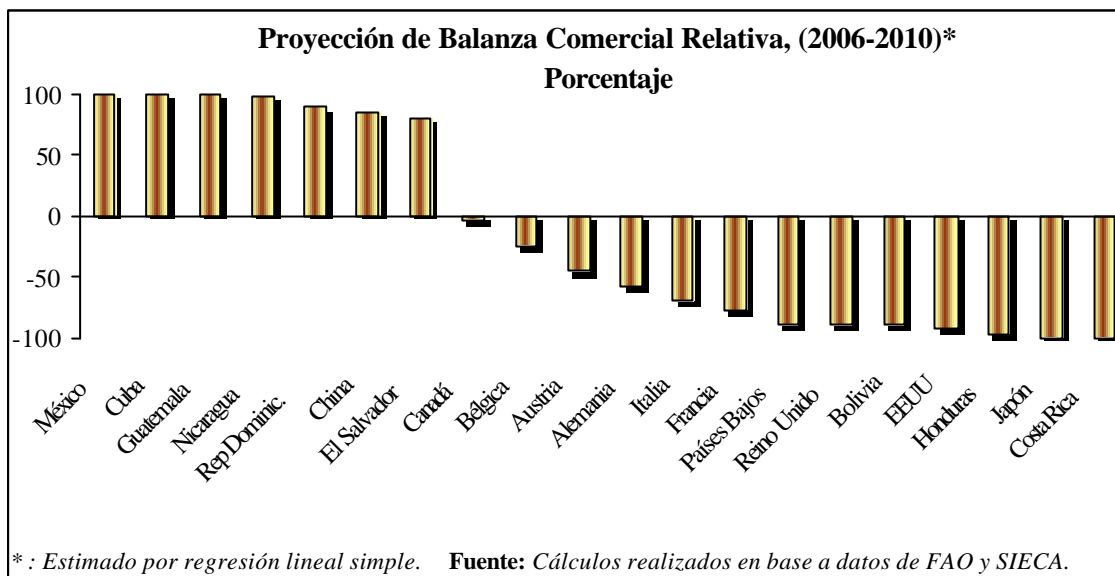


Gráfico 10: Indicador de Balanza Comercial Relativa proyectado en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

6.4.2 Indicador de transabilidad (T)

El indicador de transabilidad mide la relación entre la balanza comercial neta y el consumo aparente del producto e indica que si las exportaciones son mayores que las importaciones de un producto en un país determinado (Transabilidad > 0), entonces ese país es competitivo en el mercado internacional, lo contrario indica que no es competitivo.

El 26% de los países en el mundo tiene indicador de transabilidad positivo, Uruguay, Cuba y Guatemala ocupan las primeras tres posiciones con altos índices.

Entre los países competidores con este indicador se encuentran Chile, Brasil, Bulgaria, Tailandia, Nicaragua y México que tienen indicadores arriba del 70% y se ubican entre las treinta mejores posiciones competitivas en el mundo.

Cuadro 2: Indicador de Transabilidad en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

Lugar en el mundo	País	T %	AE %	PI %
2	Cuba	970.20	970.32	0.12
3	Guatemala	959.18	969.39	10.20
8	El Salvador	232.96	258.18	25.22
15	Nicaragua	99.25	100.73	1.49
21	México	76.87	77.39	0.52
24	China	37.08	40.01	2.93
27	Canadá	23.54	55.05	31.52
34	Rep. Dominicana	9.93	10.21	0.28
79	Bolivia	-3.74	0.19	3.93
99	Costa Rica	-15.36	0.08	15.44
102	Austria	-28.04	8.36	36.41
114	Francia	-50.66	9.52	60.18
115	EEUU	-56.22	2.58	58.80
116	Italia	-56.82	15.90	72.72
119	Bélgica	-64.63	64.72	129.35
122	Alemania	-77.56	24.53	102.09
124	Reino Unido	-82.01	4.74	86.75
126	Honduras	-82.92	0.44	83.35
130	Japón	-91.07	0.32	91.39
143	Países Bajos	-116.68	7.65	124.33

* : 2006 estimado por regresión lineal.

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Como puede observarse en el Cuadro 2, del grupo de países de interés especial para el estudio, Cuba está mejor ubicado, seguido de Guatemala, El Salvador y Nicaragua, este último en cuarto lugar con 99% en los países que se comparan, pero a nivel mundial su posición es la número quince (Anexo 2, Cuadro 2).

México, China, Canadá y República Dominicana, también muestran indicadores positivos revelando que la miel es un producto competitivo para estos países y que en ellos hay un exceso de oferta como para exportar hacia el mercado externo.

El resto de países no es competitivo, ya que muestran indicadores negativos, éstos podrían ser considerados sustituidores de importaciones, dado que en ellos existe exceso de demanda por lo que deben recurrir al mercado externo para cubrir su déficit.

El indicador de transabilidad se complementa con otros dos indicadores auxiliares: grado de apertura exportadora y grado de penetración de las importaciones.

El AE⁶ de Nicaragua es de 101%, esto indica que aumentó su nivel de exportaciones respecto a su consumo interno, por tanto es competitivo, ya que existe capacidad de sobrepasar el nivel de producción necesario para abastecer su demanda interna. Por su parte, el PI⁷ es 1%, indicando que Nicaragua es suficientemente competitiva como para dedicar parte de su producción nacional a la exportación considerando las restricciones de política comercial, especialmente en Europa donde se presentan muchas limitaciones fitosanitarias, de calidad, y presentación del producto; sin embargo, en términos absolutos es más importante la apertura exportadora que el país alcanza.

Las proyecciones de transabilidad para el período 2006-2010 en el Cuadro 3, indican que Guatemala ocuparía la primera posición de competitividad en el grupo de países seleccionados al mantener una dinámica positiva en sus exportaciones del 3% que desplazaría a Cuba al segundo lugar de competitividad ya que este país

Cuadro 3: Proyección de Transabilidad en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

País	T %	AE %	PI %
Guatemala	2,846.71	2,855.96	9.25
Cuba	2,319.64	2,320.05	0.42
Nicaragua	649.84	654.62	4.78
El Salvador	127.97	143.66	15.69
México	48.30	48.30	0.00
China	28.11	30.52	2.41
Rep Dominic.	10.26	10.88	0.62
Bolivia	-0.63	0.04	0.67
Canadá	-2.17	30.98	33.16
Costa Rica	-5.31	0.00	5.32
Austria	-20.39	12.13	32.52
Bélgica	-39.38	62.13	101.51
Italia	-58.62	12.71	71.33
Francia	-61.44	8.82	70.26
EEUU	-71.66	2.92	74.58
Alemania	-74.18	27.63	101.81
Reino Unido	-77.01	4.47	81.48
Japón	-87.80	0.19	88.00
Países Bajos	-134.04	8.23	142.27
Honduras	-246.97	3.30	250.27

* : Período estimado por regresión lineal.

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

⁶ AE: Grado de apertura exportadora

⁷ PI: Grado de penetración de importaciones

muestra una tendencia decreciente en sus exportaciones al pasar de 0.13% en el período 2002-2006 a -4% en la proyección. No obstante, ambos países mantendrían sobreoferta de miel en el mercado doméstico para seguir considerándose exportadores.

El Salvador podría mejorar su dinámica de exportaciones al pasar de -0.5% a 0.3%, pero esto no sería suficiente para mantener su posición de competitividad dentro del grupo, siendo desplazado por Nicaragua, el cual mantendría una tasa de crecimiento positiva en los dos períodos comparados para ubicarse en el tercer lugar.

Dentro del grupo de estudio se dan otras situaciones similares pero solamente aquellos países que mantengan índices positivos seguirán siendo competitivos como Guatemala, Cuba, Nicaragua, El Salvador, México, China y República Dominicana.

6.4.3 Indicador de especialización internacional (L)

El indicador de especialización internacional, establece la participación del saldo de la balanza comercial de miel de cada país en las exportaciones totales de este producto realizadas por el mundo o por un mercado específico, permite examinar la vocación exportadora del país y su capacidad para construir ventajas competitivas permanentes.

Un país tiene alto grado de competitividad en el mercado de referencia si su indicador de especialización es uno (100%) o mayor que uno, aquel que tenga índice negativo es considerado importador neto.

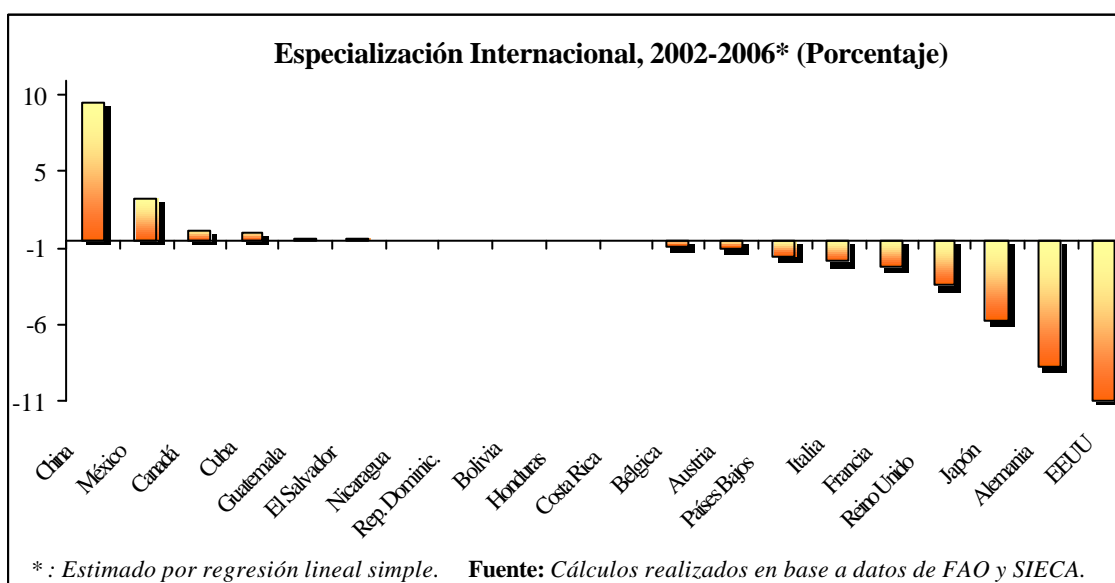


Gráfico 11: Indicador de Especialización Internacional en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

El 33% de los países en el mundo tienen indicadores de especialización internacional positivo, destacándose Argentina con el grado más alto (9.91%), seguido de China (9.53%), México (2.88%) y Brasil (2.18%), indicando que estos países poseen la mayor vocación exportadora en el mercado mundial de la miel natural, sin embargo, no logran poseer un

alto grado de competitividad debido a que no alcanzan el 100% de especialización en este mercado. Bulgaria, Nueva Zelanda, Australia, Pakistán, Perú y Kazajstán, se cuentan entre los países con indicadores positivos pero con bajos grados de competitividad en comparación a los antes mencionados.

Del grupo de países de especial interés en el estudio (Gráfico 11), China, México, Canadá, Cuba y Guatemala ocupan las mejores posiciones además de estar entre los primeros veinte países con mayor especialización internacional.

Nicaragua tiene bajo grado de competitividad al presentar un índice de 0.02%, ocupando la séptima posición en el grupo después de El Salvador y Guatemala, mientras que a nivel mundial su posición es la treinta y cuatro, esto implica que tiene muy poca participación en las exportaciones mundiales debido a una baja vocación exportadora del producto.

En el mismo gráfico se aprecian los países con grado de competitividad negativo, iniciando con Bolivia y siguiendo a la derecha. Estados Unidos además de ser el país menos competitivo del grupo seleccionado, lo es también a nivel mundial al ocupar la posición doscientos con índice de -10.96%, reflejando que es un importador neto de miel natural en este mercado.

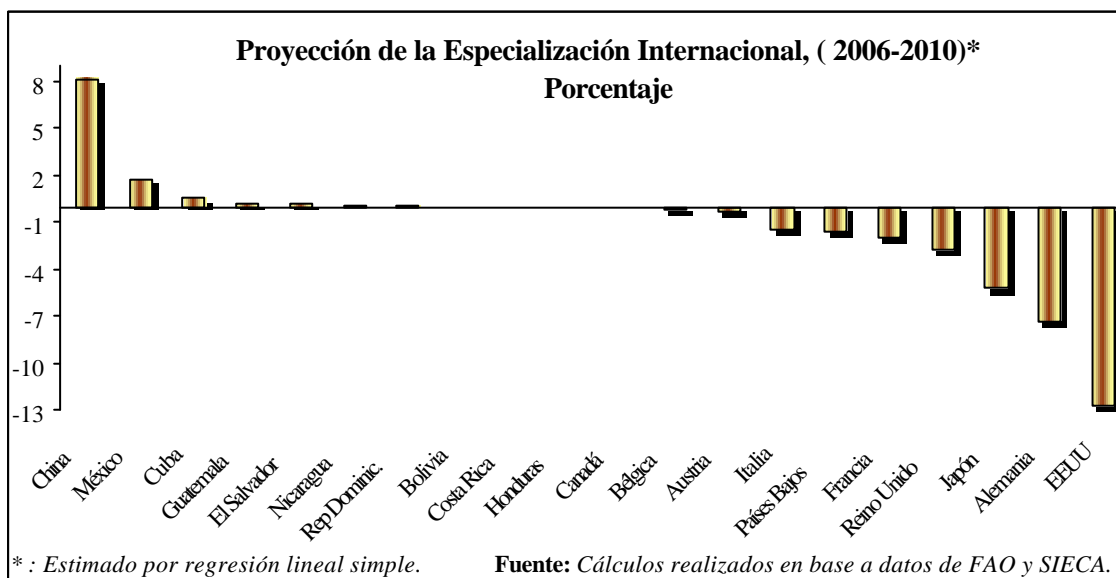


Gráfico 12: Indicador de Especialización Internacional proyectado en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

Las proyecciones del período 2006-2010 para el mismo grupo de países (Gráfico 12), muestran que China (8.17%) y México (1.70%) tendrían las primeras posiciones dentro del grupo de estudio pero siempre con bajo grado de competitividad, no obstante, seguirían siendo los países con mayor vocación exportadora en esta selección. Cuba, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y República Dominicana aún conservarían indicadores positivos de especialización con pocos cambios. Por su parte Canadá dejaría de ser competitiva al disminuir la participación de sus exportaciones en el mercado mundial, cambiando su índice de especialización de 0.79% obtenido en el período 2002-2006 a -0.08% en la

proyección. Cabe mencionar que Estados Unidos mantendría la última posición a nivel mundial con -12.78%.

6.4.4 Indicador del modo de inserción al mercado internacional

El modo de inserción de un producto al mercado internacional se mide a través de dos indicadores: posicionamiento y eficiencia, el primero mide el dinamismo relativo del producto en un país determinado a través de la tasa de crecimiento anual de las exportaciones, el segundo indica la participación relativa según la tasa de crecimiento de la participación porcentual de las exportaciones en el total de las importaciones. Así, la competitividad del producto se mide por la variación de su presencia en el mercado mundial y su adaptabilidad a los mercados de mayor dinamismo, permitiendo identificar “ganadores”, es decir países en óptima situación en el mercado internacional y “perdedores” o sea aquellos que están en situación de retirada u oportunidades perdidas.

Según este índice, el 33% de los países se encuentran en óptimas condiciones en el mercado mundial de la miel y Nicaragua está entre los treinta primeros con indicadores positivos.

Filipinas, Indonesia, Honduras, Lituania, Antigua y Barbuda y otros países se encuentran entre los principales “ganadores”, al presentar los más altos porcentajes de posicionamiento y participación en el mercado mundial de la miel, mostrando indicadores con valores que van del 70% al 187%.

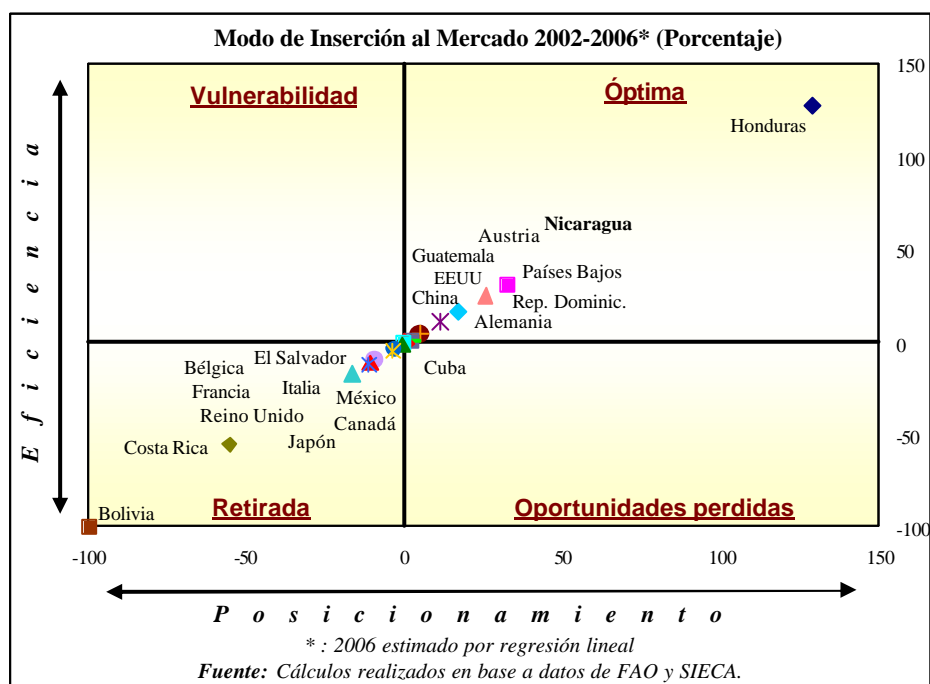


Gráfico 13: Indicador de Modo de Inserción al Mercado Mundial de miel natural, 2002-2006*

En el 2005, Nicaragua sufrió una fuerte caída del 38% en sus exportaciones de miel, sin embargo, en el último año pudo recuperarse satisfactoriamente, alcanzando una tasa de

crecimiento anual del 32% y una participación en el total de las importaciones mundiales del 31% durante el período, reflejando que posee un alto dinamismo y eficiente participación en este mercado, por lo que se ubica como uno de los “ganadores” junto con Honduras, Estados Unidos, República Dominicana entre otros (Gráfico 13).

Por su parte Cuba, aunque tiene un dinamismo positivo en sus exportaciones (0.13%), su participación en el mercado mundial muestra tendencias decrecientes (-86%) para ubicarse como un país con oportunidades perdidas.

El resto de países seleccionados están en situación de retirada debido a que sus exportaciones han disminuido presentando tasas de crecimientos negativas lo que en consecuencia les ha llevado a tener una baja participación en el comercio internacional.

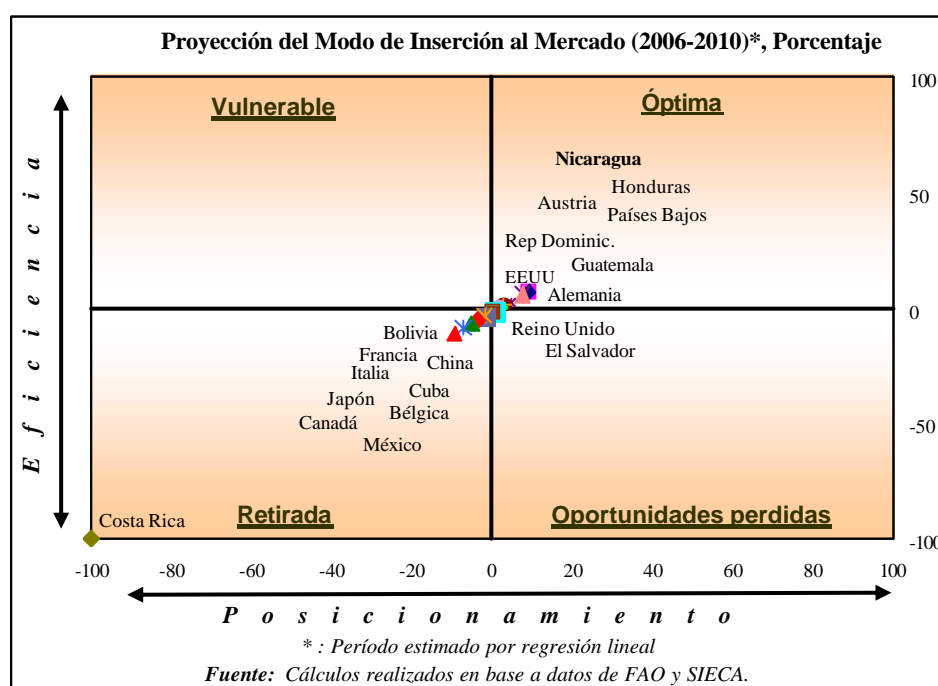


Gráfico 14: Proyección del Modo de Inserción al Mercado Mundial de miel natural, (2006-2010)*

En el Gráfico 14 se observa la proyección del Modo de Inserción al Mercado Mundial 2006-2010, en éste pueden apreciarse los países que podrían variar su posición, destacándose China, que al disminuir su dinámica y participación en el mercado mundial sufriría un cambio muy drástico pasando de una posición de “ganador” a “perdedor”; Reino Unido y El Salvador aunque mejoren su dinámica exportadora se mantendrían junto con otros países como “perdedores”. Nicaragua por su parte mantendría su situación óptima como “ganador” ocupando la primera posición en el grupo seleccionado con posicionamiento de 9% y una participación en el comercio mundial correspondiente a 7%.

6.5 Análisis de los indicadores de competitividad de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano para el período 2002-2006.

6.5.1 Indicador de balanza comercial relativa (BCR)

El último año del período 2002-2006, Nicaragua sufrió una leve caída en su BCR por un alto incremento de sus importaciones, sin embargo, en el Gráfico 15 se observa que ocupa la mejor posición con un indicador promedio del 96% seguido muy de cerca por Guatemala con 95%, el cual ha logrado mantenerse estable durante todo el período, esto indica que ambos países son exportadores de miel con ventaja competitiva en este mercado, debido a que sus exportaciones son mayores que sus importaciones, dando como resultado una balanza comercial favorable, mientras que los demás países carecen de competitividad ya que el producto se ha orientado principalmente a la importación. Cabe destacar que El Salvador busca su recuperación incrementado el 40% de las exportaciones en cada uno de los últimos tres años del período.

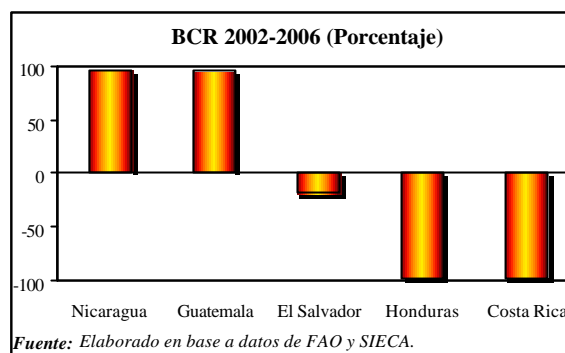


Gráfico 15: Indicador de Balanza Comercial Relativa de Miel Natural en el Mercado Centroamericano, 2002-2006

6.5.2 Indicador de transabilidad (T)

El indicador de transabilidad mostrado en el Cuadro 4, indica que Guatemala ocupa la primera posición en el mercado centroamericano, demostrando que existe exceso de oferta como para exportar hacia otros países dentro y fuera de la región, considerándose un país altamente competitivo, le sigue con gran distancia Nicaragua, que muestra un indicador muy bajo, pues su oferta es mucho menor a la de Guatemala, los demás países no son competitivos ya que sus indicadores son negativos, posiblemente son sustituidores de importaciones por exceso de demanda.

