



Alternativas para agregarle valor

La apuesta por la miel premium

Constanza Honorato¹ / clhonora@uc.cl
Juan Pablo Subercaseaux² / psuberci@uc.cl

En la actualidad, al producir y comercializar un producto lo clave es que sea natural y beneficioso para la salud humana. Los consumidores se han vuelto verdaderos expertos y conocedores de lo que les beneficia. El sector apícola chileno debe enfrentar estas nuevas exigencias dándole aún más valor agregado a la miel para mantener su gran crecimiento en el mercado internacional y nacional.

¹ Ingeniero agrónomo

² Docente del Departamento de Economía Agraria

TABLA 1

Consumo per cápita según país

País	Consumo anual per cápita
Chile	100 gr.
Argentina	200 gr.
México	350 gr.
Nueva Zelanda	2.500 gr.
Unión Europea	1.000 gr.
Promedio Mundial	220 gr.

(Subercaseaux, 2007)



La apicultura es la ciencia aplicada que estudia la abeja melífera y mediante su producción se obtienen beneficios económicos. Esta se concentra en la producción de productos apícolas (beneficio económico directo) y en la entrega del servicio de polinización (beneficio económico indirecto). Dentro de los productos apícolas están la miel, el propóleo, la cera, producción de reinas, polen, jalea real y la apitoxina (veneno de la abeja), los cuales poseen una gran variedad de cualidades y propiedades e inciden hoy en las industrias y comercio relacionados con la alimentación, la salud y la belleza. El principal producto que obtiene el hombre de esta actividad es la miel, sustancia dulce elaborado por las abejas del néctar de las flores o de las secreciones de las plantas que es recolectado, modificado y almacenado en los panales. La composición de la miel es altamente variable. Sus propiedades físicas, químicas y organolépticas, dependen del tipo de néctar que recogen las abejas. Posee numerosas propiedades tanto terapéuticas como nutricionales, las cuales son beneficiosas para diversas dolencias, desde resfriados, calmar el sistema nervioso, estimular el tránsito intestinal, y para varias alergias. Lo último descubierto son nuevas propiedades antibacteriales y antiinflamatorias, otorgándole un nuevo y mayor valor agregado.

Chile, al ser un país con extensa geografía y variado clima, posee ventajas en cuanto a condiciones ambientales, recursos únicos (gran diversidad de especies melíferas con alta presencia de flora endémica, bosques nativos) y barreras sanitarias naturales ante el ingreso de enfermedades, lo cual hace que tenga potencial para producir miel de cualidades únicas con ventajas competitivas. Existe una fuerte concentración de productores, alrededor de 10.500 apicultores distribuidos geográficamente de la II a la XI región, con una mayor concentración entre la VII y la X región. Pero la producción apícola en Chile es muy heterogénea, en cuanto al proceso de producción, en los productos que se ofrecen, en información y en tecnología. Además existe una baja profesionalización y un mismo actor realiza más de una función, lo que dificulta mayores grados de especialización. Pero cada vez más se ha ido modernizando, avanzando en temas regulatorios en cuanto a calidad y trazabilidad, estar al día en materias internacionales, aumentando la productividad, la eficiencia y la tecnología. Pero para poder lograr posicionarse mejor Chile, en los mercados extranjeros y ser reconocidos por el consumidor, es necesario realizar cambios e innovar.

La miel chilena está sujeta a un arancel de 2,16% (2009) en la UE, dentro de una dinámica desgravatoria hasta 2010. En los países competidores es de 17,3%, por lo que es una clara ventaja para Chile, siendo que además exporta principalmente a la UE. En México y Estados Unidos, la miel chilena entra con un arancel 0%. (Barra, D. 2008)³. Por otro lado y de gran importancia se debe cumplir con las normas y exigencias de calidad que el mercado europeo impone.

