

Resultados y Lecciones en

Gestión Mieles del Sur

Proyecto de Innovación en
**Regiones de Los Lagos
y de Los Ríos**



Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA



Resultados y Lecciones en **Modelo de Gestión** **Mieles del Sur**



Proyecto de Innovación en
Regiones de Los Lagos y de Los Ríos

Valorización a enero de 2010



Agradecimientos

En la realización de este trabajo agradecemos sinceramente la colaboración de los investigadores, técnicos y profesionales vinculados al proyecto, y a los participantes en los talleres de validación, en especial a::

- Claudia Fernández, encargada del proyecto,
- Elizabeth Harriet, coordinadora y ejecutora general del proyecto.

Resultados y Lecciones en Modelo de Gestión Mieles del Sur

Proyecto de Innovación en las Regiones de Los Lagos y de Los Ríos

Serie **Experiencias de Innovación para el Emprendimiento Agrario**
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

Registro de Propiedad Intelectual N° 199.393
ISBN N° 978-956-328-079-1

ELABORACIÓN TÉCNICA DEL DOCUMENTO

Rodrigo Navarro, Sergio Lara y Félix Bórquez - BTA Consultores S.A.

REVISIÓN DEL DOCUMENTO Y APORTES TÉCNICOS

M. Francisca Fresno R. - Fundación para la Innovación Agraria (FIA))

EDICIÓN DE TEXTOS

Gisela González Enei

DISEÑO GRÁFICO

Guillermo Feuerhake

IMPRESIÓN

Ograma Ltda.

Se autoriza la reproducción parcial de la información aquí contenida, siempre y cuando se cite esta publicación como fuente.

Contenidos

Sección 1. Resultados y lecciones aprendidas	5
1. Antecedentes	5
1.1 Contexto del mercado apícola	6
1.2 Características del sector apícola nacional	6
1.3 Mercado nacional de la miel	9
1.4 Comercio exterior	10
2. El Modelo de Gestión “Aprendido”	12
2.1 Objetivo	12
2.2 Postulados	13
2.3 Asociatividad y organización	13
2.4 Modalidad operativa	15
2.5 Actores	16
2.6 Estrategia de implementación	18
3. Costos y financiamiento	19
4. Alcance del Modelo.....	20
5. Claves de viabilidad.....	21
6. Asuntos por resolver	24

Sección 2. El proyecto precursor	25
1. El entorno económico y social	25
2. El proyecto	27
2.1 Características generales	27
2.2 La validación del proceso	28
2.3 El Modelo de Gestión.....	32
3. Los productores del proyecto hoy	34

Sección 3. El valor del proyecto precursor y aprendido	35
---	----

ANEXOS

1. Producción y mercado internacional de la miel	38
2. Registro de Apicultores de Miel de Exportación (RAMEX) – Trazabilidad apícola	41
3. Literatura consultada	43
4. Documentación disponible y contactos.....	44



SECCIÓN 1

Resultados y lecciones aprendidas

El presente libro tiene el propósito de compartir con los actores del sector los resultados, experiencias y lecciones aprendidas sobre gestión de mieles, a partir de un proyecto financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA).

Se espera que esta información, que se ha sistematizado en la forma de un “modelo de gestión aprendido”,¹ aporte a los interesados elementos claves que les permitan consolidar o comenzar nuevas iniciativas en el ámbito productivo.

► 1. Antecedentes

El Modelo de comercialización asociativa de mieles Red APIX, se generó a partir de las experiencias y resultados derivados de la ejecución de un proyecto financiado por FIA (proyecto precursor²), denominado “Producción y comercialización asociativa de mieles con denominación de origen botánico y geográfico de pequeños productores apícolas de la Región de Los Lagos”³ (IDP-PI-C-2004-1-P-021).

El proyecto tuvo como objetivo desarrollar acciones de estandarización, diferenciación y gestión para la producción de miel, a fin de contribuir al mejoramiento de las condiciones organizacionales, tecnológicas, productivas y comerciales del sector, fortaleciendo su actuación como sujeto de la política de fomento y protagonista de su propio desarrollo social y económico.

Esta iniciativa se desarrolló entre junio de 2005 y julio de 2009 y fue ejecutada por la Red APIX A.G., de la Región de Los Lagos, en conjunto con pequeños productores apícolas organizados de la agricultura familiar campesina (AFC) que residen y trabajan en el territorio correspondiente a las actuales regiones de Los Ríos y Los Lagos.

¹ “**Modelo de gestión aprendido**”: iniciativa que incorpora la información validada del proyecto analizado, las lecciones aprendidas durante su desarrollo, los aspectos que quedan por resolver y una sistematización de los elementos requeridos para la implementación del modelo.

² “**Proyecto precursor**”: proyecto de innovación a escala piloto financiado e impulsado por FIA, cuyos resultados fueron evaluados a través de la metodología de valorización de resultados desarrollada por la Fundación, análisis que se da a conocer en el presente documento. Los antecedentes del proyecto precursor se detallan en la Sección 2 de este documento.

³ Denominación anterior a la subdivisión de la Región de Los Lagos en regiones de Los Ríos y de Los Lagos, en 2007.

1.1 Contexto del mercado apícola

En el contexto global, en el que los hábitos de consumo se han orientado a la elección de productos naturales y beneficiosos para la salud, la oferta de productos derivados de las explotaciones apícolas se ha diversificado, incorporando junto con la miel subproductos como propóleos, polen, jalea real y cera. Esto ha generado la apertura de nuevos nichos de mercado que han significado el aporte de mayores retornos y el aumento de la rentabilidad, tanto de los productores como de toda la cadena involucrada, además de haber solucionado la inestabilidad de los precios en el negocio de la miel.

El mercado de la Unión Europea (UE) para productos apícolas es el más importante del mundo, ya que los consumidores de los 27 Estados Miembros son grandes demandantes de productos naturales, orgánicos y medicinales, especialmente los consumidores alemanes, franceses y del Reino Unido. En términos absolutos la UE es deficitaria en miel y tiene que importar casi el 50% de la que se consume; esto es válido tanto para la miel como para los propóleos y otros productos apícolas. En el Anexo 1 se entrega información del mercado internacional de la miel.

Cabe destacar que los principales países productores y exportadores de miel son China, Argentina, México, Canadá, Hungría y Australia. China también es el principal productor mundial de jalea real, polen y propóleos (PROARGEX, 2009).