Cuadro 4: Indicador de Transabilidad de Miel Natural en el Mercado Centroamericano, 2002-2006

País	T %	AE %	PI %
Guatemala	130.87	134.32	3.45
Nicaragua	16.34	16.67	0.33
Costa Rica	-6.03	0.04	6.07
El Salvador	-7.35	15.32	22.67
Honduras	-46.43	0.42	46.85

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

El grado de apertura exportadora⁸ de Nicaragua es positivo indicando que aumentó el nivel de exportaciones respecto a su consumo interno y el grado de penetración de las importaciones⁹ está muy cercano al cero demostrando que es lo suficientemente competitivo como para dedicar gran parte de su producción nacional a la exportación en este mercado.

⁸ AE: Grado de apertura exportadora

⁹ PI: Grado de penetración de importaciones

6.5.3 Indicador de especialización internacional (L)

Con este indicador Guatemala ocupa nuevamente la mejor posición competitiva alcanzando el 62% en su grado de especialidad, y aunque su porcentaje es relativamente alto, aún no se puede considerar un país con alto grado de competitividad ya que no ha podido alcanzar el 100% (1) de especialización en este mercado.

A Guatemala le sigue de lejos Nicaragua con 9% (Gráfico 16), este resultado aunque es positivo lo clasifica en un grado bajo. Aún así la especialización positiva indica que estos países pueden ser considerados exportadores para este mercado y que la participación del saldo de su balanza comercial en las exportaciones centroamericanas de miel es significativa.

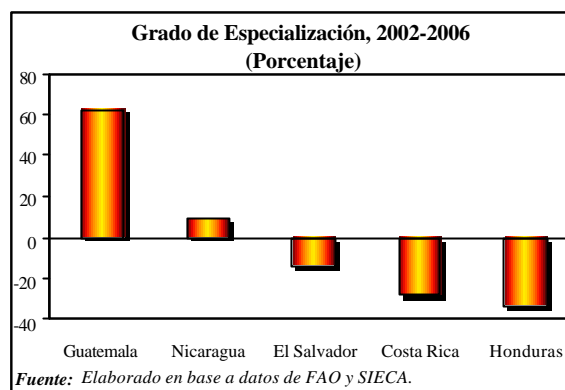


Gráfico 16: Indicador del Grado de Especialización Internacional de Miel Natural en el Mercado Centroamericano, 2002-2006

6.5.4 Indicador del modo de inserción al mercado internacional

Como puede observarse en el Gráfico 17, Honduras es el único país “ganador” al ubicarse en una óptima situación con posicionamiento del 129% y 142% de eficiencia. Estos resultados se explican por el alto crecimiento del volumen de sus exportaciones en el último año del período, pasando de 0.1 TM en el 2005 a 4.0 TM en el 2006, lo que le ha permitido elevar su participación en el total del comercio intrarregional, sin embargo, sus exportaciones son poco significativas hacia este mercado, debido a que solamente exporta una tonelada como promedio anual, ocupando la cuarta posición entre los exportadores centroamericanos.

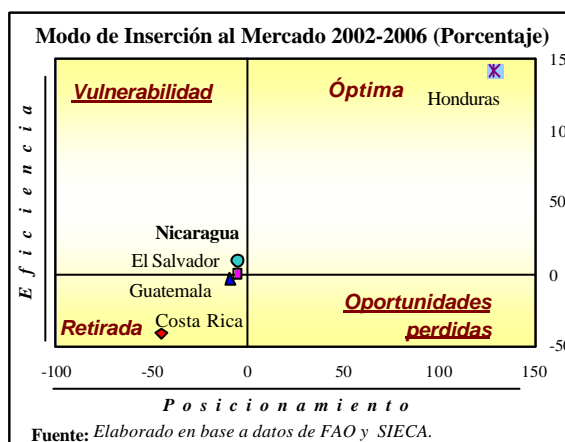


Gráfico 17: Indicador del Modo de Inserción al Mercado Internacional de Miel Natural en Centro America, 2002-2006

Nicaragua y El Salvador, aunque han sufrido leves decrecimientos en el volumen de sus exportaciones con tasas de crecimiento negativas (posicionamiento), su participación (eficiencia) en el mercado intrarregional sigue en aumento con 9% y 0.3% respectivamente que los ubica como mercados en situación vulnerable pudiendo mejorar esta situación con una mayor dinámica de producción y exportación. Por su parte Guatemala y Costa Rica disminuyeron tanto su dinámica como la participación de sus exportaciones durante el período analizado, ubicándose como países “perdedores” en este mercado.

6.6 Análisis de la exploración del mercado mundial de miel para el período 2002-2006

6.6.1 Indicador del tamaño y dinámica de las importaciones

El tamaño y dinámica de las importaciones clasifica los países de acuerdo a las oportunidades del comercio internacional, combinando el tamaño promedio de las importaciones en los últimos cinco años con sus respectivas tasas de crecimiento promedio en el mismo período.

El indicador del tamaño y dinámica de las importaciones, revela que el promedio del volumen de importación mundial de miel en el período 2002-2006 es 4,175 TM y su tasa de crecimiento promedio anual es 1%, estos valores han sido superados por nueve países que representan el 5% del total en el mundo, entre ellos se encuentran Arabia Saudita, Polonia, Dinamarca y otros, los cuales pueden ser considerados mercados con oportunidades altamente atractivas para el comercio internacional de la miel natural.

Aunque no logran superar el promedio del tamaño de las importaciones mundiales de miel, el 45% de los países son mercados promisorios al presentar dinámicas superiores a la tasa de crecimiento promedio mundial de importaciones, entre ellos se encuentran Argentina, Federación Rusa, Bulgaria, Uruguay, Panamá, Hungría y muchos más.

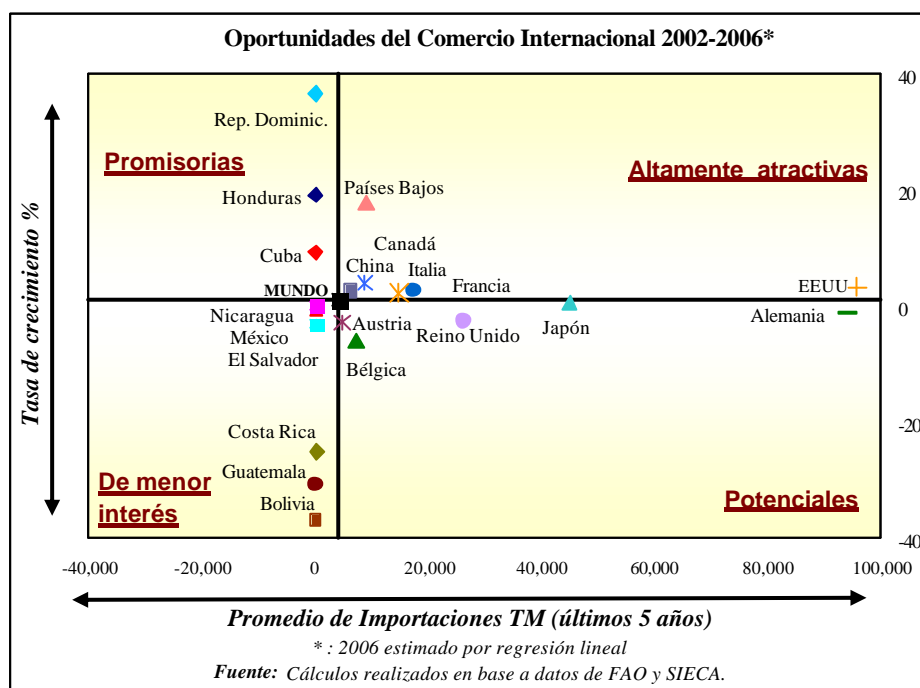


Gráfico 18: Tamaño y dinámica de las importaciones en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

El Gráfico 18 presenta los países de interés especial en el estudio de competitividad y exploración de mercados, destacándose en el primer cuadrante como mercados con oportunidades altamente atractivas para el comercio de miel natural los países que superaron ambos promedios mundiales como Estados Unidos con 95.7 mil TM importadas, Francia (17.5 mil TM), Italia (14.7 mil TM) y Países Bajos (9.3 mil TM) entre otros, los

cuales registran los mayores volúmenes de importación durante el período analizado, cabe destacar que los Países Bajos también obtuvieron la mayor tasa de crecimiento (18%) en este subgrupo.

En el segundo cuadrante se ubican los países cuyos volúmenes de importación no lograron superar el promedio mundial de importaciones, sin embargo, sus tasas de crecimiento superan ampliamente el promedio mundial respectivo para ubicarse como mercados promisorios del producto, se destaca en este subgrupo República Dominicana con una tasa anual del 36% durante el período.

En el tercer cuadrante se encuentran los países que no lograron superar ninguno de los promedios mundiales como México, Guatemala y Bolivia entre otros, siendo éstos países de menor interés para el comercio de miel nicaragüense. Por su parte, Austria con 5 mil TM importadas, Reino Unido (26 mil TM), Bélgica (7 mil TM), Japón (45 mil TM) y Alemania (94 mil TM) se han ubicado como mercados potenciales, alcanzando volúmenes de importación mayores al promedio mundial pero sin superar la dinámica mundial de importaciones.

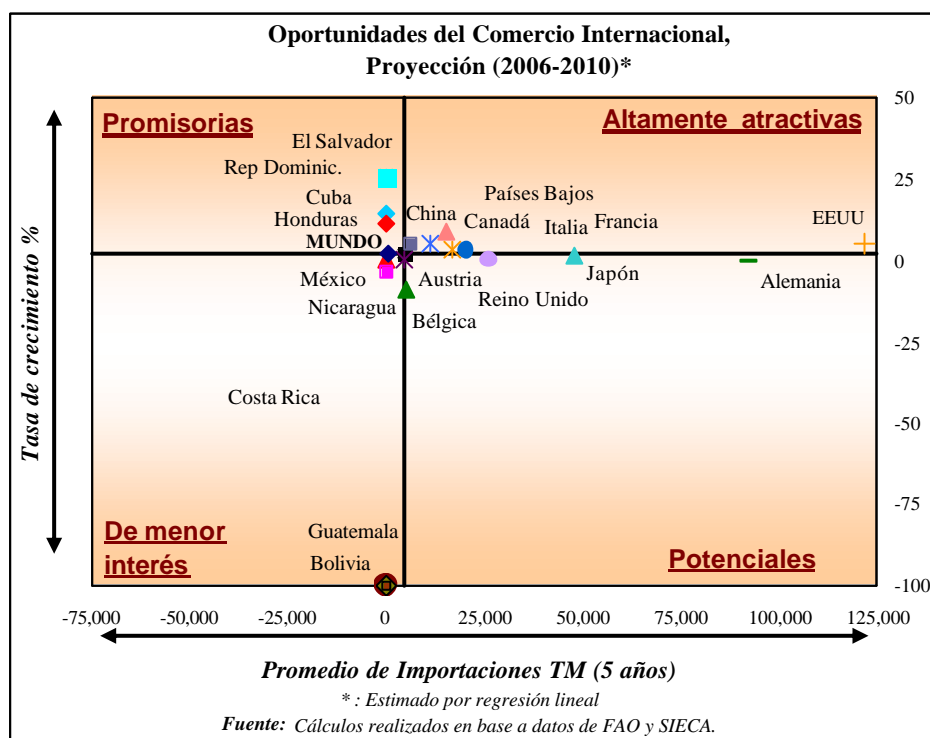


Gráfico 19: Proyección del tamaño y dinámica de las importaciones en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

Las proyecciones realizadas para el período 2006-2010 (Gráfico 19), indican que solamente El Salvador cambiaría de posición al incrementar su dinámica de importaciones para dejar de ser un mercado de menor interés y ubicarse como mercado promisorio en este nuevo período del comercio internacional de la miel, el resto de países se ubicarían en posiciones

relativamente iguales manteniendo las mismas tendencias en cuanto al tamaño y la dinámica de sus importaciones.

6.6.2 Indicador del tamaño y dinámica de la demanda (Consumo per cápita)

El tamaño y dinámica de la demanda clasifica los países de acuerdo a las oportunidades del comercio internacional, combinando el promedio del consumo per cápita en los últimos cinco años con sus respectivas tasas de crecimiento promedio en el mismo período.

Los promedios del consumo per cápita y tasa de crecimiento de la demanda mundial de miel son 0.22 Kg/Persona/Año y 1% respectivamente, estos valores fueron superados por 40 países que representan el 19% del total en el mundo para ubicarse como mercados con oportunidades altamente atractivas al presentar la mayor demanda del producto en el comercio internacional, entre ellos se encuentran Nueva Zelanda (1.94 Kg/Persona/Año), Austria (1.62 Kg/Persona/Año) y Eslovenia (1.14 Kg/Persona/Año) con los mayores promedios de consumo per cápita, también Antigua y Barbuda (60%), Hungría (34%) y Bermudas (15%) con las mayores tasas de crecimiento de este subgrupo.

El 9% de los países no lograron superar el promedio mundial del consumo per cápita ubicándose como mercados promisorios, se destacan Camoras (104%), Níger (22%) y El Salvador (22%) con dinámicas superiores a la tasa de crecimiento promedio mundial.

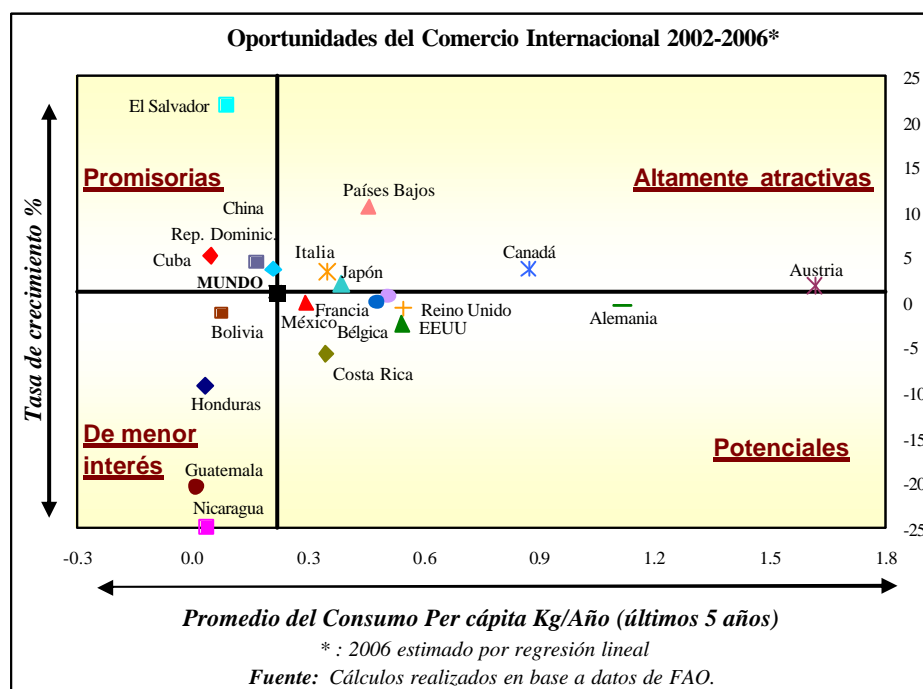


Gráfico 20: Tamaño y dinámica de la demanda en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

El Gráfico 20 presenta los países de interés especial en el estudio de competitividad y exploración de mercados, ubicándose en el primer cuadrante los mercados con oportunidades altamente atractivas o sea los países con la mayor demanda de miel como

Austria (1.62 Kg/Persona/Año), Canadá (0.87 Kg/Persona/Año), Países Bajos (0.46 Kg/Persona/Año), Japón (0.39 Kg/Persona/Año) e Italia (0.35 Kg/Persona/Año) que superan los promedios mundiales del consumo per cápita; Países Bajos se destaca por registrar la mayor tasa de crecimiento en su demanda anual.

Los países que no lograron superar el promedio mundial del consumo per cápita se ubican como mercados promisorios destacándose en este grupo El Salvador (22%) con la mayor tasa de crecimiento, mientras que Nicaragua y Guatemala además de no superar ninguno de los promedios mundiales poseen junto con otros países dinámicas negativas considerándose mercados de menor interés, por su parte Alemania, Estados Unidos, Bélgica y otros aunque tienen un consumo per cápita mayor al promedio mundial, su tasa de crecimiento en el período es negativo, por tanto pasan a ser mercados potenciales.

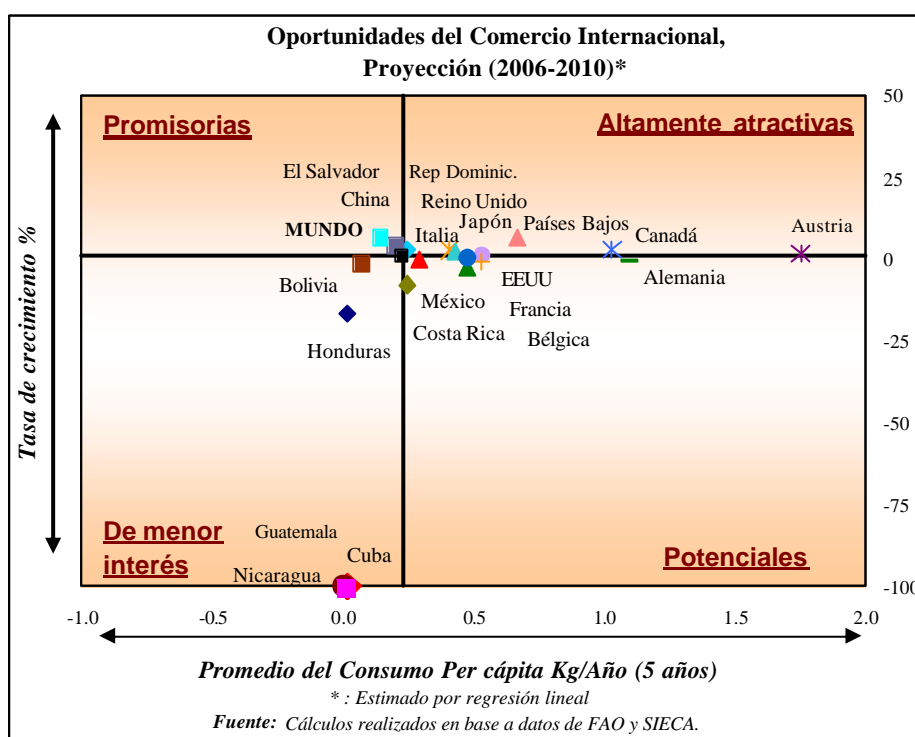


Gráfico 21: Proyección del tamaño y dinámica de la demanda en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

Las proyecciones realizadas para el período 2006-2010 (Gráfico 21), indican que el promedio mundial del consumo per cápita se incrementaría alcanzando 0.23 Kg./Persona/Año mientras que la tasa de crecimiento disminuiría pasando a 0.82% anual, en este nuevo período Reino Unido y República Dominicana cambiarían su posición al incrementar su dinámica de consumo, superando el promedio mundial para ubicarse como mercados con oportunidades altamente atractivas, mientras que Cuba muestra una tendencia al decrecimiento tanto en el tamaño como en la dinámica de consumo, no superando los promedios mundiales para ubicarse entre los mercados de menor interés, el resto de países quedarían en posiciones relativamente iguales, manteniendo las mismas tendencias de consumo y crecimiento.

6.6.3 Indicador de priorización de mercados (IPM)

Este indicador clasifica comparativamente los mercados de un producto en los diferentes países para indicar aquellos que serían prioritarios para el estudio y gestión de un futuro mercado internacional de miel, para ello combina la tasa del consumo per cápita, el consumo per cápita normalizado, la tasa de crecimiento del volumen de importaciones y el volumen de importaciones normalizados, todos estos parámetros son estimados sobre la base de un período de cinco años. Los países con el mayor IPM¹⁰ serán los prioritarios para el estudio.

Al hacer comparaciones de los países que tienen un desempeño importante como mercados objetivos a nivel mundial en el período 2002-2006, el IPM destaca en los primeros lugares a EEUU (12), seguido de Alemania (11) y Japón (6) debido a que estos países combinan en mejor medida el comportamiento de sus importaciones y su consumo interno.

El Gráfico 22 destaca los tres países mencionados anteriormente para ser tomados en cuenta como prioritarios en el estudio de futuros mercados de la miel nicaragüense, otros países como Reino Unido (3), Francia (2) e Italia (2) con índices más bajos también podrían ser mercados interesantes.

Cabe destacar que en el grupo de interés especial del presente estudio, los mercados con mayor índice de priorización en su mayoría son países europeos.

La proyección del IPM para el período 2006-2010 (Gráfico 23), indica que las variaciones son mínimas en los mercados

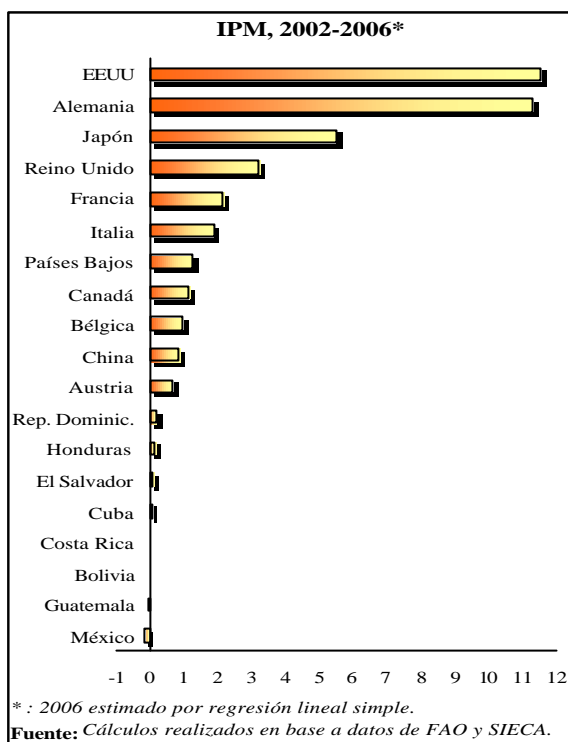


Gráfico 22: Indicador de priorización del mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

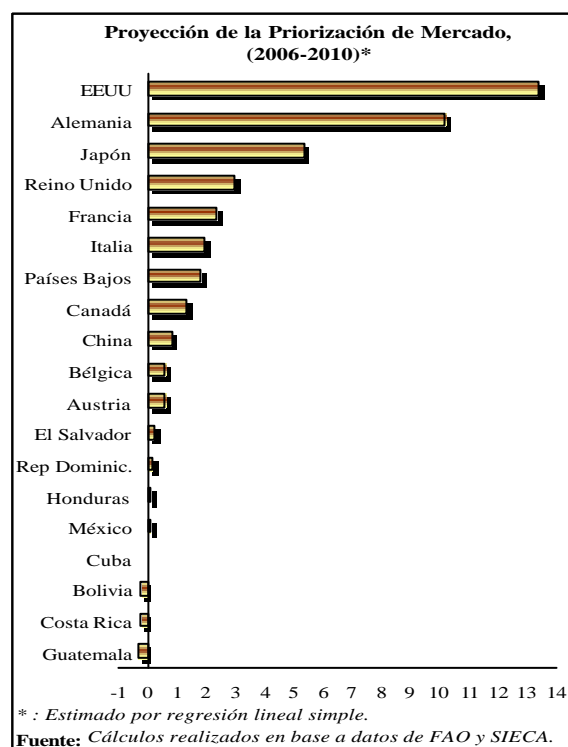


Gráfico 23: Proyección del indicador de priorización del mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

¹⁰ IPM: Índice de priorización de mercados.

prioritarios, manteniéndose en sus mismas posiciones a excepción de Bélgica y China que se intercambian pues las proyecciones indican que el primer país disminuiría la dinámica tanto del consumo per cápita como la de sus importaciones mientras China solamente decrecería en el tamaño de sus importaciones debido a que es el principal productor de miel a nivel mundial. En el resto de países del gráfico también se podrían dar ligeros cambios, pero éstos son de menor interés en el mercado mundial para la realización de un estudio de mayor profundidad.