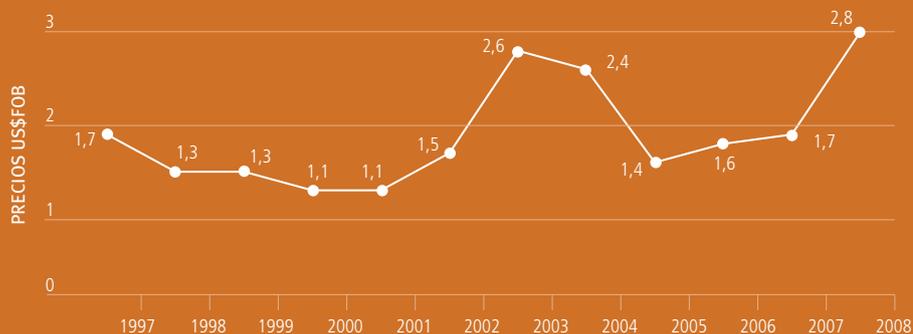
El volumen nacional anual de producción de miel es de 7.000 a 11.000 toneladas y se destina más del 85% de la producción a la exportación, siendo Alemania el principal destino, concentrando en el año 2008 el 77,2% del volumen exportado, luego sigue Reino Unido (9%) y Francia (4,9%). La mayor parte se comercializa como un



³ ODEPA.

GRÁFICO 1

Evolución de precios de exportación de miel, FOB (US\$/kg.), período 1997-2008.



Fuente: elaboración propia a partir de datos INDAP y ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas.



producto commodity y se exporta a granel, lo que recibe en general bajos precios, y un bajo porcentaje (1%) se exporta como producto diferenciado, el cual recibe un precio mucho mayor. Para los mercados externos, existen un grupo de no más de 25-26 empresas exportadoras, donde cuatro o cinco controlan un gran porcentaje de los envíos. Para el mercado nacional, la comercialización es a través de canales formales e informales. Dentro de los canales formales están los supermercados, la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética, y tiendas gourmet. Los canales informales son la venta directa o intermediada del productor al consumidor. El consumidor chileno posee un bajo conocimiento sobre la miel y sus propiedades, lo cual explica el bajo consumo que existe en comparación con otros países. (Tabla 1)

Desde el año 2006 a 2008 los volúmenes de exportación han ido en aumento. De 7.484 toneladas a un precio US\$1,61/kg en el año 2006 a 10.336 toneladas con un precio de US\$2,88/kg al año 2008. Precio más alto alcanzado, con un aumento significativo de un 59% con respecto al precio del año 2007. En la actualidad se está frente a un escenario incierto, pero se dice que los precios se mantendrán por sobre US\$ 2/kg en los próximos dos años.⁴ (Gráfico 1)

En la Tabla 2, se analizan las exportaciones chilenas por tipo de producto y envase: a granel, a granel diferenciado y fraccionado. Los envíos de productos diferenciados representan un muy bajo porcentaje, cerca del 1%, de los montos transados. (Barrera, D., 2008). Del total que se exporta en Chile, según datos del 2008, sólo un 0,3% es miel fraccionada y ha aumentado significativamente su precio. Otro dato interesante es el precio de la miel de ulmo fraccionada en el año 2006, el cual es superior al promedio anual de 2006. En la Figura 1, se observa que en el año 2008 se exportó un 88,6% de miel sin diferenciar, un 11,04% de miel diferenciada y un 0,36% miel fraccionada. Para el año 2009 hasta el mes de Abril se lleva exportado 82,15% de miel sin diferenciar, 17,22% de miel diferenciada y 0,63% de miel fraccionada, lo cual nos indica que las exportaciones de miel diferenciada y miel fraccionada ya han aumentado con respecto al 2008. En el Gráfico 2, se puede analizar la evolución de los precios (2006 a 2008) para la miel a granel, miel a granel diferenciada y miel fraccionada. Al diferenciar la miel, ya sea orgánica, comercio justo, con denominación de origen se obtiene un precio mayor de venta y por lo tanto al productor, puede lograr acceder a mercados de mayor rentabilidad.