Respecto del mercado apícola nacional, los recursos naturales de Chile, como un prodigioso clima templado, una gran diversidad de especies melíferas caracterizadas por una larga temporada de floración y el resguardo fitosanitario dado por barreras naturales efectivas, hacen de Chile un lugar especial y único para la actividad apícola en el mundo.

Así, la presencia de casi 6.000 especies nativas de flora potencia la producción de mieles con atributos de muy alta calidad nutritiva, organoléptica y medicinal; asimismo, el clima mediterráneo permite obtener un producto con bajo porcentaje de humedad, característica que facilita la mantención del aroma y sabor. En síntesis, Chile presenta características naturales adecuadas para obtener productos apícolas con denominación de origen botánico y geográfico (Danty, 2006).

Sin embargo, la apicultura nacional se ha basado tradicionalmente en la producción de miel para su comercialización a granel, lo que ha significado inestabilidad de ingresos y bajas rentabilidades. Por este motivo, el proyecto precursor estuvo orientado a mejorar la rentabilidad del rubro mediante un modelo de trabajo asociativo de productores, orientado a la comercialización de un producto diferenciado y con valor agregado, certificado en su origen botánico y geográfico, que además cumpla con estándares sanitarios y de calidad.

1.2 Características del sector apícola nacional

Chile apícola se divide en dos grandes zonas geográficas:

- centro norte: entre las regiones de Coquimbo (IV) y del Maule (VII), donde la actividad principal es la polinización y la producción de miel constituye un complemento;
- centro sur: entre las regiones del Biobío (VIII) y de Aysén (XI), las cuales se orientan principalmente a la producción de miel, aunque recientemente han incorporado servicios de polinización para frutales mayores y menores, y para otros cultivos emergentes en la zona (Centro Nacional Desarrollo Apícola, 2006).

La mayor cantidad de miel producida en Chile es del tipo multifloral, sin embargo también se produce monofloral, donde destaca la miel de ulmo (*Eucryphia cordifolia*), tiaca (*Caldcluvia paniculata*)



y tineo (*Weinmannia trichosperma*), las cuales muestran atributos relacionados con la suavidad, aroma y sabor.

Los apicultores nacionales son mayoritariamente pequeños productores (70%) y se caracterizan particularmente por su dispersión geográfica y heterogeneidad productiva. Se observa una gran variabilidad en la escala productiva, con un número de colmenas por apicultor entre 5 y 10 hasta más de 5.000. El desarrollo tecnológico es, en general, de regular a bajo, con un número muy acotado de apicultores innovadores que exhiben altos niveles tecnológicos. En este contexto, los rendimientos de miel varían entre 10 a más de 70 kg/colmena, con un promedio nacional de 25 (Centro Nacional Desarrollo Apícola, 2006).

Por otro lado, los medianos y grandes productores generan parte importante de la producción nacional de miel destinada principalmente a la exportación. Existen empresas con una importante integración vertical, que desarrollan actividades productivas y comerciales como, por ejemplo, producción de material biológico, polinización, comercialización de insumos y exportación directa. Además, realizan inversiones en equipos y tecnologías, conocen el mercado y los procesos productivos, y alcanzan rendimientos por colmena muy superiores al promedio nacional.

Según los datos del VII Censo Agropecuario y Forestal (INE, 2007), la actividad apícola se desarrolla en 10.523 explotaciones, distribuidas en 930.288 hectáreas. La cantidad total de colmenas detectadas llega a 454.489, de las cuales 417.335 son modernas o de marco móvil, y 37.154 son rústicas. La mayoría de las explotaciones se concentran en regiones de marcada tradición apícola: La Araucanía (3.465) y Biobío (2.194), así como en las regiones del Maule (854), Los Lagos (714), Coquimbo (689) y Los Ríos (662) (Cuadro 1). Las regiones de Magallanes y de Arica y Parinacota no presentan actividad apícola producto, principalmente, de sus características climáticas extremas.

CUADRO 1. **Número de explotaciones apícolas**

Región	GÉNERO			Total
	Mujeres	Hombres	S/i	
XV de Parinacota	0	0	0	0
I de Tarapacá	0	1	0	1
II de Antofagasta	23	14	0	37
III de Copiapó	12	39	2	53
IV de Coquimbo	187	465	37	689
V de Valparaíso	128	350	107	585
Metropolitana	98	321	101	520
VI de O'Higgins	139	405	83	627
VII del Maule	166	589	99	854
VIII del Biobío	560	1.447	187	2.194
IX de La Araucanía	712	2.609	144	3.465
XIV de Los Ríos	186	434	42	662
X de Los Lagos	157	474	83	714
XI de Aysén	52	63	7	122
XII de Magallanes	0	0	0	0
Total	2.420	7.211	892	10.523

S/i: sin información

Fuente: INE (2007).

Con relación al número de colmenas, si se considera la actividad frutícola el orden de importancia de las regiones es diferente. Es así como la Región Metropolitana cuenta con 84.128 colmenas, seguida por las regiones de O'Higgins (70.952), Biobío (69.597) y Maule (62.982).

En el Cuadro 2 se observa que el total de apicultores inscritos en el Registro de Apicultores de Miel de Exportación (RAMEX)⁴ es de 4.454 y que los establecimientos exportadores de miel son 25. La Región del Biobío concentra el mayor número de apicultores, en tanto la Metropolitana el de exportadores. Este número ha aumentado respecto el año 2007, cuando los apicultores inscritos no superaban los 3.400 y habían sólo 19 establecimientos acreditados.

CUADRO 2. **Apicultores inscritos en RAMEX y establecimientos exportadores de miel, a junio de 2008**

Región	Nº de apicultores	Nº de establecimientos exportadores
Tarapacá	1	0
Atacama	2	0
Coquimbo	120	2
Valparaíso	199	2
Metropolitana	437	6
O'Higgins	579	5
Maule	1043	4
Biobío	1327	3
Araucanía	439	0
Los Ríos	190	0
Los Lagos	92	3
Aysén	25	0
Total	4.454	25

Fuente: Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

⁴ Registro que lleva el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Más información en: www.sag.cl – Exportaciones Pecuarias - Productos para consumo humano - Planteles de animales - Registro de Apicultores de Miel de Exportación, RAMEX.