6.6.4 Precios de importación vs precio de exportación nicaragüense

Este indicador compara los precios CIF de las importaciones de la miel natural en el mundo con el precio de exportación FOB de la miel nicaragüense; el objetivo es conocer si Nicaragua es competitiva con su precio en este mercado.

Los resultados obtenidos para el período 2002-2006, revelan que Nicaragua es competitiva en ciento un países del mundo, debido a que su precio promedio de exportación (\$1.74/Kg.) está por debajo del que estos países pagan por sus importaciones de miel como Perú, Colombia, Finlandia, Suiza, Nueva Zelanda y otros. Cabe destacar que los precios promedios de importación más altos son pagados por Burkina Faso (\$11.94 Kg.), Islas Cook (\$11.00 Kg.) y Siria (\$8.40 Kg.), mientras que los precios más bajos son pagados por Argelia (\$0.77 Kg.), República Centroafricana (\$0.50 Kg.), Swazilandia (\$0.50 Kg.) y Guinea (\$0.33 Kg.).

En el Gráfico 24 se observa que en el grupo de países de interés especial para el estudio, Nicaragua es competitiva ante doce países, la mayoría de ellos europeos,

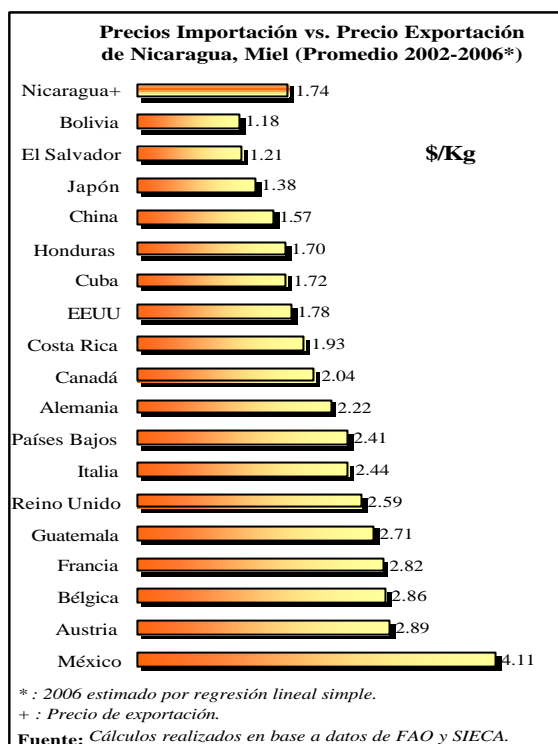


Gráfico 24: Comparación de precios en el mercado mundial de miel natural, 2002-2006*

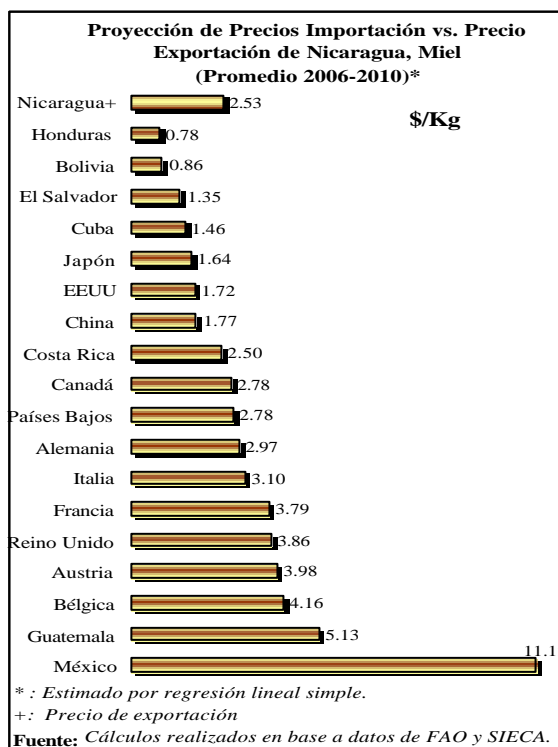


Gráfico 25: Comparación de precios proyectados en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

cuyos precios de importación son superiores al precio de exportación de la miel nicaragüense que es de \$1.74 Kg.

Las proyecciones para el período 2006-2010 (Gráfico 25), indican que el precio promedio de exportación de Nicaragua (\$2.53 Kg) muestra una tendencia hacia el alza, perdiendo competitividad en Estados Unidos (\$1.72 Kg) cuyo precio de importación tiende hacia la baja en este nuevo período, y en Costa Rica (\$2.50 Kg) donde el precio de importación no sobrepasaría al de exportación de la miel nicaragüense.

Estas proyecciones son meramente estadísticas, que dan una idea de cómo podrían comportarse los precios de la miel natural en el futuro, sin embargo, es necesario recalcar que en las variaciones de los precios influyen muchos factores económicos, sociales, climáticos y otros, que podrían cambiar de manera muy significativa las proyecciones realizadas.

El cálculo de los indicadores depende de los datos disponibles, por tal motivo no fue posible calcular el Índice de Concentración de Mercado (ICM) de la miel en el mundo, debido a que las estadísticas de importación de miel natural disponibles en la base de datos de FAO no son suficientemente detalladas para obtener este indicador a nivel mundial.

6.7 Análisis de la exploración del mercado intrarregional centroamericano de miel para el período 2002-2006

6.7.1 Indicador del tamaño y dinámica de las importaciones

De acuerdo a este indicador, en el Gráfico 26 se observa que Honduras y El Salvador representan oportunidades “altamente atractivas” para el comercio de miel natural en el mercado centroamericano, ya que tanto sus volúmenes de importación como sus tasas de crecimiento superan los promedios centroamericanos (68 TM, -6 %) registrados en el período. Por su parte Nicaragua, aunque muestra la mayor dinámica (40%) de la región, su volumen de importación (0.49 TM) está muy distante al promedio de Centro América, ubicándose como un mercado con oportunidades “promisorias”.

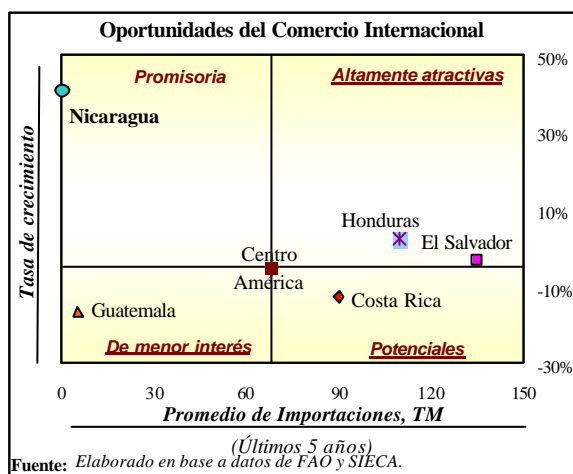


Gráfico 26: Tamaño y Dinámica de las Importaciones en Centro América, 2002-2006

Costa Rica (90 TM) superó el volumen promedio de importación centroamericano pero no su dinámica, ubicándose en el cuarto cuadrante como un mercado “potencial”, mientras Guatemala es un mercado de “menor interés” al no lograr superar ninguno de los promedios registrados para Centro América.

6.7.2 Indicador del tamaño y dinámica de la demanda (Cons. per cápita)

En el centro del Gráfico 27 se ubican el consumo per cápita promedio centroamericano (10 Kg) y su dinámica o tasa de crecimiento (-3.6%), el mismo, muestra como el indicador del tamaño y dinámica de la demanda revela que no hay países con oportunidades “altamente atractivas” para la miel en este mercado, debido a que ninguno de ellos supera ambos promedios a la vez.

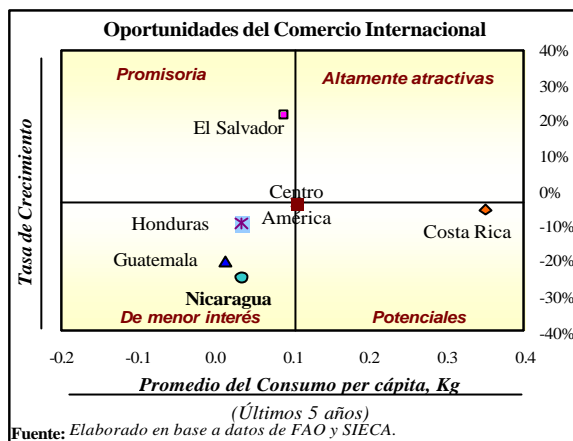


Gráfico 27: Tamaño y Dinámica de la Demanda en Centro América, 2002-2006

Costa Rica (0.35 Kg) se destaca por ser el mayor consumidor superando el promedio de la región, no obstante, su dinámica (-6 %) ha decrecido en los últimos cinco años, ubicándose como mercado “potencial”, contrario a este país, El Salvador (0.09 Kg) cuyo consumo per cápita es menor al promedio se considera un mercado con oportunidades “promisorias” al presentar la mayor dinámica (22%) del período.

Nicaragua, Honduras y Guatemala no logran superar ninguno de los promedios centroamericanos y se ubican en el tercer cuadrante como mercados de “menor interés” para el comercio intrarregional de miel en Centro América.

6.7.3 Indicador de priorización de mercados (IPM)

El Gráfico 28 muestra a El Salvador, Honduras y Costa Rica, cuyos IPM son los más altos de la región, indicando que estos países pueden combinar en mejor medida el comportamiento de sus importaciones y su consumo interno ubicándose como potenciales mercados objetivos de la miel nicaragüense.

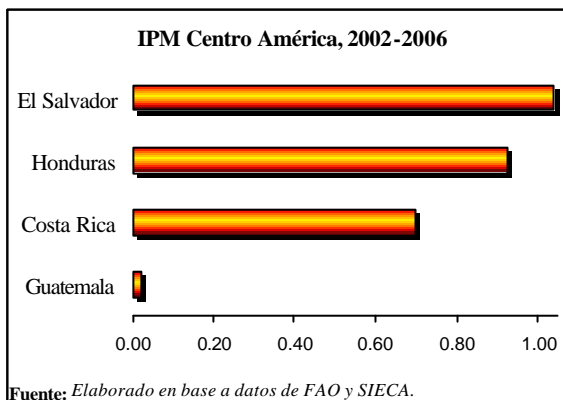


Gráfico 28: Índice de Priorización de Mercados de Miel Natural en Centro América, 2002-2006

6.7.4 Precios de importación vs precio de exportación nicaragüense

En el Gráfico 29 se comparan los precios de importación CIF de los países centroamericanos contra el precio de

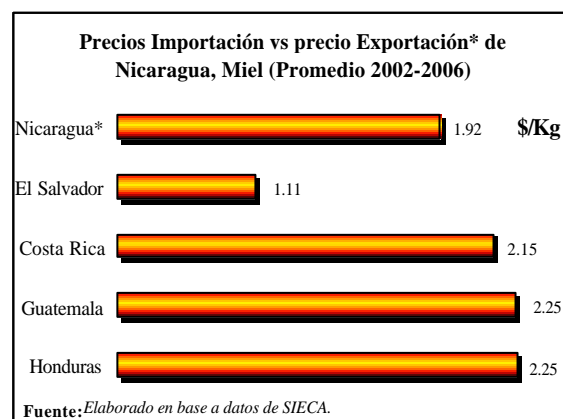


Gráfico 29: Comparación de precios de importación vs precio de exportación de Nicaragua, en el comercio intrarregional de miel natural de Centro América, (2002-2006)

exportación FOB de miel nicaragüense y este indicador muestra que Nicaragua sería competitiva ante Guatemala y los principales importadores de miel de la región (Honduras y Costa Rica), debido a que el precio de Nicaragua es menor a los precios que estos países pagan en sus importaciones.

6.7.5 Índice de concentración de mercados (Proveedores)

Este índice identifica a los países que proveen miel a otros países del mercado centroamericano y los caracteriza en términos de concentración del mismo.

En el Cuadro 5 se observa que el mercado de miel en el bloque del Comercio intrarregional de Centro América es altamente concentrado, siendo Guatemala el principal proveedor de las importaciones centroamericanas junto a El Salvador y Nicaragua, esto hace difícil la penetración a dicho mercado debido a que los proveedores establecidos ya alcanzaron un alto nivel de posicionamiento.

Cuadro 5: Índice de Concentración del Mercado de Miel Natural en el Comercio Intrarregional de Centro América. Promedio (2002-2006)

Bloque de países	Mercado de Miel Natural				Tres principales proveedores
	Altamente concentrado	Concentrado	Relativamente concentrado	Atomizado	
Comercio intrarregional de Centro América	X				Guatemala 66%, El Salvador 21%, Nicaragua 10%

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de SIECA.

VII. CONCLUSIONES

- La miel es un producto económica y socialmente importante para Nicaragua por ser un rubro de bajo costo en producción y alta demanda en el comercio internacional. Es una excelente alternativa para mejorar el nivel de vida del pequeño y mediano productor, sin embargo, no ha sido explotado eficientemente perdiendo las oportunidades que el mercado mundial ofrece a este país que tiene muchas ventajas comparativas para elevar sustancialmente su capacidad exportadora.
- Durante el período 2002-2005, la producción de miel natural en el mundo y en Centro América ha tenido un comportamiento ascendente, demostrando su relevancia en el comercio internacional; del grupo de países de interés especial para el estudio, Canadá, Francia, Austria y Cuba representan una oportunidad para la inserción en el mercado internacional de la miel nicaragüense por el decrecimiento de su producción mientras que República Dominicana y El Salvador, representan una amenaza comercial en este mercado, debido a que han experimentado el mayor crecimiento en su producción de miel. Por su parte Reino Unido, Bélgica y Alemania aunque incrementaron su dinámica de producción, pueden ser mercados atractivos por estar entre los principales importadores de miel. Tomando como referencia solamente Centro América, Honduras es el país con mayor atractivo comercial para Nicaragua debido a que su baja producción le obliga a importar miel para satisfacer la demanda interna del producto.
- El consumo per cápita promedio de miel en Nicaragua es muy bajo si se compara con el promedio centroamericano y el mundial, y con el de importantes consumidores de América (Canadá, Estados Unidos, Costa Rica y México) y de Europa (Austria, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Italia), estos países son una oportunidad para el comercio de miel nicaragüense, debido a que sus consumos per cápita son superiores al promedio registrado para el mundo (0.22 Kg/Persona/Año) y por su alto poder de compra, también porque la mayor parte de los países europeos muestran dinámicas positivas de consumo en el período 2002-2006. En el comercio intrarregional centroamericano Costa Rica y El Salvador son los más atractivos.
- China y México, que ocupan primeros lugares en la producción mundial de miel, son dos de los principales países exportadores que significan una amenaza para el comercio de la miel nicaragüense por ser fuertes competidores en este mercado. Estados Unidos es otra gran amenaza, ya que este país aunque es el principal importador de miel en el mundo también es un gran proveedor mundial con precios relativamente estables, mientras Canadá y Alemania, además de ser principales exportadores también están entre los mayores importadores del mundo y son socios comerciales de Nicaragua en el comercio de la miel significando una gran oportunidad para este país.
- Al disminuir su dinámica exportadora de miel los países como El Salvador, Bélgica, Francia, Italia, Reino Unido, Canadá, Japón y Costa Rica abren una oportunidad para que Nicaragua tenga mayor acceso al mercado internacional de miel especialmente en Europa donde se registra la mayor demanda, sin embargo, esto dependerá de un incremento en el nivel de producción de miel nicaragüense que permita tener una mayor oferta exportadora hacia este mercado. En cuanto al comercio intrarregional

centroamericano, Honduras que es uno de los menores exportadores, podría representar una amenaza para Nicaragua al incrementar sus exportaciones en el último año del período alcanzando la dinámica exportadora (129%) más alta de la región.

- Tomando en consideración solamente las importaciones mundiales de miel en el 2002-2005, los países de mayor interés para Nicaragua en el grupo seleccionado son en orden de importancia Cuba, República Dominicana, Países Bajos, El Salvador y Honduras por tener las mayores dinámicas de importación en el grupo. A nivel del mercado intrarregional centroamericano los países más interesantes son Honduras y El Salvador por presentar los mayores promedios de importación en la región durante el período 2002-2006.
- Nicaragua tiene baja vocación exportadora en el mercado mundial de la miel, debido a que su participación en las exportaciones es mínima comparada con grandes exportadores como Argentina, China, Alemania, México, Brasil entre otros, sin embargo, con los indicadores de balanza comercial relativa y transabilidad, muestra excelentes ventajas comerciales, al encontrarse en la cuarta posición de competitividad en el grupo de países seleccionados, superando a los países europeos, Estados Unidos, Japón, Bolivia, Honduras y Costa Rica que tienen indicadores negativos en este mercado, el resto de países de la selección significan una fuerte competencia para la miel nicaragüense ya que al igual que Nicaragua orientan la producción de miel mayoritariamente hacia la exportación.
- En el modo de inserción al mercado internacional, Nicaragua se ubica como uno de los países “ganadores” del grupo seleccionado con una situación óptima, por su alto dinamismo y eficiente participación en las exportaciones del comercio mundial. Con este indicador junto a Nicaragua compiten Honduras, Países Bajos, República Dominicana, Austria, Guatemala, Estados Unidos, China y Alemania, pero tiene ventaja competitiva sobre el resto de países seleccionados ya que éstos se ubican entre los “perdedores”.
- Al igual que en el mundo, Nicaragua tiene un bajo grado de especialización en el comercio intrarregional centroamericano de la miel natural y se destaca por su balanza comercial relativa y transabilidad, ocupando la primera y segunda posición respectivamente con estos indicadores, siendo Guatemala su principal amenaza comercial al tener la mejor vocación exportadora mientras El Salvador, Costa Rica y Honduras pueden ser una oportunidad al presentar indicadores negativos en la mayoría de los casos, revelando que estos países son los mayores importadores de miel en este mercado.
- Los indicadores del tamaño y dinámica de las importaciones y del consumo per cápita de miel, indican que en el grupo de países de interés especial para el estudio, la mayor demanda está representada por los países europeos, Estados Unidos y Canadá, los que pueden ser considerados de mayor interés comercial para Nicaragua, debido a que sus promedios de consumo per cápita y volúmenes de importación de miel son superiores a los promedios mundiales registrados. Austria, Japón, Reino Unido, Bélgica y Alemania, aunque poseen dinámicas menores a la tasa de crecimiento promedio mundial en

importación y consumo, no dejan de ser interesantes por ser grandes importadores y consumidores de miel, especialmente Alemania que es el principal socio comercial de Nicaragua en este mercado, significando todos ellos una oportunidad para el comercio internacional de la miel nicaragüense. China y México por su parte, constituyen una fuerte amenaza, por la capacidad que tienen de suplir la demanda de los países que son una oportunidad comercial para Nicaragua. Mientras en el mercado intrarregional centroamericano, El Salvador y Honduras son los países que ofrecen mayor oportunidad para la miel nicaragüense no así Guatemala que es una amenaza por ser el principal proveedor de miel en la región.

- A nivel del mercado mundial los países prioritarios para el estudio y gestión de futuros mercados para el comercio internacional de la miel nicaragüense son Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido, Francia e Italia y en el mercado intrarregional centroamericano los prioritarios son El Salvador y Honduras.
- En el comercio internacional los precios tienden a ser fluctuantes por diversas razones pero en un contexto meramente estadístico Nicaragua es competitiva con su precio de exportación de miel en más de cien países del mundo, especialmente en Europa, dándose una oportunidad para la miel nicaragüense en estos países.
- El mercado intrarregional centroamericano de miel es altamente concentrado y Nicaragua junto a Guatemala y El Salvador son los principales proveedores, en este último país Nicaragua no es competitiva con su precio de exportación.

VIII. RECOMENDACIONES

- La miel debe dejar de ser un rubro de sobrevivencia para los pequeños productores y producirse con una visión más amplia del comercio con miras a satisfacer la demanda de un mercado creciente.
- La organización de los productores apícolas es necesaria para tener acceso a muchos beneficios como capacitación, financiamiento, información de mercado y contactos para la comercialización de su producto.
- Los productores apícolas que ya reciben capacitaciones y ayuda financiera deben aprovechar al máximo los beneficios de esto, diversificando su producción y aprovechando los subproductos de las colmenas para mejorar sus ingresos.
- Los programas existentes de capacitación técnica y ayuda económica para los apicultores nicaragüenses deben continuar, ser constantes e incrementarse, con miras a elevar los rendimientos de producción e incrementar las exportaciones de miel, aprovechando las oportunidades que el comercio internacional ofrece para este rubro.
- El incremento del consumo per cápita de miel en Nicaragua sería una excelente oportunidad para el comercio de este producto a nivel interno, por lo que se recomienda que las organizaciones de apoyo junto con los apicultores promuevan el consumo de miel a través de campañas educativas en la población como parte de una dieta sana y nutritiva, no sólo como medicina natural o cosmética.
- La unión de los productores apícolas para divulgar y promover el consumo de miel a nivel interno sería una excelente estrategia de venta que permitiría minimizar los gastos en publicidad.
- Es necesario crear un sistema de inteligencia de mercados con información de competitividad y exploración de mercados internacionales, que sea accesible económicamente para los pequeños y medianos productores, de tal manera que sirva de apoyo en la toma de decisiones, en la planificación de la producción y de las estrategias de comercialización de sus productos, tanto a nivel nacional como internacional.
- Nicaragua ya está posesionada en el mercado intrarregional centroamericano de la miel natural, no obstante, debe elevar su participación en las exportaciones y ampliarse hacia el mercado europeo, que ofrece excelentes oportunidades de comercio por su creciente demanda, para ello es necesario elevar de manera significativa su producción de miel.
- Los productores deben trabajar permanente y sistemáticamente en el uso racional de los recursos productivos para disminuir la posibilidad del incremento de precios que impidan la competitividad de la miel nicaragüense en el mercado internacional.