Alternativas para agregar valor a la miel

La miel puede ser un simple producto indiferenciado o puede pasar a ser un producto premium, de alto valor agregado. Y eso depende de cómo se produce y comercializa, de cómo se resalte y se diferencie. Existen diversas maneras de entregar valor agregado a un producto y en el caso de la miel, se puede diferenciar ya

⁴ ODEPA, noviembre 2008.



TABLA 2
Precios/Kg Exportador - Sobre precios

Tipo de producto	US\$/Kg prom.	Sobre precio (%)
Miel a granel sin diferenciar (referencia 2008)	2,88	
Miel a granel comercio justo	3,168	10%
Miel a granel diferenciada (orgánica, monofloral)	3,46-3,6	20-25%
Miel fraccionada diferenciada (orgánica, monofloral)	9,73	241,40%
Miel fraccionada de ulmo (2006)	8,7	205,26%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ODEPA y opiniones externas.

sea produciendo una miel monofloral, como la de ulmo de materia prima única en el mundo; una miel orgánica; una miel destinada al comercio justo; una miel con propiedades excepcionales o una miel fraccionada. Al diferenciarse se puede entrar en un nuevo mercado o nicho, del cual se puede lograr obtener un mayor reconocimiento y por lo tanto una mejor posición del producto ya sea en el mercado extranjero como nacional. Para cada tipo de miel, existe una vía de comercialización en la cual se generen mayores ganancias, donde se valore el producto y se obtenga un sobreprecio.

Mercado externo

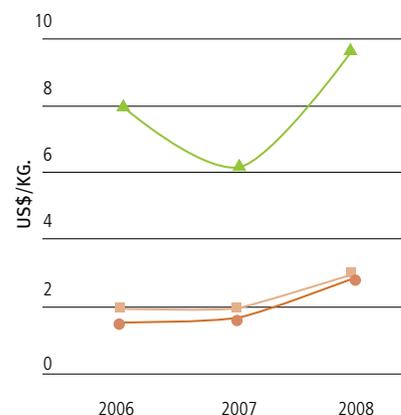
Según datos y opiniones de personas del rubro, los precios para el mercado externo se obtienen, de acuerdo al tipo de miel y modalidad de comercialización, que se indican en la tabla 2.

La principal forma de exportación de la miel natural es a granel. Esto ha sido un buen negocio, pero para ciertos tipos de mieles pierden su valor y reconocimiento. Una miel sin diferenciar conviene exportarla a granel, pero para una miel diferenciada existen otras vías donde se puede llegar a obtener mayores retornos, sin implicar grandes costos. Primero, se debe saber que con sólo producir una miel diferenciada y exportarla a granel se obtiene un 20-25% de sobreprecio por kg de miel, lo cual ya es un valor mayor importante. Pero si fraccionamos esta miel diferenciada podemos llegar a obtener un sobreprecio sobre el 200%, lo cual se vuelve muy atractivo para un productor o exportador. Se resalta valor al producto mismo y el envase, etiqueta, frasco, entre otros, le otorga aún un mayor atractivo.

La miel diferenciada se refiere a una miel orgánica o monofloral. La miel orgánica, se obtiene a base de no utilizar productos químicos-artificiales y llevar un manejo orgánico adecuado en caso de enfermedades, lo cual, al final se obtiene un sello de producción orgánica que certifica que es un producto producido y elaborado según las normativas orgánicas actuales. Este sello diferencia a esta miel de otros tipos de mieles y se le está dando un mayor valor agregado. Hoy en el mercado exterior, la miel orgánica ha aumentado su demanda, en especial en la UE. La miel monofloral, por su parte, es un tipo de miel con un mínimo de 45% de su total de granos de polen correspondiente a una sola especie vegetal. Esto trae claras ventajas sobre otros tipos de mieles y su obtención no es difícil, sólo hay que ser ordenada con las épocas de floración y cosecha. Dentro de las mieles monoflorales existen las no nativas, nativas y endémicas. Al producir una miel monofloral endémica (ulmo, quillay) ya sea endémica dentro de una región o no, se está frente a un producto premium, el cual no es posible igualar por ser de materia prima única de Chile. Por lo cual, es una gran ventaja competitiva y se le está otorgando gran valor a un producto, entregándole una Denominación de Origen. Pero si además a la miel monofloral comprobamos que sí es monofloral, a través de un laboratorio certificado en el país, es