1.3 Mercado nacional de la miel

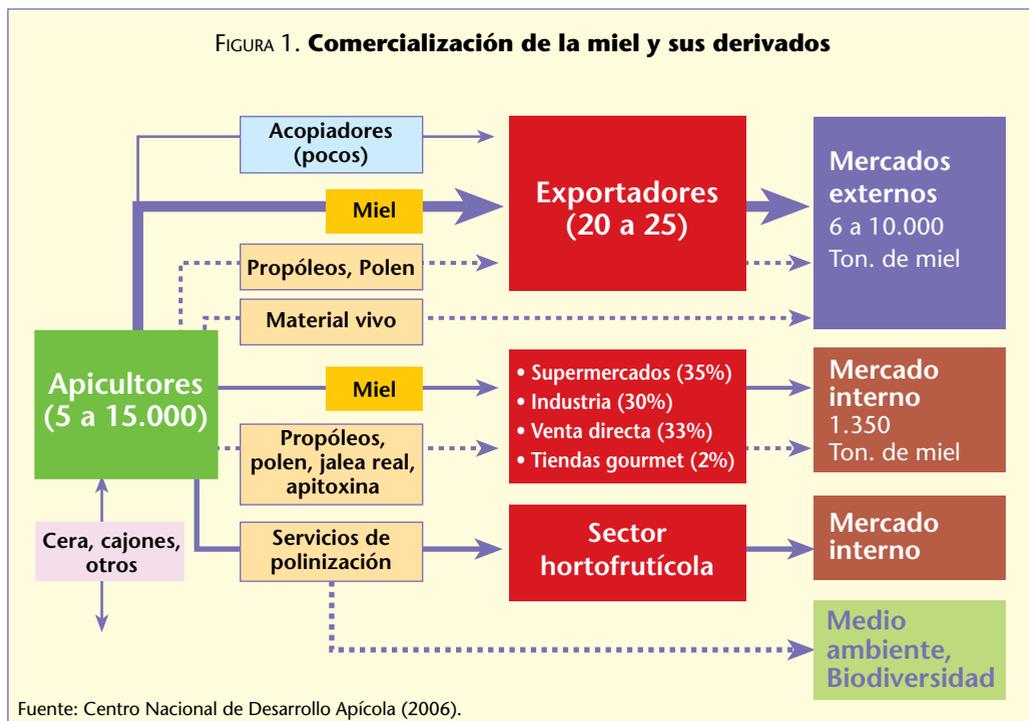
La oferta apícola nacional está compuesta por diversos productos que incluyen miel y propóleos (a granel y envasados), polen (seco o fresco), abejas reinas, jalea real, paquetes de abejas y apitoxina (veneno de abeja), los cuales se exportan a todo el mundo, especialmente a Europa, y se ha consolidado la incorporación de nuevos mercados como Canadá y Francia.

La miel sigue siendo el producto más importante de la actividad apícola en Chile, y su producción el año 2007 se estimó en 9.100 toneladas, correspondiente a un 0,6% de la producción mundial. Los países que lideraron las exportaciones en 2006 fueron China y Argentina; aproximadamente un tercio de las mieles que participan en el comercio internacional son proporcionadas por 25 países, entre los cuales se encuentra Chile, con un aporte de 1,5% (Barrera, 2009).

Aunque existe poca información que permita dimensionar el consumo del mercado interno, se estima que éste es bajo y poco exigente, y no se conocen datos que proporcionen elementos de evolución y tendencia. Según un estudio del Instituto de Agroindustria de la Universidad de la Frontera, el consumo interno de miel bordea las 1.400 toneladas, lo cual representa menos del 10% de la producción nacional (Corporación Centro Apícola, 2007).

Un 65% del consumo interno se comercializa mediante canales formales (Figura 1), con una participación mayoritaria de supermercados (480 t), seguida de la industria de alimentos, farmacéutica y cosmética (390 t), y de una participación muy discreta de las tiendas gourmet (30 t). El otro tercio del consumo interno se canaliza a través de ventas informales, con transacciones directas o indirectas entre productor y consumidor (Centro Nacional Desarrollo Apícola, 2006).

Ello significa que el consumo anual es del orden de 100 g *per cápita*, cifra que se sitúa por debajo del promedio mundial, que corresponde a 220 g, y es muy inferior al de algunos países miembros de la Unión Europea (1 kg anual *per cápita*) o de Nueva Zelanda (2,5) (Centro Nacional Desarrollo Apícola, *op. cit.*).



En la Figura 1 se observa que el mercado externo es el de mayor protagonismo a través de la comercialización de empresas exportadoras. De acuerdo a datos de ODEPA, a octubre de 2008 participaron en la comercialización 23 empresas distribuidoras, de las cuales cinco recibieron cerca del 86% de los retornos.

Finalmente, se observa que los acopiadores de miel son actores con menor incidencia que los restantes, posiblemente debido a las mayores exigencias de trazabilidad con que se enfrentan frecuentemente por parte de agentes como las exportadoras, supermercados, grandes apicultores y asociaciones de apicultores, entre otros.

1.4 Comercio exterior

Como resultado de los acuerdos de libre comercio firmados por Chile, la miel nacional tiene un trato preferencial en algunos mercados; por ejemplo, en la UE paga una tarifa de 6,4%, con una dinámica desgravatoria hasta 2010 y una clara ventaja frente al pago de 17,3% de sus competidores. En otros mercados, como Estados Unidos y México, tiene un arancel de entrada de 0% (Barrera, 2009).

Gran parte de los envíos chilenos corresponden a miel a granel, sin diferenciación; los envíos diferenciados, con valor agregado, representan menos del 1% de los montos transados en el período 2000-2009 (Cuadro 3).

CUADRO 3. Exportaciones de miel en el período 2000-2009 (US\$)

Año	Granel	Granel diferenciada	Fraccionada	US\$/kg FOB
2000	4.116.381	664.314	30.358	1,1
2001	5.996.280	439.131	43.347	1,1
2002	8.382.106	895.726	40.037	1,5
2003	20.186.107	5.592.805	37.911	2,6
2004	11.856.450	1.229.603	21.056	2,4
2005	9.478.306	442.535	59.990	1,4
2006	9.312.505	2.669.549	109.933	1,6
2007	10.468.122	2.202.756	106.266	1,75
2008	26.380.397	3.286.418	107.760	2,9
2009	14.778.001	3.097.980	112.500	2,87
Total	120.955.315	20.520.823	669.158	2,35

Fuente: Barrera (2009).