IX. BIBLIOGRAFIA

Libros

Carrillo W. 2002, Guía de la apicultura en Nicaragua. SIMAS. 116p.

Carrillo W. 2004. La Apicultura Convencional y la Apicultura Ecológica Certificada en Nicaragua. SIMAS.

IICA-MAGFOR-JICA 2005, Cadena agroindustrial de miel de abeja, Perfil de la miel de abeja, 27:p 11-p18. (CD) Se consultaron estas páginas.

Taha Hamdy A, 2004. Investigación de operaciones, 7ma. Edición, México, Pearson Educación, 848:p 497-p500. Se consultaron estas páginas.

Documentos con acceso en el World Wide Web (WWW):

Aponte G., 2006, Inteligencia Tecnológica Competitiva: Patentes de invención como fuente de valor estratégico. Recuperado el 09 de abril de 2007, de <http://www.idea.gov.ve/intempres/Intempres2006/Evaluacion%20de%20trabajos/GLORIA%20APONTE%20Intempres2006Presentacion.pdf>

EinsteinNet, 2000. Modelo de regresión lineal simple. Recuperado el 09 de abril de 2007, de <http://www.einsteinnet.com/Introeconometria/regsimple.htm>

Garivay, Salvador y Zamora, Eduardo, 2003, Producción orgánica en Nicaragua, Limitaciones y Potencialidades. Managua. Recuperado el 21 de Marzo de 2007, de <http://orgprints.org/2691/01/garibay-2003-National-Evaluation-Nicaragua.pdf>

Mérida A., Hernández M., 1997. Validación de un sistema de indicadores para medir el desempeño en la empresa de materiales de la construcción de Holguín. Recuperado el 11 de Abril de 2007, de <http://www.monografias.com>

Nicaexport. Centro de promoción de exportaciones. Recuperado el 09 de Marzo de 2007 de <http://www.nicaexport.com.ni>

Observatorio Agro cadenas. Indicadores de Competitividad. Metodología. Recuperado el 23 de Marzo de 2007, de <http://www.agrocadenas.gov.co>

Observatorio Agro cadenas. Inteligencia de Mercados. Fuentes de Información. Recuperado el 23 de Marzo de 2007, de <http://www.agrocadenas.gov.co>

Sistema nacional de información forestal de Bolivia (SIFORBOL). (2002). Modelo de inteligencia de mercados para el sector forestal de Bolivia. Recuperado el 09 de Marzo de 2006, de <http://www.ut.edu.co/fif/0941/siforbol.doc>

Universidad de Málaga, Facultad de Medicina. Métodos y Aplicaciones: Regresión Lineal,
Recuperado el 9 de Abril de 2007, de <http://ftp.medprev.uma.es/libro/node42.htm>

Conferencia

Comisión Nacional de Competitividad. (Enero, 2006, MAGFOR-Managua). Diseño
Observatorio Competitividad: Conferencia por J. Albizú Soriano.

X. ANEXOS

ANEXO 1: Instrumentos de investigación

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

Facultad: Desarrollo rural

Carrera: Licenciatura en Agro-negocios

Nombres y apellidos: Salomé Antequera Madrigal
Cecilia Guido González

Mes/Año: Marzo, Abril /2007

Guía de trabajo: Análisis de contenido

Estudio sobre: Competitividad y exploración del mercado internacional para miel natural nicaragüense, 2002 – 2006.

Objetivos: Hacer una revisión sobre temas de competitividad y exploración de mercados.

Universo: 21 documentos relacionados con la producción y comercialización de miel de abeja; competitividad y exploración de mercados; regresión lineal.

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
Comercio de miel	Producción	Producción es la actividad económica que consiste en cambiar o transformar los recursos disponibles, con objeto de darles forma adecuada para la satisfacción de las necesidades.	Guerra, G. y Aguilar, A. 1995. <i>Glosario para administradores y economistas agropecuarios</i> . México. UTEHA Noriega Editores. Carrillo W. 2004. <i>La Apicultura Convencional y la Apicultura Ecológica Certificada en Nicaragua</i> . SIMAS.
	Producción comercial	Cualquier forma de actividad que añade valor a bienes y servicios incluyendo creación, transporte y almacenamiento hasta su uso.	Estadísticas de producción 2001-2005. Base de datos en línea FAOSTAT http://faostat.fao.org/faostat/default.jsp?language=ES&version=ext&hasbulk=0

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
		<p>La producción agrícola y/o ganadera comercial se caracteriza por la especialización en la obtención de los diferentes productos y la venta de estos productos, lo cual permite a la agricultura satisfacer sus necesidades.</p>	<p>APENN. (2002). Apicultura en Nicaragua una excelente opción. <i>Nicaragua exportando</i>. No.5. APENN. Págs. 14-15.</p> <p>IICA-MAGFOR-JICA 2005, Cadena agroindustrial de miel de abeja, Perfil de la miel de abeja, 27:p 11-p18. (CD)</p> <p>Carrillo, W. (2002). <i>Guía de Apicultura en Nicaragua</i>. SIMAS, 116p.</p>
	Exportaciones	<p>Productos y servicios vendidos a países extranjeros.</p>	<p>Guerra, G. y Aguilar, A. (1995). <i>Glosario para administradores y economistas agropecuarios</i>. México. UTEHA Noriega Editores.</p> <p>Estadísticas de comercio 2001-2006. Base de datos en línea del sistema integrado de información del SIECA (Secretaría de integración económica centroamericana). Sistema Estadístico de Comercio de Centroamérica – SEC: http://www.sieca.org.gt/SIECA.htm.</p> <p>Estadísticas de comercio 2001-2005. Base de datos en línea FAO http://faostat.fao.org/faostat/default.jsp?language=ES&version=ext&hasbulk</p>

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
			<p>Exportaciones. Base de datos 2001-2006 (Archivos electrónicos). Dirección General de Aduanas. Dirección de Estadísticas.</p> <p>Carrillo, W. 2002. <i>Guía de Apicultura en Nicaragua</i>. SIMAS, 116p.</p>
	Importaciones	Productos y servicios comprados a países extranjeros.	<p>Guerra, G. y Aguilar, A. (1995). <i>Glosario para administradores y economistas agropecuarios</i>. México. UTEHA Noriega Editores.</p> <p>Estadísticas de comercio 2001-2006. Base de datos en línea del sistema integrado de información del SIECA (Secretaría de integración económica centroamericana). Sistema Estadístico de Comercio de Centroamérica – SEC: http://www.sieca.org.gt/SIECA.htm.</p> <p>Estadísticas de comercio 2001-2005. Base de datos en línea FAO http://faostat.fao.org/faostat/default.jsp?language=ES&version=ext&hasbulk=0</p> <p>Importaciones. Base de datos 2001-2006 (Archivos electrónicos). Dirección General de Aduanas. Dirección de Estadísticas. MAGFOR.</p>

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
			<p>IICA-MAGFOR-JICA 2005, Cadena agroindustrial de miel de abeja, Perfil de la miel de abeja, 27:p 11-p18. (CD)</p> <p>Carrillo, W. (2002). <i>Guía de Apicultura en Nicaragua</i>. SIMAS, 116p.</p>
	<p>Consumo</p> <p>Consumo aparente</p> <p>Consumo per cápita</p>	<p>El consumo es la utilización de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. Etapa del proceso económico, consistente en la satisfacción directa de las necesidades</p> <p>El consumo aparente es la producción nacional más importaciones menos exportaciones de un producto determinado.</p> <p>El consumo per cápita es igual al consumo aparente dividido en la población de cada país.</p>	<p>Guerra, G. y Aguilar, A. (1995). <i>Glosario para administradores y economistas agropecuarios</i>. México. UTEHA Noriega Editores.</p> <p>IICA-MAGFOR-JICA 2005, Cadena agroindustrial de miel de abeja, Perfil de la miel de abeja, 27:p 11-p18. (CD)</p> <p>Carrillo, W. (2002). <i>Guía de Apicultura en Nicaragua</i>. SIMAS, 116p.</p> <p>Estadísticas de consumo 2001-2005. Base de datos en línea FAO http://faostat.fao.org/faostat/default.jsp?language=ES&version=ext&hasbulk=0</p>

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
Competitividad	Inteligencia de mercado	Proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre la industria y los competidores, que se transmite a la gente apropiada en un tiempo oportuno.	Aponte G., 2006, Inteligencia Tecnológica Competitiva: Patentes de invención como fuente de valor estratégico. http://www.idea.gov.ve/intempres/Intempres2006/Evaluacion%20de%20trabajos/GLORIA%20APONTE%20Intempres2006Presentacion.pdf Sistema nacional de información forestal de Bolivia (SIFORBOL). (2002). Modelo de inteligencia de mercados para el sector forestal de Bolivia. Recuperado el 09 de Marzo de 2006, de http://www.ut.edu.co/fif/0941/siforbol.doc
	Indicador	Los Indicadores pueden ser medidas, números, hechos, opiniones o percepciones que señalen condiciones o situaciones específicas.	Mérida A., Hernández M., 1997. Validación de un sistema de indicadores para medir el desempeño en la empresa de materiales de la construcción de Holguín. Recuperado el 11 de Abril de 2007, de http://www.monografias.com
	Competitividad	Competitividad es la capacidad de un país, de una región, de una cadena o de una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición determinada en su entorno, aprovechando las oportunidades comerciales que le ofrece el mercado.	Observatorio Agrocadenas. Indicadores de Competitividad. Metodología. Recuperado el 23 de Marzo de 2007, de http://www.agrocadenas.gov.co

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
			Sistema nacional de información forestal de Bolivia (SIFORBOL). (2002). Modelo de inteligencia de mercados para el sector forestal de Bolivia. Recuperado el 09 de Marzo de 2006, de http://www.ut.edu.co/fif/0941/siforbol.doc
	Exploración de mercados	La exploración de los mercados se hace con el objetivo de identificar los mercados internacionales que ofrecen un mayor atractivo e interés comercial para la oferta de productos agropecuarios del país con potencial exportador, priorizando los países que ofrecen mayores oportunidades comerciales y proporcionando elementos básicos para profundizar en los mercados ya identificados y descubrir nuevos nichos de mercado.	Sistema nacional de información forestal de Bolivia (SIFORBOL). (2002). Modelo de inteligencia de mercados para el sector forestal de Bolivia. Recuperado el 09 de Marzo de 2006, de http://www.ut.edu.co/fif/0941/siforbol.doc
	Demanda	La demanda es la cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un período determinado.	Guerra, G. y Aguilar, A. 1995. <i>Glosario para administradores y economistas agropecuarios</i> . México. UTEHA Noriega Editores. IICA-MAGFOR-JICA 2005, Cadena agroindustrial de miel de abeja, Perfil de la miel de abeja, 27:p 11-p18. (CD)

Unidad de análisis	Categorías	Concepto de la categoría	Documentos de análisis / Informante
Regresión	Modelo de regresión	Los modelos de regresión son los modelos estadísticos que explican la dependencia de una variable dependiente “Y” respecto de una o varias variables cuantitativas “X”	<p>Taha Hamdy A, 2004. Investigación de operaciones, 7ma. Edición, México, Pearson Educación, 848:p 497-p500. Se consultaron estas páginas.</p> <p>EinsteinNet, 2000. Modelo de regresión lineal simple. Recuperado el 09 de abril de 2007, de http://www.einsteinnet.com/Introeconometria/regsimple.htm</p> <p>Universidad de Málaga, Facultad de Medicina. Métodos y Aplicaciones: Regresión Lineal, Recuperado el 9 de Abril de 2007, de http://ftp.medprev.uma.es/libro/node42.htm</p>
	Mínimos cuadrados	El criterio de los mínimos cuadrados minimiza la suma del cuadrado de las diferencias entre los valores observados y los estimados de un modelo de regresión simple $Y = a + bx$	<p>Taha Hamdy A, 2004. Investigación de operaciones, 7ma. Edición, México, Pearson Educación, 848:p 497-p500. Se consultaron estas páginas.</p> <p>EinsteinNet, 2000. Modelo de regresión lineal simple. Recuperado el 09 de abril de 2007, de http://www.einsteinnet.com/Introeconometria/regsimple.htm</p>

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
1	Bhután	100.00	1	Uruguay	1,195	1,195	0	1	Argentina
1	Gibraltar	100.00	2	Cuba	970	970	0	2	China
1	Kirguistán	100.00	3	Guatemala	959	969	10	3	México
1	Laos	100.00	4	Argentina	930	931	1	4	Brasil
1	Niue	100.00	5	Chile	491	491	0	5	Hungría
1	Palestina, Terri.Ocupado	100.00	6	Brasil	265	266	0	6	Viet Nam
1	Saint Kitts y Nevis	100.00	7	Hungría	239	265	26	7	Uruguay
1	Somalia	100.00	8	El Salvador	233	258	25	8	India
1	Tayikistán	100.00	9	Bulgaria	225	233	8	9	Chile
1	Trinidad y Tobago	100.00	10	Pakistán	193	218	25	10	Turquía
1	Virgenes Británicas, Is	100.00	11	Myanmar	190	191	1	11	Rumania
1	Zona de Gaza	100.00	12	Tailandia	147	207	60	12	Canadá
2	Cuba	99.97	13	Gabón	137	233	97	13	Cuba
3	Uruguay	99.94	14	Côte d'Ivoire	125	194	69	14	Bulgaria
4	Chile	99.86	15	Nicaragua	99	101	1	15	Ucrania
5	Argentina	99.85	16	Antigua y Barbuda	89	93	4	16	Nueva Zelandia
6	Brasil	99.70	17	Suriname	85	86	1	17	Australia
7	Myanmar	99.07	18	Perú	82	83	1	18	Tailandia
8	Nueva Zelandia	98.99	19	Kirguistán	78	78	0	19	Pakistán
9	Uzbekistán	98.95	20	Rumania	77	79	2	20	Guatemala
10	México	98.67	21	México	77	77	1	21	El Salvador
11	Egipto	98.67	22	Croacia	40	42	2	22	Irán, Rep Islámica de
12	Irán, Rep Islámica de	98.10	23	Nueva Zelandia	40	40	0	23	Checa, República
13	Guatemala	97.92	24	China	37	40	3	24	Egipto
14	Ucrania	97.57	25	Eslovaquia	35	86	52	25	Kirguistán
15	Suriname	97.29	26	Moldova, República de	30	30	1	26	Tanzania, Rep Unida de
16	Nicaragua	97.09	27	Canadá	24	55	32	27	Eslovaquia
17	Perú	97.03	28	India	23	26	3	28	Croacia
18	Tanzania, Rep Unida de	96.16	29	Checa, República	20	46	26	29	Moldova, República de
19	Rumania	94.70	30	Australia	18	47	28	30	Perú
20	Dominicana, República	94.70	31	Djibouti	14	85	71	31	Zambia
21	Moldova, República de	94.50	32	Turquía	13	13	0	32	Myanmar

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
22	Viet Nam	94.10	33	Egipto	10	10	0	33	Tayikistán
23	Turquía	93.92	34	Dominicana, República	10	10	0	34	<u>Nicaragua</u>
24	Zambia	93.33	35	Ucrania	8	8	0	35	Dominicana, República
25	Bulgaria	93.32	36	Kazajstán	6	7	2	36	Uzbekistán
26	Antigua y Barbuda	92.22	37	Uzbekistán	5	5	0	37	Suriname
27	Croacia	91.56	38	Irán, Rep Islámica de	4	4	0	38	Kazajstán
28	China	86.34	39	Macedonia, La ex Rep Yug	4	4	0	39	Antigua y Barbuda
29	Macedonia, La ex Rep Yug	86.24	40	Guinea	3	3	0	40	Macedonia, La ex Rep Yug
30	Guinea	83.49	41	Mongolia	3	71	69	41	Côte d'Ivoire
31	El Salvador	82.20	42	Senegal	2	4	2	42	Etiopía
32	Hungría	82.06	43	Tanzania, Rep Unida de	2	2	0	43	Palestina, Terri.Ocupado
33	Pakistán	79.30	44	Trinidad y Tabago	2	2	0	44	Guinea
34	India	77.06	45	Armenia	1	2	1	45	Armenia
35	Etiopía	77.00	46	Yemen	0	59	59	46	Gibraltar
36	San Pedro y Miquelón	74.50	47	Jamaica	0	1	0	47	Gabón
37	Cook, Islas	71.64	48	Sudán	0	1	1	48	Senegal
38	Kazajstán	65.20	49	Serbia y Montenegro	0	2	1	49	San Pedro y Miquelón
39	Tailandia	55.23	50	Georgia	0	0	0	50	Serbia y Montenegro
40	Armenia	54.85	51	Paraguay	0	0	0	51	Cook, Islas
41	Paraguay	52.38	52	Burundi	0	0	0	52	Saint Kitts y Nevis
42	Jamaica	48.58	53	Madagascar	0	0	0	53	Niue
43	Côte d'Ivoire	47.49	54	Etiopía	0	0	0	54	Jamaica
44	Georgia	41.96	55	Malawi	0	45	45	55	Bhután
45	Gabón	41.41	56	Timor Oriental	0	0	0	56	Georgia
46	Senegal	37.91	57	Angola	0	0	0	57	Yemen
47	Madagascar	34.58	58	Centrafricana,República	0	0	0	58	Mongolia
48	Checa, República	28.47	59	Turkmenistán	0	0	0	59	Sudán
49	Canadá	27.19	60	Siria, República Arabe	0	0	0	60	Madagascar
50	Eslovaquia	25.12	61	Kenya	0	0	0	61	Paraguay
51	Australia	24.25	62	Samoa	0	0	0	62	Somalia
52	Sudán	22.87	63	Haití	0	0	0	63	Djibouti
53	Burundi	14.29	64	Camerún	0	0	0	64	Laos

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
54	Djibouti	9.26	65	Chad	0	0	0	65	Trinidad y Tabago
55	Serbia y Montenegro	8.78	66	Granada	-1	4	4	66	Zona de Gaza
56	Mongolia	1.80	67	Guinea-Bissau	-1	0	1	67	Vírgenes Británicas, Is
57	Yemen	0.40	68	Mozambique	-1	0	1	68	Burundi
58	Malawi	0.00	69	Azerbaiyán, República de	-1	0	1	69	Malawi
59	Gambia	-0.75	70	Burkina Faso	-1	12	13	70	Gambia
60	Indonesia	-1.06	71	Colombia	-1	2	3	71	Burkina Faso
61	Burkina Faso	-3.04	72	Albania	-1	0	2	72	Granada
62	Angola	-6.73	73	Federación de Rusia	-2	1	2	73	Tuvalu
63	España	-7.13	74	Túnez	-2	0	2	74	Mauritania
64	Granada	-7.69	75	Belice	-2	0	2	75	Santo Tomé y Príncipe
65	Corea, Rep Pop Dem	-10.85	76	Indonesia	-2	113	115	76	Guinea-Bissau
66	Nepal	-11.28	77	Corea, República de	-3	0	3	77	Togo
67	Siria, República Arabe	-13.02	78	Uganda	-3	1	4	78	Tonga
68	Namibia	-13.24	79	Bolivia	-4	0	4	79	Vanuatu
69	Filipinas	-13.82	80	Estonia	-4	0	4	80	Guinea Ecuatorial
70	Portugal	-19.09	81	Belarús	-4	0	5	81	Belice
71	Afganistán	-20.01	82	Malí	-4	0	4	82	Samoa
72	Togo	-22.00	83	España	-5	29	34	83	Samoa Americana
73	Colombia	-22.86	84	Comoras	-5	0	5	84	Malvinas (Falkland), Is
74	Eslovenia	-25.57	85	Eslovenia	-5	8	13	85	Liberia
75	Dinamarca	-26.42	86	Guyana	-6	3	8	86	Mayotte
76	Bélgica	-33.30	87	Portugal	-6	12	18	87	Eritrea
77	Malta	-35.82	88	Fiji, Islas	-6	0	6	88	Montserrat
78	Panamá	-41.29	89	Libia, Jamahiriya Arabe	-8	0	8	89	Corea, Rep Pop Dem
79	Groenlandia	-42.69	90	Bosnia y Herzegovina	-8	0	8	90	Siria, República Arabe
80	Malasia	-45.44	91	Líbano	-8	1	9	91	Centroafricana, República
81	Nueva Caledonia	-46.86	92	Lituania	-9	3	12	92	Comoras
82	Swazilandia	-47.71	93	Israel	-9	1	10	93	Sierra Leona
83	Congo, Republica Dem del	-51.57	94	Argelia	-10	0	10	94	Caimán, Islas
84	Eritrea	-52.09	95	Grecia	-11	3	14	95	Haití
85	Guyana	-52.34	96	Ecuador	-13	0	13	96	Dominica

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
86	Maldivas	-52.48	97	Chipre	-14	4	18	97	Mozambique
87	Singapur	-53.49	98	Corea, Rep Pop Dem	-15	60	75	98	Nueva Caledonia
88	Lituania	-58.30	99	Costa Rica	-15	0	15	99	Guam
89	Federación de Rusia	-58.73	100	Noruega	-16	3	18	100	Angola
90	Alemania	-61.26	101	Letonia	-27	1	28	101	Ghana
91	Austria	-62.65	102	Austria	-28	8	36	102	Azerbaiyán, República de
92	Uganda	-62.87	103	Marruecos	-28	0	28	103	Guyana
93	Grecia	-62.92	104	Polonia	-28	3	31	104	Chad
94	Italia	-64.12	105	Bermudas	-29	0	29	105	Turkmenistán
95	Chipre	-64.38	106	Polinesia Francesa	-30	0	30	106	Namibia
96	Albania	-64.80	107	Ghana	-32	0	32	107	Feroe, Islas
97	Bahamas	-70.76	108	Finlandia	-43	0	43	108	Fiji, Islas
98	Bahrein	-70.83	109	Santa Lucía	-43	6	49	109	Seychelles
99	Francia	-72.68	110	Suecia	-43	0	44	110	Camboya
100	Noruega	-74.23	111	Níger	-44	0	44	111	Groenlandia
101	Arabia Saudita	-74.34	112	Sudáfrica	-45	2	47	112	Santa Lucía
102	Santa Lucía	-77.86	113	Filipinas	-50	156	206	113	Congo, República del
103	No especificado	-79.31	114	Francia	-51	10	60	114	Benin
104	Líbano	-79.95	115	EEUU	-56	3	59	115	Cabo Verde
105	Kenya	-80.52	116	Italia	-57	16	73	116	Papua Nueva Guinea
106	Israel	-81.25	117	Venezuela,Rep Bolivar de	-59	2	61	117	Uganda
107	Irlanda	-81.75	118	Suiza	-60	3	63	118	Afganistán
108	Polonia	-82.16	119	Bélgica	-65	65	129	119	Camerún
109	Emiratos Arabes Unidos	-84.58	120	Camboya	-75	0	75	120	Malta
110	Camerún	-84.68	121	Congo, República del	-77	0	77	121	Congo, Republica Dem del
111	Antillas Neerlandesas	-85.41	122	Alemania	-78	25	102	122	Malí
112	Belarús	-86.27	123	Jordania	-78	3	81	123	San Vicente/Granadinas
113	Qatar	-88.25	124	Reino Unido	-82	5	87	124	Swazilandia
114	Países Bajos	-88.41	125	Maldivas	-82	37	120	125	Bermudas
115	Túnez	-88.84	126	Honduras	-83	0	83	126	Aruba
116	Luxemburgo	-89.54	127	Benin	-84	0	84	127	Indonesia
117	Reino Unido	-89.63	128	Bahamas	-88	18	106	128	Colombia