GRÁFICO 2

Evolución de los precios al exportador, año 2006 a 2008.

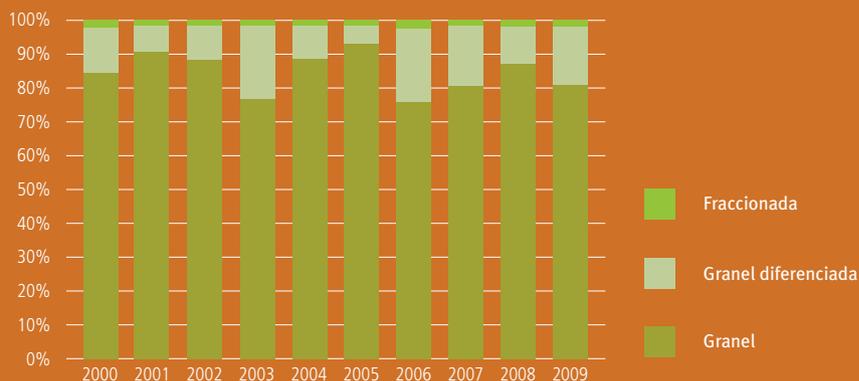


Fuente: elaboración propia a partir de datos de ODEPA.

- ▲ Miel a granel (sin diferenciar): tambor 300 kg.
- Miel a granel diferenciada (orgánica, monofloral): tambor 300 kg.
- Otros tipos de miel (fraccionada: 400 a 500 gr.)



FIGURA 1
Exportaciones por tipo en US\$ FOB



Fuente: elaborado por ODEPA.

decir, una Denominación de Origen botánico y/o geográfico certificada, le entregamos mayor confianza al consumidor a la hora de comprar. Si a estas dos maneras mencionadas de otorgar valor se dan al mismo tiempo, es decir, una miel orgánica monofloral, se está frente a un producto con aún mayores cualidades, por lo cual trae consigo un mayor reconocimiento y mayores retornos.

Dentro de las mieles monoflorales, como la miel de ulmo, se ha descubierto que ésta posee mayores propiedades antibacteriales, llegando a poder ser comparada con la miel de manuka de Nueva Zelanda, que hoy se usa además de consumo, donde obtiene un muy buen reconocimiento y un gran valor, como medicina alternativa (parches). En los laboratorios de la Pontificia Universidad Católica de Chile a cargo de la Profesora Gloria Montenegro R. se han realizado diversos experimentos sobre estas excepcionales cualidades, llegando a obtener el extracto que hace la gran diferencia en esta miel. Si en un futuro se llega a comercializar la miel de ulmo indicando estas propiedades extras, se obtendrían mayores precios de venta y aún más si se hace un rango, como la miel de manuka hoy, y se indica en el envase cuan activa o cuánta propiedad antibacterial adicional posee, llegaría a ser una miel única Premium. También este extracto tendría otros fines (medicinal, cultivos) y no sólo de consumo.

Otra vía alternativa de diferenciación, es producir y comercializar el producto miel dentro del mercado “Comercio Justo”. Para esto es necesario estar asociado a alguna Organización correspondiente como por ejemplo FLO. El comercio justo beneficia a los pequeños productores, se basa en un manejo sustentable de los recursos y acerca a los consumidores al productor. Estos productos llevan un sello “FairTrade”, lo cual indica que son social, económica y medioambientalmente responsables, otorgando valor agregado. Además se indica el origen del producto. El comercio justo es una vía que trae beneficios para un productor y logra que se diferencie del resto, obteniendo mejores retornos, cercano a un 10% por kg. de miel sobre una miel convencional, pero la diferencia es que lleva consigo un gran valor social.