Las exportaciones chilenas de miel durante el año 2008 totalizaron 10.336 t, valuadas en US\$ 29,8 millones, lo que representa un crecimiento de 133% en valor y 41,3% en volumen, respecto las operaciones del año anterior. El precio unitario promedio (US\$ 2,88/kg) corresponde al mayor valor anual de los últimos 10 años.

Respecto la clasificación de las partidas de exportación de acuerdo a la presentación del producto (Cuadro 4), en Chile la miel a granel sin diferenciación envasada en tambores concentra el 88% de los envíos, a diferencia de la miel a granel diferenciada que sólo bordea el 11,1%. Por otro lado, aunque los embarques de productos envasados y/o fraccionados han bajado en importancia relativa y concentran sólo el 0,3% del mercado, han experimentado un aumento interesante por efecto precio.

CUADRO 4. Exportaciones de miel por tipo de producto, a octubre de 2008

Tipo de producto	Envase	Valor FOB (US\$/kg)	Volumen (kg)	US\$/kg
Miel a granel sin diferenciación	Tambor de 300 kg	24.867.667	8.734.166	2,85
Miel a granel diferenciada (orgánica monofloral)	Tambor de 300 kg	3.433.386	1.141.949	3,01
Otros tipos de miel	Fraccionada (400 a 500 g)	100.181	10.292	9,73
Total *	-	28.402.234	9.886.407	2,87

* Las cifras incluyen hasta octubre de 2008, razón por la cual los totales no coinciden con lo informado por Barrera (2009). Fuente: ODEPA [en línea].

Cabe destacar que la miel diferenciada (a granel o envasada), corresponde a un bajo porcentaje del total exportado, no obstante los altos precios que evidencia; destacan los precios alcanzados por la miel de ulmo y de tiaca (Cuadro 5).

CUADRO 5. Exportaciones nacionales de miel, a septiembre de 2009

Tipo de miel	Volumen (kg)	FOB (US\$)	US\$/kg
Natural	9.118.724	26.788.553	2,94
Bosque nativo	1.248	9.709	7,78
Ulmo	3.570	34.841	9,76
Tiaca	5.280	50.168	9,50

Fuente: elaborado con datos de Servicio Nacional de Aduanas.

En las últimas temporadas, el cambio más significativo con relación a la evolución de los destinos de las exportaciones de mieles chilenas se observa en el mercado de Estados Unidos, que compró el 45% del volumen total exportado en las temporadas 2002 y 2003, y sólo el 15-16% el año 2005. Respecto los valores, se observa que lo inverso ha ocurrido con las exportaciones hacia Alemania, que a través de los años ha pasado a ser el destino más importante para la miel chilena, seguido del Reino Unido y Francia, con los siguientes valores en 2008 (% del mercado y precio unitario US\$/kg, respectivamente; Barrera, 2009):

- Alemania: 77,2 - 2,86
- Reino Unido: 8,8 - 2,96
- Francia: 4,9 - 2,81
- Suiza: 3,3 - 2,68
- Austria: 1,6 - 3,17

El Reino Unido, que no aparecía significativamente representado entre 2002 y 2004, en 2008 concentró el 9% de los envíos nacionales, superando a otros países de la Unión Europea que históricamente han comprado una proporción mayor.

Lo anterior configura un escenario donde el 99% de las exportaciones nacionales tiene como destino la UE, mercado altamente exigente y donde es necesaria la autorización de establecimientos exportadores por parte del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) y el cumplimiento de requisitos específicos para ese mercado (REEMM).⁵

⁵ Más información en: <www.sag.cl> – Exportaciones Pecuarías - Productos para consumo humano - Establecimientos de la cadena productiva - Inscripción en el Listado Nacional de Establecimientos Exportadores de Productos Pecuaríos, LEEPP - Requisitos específicos para exportar miel a la Unión Europea.



En las exportaciones de miel del año 2008 participaron 23 empresas, de las cuales 4 exportaron por un valor equivalente al 80% de los retornos. El precio medio obtenido se aproximó a US\$ 2,88/kg y el mejor precio promedio correspondió al mercado de Singapur (US\$ 16/kg), aunque se trata de pequeñas partidas de miel orgánica (Barrera, 2009).

Según cifras del Servicio Nacional de Aduanas, hasta mayo de 2009 las exportaciones chilenas de miel totalizaron 7.432 toneladas (US\$ 21,5 millones), lo que representa un crecimiento de 30,8% en valor y 23% en volumen respecto al mismo período de 2008. El precio unitario fue de US\$ 2,9/kg (Barrera, *op. cit.*).

► 2. El Modelo de Gestión “Aprendido”

2.1 Objetivo

El propósito del Modelo de Gestión y Comercial “Mieles de Sur” es la producción de miel diferenciada y con valor agregado para su posterior comercialización en el mercado nacional e internacional, mediante un trabajo asociativo de los productores interesados.

Para optar a participar en el mercado de mieles diferenciadas, es necesario realizar un proceso de diferenciación por origen botánico y geográfico, a nivel regional, a partir del análisis de las especies botánicas presentes en la zona, las cuales conforman la realidad productiva de los pequeños y medianos productores apícolas.

El desarrollo y la posterior comercialización de mieles diferenciadas con denominación de origen botánico y geográfico alcanza beneficios económicos que mejoran, en gran medida, la posición de pequeños y medianos apicultores, puesto que la demanda existente en el mercado por este tipo de productos puede llegar a triplicar en algunos casos los precios obtenidos por mieles a granel sin diferenciación. Sin embargo, una producción diferenciada requiere de una serie de exigencias en gestión, productivas y comerciales de la empresa o asociación, que son fundamentales de cumplir con el fin de lograr con éxito emprendimientos futuros similares a los del proyecto precursor.

2.2 Postulados

El Modelo de Gestión Asociativa y Comercial Mielés de Sur fue desarrollado con la finalidad de convertirse en un ejemplo destinado al crecimiento productivo de la agricultura familiar campesina (AFC), ligada al rubro apícola de la Región de Los Lagos y de Los Ríos, por medio del aprovechamiento de las oportunidades del mercado de mieles diferenciadas existentes.

El Modelo supone que unidades productivas de apicultores asociados de la AFC pueden tener éxito en mercados más sofisticados (gourmet), que aquellos en donde se comercializan actualmente mieles a granel y sin valor agregado, si es que se genera un entorno competitivo entre los asociados y, a la vez, se obtienen productos finales acordes a los esperados por los consumidores.