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
118	Omán	-90.19	129	Zimbabwe	-91	2	93	129	Albania
119	Suiza	-90.31	130	Japón	-91	0	91	130	Zimbabwe
120	Bolivia	-90.86	131	Irlanda	-92	10	102	131	Polinesia Francesa
121	EEUU	-91.59	132	Sri Lanka	-92	4	95	132	Antillas Neerlandesas
122	Sri Lanka	-92.87	133	Islandia	-92	0	92	133	Bolivia
123	Sudáfrica	-93.20	134	Seychelles	-94	0	94	134	Bahamas
124	Jordania	-93.84	135	Cabo Verde	-95	0	95	135	Botswana
125	Venezuela,Rep Bolivar de	-94.75	136	Malasia	-99	59	158	136	Níger
126	Letonia	-95.01	137	Emiratos Arabes Unidos	-102	9	111	137	Brunei Darussalam
127	Zimbabwe	-95.03	138	Barbados	-102	0	102	138	Maldivas
128	Botswana	-96.32	139	Arabia Saudita	-105	18	123	139	Panamá
129	Estonia	-96.56	140	Dinamarca	-110	154	264	140	Kenya
130	Mauricio	-96.69	141	Nepal	-111	438	549	141	Túnez
131	Bosnia y Herzegovina	-97.07	142	Brunei Darussalam	-115	0	115	142	Rwanda
132	Bangladesh	-97.59	143	Países Bajos	-117	8	124	143	Sri Lanka
133	Nigeria	-97.70	144	Malta	-119	107	226	144	Libia, Jamahiriya Arabe
134	Suecia	-97.77	145	Nigeria	-119	1	121	145	Islandia
135	Marruecos	-97.98	146	Panamá	-122	87	209	146	Filipinas
136	Libia, Jamahiriya Arabe	-98.13	147	Mauricio	-122	2	124	147	Bahrein
137	Iraq	-98.27	148	Congo, Republica Dem del	-130	61	192	148	Bangladesh
138	Honduras	-98.95	149	Rwanda	-146	0	146	149	Líbano
139	Costa Rica	-98.99	150	Bangladesh	-168	2	170	150	Nepal
140	Corea, República de	-99.00		Afganistán				151	Barbados
141	Kuwait	-99.19		Antillas Neerlandesas				152	Mauricio
142	Japón	-99.31		Aruba				153	Lituania
143	Finlandia	-99.33		Bahrein				154	Luxemburgo
144	Argelia	-100.00		Bélgica-Luxemburgo				155	Eslovenia
145	Aruba	-100.00		Bhután				156	Ecuador
146	Azerbaiyán, República de	-100.00		Botswana				157	Venezuela,Rep Bolivar de
147	Barbados	-100.00		Caimán, Islas				158	Belarús
148	Belice	-100.00		Cisjordania				159	Chipre
149	Benin	-100.00		Cook, Islas				160	Nigeria

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
150	Bermudas	-100.00		Dominica				161	Estonia
151	Brunei Darussalam	-100.00		Eritrea				162	Honduras
152	Cabo Verde	-100.00		Etiopía RDP				163	Bosnia y Herzegovina
153	Caimán, Islas	-100.00		Feroe, Islas				164	Costa Rica
154	Camboya	-100.00		Gambia				165	Qatar
155	Centroafricana,República	-100.00		Gibraltar				166	Argelia
156	Chad	-100.00		Groenlandia				167	Iraq
157	Comoras	-100.00		Guadalupe				168	Letonia
158	Congo, República del	-100.00		Guam				169	Noruega
159	Dominica	-100.00		Guinea Ecuatorial				170	Israel
160	Ecuador	-100.00		Iraq				171	Portugal
161	Feroe, Islas	-100.00		Kiribati				172	Jordania
162	Fiji, Islas	-100.00		Kuwait				173	Omán
163	Ghana	-100.00		Laos				174	Federación de Rusia
164	Guam	-100.00		Liberia				175	Kuwait
165	Guinea Ecuatorial	-100.00		Luxemburgo				176	Corea, República de
166	Guinea-Bissau	-100.00		Malvinas (Falkland), Is				177	Finlandia
167	Haití	-100.00		Mauritania				178	Sudáfrica
168	Islandia	-100.00		Mayotte				179	Marruecos
169	Liberia	-100.00		Montserrat				180	Singapur
170	Malí	-100.00		Namibia				181	Irlanda
171	Malvinas (Falkland), Is	-100.00		Nauru				182	España
172	Mauritania	-100.00		Niue				183	No especificado
173	Mayotte	-100.00		Nueva Caledonia				184	Malasia
174	Montserrat	-100.00		Omán				185	Grecia
175	Mozambique	-100.00		Palestina, Terri.Ocupado				186	Dinamarca
176	Níger	-100.00		Papua Nueva Guinea				187	Suecia
177	Papua Nueva Guinea	-100.00		Puerto Rico				188	Emiratos Arabes Unidos
178	Polinesia Francesa	-100.00		Qatar				189	Bélgica
179	Rwanda	-100.00		Saint Kitts y Nevis				190	Austria
180	Samoa	-100.00		Salomón, Islas				191	Polonia
181	Samoa Americana	-100.00		Samoa Americana				192	Suiza

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002-2006									
Cuadro 1: Balanza comercial relativa			Cuadro 2: Transabilidad (Con Apert. Exp. y Penet. Import.)				Cuadro 3: Especialización inter		
Lugar en el mundo	PAIS	BCR %	Lugar en el mundo	PAIS	T %	AE %	PI %	Lugar en el mundo	PAIS
182	San Vicente/Granadinas	-100.00		San Pedro y Miquelón				193	Arabia Saudita
183	Santo Tomé y Príncipe	-100.00		San Vicente/Granadinas				194	Países Bajos
184	Seychelles	-100.00		Santo Tomé y Príncipe				195	Italia
185	Sierra Leona	-100.00		Sierra Leona				196	Francia
186	Tonga	-100.00		Singapur				197	Reino Unido
187	Turkmenistán	-100.00		Somalia				198	Japón
188	Tuvalu	-100.00		Swazilandia				199	Alemania
189	Vanuatu	-100.00		Tayikistán				200	EEUU
	Bélgica-Luxemburgo			Togo					Bélgica-Luxemburgo
	Cisjordania			Tonga					Cisjordania
	Etiopía RDP			Tuvalu					Etiopía RDP
	Guadalupe			Vanuatu					Guadalupe
	Kiribati			Viet Nam					Kiribati
	Nauru			Vírgenes Británicas, Is					Nauru
	Puerto Rico			Yemen, República Araba					Puerto Rico
	Salomón, Islas			Yugoslavia RFS					Salomón, Islas
	Timor Oriental			Zambia					Timor Oriental
	Yemen, República Araba			Zona de Gaza					Yemen, República Araba
	Yugoslavia RFS			No especificado					Yugoslavia RFS

Fuente: FAO y SIECA.

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
9.91	1	Filipinas	186.60	183.74	Optima	Bhután	100.00			
9.53	2	Suriname	179.43	176.64	Optima	Gibraltar	100.00	100.00	100.00	100.00
2.88	3	Indonesia	169.34	166.65	Optima	Kirguistán	100.00	100.00	100.00	100.00
2.18	4	Palestina, Terri.Ocupado	143.69	141.26	Optima	Laos			100.00	
1.81	5	Honduras	129.06	126.78	Optima	Niue	100.00	100.00	100.00	100.00
1.77	6	Senegal	119.36	117.17	Optima	Palestina, Terri.Ocupado	100.00	100.00	100.00	100.00
1.29	7	Lituania	119.26	117.07	Optima	Saint Kitts y Nevis		100.00	100.00	100.00
1.22	8	Serbia y Montenegro	82.30	80.48	Optima	Somalia	100.00	100.00	100.00	100.00
1.03	9	Armenia	71.42	69.71	Optima	Tayikistán	100.00	100.00	100.00	100.00
0.98	10	Antigua y Barbuda	70.34	68.64	Optima	Trinidad y Tabago		100.00		
0.91	11	Polonia	66.46	64.80	Optima	Virgenes Británicas, Is	100.00	100.00	100.00	
0.79	12	Kirguistán	64.03	62.39	Optima	Zona de Gaza	100.00	100.00		
0.62	13	Macedonia, La ex Rep Yug	61.59	59.98	Optima	Cuba	100.00	99.99	99.97	100.00
0.58	14	Omán	59.74	58.14	Optima	Uruguay	100.00	99.99	100.00	99.90
0.49	15	Egipto	59.09	57.50	Optima	Chile	100.00	99.98	99.93	99.75
0.37	16	Etiopía	56.90	55.33	Optima	Argentina	99.99	99.81	99.86	99.80
0.31	17	Kazajstán	54.87	53.32	Optima	Brasil	99.21	99.82	99.63	99.75
0.29	18	Uzbekistán	54.68	53.14	Optima	Uzbekistán	100.00	100.00	99.45	96.30
0.19	19	Malta	49.53	47.40	Optima	México	95.52	99.90	99.92	99.98
0.18	20	Cook, Islas	42.60	38.78	Optima	Myanmar	99.50	98.88	98.78	99.05
0.17	21	Qatar	41.75	40.34	Optima	Nueva Zelandia	99.22	98.76	97.88	99.67
0.17	22	Pakistán	40.94	39.54	Optima	Irán, Rep Islámica de	95.59	98.87	98.95	98.89
0.14	23	Granada	37.74	35.78	Optima	Guatemala	94.61	97.79	98.23	99.53
0.10	24	Saint Kitts y Nevis	37.74	35.78	Optima	Egipto	91.67	98.59	100.00	99.18
0.07	25	Finlandia	36.14	34.78	Optima	Antigua y Barbuda	100.00		100.00	90.24
0.07	26	Zambia	35.93	34.58	Optima	Ucrania	96.31	93.04	99.98	96.75
0.06	27	Nicaragua	32.10	30.78	Optima	Nicaragua	91.94	96.05	97.68	98.13
0.06	28	Tayikistán	31.62	30.31	Optima	Perú	96.93	98.29	94.63	91.67
0.06	29	Túnez	31.23	29.92	Optima	Tanzania, Rep Unida de	94.00	98.05	97.16	89.73
0.06	30	Georgia	30.46	28.60	Optima	Dominicana, República	96.06	98.39	96.43	91.71
0.04	31	Madagascar	29.20	27.91	Optima	Bulgaria	97.91	86.96	93.87	98.97
0.03	32	Líbano	26.76	25.50	Optima	Rumania	77.23	95.23	98.78	99.40

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
0.03	33	Países Bajos	25.60	24.35	Optima	Viet Nam	92.55	79.24	97.83	99.65
0.02	34	Guyana	25.18	23.93	Optima	Zambia	98.44	84.98	99.65	88.95
0.02	35	Sri Lanka	23.79	22.56	Optima	Turquía	94.94	93.91	93.87	87.08
0.01	36	Federación de Rusia	23.10	21.87	Optima	Moldova, República de	97.58	84.07	99.01	97.16
0.01	37	Albania	22.28	60.45	Optima	Croacia	92.66	94.57	94.22	72.59
0.01	38	India	22.09	20.87	Optima	Paraguay		100.00	60.00	
0.01	39	Noruega	21.89	20.68	Optima	China	88.15	86.74	82.77	86.75
0.00	40	Bahrein	21.34	20.13	Optima	El Salvador	90.24	73.12	81.05	79.80
0.00	41	Sudáfrica	21.31	20.10	Optima	Hungría	87.99	80.45	77.15	85.18
0.00	42	Guinea	21.24	19.51	Optima	Suriname	-19.76	100.00	100.00	97.39
0.00	43	Tanzania, Rep Unida de	21.20	19.99	Optima	Malawi	85.71	-13.04	100.00	100.00
0.00	44	Malasia	19.92	18.72	Optima	Macedonia, La ex Rep Yug	33.33	95.24	76.46	80.50
0.00	45	Arabia Saudita	18.63	17.44	Optima	India	32.52	95.66	59.78	94.13
0.00	46	Dominicana, República	17.05	15.88	Optima	Pakistán	48.59	72.15	85.33	79.28
0.00	47	Luxemburgo	16.23	15.07	Optima	Etiopía	14.29	32.66	100.00	100.00
0.00	48	Maldivas	14.29	13.15	Optima	Tailandia	14.32	79.79	56.89	85.36
0.00	49	Uganda	13.75	12.13	Optima	Armenia	0.00	54.17	65.22	100.00
0.00	50	Brasil	13.37	12.24	Optima	Gabón	38.93	47.37	5.00	76.38
0.00	51	Nigeria	12.42	11.30	Optima	Madagascar	0.00	50.00	16.67	100.00
0.00	52	Grecia	11.86	10.74	Optima	Georgia		-5.82	60.00	51.35
0.00	53	Checa, República	11.82	10.71	Optima	Australia	30.85	-25.75	43.90	71.06
0.00	54	Austria	11.07	9.96	Optima	Checa, República	28.25	7.04	43.63	28.36
0.00	55	Ucrania	10.37	9.27	Optima	Jamaica	100.00	-50.00	100.00	-100.00
0.00	56	Israel	9.49	8.39	Optima	Canadá	47.57	26.03	22.28	20.22
0.00	57	Angola	9.46	8.37	Optima	Kazajstán	-45.63	89.63	73.72	-52.11
0.00	58	Panamá	9.19	7.64	Optima	Eslovaquia	44.15	40.65	43.47	-23.25
0.00	59	Swazilandia	9.14	6.21	Optima	Yemen	-25.48	53.61	-22.30	8.19
0.00	60	Jordania	8.71	7.62	Optima	Eritrea	100.00	-100.00		
0.00	61	Suecia	8.32	7.24	Optima	Sudán	-7.73	75.00	34.25	-100.00
0.00	62	Rumania	7.43	6.36	Optima	Groenlandia	100.00	80.00	-52.38	-70.14
0.00	63	Singapur	6.76	5.69	Optima	Cook, Islas	-100.00	-100.00	42.86	76.47
0.00	64	Yemen	6.33	5.27	Optima	Angola	14.88	-36.36	-8.04	13.25

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
0.00	65	Gabón	5.51	4.46	Optima	Siria, República Arabe	16.08	-9.36	-57.11	7.94
0.00	66	Nueva Zelanda	5.33	4.28	Optima	Eslovenia	77.01	51.20	-25.06	-65.36
0.00	67	Bulgaria	5.19	4.14	Optima	Serbia y Montenegro	-70.82	-19.82	29.45	2.52
0.00	68	Chile	5.17	4.13	Optima	España	15.25	2.27	-16.25	-21.98
0.00	69	Emiratos Arabes Unidos	4.96	3.91	Optima	Guinea		57.14	-100.00	-100.00
0.00	70	Dinamarca	4.95	3.90	Optima	Santa Lucía		-61.48		100.00
0.00	71	Hungría	4.91	3.86	Optima	Indonesia	-97.53	-69.51	7.41	31.18
0.00	72	Guatemala	4.79	3.75	Optima	Senegal	-86.70	-100.00	50.69	-33.33
0.00	73	EEUU	4.67	3.63	Optima	Swazilandia	-100.00		-46.67	100.00
0.00	74	Uruguay	4.57	3.53	Optima	Côte d'Ivoire	70.13	-8.57	-100.00	-100.00
0.00	75	Siria, República Arabe	4.44	3.40	Optima	Dinamarca	-28.16	-25.32	-22.01	-35.48
0.00	76	Argentina	3.27	2.24	Optima	Portugal	0.67	-4.63	-50.25	-47.21
0.00	77	Viet Nam	2.76	1.73	Optima	Granada	-100.00	-41.18	-16.67	-3.23
0.00	78	China	1.87	0.85	Optima	Colombia	-9.53	-13.23	-27.80	-93.72
0.00	79	Sudán	1.57	0.56	Optima	Burundi		100.00	-100.00	
0.00	80	Alemania	1.33	0.32	Optima	Bélgica	-39.26	-45.26	-33.08	-23.50
0.00	81	Cuba	0.13	-0.86	Oport. Perdidas	Guyana	-80.00	-100.00	-61.39	100.00
0.00	82	El Salvador	-0.54	-1.53	Retirada	Israel	-21.69	51.45	-85.71	-88.20
0.00	83	Bosnia y Herzegovina	-0.91	-1.90	Retirada	Lituania	-87.93	45.81	-66.82	-68.05
0.00	84	Bélgica	-1.10	-2.09	Retirada	Gambia	-100.00	100.00	-100.00	
0.00	85	Zona de Gaza	-1.48	-2.46	Retirada	Togo	100.00	-100.00	-100.00	
0.00	86	Gibraltar	-2.14	-3.12	Retirada	Djibouti	26.03	-12.59	-75.00	-100.00
0.00	87	Francia	-3.02	-3.99	Retirada	Maldivas	-66.43	-55.54	-48.25	-47.03
0.00	88	Italia	-3.91	-4.87	Retirada	Federación de Rusia	-62.72	-73.84	-53.95	-20.17
0.00	89	Perú	-4.24	-5.20	Retirada	Chipre	-19.83	-53.03	-5.75	-93.77
0.00	90	Suiza	-4.50	-5.45	Retirada	Singapur	-62.98	-57.13	-43.75	-52.63
0.00	91	Santa Lucía	-4.54	-5.90	Retirada	Filipinas	-98.39	-100.00	-97.68	13.28
0.00	92	Kuwait	-5.40	-6.34	Retirada	Nepal	57.08	-70.81	-68.18	-100.00
0.00	93	Groenlandia	-5.74	-6.68	Retirada	Namibia	-14.89	-100.00		
0.00	94	España	-7.04	-7.97	Retirada	Corea, Rep Pop Dem	-19.36	-15.38	-100.00	-100.00
0.00	95	Tailandia	-7.18	-8.11	Retirada	Zimbabwe	100.00	-100.00	-100.00	-100.00
0.00	96	Australia	-7.22	-8.14	Retirada	Malasia	-72.99	-11.46	-76.63	-92.73

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
0.00	97	Somalia	-8.07	-8.98	Retirada	Alemania	-63.31	-63.09	-59.80	-60.74
0.00	98	Antillas Neerlandesas	-8.48	-10.93	Retirada	Grecia	-78.63	-40.03	-65.87	-60.67
0.00	99	Colombia	-9.02	-9.93	Retirada	Austria	-73.18	-69.68	-59.52	-58.19
0.00	100	Kenya	-9.27	-11.70	Retirada	Italia	-57.40	-70.06	-70.16	-56.40
0.00	101	Reino Unido	-9.55	-10.45	Retirada	Malta	-100.00	-59.76	-2.44	-100.00
0.00	102	México	-10.95	-11.84	Retirada	Uganda	-100.00	-76.99	40.59	-100.00
0.00	103	Irán, Rep Islámica de	-11.11	-12.00	Retirada	San Pedro y Miquelón	-100.00	73.33	-100.00	-100.00
0.00	104	Afganistán	-11.32	-12.31	Retirada	Bahamas	27.27	-80.00	-87.50	-100.00
0.00	105	Canadá	-11.44	-12.33	Retirada	Panamá	-100.00	-45.68	-40.30	-100.00
0.00	106	Eslovaquia	-12.32	-13.20	Retirada	Nueva Caledonia	0.00	-100.00	-70.36	-100.00
0.00	107	Eslovenia	-13.13	-14.00	Retirada	Bahrein	-84.89	-86.64	-74.78	-56.49
0.00	108	Congo, Republica Dem del	-14.77	-17.06	Retirada	Francia	-68.65	-72.83	-73.65	-72.72
0.00	109	Myanmar	-15.76	-16.60	Retirada	Arabia Saudita	-71.26	-78.75	-72.53	-74.74
0.00	110	Corea, República de	-15.83	-16.67	Retirada	Noruega	-84.54	-68.40	-63.45	-86.22
0.00	111	Japón	-16.85	-17.68	Retirada	No especificado	-69.64	-50.07	-72.09	-97.97
0.00	112	Jamaica	-18.83	-19.64	Retirada	Albania	-91.12	-44.44	-100.00	-100.00
0.00	113	Venezuela,Rep Bolivar de	-19.78	-20.58	Retirada	Burkina Faso	-9.09	-100.00	-87.35	-100.00
0.00	114	Nueva Caledonia	-20.90	-21.69	Retirada	Afganistán	-100.00	-100.00	-100.00	-45.64
0.00	115	Turquía	-22.58	-23.35	Retirada	Mongolia	0.00	-100.00	-100.00	-100.00
0.00	116	Irlanda	-23.43	-24.20	Retirada	Líbano	-93.86	-84.28	-67.15	-85.09
0.00	117	Belarús	-26.33	-27.39	Retirada	Irlanda	-73.23	-73.18	-83.23	-89.00
0.00	118	Corea, Rep Pop Dem	-26.68	-27.41	Retirada	Polonia	-97.74	-82.55	-64.91	-89.94
0.00	119	Mauricio	-27.52	-28.25	Retirada	Congo, Republica Dem del	-100.00	-100.00	-42.08	-100.00
0.00	120	Estonia	-28.49	-29.20	Retirada	Emiratos Arabes Unidos	-83.48	-86.93	-81.43	-87.14
0.00	121	Iraq	-31.76	-32.44	Retirada	Belarús		-58.04	-99.18	-91.78
0.00	122	Côte d'Ivoire	-33.05	-33.72	Retirada	Qatar	-96.34	-93.40	-81.25	-86.99
0.00	123	Trinidad y Tabago	-33.13	-34.08	Retirada	Países Bajos	-91.80	-87.03	-82.04	-91.76
0.00	124	Botswana	-33.13	-34.08	Retirada	Luxemburgo	-92.61	-91.59	-94.60	-82.89
0.00	125	Bahamas	-33.69	-34.35	Retirada	Túnez	-93.85	-100.00	-70.37	-93.16
0.00	126	Portugal	-34.43	-35.08	Retirada	Reino Unido	-85.88	-91.46	-89.30	-92.26
0.00	127	Paraguay	-36.51	-37.42	Retirada	Suiza	-90.10	-91.22	-88.61	-90.45
0.00	128	Marruecos	-36.54	-37.17	Retirada	Omán	-97.96	-83.56	-89.65	-93.51