De todas las formas de diferenciación, la que entrega un mayor valor agregado al producto y donde se genera un gran sobreprecio se produce al fraccionarla. Así se tiene la gran oportunidad de indicar en el envase que es “miel de Chile”, resaltando aún más la imagen del país en el exterior. Para el caso de la miel si se decide tener una envasadora lo que conviene es fraccionar miel diferenciada (orgánica, monofloral), ya que así se resalta aún más y se obtiene el reconocimiento por parte del consumidor sobre el tipo de miel. Se vuelve un producto muy atractivo. Ante esto, se estaría frente a un mercado gourmet, donde el consumidor está dispuesto a pagar de más por un producto de alta calidad, diferente e innovativo. Claramente existe un rol del marketing importante que logra acercar el producto al consumidor. Se puede fraccionar miel sin diferenciar, pero es un costo más, ya que a la hora de competir con otros productos fraccionados en el mercado exterior, se va a prefe-

TABLA 3
Precio/Kg prom. al consumidor – Sobreprecios

Tipo de producto	\$/Kg prom.	Sobre precio (%)
Miel multifloral	\$ 4.500	
Miel monofloral	\$ 7.245	61%
Miel orgánica	\$ 7.785	73%
Miel monofloral-orgánica	\$ 9.180	104%

Fuente: elaboración propia a partir de datos en el mercado nacional.



rir una miel diferenciada, por esto conviene exportar miel diferenciada de manera fraccionada y miel sin diferenciar a granel.

Luego, de manera resumida, se debe de exportar:

- miel sin diferenciar > a granel.
- miel diferenciada (orgánica, monofloral) > fraccionada.

El objetivo final es crear una identidad e imagen de Chile en el exterior, donde se reciba un precio de acuerdo a la calidad de las mieles chilenas.

Mercado interno

En el mercado interno, se observan los siguientes precios a consumidor que se detalla en la tabla 3.

La miel multifloral convencional obtiene en el mercado nacional un precio/kg promedio al consumidor de \$4.500 pesos. Si la miel se distingue y pasa a ser monofloral aumenta el precio en un 61%, y si es miel orgánica aumenta el precio en un 73%. Pero si se combinan ambos atributos el precio final aumenta en un 104%, lo cual es mayor. Además, otro factor importante es el envase, ya que se puede ver los distintos tipos de miel en envases de cera, plástico y de vidrio, pero en general los envases más económicos son el de cera y potes de plásticos. Se da que la mayoría de los potes de plásticos son utilizados para tamaño no mayores de los 500 gramos. Los envases de vidrio van estrechamente ligados con mieles de tipo orgánicas, lo cual pasan a ser una miel Premium. Las mieles monoflorales también se comercializan en envases de vidrio, pero de igual manera existen en envases de cera o pote plástico. La distribución de miel orgánica certificada, se distribuye no sólo en tiendas especializadas sino que también en supermercados. Las mieles monoflorales que predominan, son las de ulmo y de quillay y se da en general la relación entre producción orgánica y miel monofloral, es decir, las mieles certificadas como orgánicas son la mayoría monoflorales.

En el mercado interno aún existe gran desconocimiento por parte del consumidor sobre la miel y los distintos tipos que existen. El consumo es muy bajo. Por esto, el mercado nacional es atractivo para ciertos productores, pero para ello es necesario dar a conocer el producto a menores y adultos. Implementar estrategias de marketing para cambiar la imagen y hacer de la miel un producto atractivo, llevando a conocer sus grandes cualidades y beneficios que tiene para el ser humano. 