A continuación se presenta una serie de necesidades que se pueden suplir por medio del Modelo de Gestión Mielés del Sur.

Productores atomizados	→	Empresa asociativa
Baja rentabilidad de la apicultura en la región	→	Aumento de la rentabilidad
Mercado informal	→	Canales formales de comercialización
Mielés de alta calidad vendidas sin valor agregado	→	Valor agregado a mieles diferenciadas
Apicultores con deficiencias productivas y comerciales	→	Apicultores capacitados
Falta de infraestructura	→	Planta de envasado

2.3 Asociatividad y organización

El Modelo se sustenta en la creación de una empresa comercial de propiedad de pequeños y medianos apicultores. Contempla la participación de productores, quienes seleccionan la miel recepcionada, la envasan externamente en un centro destinado para ello y luego la comercializan nacional e internacionalmente por medio de la empresa, en mercados gourmet. Cada productor maneja, gestiona y cosecha sus unidades productivas dentro de sus predios individualmente, con el fin de alcanzar una masa crítica que permita lograr ventajas en la negociación de la comercialización y en el alcance de los consumidores.

En el marco del proyecto precursor, el Modelo se sostuvo en un trabajo conjunto de 20 a 30 pequeños apicultores que crearon una cooperativa que les permitió, entre otros, el fortalecimiento de una organización, la generación de una visión común de la actividad, la promoción de la articulación público-privada y el aprovechamiento de un potencial para implementar sistemas de aprendizajes que permitieron la generación de líderes dentro de la asociación, así como el desarrollo de los apicultores hacia sistemas de trabajo productivo y de comercialización más sofisticados.

Este sistema de organización, que permite a los productores entrar al mercado formal (Figura 2), cuenta con una estructura organizacional de tipo cooperativa, es decir, constituye un modelo empresarial asociativo, cuya característica central es la autogestión democrática de una actividad socioeconómica. El objetivo es mejorar las condiciones de vida de sus socios, quienes participan igualitariamente en la toma de decisiones (un socio, un voto).



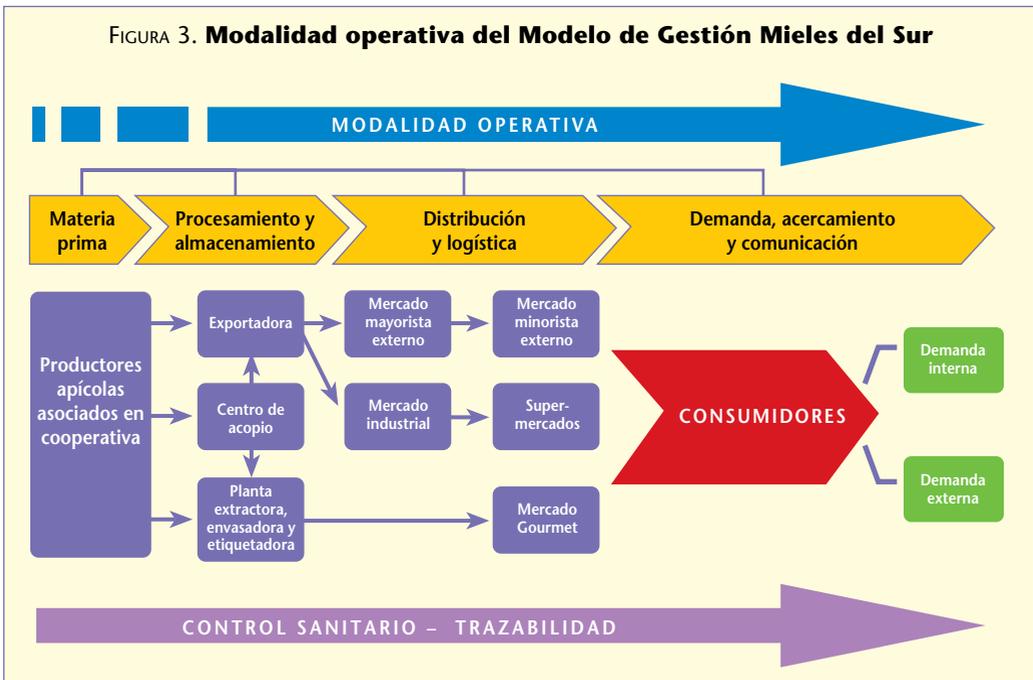
Se observa en la Figura, a los socios en el nivel superior de la organización, que son los productores asociados de la cooperativa y dueños de la materia prima que posteriormente se acopia, con el fin de agregarle valor y comercializarla en el mercado de mieles de especialidad. En tanto, el consejo de administración es el encargado de implementar las políticas y decisiones de los socios, además de exigir cuentas al gerente respecto las políticas de la cooperativa, entre otros aspectos.

El gerente cuenta con un papel de alta responsabilidad para alcanzar el éxito del Modelo, ya que es el encargado de desarrollar diversas actividades, entre otras: representación legal de la cooperativa, administración, operación y control financiero, implementación del plan de negocios sugerido, política comercial, gestión, compra de mieles, venta posterior con valor agregado, sugerir la política de precios, búsqueda de nuevos mercados, elaboración de informes financieros, control de la trazabilidad y difusión de las actividades de la cooperativa.

En el nivel menor, a cargo del gerente se encuentran el contador, el asistente de operaciones y los vendedores de mieles, quienes son los encargados de poner a disposición, en los puntos de venta objetivos (tiendas de especialidad), las mieles diferenciadas por su origen botánico y geográfico.

2.4 Modalidad operativa

La aplicación del Modelo de Gestión Mielés del Sur se basa en los beneficios de contar con la aceptación de consumidores que valoran la alta calidad de mieles diferenciadas con carácter de especialidad. Por ello, apicultores atomizados y dueños de la materia prima (mieles) se asocian formando una empresa que les permita obtener beneficios en el ámbito productivo y comercial. El Modelo se desarrolla a partir de la caracterización de las mieles, de la capacitación de apicultores y de una gestión realizada mediante la participación de un consejo de administración, un profesional de alto nivel (gerente) y el apoyo de técnicos en aéreas propias de una organización empresarial, que componen la estructura de la cooperativa, en conjunto con los apicultores asociados (Figura 3).