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
0.00	129	Croacia	-37.16	-37.79	Retirada	Kenya	-100.00	-100.00	-82.02	-90.45
0.00	130	Malawi	-40.13	-40.73	Retirada	EEUU	-92.58	-89.65	-90.44	-92.85
0.00	131	Chipre	-40.50	-41.09	Retirada	Jordania	-95.55	-79.34	-95.29	-96.74
0.00	132	Moldova, República de	-44.01	-44.57	Retirada	Sri Lanka	-95.83	-95.65	-90.05	-91.97
0.00	133	No especificado	-49.45	-49.95	Retirada	Sudáfrica	-90.34	-90.73	-95.39	-92.55
0.00	134	Niue	-55.16	-55.61	Retirada	Antillas Neerlandesas	-100.00	-100.00	-84.26	-93.33
0.00	135	Costa Rica	-55.38	-55.82	Retirada	Letonia	-86.46	-90.90	-97.24	-99.11
0.00	136	Bangladesh	-100.00	-100.00	Retirada	Venezuela,Rep Bolivar de	-94.41	-97.75	-87.83	-100.00
0.00	137	Bhután	-100.00	-100.00	Retirada	Mauricio	-90.08	-98.36	-94.22	-98.63
0.00	138	Bolivia	-100.00	-100.00	Retirada	Camerún	-81.52	-100.00	-100.00	-100.00
-0.01	139	Burkina Faso	-100.00	-100.00	Retirada	Bosnia y Herzegovina	-96.81	-98.89	-97.45	-95.98
-0.01	140	Burundi	-100.00	-100.00	Retirada	Iraq	-88.90	-100.00	-99.19	-100.00
-0.01	141	Camerún	-100.00	-100.00	Retirada	Nigeria	-97.40	-95.73	-100.00	-96.31
-0.01	142	Djibouti	-100.00	-100.00	Retirada	Suecia	-98.23	-97.82	-97.87	-97.62
-0.01	143	Eritrea	-100.00	-100.00	Retirada	Estonia	-93.92	-100.00	-96.37	-100.00
-0.01	144	Gambia	-100.00	-100.00	Retirada	Marruecos	-93.34	-100.00	-100.00	-99.53
-0.01	145	Laos	-100.00	-100.00	Retirada	Bolivia	-100.00	-92.64	-100.00	-100.00
-0.01	146	Letonia	-100.00	-100.00	Retirada	Corea, República de	-97.28	-97.31	-99.39	-99.49
-0.01	147	Libia, Jamahiriya Arabe	-100.00	-100.00	Retirada	Bangladesh	-94.12	-100.00	-100.00	-100.00
-0.01	148	Mongolia	-100.00	-100.00	Retirada	Libia, Jamahiriya Arabe	-100.00	-100.00	-94.48	-100.00
-0.01	149	Namibia	-100.00	-100.00	Retirada	Costa Rica	-98.98	-99.11	-98.30	-99.11
-0.01	150	Nepal	-100.00	-100.00	Retirada	Kuwait	-98.46	-99.00	-99.65	-99.05
-0.01	151	San Pedro y Miquelón	-100.00	-100.00	Retirada	Botswana	-100.00	-97.63	-100.00	
-0.01	152	Togo	-100.00	-100.00	Retirada	Japón	-98.67	-99.07	-99.93	-99.34
-0.01	153	Virgenes Británicas, Is	-100.00	-100.00	Retirada	Honduras	-99.92	-99.83	-99.76	-99.23
-0.01	154	Zimbabwe	-100.00	-100.00	Retirada	Finlandia	-99.79	-100.00	-99.65	-98.76
-0.01		Argelia				Argelia	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Aruba				Aruba	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Azerbaiyán, República de				Azerbaiyán, República de	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Barbados				Barbados	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Bélgica-Luxemburgo				Belice		-100.00		
-0.02		Belice				Benin	-100.00	-100.00		

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
-0.02		Benin				Bermudas	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Bermudas				Brunei Darussalam	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.02		Brunei Darussalam				Cabo Verde	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.03		Cabo Verde				Caimán, Islas	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.03		Caimán, Islas				Camboya	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.03		Camboya				Centroafricana,República	-100.00			
-0.03		Centroafricana,República				Chad	-100.00		-100.00	
-0.03		Chad				Comoras	-100.00	-100.00	-100.00	
-0.03		Cisjordania				Congo, República del	-100.00	-100.00		-100.00
-0.04		Comoras				Dominica	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.05		Congo, República del				Ecuador	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.05		Dominica				Feroe, Islas		-100.00	-100.00	-100.00
-0.06		Ecuador				Fiji, Islas	-100.00	-100.00	-100.00	
-0.09		Etiopía RDP				Ghana	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.10		Feroe, Islas				Guam	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.11		Fiji, Islas				Guinea Ecuatorial	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.12		Ghana				Guinea-Bissau	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.12		Guadalupe				Haití	-100.00		-100.00	
-0.14		Guam				Islandia	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.15		Guinea Ecuatorial				Liberia	-100.00		-100.00	
-0.18		Guinea-Bissau				Malí	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.21		Haití				Malvinas (Falkland), Is			-100.00	-100.00
-0.21		Islandia				Mauritania	-100.00		-100.00	
-0.23		Kiribati				Mayotte	-100.00	-100.00		-100.00
-0.23		Liberia				Montserrat	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.25		Malí				Mozambique	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.31		Malvinas (Falkland), Is				Níger	-100.00	-100.00	-100.00	
-0.32		Mauritania				Papua Nueva Guinea	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.44		Mayotte				Polinesia Francesa	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-0.44		Montserrat				Rwanda			-100.00	-100.00
-0.50		Mozambique				Samoa		-100.00		
-0.73		Nauru				Samoa Americana				-100.00

ANEXO 2. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial 2002										
nacional	Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional					Cuadro 5: Evolución de la balanza comercial rela				
L %	Lugar en el mundo	PAIS	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.	PAIS	2002	2003	2004	2005
-1.01		Níger				San Vicente/Granadinas	-100.00	-100.00	-100.00	
-1.04		Papua Nueva Guinea				Santo Tomé y Príncipe				-100.00
-1.38		Polinesia Francesa				Seychelles	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-1.76		Puerto Rico				Sierra Leona	-100.00	-100.00	-100.00	-100.00
-2.99		Rwanda				Tonga	-100.00		-100.00	
-5.38		Salomón, Islas				Turkmenistán	-100.00	-100.00	-100.00	
-8.54		Samoa				Tuvalu		-100.00		
-10.96		Samoa Americana				Vanuatu	-100.00	-100.00		-100.00
		San Vicente/Granadinas				Bélgica-Luxemburgo				
		Santo Tomé y Príncipe				Cisjordania				
		Seychelles				Etiopía RDP				
		Sierra Leona				Guadalupe				
		Timor Oriental				Kiribati				
		Tonga				Nauru				
		Turkmenistán				Puerto Rico				
		Tuvalu				Salomón, Islas				
		Vanuatu				Timor Oriental				
		Yemen, República Araba				Yemen, República Araba				
		Yugoslavia RFS				Yugoslavia RFS				

Fuente: FAO y SIECA.

2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
100.00	100.00
	100.00
	100.00
99.98	99.99
99.93	99.96
99.78	99.89
99.82	99.86
99.91	99.67
99.69	99.09
100.00	99.06
98.57	98.96
99.23	98.95
98.98	98.26
99.31	97.89
99.25	97.74
100.00	97.56
99.62	97.14
97.92	96.35
98.13	95.93
96.15	95.02
91.67	94.85
93.55	94.25
99.75	94.08

2006-2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
96.88	93.23
92.80	92.96
93.99	92.76
80.98	91.76
81.56	87.12
100.00	86.67
87.54	86.39
91.40	83.12
79.86	82.12
98.34	75.19
100.00	74.53
86.44	74.40
89.88	74.39
84.67	74.00
100.00	69.39
86.60	64.59
73.05	58.49
57.10	44.95
44.00	42.13
51.14	39.17
28.38	29.69
32.31	27.92
82.45	26.49
11.58	25.53
58.06	24.73
-5.03	20.00
8.69	4.54
	0.00
-5.59	-0.81
-62.00	-0.90
70.59	-2.02
0.30	-3.19

2006-2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
25.54	-3.38
-63.82	-5.21
22.34	-7.27
-15.68	-7.28
86.76	-14.02
-81.23	-14.23
37.30	-18.23
49.54	-23.96
-49.23	-23.97
10.34	-25.62
-20.99	-26.39
-54.59	-31.20
0.00	-32.21
-20.33	-32.92
-100.00	-33.33
-28.25	-33.87
-30.15	-34.31
-86.60	-46.15
-61.13	-47.62
-100.00	-50.00
-100.00	-50.00
-100.00	-52.31
-46.46	-52.74
-53.76	-52.89
-93.39	-53.15
-50.79	-53.45
8.35	-54.89
-100.00	-56.38
	-57.45
-59.02	-58.75
-100.00	-60.00
-51.00	-60.96

2006-2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
-59.25	-61.24
-63.50	-61.74
-53.52	-62.82
-66.69	-64.14
-59.55	-64.35
-89.95	-65.27
-100.00	-65.33
-89.53	-65.95
-49.30	-67.06
-66.47	-67.37
-40.37	-68.63
-75.32	-72.63
-73.82	-74.22
-70.09	-74.54
-99.49	-77.85
-54.11	-77.93
-100.00	-79.29
-53.78	-79.88
-100.00	-80.00
-70.09	-80.09
-91.00	-81.93
-77.26	-82.48
-76.62	-83.74
-83.65	-84.53
-89.93	-84.73
-81.77	-87.95
-88.81	-88.29
-84.94	-89.33
-90.24	-89.52
-90.05	-89.79
-91.12	-90.30
-88.66	-90.67

2006-2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
-81.52	-90.80
-92.07	-91.52
-94.11	-92.21
-88.79	-92.46
-93.47	-92.50
-89.42	-93.40
-100.00	-94.74
0.00	-95.00
-98.61	-95.98
-100.00	-96.30
-96.39	-97.10
-99.65	-97.55
-98.32	-97.55
-97.33	-97.77
-99.20	-97.90
-99.53	-98.48
-100.00	-98.53
-99.64	-98.62
-100.00	-98.82
-100.00	-98.90
-99.92	-99.08
-99.35	-99.10
-99.06	-99.17
-99.48	-99.30
-97.84	-99.32
-99.06	-99.45
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00

2006*	
ativa %	
2006	Promedio %
-100.00	-100.00
	-100.00
-100.00	-100.00
	-100.00
-100.00	-100.00
-100.00	-100.00
	-100.00
-100.00	-100.00

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons			
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %	
Arabia Saudita	9,899.61	21.21	Atractivo 1	Albania	0.46	4.19	
Canadá	8,798.02	3.97	Atractivo 1	Antigua y Barbuda	0.64	59.97	
China	6,296.59	2.98	Atractivo 1	Arabia Saudita	0.34	8.44	
Dinamarca	4,992.59	1.79	Atractivo 1	Armenia	0.35	9.17	
EEUU	95,724.34	3.23	Atractivo 1	Austria	1.62	1.84	
España	12,987.84	5.31	Atractivo 1	Barbados	0.35	3.46	
Francia	17,487.73	2.53	Atractivo 1	Belarús	0.33	1.09	
Italia	14,713.06	2.11	Atractivo 1	Bermudas	0.91	14.50	
Países Bajos	9,254.18	17.66	Atractivo 1	Bosnia y Herzegovina	0.63	7.68	
Polonia	4,652.27	2.62	Atractivo 1	Bulgaria	0.27	6.31	
Afganistán	32.16	73.44	Promisorio 2	Canadá	0.87	3.73	
Albania	26.81	11.79	Promisorio 2	Checa, República	0.55	1.18	
Angola	24.03	16.09	Promisorio 2	Corea, República de	0.60	4.24	
Antillas Neerlandesas	26.70	31.07	Promisorio 2	Croacia	0.29	5.61	
Argelia	245.34	13.20	Promisorio 2	Eslovenia	1.14	3.88	
Argentina	60.79	107.85	Promisorio 2	España	0.90	2.92	
Armenia	6.51	18.18	Promisorio 2	Estonia	0.73	4.09	
Aruba	19.01	5.17	Promisorio 2	Federación de Rusia	0.36	1.26	
Azerbaiyán, República de	3.95	34.00	Promisorio 2	Finlandia	0.56	1.10	
Bahamas	36.20	32.36	Promisorio 2	Georgia	0.47	5.97	
Bangladesh	82.10	14.69	Promisorio 2	Hungría	0.63	34.26	
Barbados	95.51	11.94	Promisorio 2	Irán, Rep Islámica de	0.48	7.12	
Belarús	151.65	10.20	Promisorio 2	Irlanda	0.40	1.21	
Bermudas	17.85	6.12	Promisorio 2	Islandia	0.24	3.24	
Botswana	32.04	151.48	Promisorio 2	Italia	0.35	3.27	
Bulgaria	172.87	32.36	Promisorio 2	Japón	0.39	1.94	
Cabo Verde	9.54	6.73	Promisorio 2	Letonia	0.39	3.88	
Camerún	12.05	6.30	Promisorio 2	Líbano	0.29	5.50	
Chad	4.80	34.49	Promisorio 2	Lituania	0.35	1.40	
Checa, República	1,445.28	9.84	Promisorio 2	Macedonia, La ex Rep Yug	0.46	1.79	
Chile	6.00	77.83	Promisorio 2	Moldova, República de	0.42	14.16	
Chipre	186.47	7.84	Promisorio 2	Nueva Zelandia	1.94	9.87	

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Comoras	2.09	10.45	Promisorio 2	Países Bajos	0.46	10.46
Congo, República del	8.96	28.20	Promisorio 2	Polinesia Francesa	0.30	1.25
Congo, Republica Dem del	17.73	74.91	Promisorio 2	Polonia	0.39	6.24
Cook, Islas	1.90	20.11	Promisorio 2	Portugal	0.74	4.61
Corea, República de	959.56	26.58	Promisorio 2	Rumania	0.45	10.34
Cuba	0.66	9.15	Promisorio 2	Serbia y Montenegro	0.37	8.50
Dominica	2.52	33.20	Promisorio 2	Turquía	0.88	2.66
Dominicana, República	5.10	36.56	Promisorio 2	Ucrania	1.11	1.30
Ecuador	129.73	3.10	Promisorio 2	Argelia	0.08	6.47
Emiratos Arabes Unidos	2,897.33	5.19	Promisorio 2	Brasil	0.06	4.63
Eslovaquia	804.24	8.14	Promisorio 2	Burundi	0.03	1.22
Eslovenia	297.90	76.75	Promisorio 2	China	0.16	4.40
Estonia	159.14	7.94	Promisorio 2	Colombia	0.05	2.24
Federación de Rusia	1,060.32	16.58	Promisorio 2	Comoras	0.04	103.75
Feroe, Islas	6.23	81.71	Promisorio 2	Congo, República del	0.00	9.56
Fiji, Islas	6.78	48.00	Promisorio 2	Cuba	0.05	5.19
Filipinas	288.12	5.87	Promisorio 2	Dominica	0.03	10.50
Gambia	2.03	18.94	Promisorio 2	Dominicana, República	0.21	3.66
Granada	1.40	12.47	Promisorio 2	Ecuador	0.08	2.63
Groenlandia	14.80	117.06	Promisorio 2	El Salvador	0.09	21.88
Guam	2.85	15.01	Promisorio 2	Jordania	0.11	4.36
Guinea Ecuatorial	0.85	22.83	Promisorio 2	Marruecos	0.14	3.56
Guinea-Bissau	0.48	3.92	Promisorio 2	Mongolia	0.04	12.70
Honduras	194.88	19.09	Promisorio 2	Myanmar	0.00	10.79
Hungría	1,649.32	17.37	Promisorio 2	Níger	0.01	22.43
Iraq	250.25	38.08	Promisorio 2	Santa Lucía	0.14	11.05
Islandia	68.46	3.28	Promisorio 2	Sudáfrica	0.05	17.21
Israel	359.32	69.76	Promisorio 2	Vanuatu	0.00	10.79
Jordania	470.36	2.64	Promisorio 2	Afganistán		
Kenya	50.79	2.77	Promisorio 2	Antillas Neerlandesas		
Kuwait	805.73	12.42	Promisorio 2	Aruba		
Letonia	256.37	10.67	Promisorio 2	Azerbaiyán, República de	0.07	-0.99

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Liberia	1.26	15.51	Promisorio 2	Bahamas	0.12	-23.69
Lituania	140.47	68.26	Promisorio 2	Bahrein		
Macedonia, La ex Rep Yug	2.72	9.88	Promisorio 2	Bangladesh		
Madagascar	2.10	6.96	Promisorio 2	Bélgica-Luxemburgo		
Malasia	3,019.09	3.60	Promisorio 2	Belize	0.16	-6.85
Malawi	7.00	-100.00	Promisorio 2	Benin		
Maldivas	58.24	1.48	Promisorio 2	Bhután		0.00
Malí	12.68	89.44	Promisorio 2	Bolivia	0.07	-1.27
Malta	22.58	39.37	Promisorio 2	Botswana		
Malvinas (Falkland), Is	1.09	9.83	Promisorio 2	Brunei Darussalam	0.11	-100.00
Marruecos	1,188.02	8.65	Promisorio 2	Burkina Faso	0.00	-100.00
Mauricio	104.72	8.31	Promisorio 2	Cabo Verde	0.02	-0.46
Montserrat	1.38	10.48	Promisorio 2	Caimán, Islas		
Myanmar	1.04	4.13	Promisorio 2	Camboya		
Nepal	461.00	7.10	Promisorio 2	Camerún	0.19	-0.99
Níger	38.31	63.86	Promisorio 2	Chad	0.10	-2.88
Nigeria	154.11	22.74	Promisorio 2	Chile	0.09	-8.12
Noruega	300.41	5.10	Promisorio 2	Cisjordania		
Nueva Caledonia	4.42	8.99	Promisorio 2	Congo, Republica Dem del		
Nueva Zelandia	15.71	5.13	Promisorio 2	Cook, Islas		
Omán	564.50	12.29	Promisorio 2	Corea, Rep Pop Dem		
Pakistán	211.50	5.94	Promisorio 2	Côte d'Ivoire		
Panamá	74.82	7.89	Promisorio 2	Djibouti	0.01	-2.60
Qatar	256.42	1.24	Promisorio 2	Egipto	0.11	-4.76
Rwanda	52.20	3.92	Promisorio 2	Eritrea		
San Pedro y Miquelón	1.90	20.11	Promisorio 2	Etiopía RDP		
San Vicente/Granadinas	13.38	2.68	Promisorio 2	Feroe, Islas		
Santa Lucía	10.20	17.60	Promisorio 2	Fiji, Islas	0.14	-0.48
Senegal	9.78	4.07	Promisorio 2	Filipinas	0.00	-100.00
Serbia y Montenegro	55.78	16.90	Promisorio 2	Gabón	0.00	0.27
Seychelles	8.18	17.55	Promisorio 2	Gambia	0.00	-5.16
Sudáfrica	1,045.17	31.64	Promisorio 2	Ghana		

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Swazilandia	24.86	6.80	Promisorio 2	Gibraltar		
Tanzania, Rep Unida de	11.34	10.70	Promisorio 2	Granada	0.02	-16.02
Tonga	0.58	11.01	Promisorio 2	Groenlandia		
Túnez	51.10	19.21	Promisorio 2	Guadalupe		
Uganda	13.43	43.89	Promisorio 2	Guam		
Uruguay	3.17	80.40	Promisorio 2	Guatemala	0.01	-20.40
Zambia	13.15	85.56	Promisorio 2	Guinea	0.07	-2.81
Zimbabwe	22.38	184.34	Promisorio 2	Guinea Ecuatorial		
No especificado	1,957.91	18.01	Promisorio 2	Guinea-Bissau	0.04	-3.75
Antigua y Barbuda	2.00		Menor interés 3	Guyana	0.11	-2.03
Australia	4,066.41	-6.21	Menor interés 3	Haití	0.10	-0.82
Bahrein	95.23	-12.73	Menor interés 3	Honduras	0.03	-9.43
Bélgica-Luxemburgo			Menor interés 3	India	0.04	-4.75
Belice	1.00	-100.00	Menor interés 3	Indonesia	0.00	-24.42
Benin	9.10	-5.22	Menor interés 3	Iraq		
Bhután			Menor interés 3	Kazajstán	0.06	-1.09
Bolivia	26.32	-36.90	Menor interés 3	Kirguistán	0.14	-17.97
Bosnia y Herzegovina	205.46	-3.39	Menor interés 3	Kiribati		
Brasil	26.92	-22.54	Menor interés 3	Kuwait		
Brunei Darussalam	39.09	-21.83	Menor interés 3	Laos		
Burkina Faso	2.80	-19.73	Menor interés 3	Liberia		
Burundi	0.75	-20.63	Menor interés 3	Libia, Jamahiriya Arabe	0.15	-4.84
Caimán, Islas	2.50	-8.97	Menor interés 3	Luxemburgo		
Camboya	8.62	-22.94	Menor interés 3	Malasia	0.08	0.22
Centrafricana, República	2.00	-100.00	Menor interés 3	Malawi		
Cisjordania			Menor interés 3	Maldivas	0.16	-13.38
Colombia	56.02	-4.91	Menor interés 3	Malí	0.02	-3.85
Corea, Rep Pop Dem	7.46	-11.09	Menor interés 3	Malta	0.01	-25.28
Costa Rica	229.50	-25.08	Menor interés 3	Malvinas (Falkland), Is		
Côte d'Ivoire	12.27	-9.05	Menor interés 3	Mauricio	0.07	-8.93
Croacia	24.52	-23.54	Menor interés 3	Mauritania		
Djibouti	7.07	-15.86	Menor interés 3	Mayotte		

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Egipto	5.47	-2.50	Menor interés 3	Montserrat		
El Salvador	149.67	-3.14	Menor interés 3	Mozambique	0.02	-2.60
Eritrea	2.00	-100.00	Menor interés 3	Namibia		
Etiopía	3.00	-100.00	Menor interés 3	Nauru		
Etiopía RDP			Menor interés 3	Nepal	0.00	-6.41
Finlandia	999.58	0.57	Menor interés 3	<u>Nicaragua</u>	0.04	-24.85
Gabón	8.70	-4.07	Menor interés 3	Nigeria		
Georgia	2.19	-4.46	Menor interés 3	Niue		
Ghana	3.20	-20.15	Menor interés 3	Nueva Caledonia		
Gibraltar			Menor interés 3	Omán		
Grecia	2,476.33	-1.25	Menor interés 3	Pakistán	0.01	-100.00
Guadalupe			Menor interés 3	Palestina, Terri.Ocupado		
Guatemala	15.80	-30.93	Menor interés 3	Panamá	0.01	-14.94
Guinea	1.56	-13.43	Menor interés 3	Papua Nueva Guinea		
Guyana	6.87	-8.64	Menor interés 3	Perú	0.02	-7.50
Haití	2.50	-37.00	Menor interés 3	Puerto Rico		
India	1,523.05	-22.26	Menor interés 3	Qatar		
Indonesia	984.38	-4.14	Menor interés 3	Rwanda	0.00	0.27
Irán, Rep Islámica de	13.36	-33.84	Menor interés 3	Saint Kitts y Nevis		
Irlanda	1,676.62	-2.91	Menor interés 3	Salomón, Islas		
Jamaica	2.35	-49.83	Menor interés 3	Samoa Americana		
Kazajstán	14.44	-2.47	Menor interés 3	San Pedro y Miquelón		
Kirguistán			Menor interés 3	San Vicente/Granadinas		
Kiribati			Menor interés 3	Santo Tomé y Príncipe		
Laos			Menor interés 3	Senegal	0.05	-0.88
Líbano	96.31	-10.03	Menor interés 3	Seychelles	0.06	-10.06
Libia, Jamahiriya Arabe	64.78	-55.77	Menor interés 3	Sierra Leona		
Luxemburgo	123.75	-0.02	Menor interés 3	Singapur		
Mauritania	0.27	-27.28	Menor interés 3	Siria, República Arabe	0.10	-0.91
Mayotte	1.26	-12.03	Menor interés 3	Somalia		
México	249.13	-0.78	Menor interés 3	Sri Lanka	0.00	0.27
Moldova, República de	15.23	-13.91	Menor interés 3	Sudán	0.02	-4.83

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Mongolia	75.24	0.14	Menor interés 3	Suriname	0.21	-2.02
Mozambique	2.76	-1.30	Menor interés 3	Swazilandia		
Namibia	26.10	-2.08	Menor interés 3	Tailandia	0.03	-9.09
Nauru			Menor interés 3	Tayikistán		
Nicaragua	<u>2.77</u>	<u>0.13</u>	<u>Menor interés 3</u>	Togo		
Niue			Menor interés 3	Tonga		
Palestina, Terri.Ocupado			Menor interés 3	Trinidad y Tabago	0.03	0.03
Papua Nueva Guinea	9.78	-3.77	Menor interés 3	Tuvalu		
Paraguay	1.00	-100.00	Menor interés 3	Uganda	0.01	0.09
Perú	7.18	-13.41	Menor interés 3	Uzbekistán	0.09	-1.53
Polinesia Francesa	22.52	-7.81	Menor interés 3	Venezuela,Rep Bolivar de	0.01	-100.00
Portugal	1,406.36	-16.00	Menor interés 3	Viet Nam		
Puerto Rico			Menor interés 3	Virgenes Británicas, Is		
Rumania	212.84	-57.37	Menor interés 3	Yemen	0.03	-100.00
Saint Kitts y Nevis			Menor interés 3	Yemen, República Araba		
Salomón, Islas			Menor interés 3	Yugoslavia RFS		
Samoa	1.00	-100.00	Menor interés 3	Zambia		
Samoa Americana	1.06	-100.00	Menor interés 3	Zimbabwe	0.00	-13.99
Santo Tomé y Principe	0.35	-100.00	Menor interés 3	Zona de Gaza		
Sierra Leona	2.21	-7.66	Menor interés 3	No especificado		
Singapur	1,855.11	-0.71	Menor interés 3	Alemania	1.11	-0.38
Siria, República Arabe	6.63	0.39	Menor interés 3	Angola	1.49	-2.36
Somalia			Menor interés 3	Argentina	0.24	-10.19
Sri Lanka	54.99	0.81	Menor interés 3	Australia	0.72	-2.10
Sudán	4.33	0.71	Menor interés 3	Bélgica	0.55	-2.49
Suecia	2,604.80	-0.30	Menor interés 3	Centroafricana,República	3.29	-1.04
Suriname	1.09	-0.90	Menor interés 3	Chipre	1.29	0.48
Tailandia	975.53	-41.94	Menor interés 3	Costa Rica	0.35	-5.74
Tayikistán			Menor interés 3	Dinamarca	0.35	-14.72
Timor Oriental			Menor interés 3	EEUU	0.55	-0.68
Togo	1.56	-2.35	Menor interés 3	Emiratos Arabes Unidos	0.61	-3.83
Trinidad y Tabago			Menor interés 3	Eslovaquia	0.29	-9.57

ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural, 2002-2

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones				Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Cons		
PAIS	PROM. IMPORT. TM	T.C. IMPORT. %	TAMAÑO Y DINAMICA DE IMPORT.	PAIS	PROM. CONSUMO PERCAPITA Kg/Año	T.C. CONSUMO PERCAPITA %
Turkmenistán	5.84	0.69	Menor interés 3	Etiopía	0.51	0.50
Turquía	264.43	-19.79	Menor interés 3	Francia	0.48	-0.05
Tuvalu	0.20	-100.00	Menor interés 3	Grecia	1.55	-1.11
Ucrania	50.49	-30.14	Menor interés 3	Israel	0.54	-1.39
Uzbekistán	0.58	-20.63	Menor interés 3	Jamaica	0.38	-0.32
Vanuatu	0.76	-5.39	Menor interés 3	Kenya	0.65	-3.81
Venezuela,Rep Bolivar de	140.45	-15.01	Menor interés 3	Madagascar	0.22	-2.41
Viet Nam	464.71	-14.06	Menor interés 3	México	0.30	-0.11
Virgenes Británicas, Is			Menor interés 3	Noruega	0.35	-2.44
Yemen	370.33	-7.48	Menor interés 3	Paraguay	0.29	-1.54
Yemen, República Araba			Menor interés 3	Reino Unido	0.51	0.64
Yugoslavia RFS			Menor interés 3	Samoa	2.08	-0.69
Zona de Gaza			Menor interés 3	Suecia	0.66	0.53
Alemania	93,934.79	-1.27	Potencial 4	Suiza	1.40	0.74
Austria	4,807.35	-2.86	Potencial 4	Tanzania, Rep Unida de	0.70	-1.40
Bélgica	7,329.80	-5.90	Potencial 4	Timor Oriental	0.45	-5.44
Japón	45,063.69	0.53	Potencial 4	Túnez	0.25	-0.91
Reino Unido	26,382.48	-2.57	Potencial 4	Turkmenistán	1.68	-0.80
Suiza	6,394.67	-2.30	Potencial 4	Uruguay	0.26	-100.00
Mundo	4,175.39	1.01		Mundo	0.22	1.08

Fuente: FAO y SIECA.

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natura								
umero per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados						Cuadro 4: Comparación de Precios de ir		
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC	
Atractivo	1	1	EEUU	-0.01	0.99	0.03	22.88	11.55	Burkina Faso	11.94
Atractivo	1	2	Alemania	0.00	0.99	-0.01	22.51	11.35	Cook, Islas	11.00
Atractivo	1	3	Japón	0.02	0.95	0.01	10.80	5.50	Siria, República Arabe	8.40
Atractivo	1	4	Reino Unido	0.01	0.98	-0.03	6.32	3.25	Luxemburgo	6.35
Atractivo	1	5	Francia	0.00	1.00	0.03	4.18	2.20	Líbano	5.41
Atractivo	1	6	Italia	0.03	0.93	0.02	3.53	1.87	Georgia	5.33
Atractivo	1	7	España	0.03	0.94	0.05	3.11	1.67	Polinesia Francesa	5.32
Atractivo	1	8	Arabia Saudita	0.08	0.84	0.21	2.37	1.34	Chile	5.00
Atractivo	1	9	Países Bajos	0.10	0.81	0.18	2.20	1.25	Nueva Caledonia	4.84
Atractivo	1	10	Canadá	0.04	0.92	0.04	2.11	1.16	Senegal	4.75
Atractivo	1	11	Bélgica	-0.02	0.94	-0.06	1.76	0.95	Togo	4.61
Atractivo	1	12	China	0.04	0.91	0.03	1.51	0.86	Seychelles	4.60
Atractivo	1	13	Suiza	0.01	0.98	-0.02	1.53	0.86	Bosnia y Herzegovina	4.54
Atractivo	1	14	Austria	0.02	0.96	-0.03	1.15	0.66	Perú	4.31
Atractivo	1	15	Dinamarca	-0.15	0.70	0.02	1.20	0.66	Islandia	4.21
Atractivo	1	16	Polonia	0.06	0.87	0.03	1.11	0.66	Bahrein	4.20
Atractivo	1	17	Zimbabwe	-0.14	0.35	1.84	0.01	0.58	México	4.11
Atractivo	1	18	Australia	-0.02	0.93	-0.06	0.98	0.56	Aruba	3.99
Atractivo	1	19	Malasia	0.00	0.92	0.04	0.72	0.46	Guyana	3.90
Atractivo	1	20	Botswana			1.51	0.01	0.46	Fiji, Islas	3.76
Atractivo	1	21	Emiratos Arabes Unidos	-0.04	0.91	0.05	0.69	0.45	Belarús	3.74
Atractivo	1	22	Suecia	0.01	0.98	0.00	0.62	0.41	Nigeria	3.59
Atractivo	1	23	Grecia	-0.01	0.97	-0.01	0.59	0.39	Colombia	3.58
Atractivo	1	24	Argentina	-0.10	0.49	1.08	0.01	0.37	Suecia	3.49
Atractivo	1	25	Eslovenia	0.04	0.91	0.77	0.07	0.36	Macedonia, La ex Rep Yug	3.46
Atractivo	1	26	Groenlandia			1.17	0.00	0.35	Nueva Zelandia	3.45
Atractivo	1	27	Hungría	0.34	0.65	0.17	0.39	0.35	Jordania	3.37
Atractivo	1	28	Israel	-0.01	0.97	0.70	0.09	0.35	Finlandia	3.32
Atractivo	1	29	Malí	-0.04	0.80	0.89	0.00	0.35	Australia	3.32
Atractivo	1	30	Lituania	0.01	0.96	0.68	0.03	0.32	Zambia	3.28
Atractivo	1	31	Sudáfrica	0.17	0.73	0.32	0.25	0.31	Arabia Saudita	3.28
Atractivo	1	32	Checa, República	0.01	0.96	0.10	0.35	0.30	Maldivas	3.22

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natura								
umo per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados					Cuadro 4: Comparación de Precios de ir			
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC	
Atractivo	1	33	Irlanda	0.01	0.97	-0.03	0.40	0.29	Suiza	3.22
Atractivo	1	34	Corea, República de	0.04	0.90	0.27	0.23	0.29	Malta	3.21
Atractivo	1	35	No especificado			0.18	0.47	0.29	Ghana	3.20
Atractivo	1	36	Chile	-0.08	0.54	0.78	0.00	0.28	Turquía	3.14
Atractivo	1	37	Federación de Rusia	0.01	0.96	0.17	0.25	0.27	Qatar	3.08
Atractivo	1	38	Níger	0.22	0.56	0.64	0.01	0.27	Portugal	3.08
Atractivo	1	39	Marruecos	0.04	0.92	0.09	0.28	0.26	Filipinas	3.05
Atractivo	1	40	Zambia			0.86	0.00	0.26	Granada	3.00
Promisorio	2	41	Feroe, Islas			0.82	0.00	0.25	Paraguay	3.00
Promisorio	2	42	Fiji, Islas	0.00	0.93	0.48	0.00	0.24	Chipre	3.00
Promisorio	2	43	Uganda	0.00	1.00	0.44	0.00	0.23	Singapur	2.96
Promisorio	2	44	Congo, Republica Dem del			0.75	0.00	0.23	Croacia	2.92
Promisorio	2	45	Afganistán			0.73	0.01	0.22	Túnez	2.92
Promisorio	2	46	Singapur			-0.01	0.44	0.22	Austria	2.89
Promisorio	2	47	Finlandia	0.01	0.97	0.01	0.24	0.22	Indonesia	2.89
Promisorio	2	48	Portugal	0.05	0.90	-0.16	0.34	0.22	Grecia	2.86
Promisorio	2	49	Bulgaria	0.06	0.85	0.32	0.04	0.21	Bélgica	2.86
Promisorio	2	50	Dominicana, República	0.04	0.92	0.37	0.00	0.21	Francia	2.82
Promisorio	2	51	India	-0.05	0.88	-0.22	0.37	0.20	Kazajstán	2.81
Promisorio	2	52	Azerbaiyán, República de	-0.01	0.99	0.34	0.00	0.20	Barbados	2.81
Promisorio	2	53	Chad	-0.03	0.93	0.34	0.00	0.19	Noruega	2.80
Promisorio	2	54	Eslovaquia	-0.10	0.79	0.08	0.19	0.19	Venezuela,Rep Bolivar de	2.79
Promisorio	2	55	Dominica	0.11	0.74	0.33	0.00	0.18	Irlanda	2.76
Promisorio	2	56	Comoras	1.04	0.48	0.10	0.00	0.18	Lituania	2.74
Promisorio	2	57	Uruguay	-1.00	0.40	0.80	0.00	0.18	Guatemala	2.71
Promisorio	2	58	Argelia	0.06	0.86	0.13	0.06	0.16	Namibia	2.71
Promisorio	2	59	Túnez	-0.01	0.98	0.19	0.01	0.16	Brunei Darussalam	2.70
Promisorio	2	60	Jordania	0.04	0.90	0.03	0.11	0.16	Hungría	2.67
Menor interés	3	61	Letonia	0.04	0.91	0.11	0.06	0.16	Estonia	2.63
Menor interés	3	62	Honduras	-0.09	0.79	0.19	0.05	0.15	Sri Lanka	2.61
Menor interés	3	63	Serbia y Montenegro	0.09	0.84	0.17	0.01	0.15	Reino Unido	2.59
Menor interés	3	64	Belarús	0.01	0.97	0.10	0.04	0.15	Dinamarca	2.56

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natura								
umo per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados						Cuadro 4: Comparación de Precios de ir		
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC	
Menor interés	3	65	Armenia	0.09	0.82	0.18	0.00	0.15	Sudán	2.51
Menor interés	3	66	Bahamas	-0.24	0.69	0.32	0.01	0.15	Serbia y Montenegro	2.48
Menor interés	3	67	Indonesia	-0.24	0.65	-0.04	0.24	0.15	Pakistán	2.48
Menor interés	3	68	Congo, República del	0.10	0.50	0.28	0.00	0.15	Côte d'Ivoire	2.47
Menor interés	3	69	Malta	-0.25	0.50	0.39	0.01	0.15	Bulgaria	2.45
Menor interés	3	70	Santa Lucía	0.11	0.80	0.18	0.00	0.15	Argentina	2.44
Menor interés	3	71	Chipre	0.00	0.98	0.08	0.04	0.14	Italia	2.44
Menor interés	3	72	Iraq			0.38	0.06	0.14	Montserrat	2.43
Menor interés	3	73	Barbados	0.03	0.92	0.12	0.02	0.14	Eslovenia	2.43
Menor interés	3	74	Angola	-0.02	0.94	0.16	0.01	0.14	Rumania	2.43
Menor interés	3	75	Noruega	-0.02	0.92	0.05	0.07	0.14	Países Bajos	2.41
Menor interés	3	76	Estonia	0.04	0.90	0.08	0.04	0.14	Tailandia	2.40
Menor interés	3	77	Kuwait			0.12	0.19	0.13	Emiratos Arabes Unidos	2.35
Menor interés	3	78	Albania	0.04	0.91	0.12	0.01	0.13	Ucrania	2.29
Menor interés	3	79	Tanzania, Rep Unida de	-0.01	0.97	0.11	0.00	0.13	Botswana	2.29
Menor interés	3	80	Nepal	-0.06	0.55	0.07	0.11	0.13	Egipto	2.28
Menor interés	3	81	Macedonia, La ex Rep Yug	0.02	0.93	0.10	0.00	0.12	Checa, República	2.26
Menor interés	3	82	Antigua y Barbuda	0.60	0.62		0.00	0.12	Alemania	2.22
Menor interés	3	83	Ecuador	0.03	0.94	0.03	0.03	0.12	Omán	2.21
Menor interés	3	84	Camerún	-0.01	0.98	0.06	0.00	0.12	Albania	2.20
Menor interés	3	85	Rwanda	0.00	0.99	0.04	0.01	0.12	Libia, Jamahiriya Arabe	2.15
Menor interés	3	86	Islandia	0.03	0.92	0.03	0.02	0.11	Israel	2.13
Menor interés	3	87	Seychelles	-0.10	0.69	0.18	0.00	0.11	Brasil	2.12
Menor interés	3	88	Madagascar	-0.02	0.94	0.07	0.00	0.11	Mauricio	2.05
Menor interés	3	89	Senegal	-0.01	0.98	0.04	0.00	0.11	Canadá	2.04
Menor interés	3	90	Nueva Zelandia	0.10	0.82	0.05	0.00	0.11	Gabón	2.01
Menor interés	3	91	Sri Lanka	0.00	0.99	0.01	0.01	0.11	España	2.00
Menor interés	3	92	Mauricio	-0.09	0.79	0.08	0.02	0.11	Moldova, República de	1.99
Menor interés	3	93	Gambia	-0.05	0.55	0.19	0.00	0.11	Irán, Rep Islámica de	1.96
Menor interés	3	94	Bosnia y Herzegovina	0.08	0.84	-0.03	0.05	0.11	San Vicente/Granadinas	1.93
Menor interés	3	95	Cabo Verde	0.00	0.85	0.07	0.00	0.11	Costa Rica	1.93
Menor interés	3	96	Omán			0.12	0.14	0.10	Letonia	1.90

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natura								
umo per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados						Cuadro 4: Comparación de Precios de ir		
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC	
Menor interés	3	97	Mongolia	0.13	0.80	0.00	0.02	0.10	<u>Nicaragua</u>	1.84
Menor interés	3	98	Kenya	-0.04	0.91	0.03	0.01	0.10	Ecuador	1.83
Menor interés	3	99	Trinidad y Tabago	0.00	1.00			0.10	Eslovaquia	1.80
Menor interés	3	100	Turkmenistán	-0.01	0.98	0.01	0.00	0.10	EEUU	1.78
Menor interés	3	101	Siria, República Arabe	-0.01	0.98	0.00	0.00	0.10	Camerún	1.78
Menor interés	3	102	Guinea-Bissau	-0.04	0.90	0.04	0.00	0.10	Níger	1.74
Menor interés	3	103	El Salvador	0.22	0.67	-0.03	0.04	0.10	Cuba	1.72
Menor interés	3	104	Antillas Neerlandesas			0.31	0.01	0.10	Honduras	1.70
Menor interés	3	105	Colombia	0.02	0.96	-0.05	0.01	0.09	Corea, República de	1.70
Menor interés	3	106	Kazajstán	-0.01	0.96	-0.02	0.00	0.09	Armenia	1.67
Menor interés	3	107	Gabón	0.00	0.99	-0.04	0.00	0.09	Malasia	1.67
Menor interés	3	108	Mozambique	-0.03	0.94	-0.01	0.00	0.09	Camboya	1.63
Menor interés	3	109	Sudán	-0.05	0.89	0.01	0.00	0.09	Madagascar	1.60
Menor interés	3	110	Nigeria			0.23	0.04	0.09	Zimbabwe	1.57
Menor interés	3	111	Myanmar	0.11	0.60	0.04	0.00	0.08	China	1.57
Menor interés	3	112	Timor Oriental	-0.05	0.88			0.08	Tanzania, Rep Unida de	1.54
Menor interés	3	113	Bermudas	0.14	0.47	0.06	0.00	0.08	Santa Lucía	1.50
Menor interés	3	114	Cuba	0.05	0.49	0.09	0.00	0.08	Azerbaiyán, República de	1.49
Menor interés	3	115	Panamá	-0.15	0.63	0.08	0.02	0.08	Kenya	1.49
Menor interés	3	116	Georgia	0.06	0.87	-0.04	0.00	0.08	India	1.48
Menor interés	3	117	Líbano	0.06	0.92	-0.10	0.02	0.08	Polonia	1.48
Menor interés	3	118	Granada	-0.16	0.56	0.12	0.00	0.08	Nepal	1.45
Menor interés	3	119	Polinesia Francesa	0.01	0.97	-0.08	0.01	0.08	Panamá	1.39
Menor interés	3	120	Egipto	-0.05	0.88	-0.02	0.00	0.08	Japón	1.38
Menor interés	3	121	Maldivas	-0.13	0.77	0.01	0.01	0.08	Sudáfrica	1.37
Menor interés	3	122	Turquía	0.03	0.94	-0.20	0.06	0.07	Yemen	1.36
Menor interés	3	123	Guinea Ecuatorial			0.23	0.00	0.07	Etiopía	1.36
Menor interés	3	124	Guyana	-0.02	0.94	-0.09	0.00	0.07	Uganda	1.24
Menor interés	3	125	Tailandia	-0.09	0.79	-0.42	0.24	0.06	Dominica	1.23
Menor interés	3	126	San Pedro y Miquelón			0.20	0.00	0.06	El Salvador	1.21
Menor interés	3	127	Cook, Islas			0.20	0.00	0.06	Bolivia	1.18
Menor interés	3	128	Suriname	-0.02	0.62	-0.01	0.00	0.06	Mongolia	1.12

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natura							
umo per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados					Cuadro 4: Comparación de Precios de ir		
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC
Menor interés	3	129 Vanuatu	0.11	0.60	-0.05	0.00	0.05	Belice	1.00
Menor interés	3	130 Bangladesh			0.15	0.02	0.05	Gambia	1.00
Menor interés	3	131 Moldova, República de	0.14	0.78	-0.14	0.00	0.05	Sierra Leona	1.00
Menor interés	3	132 Kirguistán	-0.18	0.68			0.05	Federación de Rusia	0.94
Menor interés	3	133 Guinea	-0.03	0.91	-0.13	0.00	0.05	Marruecos	0.93
Menor interés	3	134 Liberia			0.16	0.00	0.05	Benin	0.91
Menor interés	3	135 Guam			0.15	0.00	0.05	Malawi	0.85
Menor interés	3	136 Nicaragua	-0.25	0.61	0.00	0.00	0.04	Malí	0.78
Menor interés	3	137 Perú	-0.08	0.82	-0.13	0.00	0.04	Argelia	0.77
Menor interés	3	138 Qatar			0.01	0.06	0.03	Centroafricana,República	0.50
Menor interés	3	139 Costa Rica	-0.06	0.87	-0.25	0.06	0.03	Swazilandia	0.50
Menor interés	3	140 Tonga			0.11	0.00	0.03	Guinea	0.33
Menor interés	3	141 Uzbekistán	-0.02	0.96	-0.21	0.00	0.03	Afganistán	
Menor interés	3	142 Burundi	0.01	0.93	-0.21	0.00	0.03	Angola	
Menor interés	3	143 Montserrat			0.10	0.00	0.03	Antigua y Barbuda	
Menor interés	3	144 Malvinas (Falkland), Is			0.10	0.00	0.03	Antillas Neerlandesas	
Menor interés	3	145 Djibouti	-0.03	0.78	-0.16	0.00	0.03	Bahamas	
Menor interés	3	146 Nueva Caledonia			0.09	0.00	0.03	Bangladesh	
Menor interés	3	147 Swazilandia			0.07	0.01	0.02	Bélgica-Luxemburgo	
Menor interés	3	148 Croacia	0.06	0.83	-0.24	0.01	0.02	Bhután	
Menor interés	3	149 Aruba			0.05	0.00	0.02	Bermudas	
Menor interés	3	150 Luxemburgo			0.00	0.03	0.01	Burundi	
Menor interés	3	151 Viet Nam			-0.14	0.11	0.01	Cabo Verde	
Menor interés	3	152 Ucrania	0.01	0.97	-0.30	0.01	0.01	Caimán, Islas	
Menor interés	3	153 San Vicente/Granadinas			0.03	0.00	0.01	Chad	
Menor interés	3	154 Zona de Gaza					0.00	Cisjordania	
Menor interés	3	155 Yugoslavia RFS					0.00	Comoras	
Menor interés	3	156 Yemen, República Araba				0.00	0.00	Congo, República del	
Menor interés	3	157 Vírgenes Británicas, Is					0.00	Congo, Republica Dem del	
Menor interés	3	158 Tayikistán					0.00	Corea, Rep Pop Dem	
Menor interés	3	159 Somalia					0.00	Djibouti	
Menor interés	3	160 Salomón, Islas					0.00	Dominicana, República	