La comercialización se lleva a cabo una vez que la miel ha sido extraída, envasada y etiquetada en una planta afín para ello; posteriormente se distribuye a mercados de nicho donde se comercializa dada la experiencia de los profesionales de la asociación comercial, los cuales deben distribuir las mieles de calidad preferentemente en centros gourmet. Los atributos diferenciadores como origen botánico, geográfico y cultural, así como los cuidados del sistema productivo, en conjunto son características válidas para determinar este tipo de miel como un alimento “Premium”, de alto valor agregado, que difiere del de la competencia.

Dado lo anterior, al igual que en el proyecto precursor, es necesario el desarrollo de una marca (Mielés del Sur), un envasado y un etiquetado que tenga como finalidad lograr el posicionamiento de los productos dentro del mercado. Para esto es necesario rescatar la calidad, así como el origen botánico y geográfico de las mieles, con el fin de presentarlas como productos únicos, lo cual permita la aceptación favorable de los clientes finales.

El trabajo conjunto de la organización de productores con empresas especializadas en estrategias de marketing permite sortear las limitantes de entrada al mercado seleccionado y facilita la retención del mensaje que se desea transmitir para permanecer en el ámbito de consumo de los clientes objetivo.

Al igual que en el proyecto precursor, el desarrollo de nuevas iniciativas innovadoras en el ámbito de las mieles diferenciadas, están condicionadas por los aportes de recursos provenientes de instituciones que dirigen sus esfuerzos al desarrollo de diversos sectores que albergan la realidad productiva de la AFC. Es por esto que una parte importante para el futuro crecimiento del sector recae en el apoyo financiero y de asistencia técnica que se pueda orientar a la obtención de sellos de calidad y a la implementación de una planta de extracción, envasado y etiquetado de las mieles obtenidas, con el fin de aumentar la capacidad productiva y el capital de la cooperativa.

2.5 Actores

La realidad productiva de pequeños apicultores pertenecientes a la AFC exige un modelo de gestión que permita superar las limitantes propias de este tipo de producción, el que debe orientarse a obtener los beneficios del trabajo asociado y del potencial de un mayor valor agregado, en desmedro del obtenido por producciones individuales, de baja productividad y sin valor agregado. Por ello, es importante contar con una cooperativa u otro tipo de asociación empresarial de campesinos, que oriente el trabajo



de campo de los productores (socios), mediante un conjunto de decisiones necesarias de tomar para alcanzar una mejor comercialización, a fin de aumentar las competencias de la producción nacional de mieles de especialidad y participar en un mercado formal que antes del proyecto precursor no existía.

En tanto, con la finalidad de avanzar en solucionar las limitantes que aquejan a la cooperativa, es necesaria la obtención de ayuda proveniente de entidades que ofrecen aportes técnicos y financieros orientados al desarrollo de sectores e iniciativas que cuentan con gran potencial de éxito en sus mercados respectivos; ello se concreta mediante planes nacionales, asistencias en campo y jornadas de capacitación que se encuentran disponibles para este sector.

Socio

El socio y/o productor perteneciente a la AFC es un eje fundamental del Modelo Mielés del Sur, ya que es el encargado de llevar a cabo las tareas productivas necesarias para la obtención de una materia prima de calidad, la cual debe ser manejada de acuerdo a las exigencias de los mercados demandantes y sugerencias de la cooperativa. También es responsable de participar en las actividades de capacitación que ofrece la cooperativa, con el fin de incrementar sus competencias y rendimientos productivos necesarios de obtener para el desarrollo del negocio, a medida que las condiciones de mercado sean más exigentes.

La regularidad de la participación en las actividades que realice la cooperativa junto con la disposición y atención, por parte de los apicultores, son los factores que permitirán la mejor recepción del conocimiento transferido y la obtención de capacidades que logren el fortalecimiento del negocio, en el ámbito del rendimiento productivo, la mantención de atributos de la miel y la creación de una ventaja competitiva sustentada en la habilidad distintiva de la calidad del producto ofrecido a sus consumidores.

Cooperativa u otra asociación empresarial de productores

La agrupación empresarial por la cual se opte, debe tener la finalidad de solucionar las limitantes productivas que no se pueden solucionar de manera individual, lo cual permitirá aumentar las rentabilidades de las explotaciones apícolas de sus asociados, mediante factores como el ingreso formal al mercado, la existencia de mecanismos de capacitación, el apoyo de asistencia proveniente de profesionales y, finalmente, la mejor posición que alcanzan las producciones conjuntas frente a las instancias de comercialización. El trabajo que se desarrolla en el entorno de la asociación permite dar un énfasis estratégico a las producciones obtenidas, mediante el desarrollo de una política comercial, la implementación de un plan de negocios y el cumplimiento de fases orientadas al desarrollo de los productores y de la organización, a través de decisiones que toman los mismos productores en forma democrática.

La asociación permite solucionar en gran medida las limitantes de comercialización que enfrentan actualmente los apicultores de la AFC, mediante la formalización de los productores que la componen, lo cual permite su ingreso a un mercado que ha dado muestras de crecimiento y de altos retornos para los apicultores.

Además de prestar apoyo al manejo de las producciones y favorecer la capacitación, la existencia de la cooperativa, u otra asociación similar, permite la creación de un sistema de registro (trazabilidad) y un posicionamiento de los productos, como consecuencia de la creación de una marca y del seguimiento de una estrategia de marketing asistida por empresas dedicadas al tema, las cuales no hubiesen podido intervenir sin la existencia de la organización.

Dada la importancia que tiene la cooperativa para el éxito del Modelo propuesto, se debe diseñar una estructura organizacional que permita su funcionamiento, que esté destinada a favorecer el bienestar económico de los socios que la componen. Así, la existencia de un consejo de administración y un gerente, además del trabajo de profesionales, es necesaria para la correcta toma de decisiones y la ejecución eficiente y eficaz de las actividades que se propongan.

Unidades de apoyo

Corresponden a todas aquellas instituciones u organizaciones públicas o privadas que cuentan con herramientas de apoyo financiero y de asistencia técnica, necesarias para el desarrollo de las actividades productivas de comunidades compuestas por pequeños productores. En este caso, la existencia de instituciones que financien nuevos proyectos es de gran relevancia para el desarrollo del mundo apícola específicamente, para acceder a financiamiento que permita la implementación de plantas de envasado y etiquetado de propiedad de la cooperativa, con el fin de fomentar el desarrollo productivo a mayor escala.