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural									
Categoría (por ejemplo, ingreso per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados						Cuadro 4: Comparación de Precios de importación			
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PREC		
Menor interés	3	161	Saint Kitts y Nevis						Eritrea		
Menor interés	3	162	Puerto Rico						Etiopía RDP		
Menor interés	3	163	Palestina, Terri.Ocupado						Feroe, Islas		
Menor interés	3	164	Niue						Gibraltar		
Menor interés	3	165	Nauru						Groenlandia		
Menor interés	3	166	Laos			0.00			Guadalupe		
Menor interés	3	167	Kiribati						Guam		
Menor interés	3	168	Guadalupe						Guinea Ecuatorial		
Menor interés	3	169	Gibraltar						Guinea-Bissau		
Menor interés	3	170	Etiopía RDP						Haití		
Menor interés	3	171	Cisjordania						Iraq		
Menor interés	3	172	Bhután						Jamaica		
Menor interés	3	173	Bélgica-Luxemburgo						Kirguistán		
Menor interés	3	174	Namibia			-0.02	0.01		Kiribati		
Menor interés	3	175	Brasil	0.05	0.56	-0.23	0.01		Kuwait		
Menor interés	3	176	Togo			-0.02	0.00	-0.01	Laos		
Menor interés	3	177	Irán, Rep Islámica de	0.07	0.86	-0.34	0.00	-0.01	Liberia		
Menor interés	3	178	Filipinas	-1.00	0.40	0.06	0.07	-0.01	Malvinas (Falkland), Is		
Menor interés	3	179	Papua Nueva Guinea			-0.04	0.00	-0.01	Mauritania		
Menor interés	3	180	Bolivia	-0.01	0.97	-0.37	0.01	-0.01	Mayotte		
Potencial	4	181	Haití	-0.01	0.97	-0.37	0.00	-0.01	Mozambique		
Potencial	4	182	Benin			-0.05	0.00	-0.01	Myanmar		
Potencial	4	183	Sierra Leona			-0.08	0.00	-0.02	Nauru		
Potencial	4	184	Côte d'Ivoire			-0.09	0.00	-0.03	Niue		
Potencial	4	185	Caimán, Islas			-0.09	0.00	-0.03	Palestina, Terri.Ocupado		
Potencial	4	186	Bahrein			-0.13	0.02	-0.03	Papua Nueva Guinea		
Potencial	4	187	Pakistán	-1.00	0.30	0.06	0.05	-0.03	Puerto Rico		
Potencial	4	188	Corea, Rep Pop Dem			-0.11	0.00	-0.03	Rwanda		
Potencial	4	189	Yemen	-1.00	0.46	-0.07	0.09	-0.03	Saint Kitts y Nevis		
Potencial	4	190	Mayotte			-0.12	0.00	-0.04	Salomón, Islas		
Potencial	4	191	Jamaica	0.00	0.99	-0.50	0.00	-0.05	Samoa		
Potencial	4	192	Guatemala	-0.20	0.60	-0.31	0.00	-0.05	Samoa Americana		

006*		ANEXO 3. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado mundial de miel natural									
Categoría (por ejemplo per cápita)		Cuadro 3: Índice de priorización de mercados						Cuadro 4: Comparación de Precios de importación			
TAMAÑO Y DINAMICA DE LA DEMANDA	Lugar en el mundo	PAIS	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	PAIS	PRECIO		
Potencial	4	193	Rumania	0.10	0.81	-0.57	0.05	-0.06	San Pedro y Miquelón		
Potencial	4	194	Ghana			-0.20	0.00	-0.06	Santo Tomé y Príncipe		
Potencial	4	195	Camboya			-0.23	0.00	-0.07	Somalia		
Potencial	4	196	Libia, Jamahiriya Arabe	-0.05	0.89	-0.56	0.02	-0.08	Suriname		
Potencial	4	197	Mauritania			-0.27	0.00	-0.08	Tayikistán		
Potencial	4	198	Venezuela,Rep Bolivar de	-1.00	0.40	-0.15	0.03	-0.09	Timor Oriental		
Potencial	4	199	Burkina Faso	-1.00	0.60	-0.20	0.00	-0.10	Tonga		
Potencial	4	200	México	0.00	0.98	-0.78	0.05	-0.11	Trinidad y Tabago		
Potencial	4	201	Brunei Darussalam	-1.00	0.44	-0.22	0.01	-0.12	Turkmenistán		
Potencial	4	202	Samoa	-0.01	0.98	-1.00	0.00	-0.20	Tuvalu		
Potencial	4	203	Etiopía	0.01	0.96	-1.00	0.00	-0.20	Uruguay		
Potencial	4	204	Centroafricana,República	-0.01	0.97	-1.00	0.00	-0.20	Uzbekistán		
Potencial	4	205	Paraguay	-0.02	0.96	-1.00	0.00	-0.21	Vanuatu		
Potencial	4	206	Belice	-0.07	0.87	-1.00	0.00	-0.22	Viet Nam		
Potencial	4	207	Malawi			-1.00	0.00	-0.30	Virgenes Británicas, Is		
Potencial	4	208	Eritrea			-1.00	0.00	-0.30	Yemen, República Araba		
Potencial	4	209	Samoa Americana			-1.00	0.00	-0.30	Yugoslavia RFS		
Potencial	4	210	Santo Tomé y Príncipe			-1.00	0.00	-0.30	Zona de Gaza		
Potencial	4	211	Tuvalu			-1.00	0.00	-0.30	No especificado		
Fuente: FAO y SIECA.								Precio exportación Nicaragua	1.74		

l, 2002-2006*
portac. vs. Precio exp. Nic.
IO IMP. vs. PRECIO EXP.
NICARAGUA (\$/Kg)
Promedio 2002-2006*

Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite
Nic. No compite

l, 2002-2006*
portac. vs. Precio exp. Nic.
PRECIO IMP. vs. PRECIO EXP.
NICARAGUA (\$/Kg)
Promedio 2002-2006*

ANEXO 4. Proyección de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado mundial, (2006-2010)*
(Países seleccionados)

Cuadro 1: Balanza comercial relativa (2006-2010)*

País	BCR %
México	100.00
Cuba	99.96
Guatemala	99.35
Nicaragua	98.55
Rep Dominic.	89.27
China	85.35
El Salvador	80.31
Canadá	-3.39
Bélgica	-24.06
Austria	-45.66
Alemania	-57.31
Italia	-69.76
Francia	-77.70
Países Bajos	-89.06
Reino Unido	-89.59
Bolivia	-89.61
EEUU	-92.46
Honduras	-97.40
Japón	-99.56
Costa Rica	-99.86

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

*: Período estimado por regresión lineal.

Cuadro 2: Indicador de Transabilidad en el mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*

País	T %	AE %	PI %
Guatemala	2,846.71	2,855.96	9.25
Cuba	2,319.64	2,320.05	0.42
Nicaragua	649.84	654.62	4.78
El Salvador	127.97	143.66	15.69
México	48.30	48.30	0.00
China	28.11	30.52	2.41
Rep Dominic.	10.26	10.88	0.62
Bolivia	-0.63	0.04	0.67
Canadá	-2.17	30.98	33.16
Costa Rica	-5.31	0.00	5.32
Austria	-20.39	12.13	32.52
Bélgica	-39.38	62.13	101.51
Italia	-58.62	12.71	71.33
Francia	-61.44	8.82	70.26
EEUU	-71.66	2.92	74.58
Alemania	-74.18	27.63	101.81
Reino Unido	-77.01	4.47	81.48
Japón	-87.80	0.19	88.00
Países Bajos	-134.04	8.23	142.27
Honduras	-246.97	3.30	250.27

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

(Países seleccionados)

**Cuadro 3: Especialización internacional
(2006-2010)***

País	L
China	8.17
México	1.70
Cuba	0.48
Guatemala	0.20
El Salvador	0.14
Nicaragua	0.04
Rep Dominic.	0.03
Bolivia	0.00
Costa Rica	-0.01
Honduras	-0.04
Canadá	-0.08
Bélgica	-0.22
Austria	-0.32
Italia	-1.50
Países Bajos	-1.60
Francia	-1.97
Reino Unido	-2.71
Japón	-5.22
Alemania	-7.34
EEUU	-12.78

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de *FAO* y *SIECA*.

* : Período estimado por regresión lineal.

**Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional
(2006-2010)***

País	Posicionamiento %	Eficiencia %	Modo de Inserción al mercado int.
Nicaragua	9.04	7.04	Óptimo
Honduras	8.91	6.91	Óptimo
Austria	7.69	5.72	Óptimo
Países Bajos	7.69	5.72	Óptimo
Rep Dominic.	4.47	2.55	Óptimo
Guatemala	2.90	1.01	Óptimo
EEUU	2.62	0.74	Óptimo
Alemania	2.02	0.15	Óptimo
Reino Unido	1.76	-0.11	Opor. Perdidas
El Salvador	0.30	-1.54	Opor. Perdidas
Bolivia	0.00	-1.83	Retirada
Francia	-1.52	-3.32	Retirada
China	-1.82	-3.62	Retirada
Italia	-1.91	-3.71	Retirada
Cuba	-3.94	-5.71	Retirada
Japón	-5.17	-6.90	Retirada
Bélgica	-5.29	-7.03	Retirada
Canadá	-7.32	-9.02	Retirada
México	-9.45	-11.11	Retirada
Costa Rica	-100.00	-100.00	Retirada

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de *FAO* y *SIECA*.

**ANEXO 5. Proyección de indicadores de de exploración del mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*
(Países seleccionados)**

**Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones
(2006-2010)***

País	Promedio Importac. TM	T.C. Import. %	Tamaño y Dinámica de las Importac.
Canadá	11,247.58	4.96	Atractivo
China	6,410.74	4.97	Atractivo
EEUU	121,604.00	4.64	Atractivo
Francia	20,618.36	3.03	Atractivo
Italia	16,712.04	2.65	Atractivo
Países Bajos	15,537.20	8.54	Atractivo
Cuba	0.78	11.03	Promisorio
El Salvador	154.83	25.51	Promisorio
Rep Dominic.	13.90	14.01	Promisorio
Bolivia	4.60	-100.00	Menor interés
Costa Rica	63.52	-100.00	Menor interés
Guatemala	5.83	-100.00	Menor interés
Honduras	357.89	1.86	Menor interés
Nicaragua	2.70	-3.64	Menor interés
México	0.00	0.00	Menor interés
Japón	47,848.28	1.35	Potencial
Alemania	92,092.04	-0.30	Potencial
Austria	4,704.91	-0.27	Potencial
Bélgica	5,086.60	-9.40	Potencial
Reino Unido	26,185.09	-0.11	Potencial
MUNDO	4,565.28	1.87	

T. C.: Tasa de crecimiento

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

* : Período estimado por regresión lineal.

**Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda
(2006-2010)***

País	Promedio Consumo per cápita Kg/Año	T.C. Consumo Per cápita %	Tamaño y Dinámica de la Demanda
Austria	1.75	1.54	Atractivo
Canadá	1.03	3.09	Atractivo
Italia	0.40	2.64	Atractivo
Japón	0.43	1.88	Atractivo
Países Bajos	0.67	6.38	Atractivo
Reino Unido	0.53	1.00	Atractivo
Rep Dominic.	0.25	3.02	Atractivo
China	0.20	3.88	Promisorio
El Salvador	0.14	6.55	Promisorio
Bolivia	0.07	-1.26	Menor interés
Cuba	0.02	-100.00	Menor interés
Guatemala	0.01	-100.00	Menor interés
Honduras	0.02	-16.71	Menor interés
Nicaragua	0.01	-100.00	Menor interés
Alemania	1.09	-0.40	Potencial
Bélgica	0.48	-2.71	Potencial
Costa Rica	0.25	-7.90	Potencial
EEUU	0.53	-0.87	Potencial
Francia	0.48	-0.12	Potencial
México	0.29	-0.61	Potencial
MUNDO	0.23	0.82	

T. C.: Tasa de crecimiento

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

ANEXO 5. Proyección de indicadores de de exploración del mercado mundial de miel natural, (2006-2010)*
(Países seleccionados)

Cuadro 3: Índice de priorización de mercados, (2006-2010)*

País	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM
EEUU	-0.01	0.98	0.05	26.60	13.41
Alemania	0.00	0.99	0.00	20.20	10.20
Japón	0.02	0.96	0.01	10.48	5.34
Reino Unido	0.01	0.98	0.00	5.74	2.97
Francia	0.00	1.00	0.03	4.51	2.37
Italia	0.03	0.94	0.03	3.66	1.93
Países Bajos	0.06	0.87	0.09	3.39	1.81
Canadá	0.03	0.93	0.05	2.46	1.34
China	0.04	0.91	0.05	1.40	0.81
Bélgica	-0.03	0.94	-0.09	1.12	0.62
Austria	0.02	0.96	0.00	1.03	0.61
El Salvador	0.07	0.86	0.26	0.03	0.19
Rep Dominic.	0.03	0.93	0.14	0.00	0.14
Honduras	-0.17	0.70	0.02	0.08	0.10
México	-0.01	0.99			0.10
Cuba	-1.00	0.60	0.11	0.00	-0.01
Nicaragua	-1.00	0.64	-0.04	0.00	-0.05
Bolivia	-0.01	0.97	-1.00	0.00	-0.20
Costa Rica	-0.08	0.83	-1.00	0.01	-0.22
Guatemala	-1.00	0.74	-1.00	0.00	-0.33

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

* : Período estimado por regresión lineal.

Cuadro 4: Comparación de precios importación vs precio exportación de Nicaragua, (2006-2010)*

País	Precio de Imp. vs. Precio de Exp de Nicaragua (\$/Kg)	
México	11.12	Nic. Compite
Guatemala	5.13	Nic. Compite
Bélgica	4.16	Nic. Compite
Austria	3.98	Nic. Compite
Reino Unido	3.86	Nic. Compite
Francia	3.79	Nic. Compite
Italia	3.10	Nic. Compite
Alemania	2.97	Nic. Compite
Países Bajos	2.78	Nic. Compite
Canadá	2.78	Nic. Compite
Costa Rica	2.50	Nic. No comp.
China	1.77	Nic. No comp.
EEUU	1.72	Nic. No comp.
Japón	1.64	Nic. No comp.
Cuba	1.46	Nic. No comp.
El Salvador	1.35	Nic. No comp.
Bolivia	0.86	Nic. No comp.
Honduras	0.78	Nic. No comp.
Nicaragua⁺	2.53	
Rep Dominic.	-	No hay precio

* : Precio de exportación.

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

ANEXO 6. Resultados del cálculo de indicadores de competitividad de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

Cuadro 1: Balanza comercial relativa, 2002-2006

Lugar	País	BCR %
<u>1</u>	<u>Nicaragua</u>	<u>96.13</u>
2	Guatemala	95.00
3	El Salvador	-19.35
4	Honduras	-98.23
5	Costa Rica	-98.84

Fuente: Cálculo realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Cuadro 2: Transabilidad de la miel en el mercado centroamericano, 2002-2006

Lugar	País	T%	AE%	PI%
1	Guatemala	130.87	134.32	3.45
<u>2</u>	<u>Nicaragua</u>	<u>16.34</u>	<u>16.67</u>	<u>0.33</u>
3	Costa Rica	-6.03	0.04	6.07
4	El Salvador	-7.35	15.32	22.67
5	Honduras	-46.43	0.42	46.85

T: Transabilidad

AE: Grado de apertura exportadora

PI: Penetración de las importaciones

Fuente: Cálculo realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Cuadro 3: Especialización internacional, 2002-2006

Lugar	País	L%
1	Guatemala	62.32
<u>2</u>	<u>Nicaragua</u>	<u>9.36</u>
3	El Salvador	-13.42
4	Costa Rica	-27.57
5	Honduras	-33.39

Fuente: Cálculo realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Cuadro 4: Modo de inserción al mercado internacional 2002-2006

Lugar	País	P%	e %	Situación
1	Honduras	129.01	142.44	Óptima
<u>2</u>	<u>Nicaragua</u>	<u>-4.53</u>	<u>8.76</u>	<u>Vulnerable</u>
3	El Salvador	-5.24	0.32	Vulnerable
4	Guatemala	-8.94	-3.60	Retirada
5	Costa Rica	-44.96	-40.93	Retirada

Fuente: Cálculo realizados en base a datos de FAO y SIECA.

ANEXO 7. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado intrarregional centroamericano de miel natural, 2002-2006

Cuadro 1: Tamaño y dinámica de las importaciones, 2002-2006

País	Promedio Imp. TM	T. C. %	Oportunidad del Comercio Internacional
Honduras	109.53	1.86	Atractivo
El Salvador	134.53	-3.20	Atractivo
Nicaragua	0.49	40.47	Promisorio
Guatemala	5.33	-16.94	Menor interés
Costa Rica	90.14	-12.98	Potencial
Centro América	68.01	-5.54	-----

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Cuadro 2: Tamaño y dinámica de la demanda (Consumo per cápita), 2002-2006

País	Cons. Kg./Año	T. C. %	Oportunidad del Comercio Internacional
El Salvador	0.09	21.88	Promisorio
Honduras	0.03	-9.43	De menor interés.
Guatemala	0.01	-20.40	De menor interés.
Nicaragua	0.04	-24.85	De menor interés.
Costa Rica	0.35	-5.74	Potencial.
Centro América	0.10	-3.61	-----

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

Cuadro 3: Priorización del mercado, 2002-2006

País	TCC	CPC	TCVI	VIN	IPM	Prioridad
El Salvador	0.22	0.67	-0.03	1.92	1.04	Primera
Honduras	-0.09	0.79	0.02	1.70	0.92	Segunda
Costa Rica	-0.06	0.87	-0.13	1.31	0.70	Tercera
Guatemala	-0.20	0.60	-0.17	0.07	0.02	Cuarta

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

ANEXO 7. Resultados del cálculo de indicadores de exploración del mercado intrarregional centroamericano de miel natural, 2002-2006

**Cuadro 4: Precio importación vs. precio exportación Nicaragua
(Promedio, 2002-2006)**

País	Precio	Oportunidad del Comercio Internacional
Honduras	2.25	Nic. Compite
Guatemala	2.25	Nic. Compite
Costa Rica	2.15	Nic. Compite
El Salvador	1.11	Nic. No Compite
Nicaragua*	1.92	-----

* : Precio de exportación sólo para Nicaragua

Fuente: Cálculos realizados en base a datos de FAO y SIECA.

ANEXO 8: Proveedores de miel natural en el mercado centroamericano, 2002-2006

**Cuadro 1: Concentración de las importaciones de miel en el comercio intrarregional de Centro América
(Promedios 2002 - 2006)**

Países destinos	Países proveedores					Promedios TM
	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	
Costa Rica		67.78	114.88	0.05	17.55	200.25
El Salvador	0.00		187.33	11.13	49.77	248.23
Guatemala	1.09	10.14		0.11	0.01	11.35
Honduras	2.26	59.12	122.68			184.06
Nicaragua	0.04	0.00	1.59			1.62
Concentración de importación, TM	3.38	<u>137.05</u>	<u>426.48</u>	11.28	<u>67.32</u>	645.51
% Concentración de la	0.52%	<u>21.23%</u>	<u>66.07%</u>	1.75%	<u>10.43%</u>	100.00%

Fuente: Elaborado en base a datos de SIECA, 21 de Abril de 2007.

ANEXO 9: Producción y comercio de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

**Cuadro 1: Producción de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país
Centro América, (2002-2006*)**

Países	2002		2003		2004		2005		Tasa de crecimiento 2002-2005	2006*	
	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	%	TM	%
Costa Rica	1,260.00	25.6	1,270.00	25.7	1,270.00	22.5	1,270.00	22.5	0.2	1,275.00	21.1
El Salvador	1,660.00	33.7	1,660.00	33.6	2,360.00	41.8	2,360.00	41.8	9.2	2,750.00	45.5
Guatemala	1,500.00	30.4	1,500.00	30.4	1,500.00	26.6	1,500.00	26.5	0.0	1,520.00	25.1
Honduras	120.00	2.4	120.00	2.4	120.00	2.1	120.00	2.1	0.0	100.00	1.7
Nicaragua	390.00	7.9	390.00	7.9	390.00	6.9	400.00	7.1	0.6	402.00	6.6
Centroamérica	4,930.00	100.0	4,940.00	100.0	5,640.00	100.0	5,650.00	100.0	3.5	6,047.00	100.0

*: Estimado

Fuente: FAO, 17 de Abril de 2007.

ANEXO 9: Producción y comercio de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

Cuadro 2: Exportaciones de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país
Centro América (2002-2006)

Países	2002		2003		2004		2005		2006		Tasa de crecimiento 2002-2006
	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	%
Costa Rica	0.87	0.2	0.05	0.0	1.10	0.4	0.08	0.0	0.00	0.0	-45
El Salvador	153.14	42.3	42.48	10.3	58.84	18.8	83.12	32.0	116.99	42.4	-5
Guatemala	208.12	57.5	341.93	82.6	183.54	58.6	175.71	67.7	130.32	47.2	-9
Honduras	0.06	0.0	0.05	0.0	0.12	0.0	0.63	0.2	4.03	1.5	129
Nicaragua	0.00	0.0	29.67	7.2	69.74	22.3	0.12	0.0	24.65	8.9	-5
Centroamérica	362.19	100.0	414.19	100.0	313.36	100.0	259.65	100.0	275.99	100.0	-5

Fuente: SIECA, 21 de Abril de 2007.

ANEXO 9: Producción y comercio de miel natural en el mercado intrarregional centroamericano, 2002-2006

**Cuadro 3: Importaciones de miel en toneladas métricas y la relación porcentual por país
Centro América (2002-2006)**

Países	2002		2003		2004		2005		2006		Tasa de crecimiento 2002-2006
	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	%
Costa Rica	185.74	49.0	84.73	17.6	38.54	14.2	48.99	17.2	92.71	32.5	-13
El Salvador	68.95	18.2	286.24	59.6	165.37	61.1	92.90	32.5	59.21	20.8	-3
Guatemala	6.90	1.8	14.71	3.1	2.21	0.8	0.12	0.0	2.73	1.0	-17
Honduras	117.07	30.9	94.33	19.6	64.31	23.8	143.56	50.3	128.39	45.0	2
Nicaragua	0.37	0.1	0.05	0.0	0.01	0.0	0.00	0.0	2.02	0.7	40
Centroamérica	379.04	100.0	480.06	100.0	270.44	100.0	285.56	100.0	285.05	100.0	-6

Fuente: SIECA, 21 de Abril de 2007.