También son fundamentales las empresas privadas que aporten en la asistencia técnica respecto del proceso productivo, así como en la estrategia de marketing y en la comercialización de las mieles, para hacer frente a los nuevos y más exigentes desafíos que presentará el mercado.

2.6 Estrategia de implementación

La estrategia de diferenciación de las mieles orientada a mercados de nicho con altos precios, se basa en sus atributos únicos asociados a una identidad propia, tales como su origen botánico y geográfico, la cultura del sur de Chile y la tradición y experiencia de los apicultores en su producción, además de su calidad, procedente de la estandarización de los procesos de obtención.

En tanto, con el fin de obtener los beneficios propios del trabajo asociado de pequeños productores pertenecientes a la AFC, resulta fundamental crear un Programa de Desarrollo de Productores (PDP), compuesto por 20 a 30 apicultores; este es necesario para el abastecimiento de mieles diferenciadas a los distintos puntos de venta, así como para el fortalecimiento de la cadena de valor.

El Modelo se desarrolla de manera particular en las dependencias de cada apicultor, donde se maneja y obtiene la miel que será comercializada; cabe señalar que la asociación (cooperativa) exige un volumen mínimo de materia prima producida por cada apicultor. Posteriormente, el grupo de productores trabaja de manera conjunta para envasar y comercializar las mieles obtenidas, como un solo producto estandarizado, a través de los canales de comercialización objetivo.

Con el propósito de posicionar los productos desarrollados y posteriormente lograr nuevos productos, se propone implementar un programa de desarrollo comercial que considere aspectos como:

- proceso productivo,
- orientación al cliente,
- calidad del producto desarrollado,
- generación de marca,
- identificación de origen y geográfica,
- precio de oferta final.

Su objetivo general es posicionar la producción comercial en el mercado nacional en el corto plazo y, posteriormente, en el mercado internacional una vez que la empresa esté consolidada, mejorando la posición competitiva de la asociación.

También se recomienda el desarrollo de una plataforma Web para facilitar la difusión de los productos y el éxito del negocio.

El desarrollo continuo de nuevos productos y la diversificación de mieles provenientes de distintas especies permitirán llegar a un mercado que, de acuerdo a su velocidad de desarrollo y tendencias de consumo, se tornará cada vez más complejo y competitivo.

Con relación a la conservación de los atributos y características de inocuidad que deben presentar las mieles, resulta imperante desarrollar sistemas de acopio apropiados, que logren mantener sin alteraciones dichas características.

La implementación de un sistema de trazabilidad (creación de protocolo) en toda la cadena productiva, es de gran importancia para generar confianza entre los consumidores, dado que se da la seguridad alimentaria necesaria que actualmente exigen los mercados, lo cual es una tendencia mundial de los sistemas productivos más desarrollados en gran parte de los países objetivo de esta producción.

Específicamente, la trazabilidad de las mieles incluye desde la identificación de las zonas de producción y pecoreo, hasta la obtención de un producto terminado y envasado, para lo cual es necesario contar con un registro o base de datos de los lotes, fechas, zonas, tipos de transportes y lugares de comercialización; es decir, de todos los puntos y etapas en que la materia prima se va transformando hasta que llega al consumidor final.

El desarrollo de jornadas de capacitación destinadas a los productores asociados, orientadas a mejorar la planificación y el aprendizaje de estrategias productivas y comerciales de largo plazo, permitirá aumentar los niveles de producción y acrecentar la rentabilidad que se genera a partir del mayor valor agregado de las colmenas.

Finalmente, el desarrollo de una estrategia de comercialización basada en una alianza estratégica con el poder comprador, es de gran relevancia para alcanzar la comercialización eficaz de las mieles; esto disminuiría en gran medida las limitantes del ámbito comercial que presentan hoy los productores asociados, las cuales no permitirán a futuro enfrentar las exigencias de los mercados internacionales. Por lo tanto, el cumplimiento en calidad y en la entrega a tiempo de los volúmenes acordados es vital para contar con la confianza de los clientes y lograr un fortalecimiento de la cadena de valor, lo cual genera una ventaja competitiva a favor de los productores, a través de una forma óptima de hacer comercialización.

► 3. Costos y financiamiento

El Modelo de Gestión propuesto permite agregar valor a una producción de mieles diferenciadas mediante la creación de una empresa compuesta por apicultores de la AFC. La creación de esta empresa comercial, tipo cooperativa o similar, tiene costos asociados que se vinculan en gran medida con el recurso humano necesario para desarrollar con éxito las alternativas de la empresa.

Los costos asociados a la gestión de la empresa están destinados, en gran medida, a la operación de las distintas dimensiones necesarias que exige el negocio, así como también a la compra de materia prima para llevar a cabo las labores de extracción, envasado y etiquetado entre otros. También se debe considerar el costo de un estudio de mercado u otra herramienta necesaria para tomar las decisiones comerciales de la empresa durante un año. Además, y con el propósito de lograr un posicionamiento en el mercado, se requiere costear la promoción de la marca y el producto en distintas actividades afines.

Con la finalidad de poner a disposición de los interesados los valores y resultados de los costos de referencia de un año de ejercicio (a régimen), en el Cuadro 6 se detallan los costos de constitución de una empresa similar a la creada en el proyecto precursor, para lograr la obtención de los beneficios del modelo planteado.

CUADRO 6. Costos de constitución de una empresa que alcanza los beneficios del modelo planteado

Ítem	Costo anual estimado (\$)
Materia prima (mieles)	14.960.000
Recursos humanos	24.000.000
Prospección de mercado u otro	2.000.000
Costo de extracción, envasado, otros	10.000.000
Promoción	5.000.000
COSTO TOTAL	55.960.000

Este Modelo ha sido configurado sobre la base de información generada en los ensayos realizados en el proyecto precursor, así como en las experiencias sobre producción de miel Premium y los supuestos acordados con las condiciones requeridas. Cabe destacar que el proyecto productivo propuesto se basa en las actuales condiciones de mercado, las tendencias futuras para el producto y sus costos asociados.

El desarrollo de una iniciativa productiva orientada a mercados de alta exigencia en calidad, produce expectativas optimistas sobre la recaudación del valor logrado, que permite cubrir los costos, generar rentabilidad y llevar a cabo el negocio. En tanto, el aumento de materia prima destinada al desarrollo de mieles Premium permitirá aumentar la rentabilidad del negocio y cubrir los costos; para ello es necesario capacitar a los productores, generar un programa de desarrollo de proveedores (PDP) e incentivar la participación de los pequeños apicultores en la nueva iniciativa, con el fin de financiar la empresa de manera pro pia.

► 4. Alcance del Modelo

El Modelo de Gestión Mielés del Sur generó una opción de negocios altamente beneficiosa para pequeños y medianos apicultores pertenecientes a la AFC. No obstante, es necesario enfrentar bien preparados los desafíos futuros de las producciones nacionales, los cuales se orientan a satisfacer las exigencias de calidad y seguridad alimentaria cada vez mayores que requieren los mercados objetivos del Modelo. Por lo tanto, trabajar iniciativas destinadas a la obtención de sellos de calidad u otras certificaciones de calidad y/o origen, son de gran valor para la sostenibilidad del negocio en el transcurso del tiempo.



Los interesados en considerar esta alternativa productiva deben estar localizados en zonas apícolas de Chile, que cuenten con flora nativa libre de residuos químicos, los cuales potencialmente pueden afectar el carácter natural del producto y la calidad de las especies de flora, con lo cual disminuye la sostenibilidad de esta alternativa productiva en el mediano y largo plazo.

Las perspectivas del Modelo consideran en el corto plazo una producción orientada a consumidores nacionales, tanto para las mieles Premium como para aquellas “clásicas”. Posterior a esta primera etapa, resulta atractiva la producción orientada al mercado internacional, con el fin de posicionarse en un mercado de alto valor, mediante productos únicos, de calidad y diferenciados, orientados a mercados de nichos, con la finalidad de alejarse de una oferta de carácter commodity de menor valor.

El mayor valor pagado por kilo de miel diferenciada, respecto del recibido por las no diferenciadas, exige plantearse el desafío de una estandarización productiva que permita el posicionamiento sólido de las empresas que envasan y comercializan el producto final, con el objetivo de ser un proveedor confiable que permita disminuir la amenaza de nuevos productores entrantes al negocio.

El desarrollo de una actividad amigable con el medio ambiente permite sostener, en el tiempo, la producción de miel diferenciada y también las rentabilidades de la AFC, de acuerdo a las actuales tendencias de consumo nacional e internacional y al incremento de la demanda por productos que aseguren la biodiversidad de los ecosistemas que componen el entorno del proceso productivo.

► 5. Claves de viabilidad

Se han distinguido ocho aspectos fundamentales sobre los cuales se basa la viabilidad del modelo.

- **Desarrollo de productos diferenciados.** Una de las apuestas más relevantes del Modelo es el desarrollo de productos diferenciados, con valor agregado en su terminado; considera en una primera etapa la comercialización en el mercado nacional y posteriormente en el mercado internacional.

Las siguientes fotografías muestran una variedad de productos (miel de ulmo) que se expenden principalmente en centros gourmet, en sus tiendas o por Internet, aunque también se encuentran en menor medida en supermercados; precios del año 2009.



Región de La Araucanía
\$ 2.500/kg



Región del Biobío
\$ 2.600/kg



Región de Los Ríos
\$ 3.500/700 g



Región Metropolitana
\$ 4.000/kg

El desarrollo de productos que cuenten con certificaciones de origen botánico y geográfico de la región es vital para tener éxito en el negocio, ya que aumentan el valor de la producción, dado que incentivan y favorecen la alineación del sector respecto productos con valor agregado. Lo anterior posibilita la apertura al mercado nacional e internacional, promocionando la zona del producto certificado y sus productos de calidad superior y precios más atractivos.



- **Marketing.** El desarrollo de una estrategia de marketing propia de productos diferenciados y de alta calidad es vital para el posicionamiento de un producto natural, sano y sin alteraciones, en los puntos de venta objetivos de la iniciativa (centros gourmet), lo cual facilita la obtención de los beneficios provenientes de la distribución de productos con mayor valor agregado. En tanto, el desarrollo de canales de comercialización mediante el aporte de asistencia comercial en jornadas destinadas a difundir la iniciativa, favorecerá la introducción de los productos en una etapa inicial, que contará con barreras de entrada a partir de productos ya presentes en el mercado.

La creación de una imagen corporativa aumenta la competitividad de la empresa y amplía los límites tradicionales con que cuenta la AFC para dar a conocer sus productos, ya que producto de un envasado y etiquetado de calidad se da a conocer el mensaje objetivo de la empresa.

Por otro lado, parte de las alternativas existentes para asociarse con nuevos socios de otras áreas de la producción, que fortalecen la cadena de valor, corresponden a la participación en actividades de promoción como: talleres de demostración de usos de la miel en la gastronomía, días dedicados a la miel y convenios con asociaciones de chefs, entre otros.



En el caso del proyecto precursor, la importancia del marketing fue internalizada por los productores y equipos técnicos, como consecuencia de una gira que realizaron a Nueva Zelanda y Australia, la cual les permitió conocer la producción, certificación, promoción y comercialización de mieles diferenciadas y con alto valor, con especial atención en el caso de la miel de Manuka.⁶



- Calidad.** Una selección inicial adecuada de mieles que cuenten realmente con los parámetros propios de mieles diferenciadas, es fundamental para resguardar la calidad de la miel que posteriormente se ofrece en el mercado. En este contexto, de acuerdo a los resultados económicos, el presente proyecto se hace más rentable a medida que aumenta la producción de mieles Premium, en desmedro de las mieles consideradas “clásicas”, lo que permite una venta mayor de productos de altos precios que favorecen la rentabilidad del negocio.

En tanto, realizar la trazabilidad de la producción durante toda la cadena de valor de los productos a comercializar es clave con el fin de asegurar la calidad de la miel y garantizar la seguridad alimentaria del consumidor; es posible implementarla mediante el diseño de un sistema para el mercado nacional, basado en el Registro de Apicultores Productores de Miel de Exportación (RAMEX), que especifique los siguientes datos: lote de producción, N° de planta de proceso y fecha de envasado de todas las mieles producidas por la organización (Anexo 2).

 <p>PURA Y DELICIOSA ENERGÍA</p>	<p>COOPERATIVA MIELES DEL SUR</p> <p>Lote N° 001-003/008</p> <p>MIEL MONOFLORAL DE ULMO (Eucryphia cordallia), con un 92% de presencia.</p> <p>Origen botánico determinado según NCh 2961 OGG006 por el Laboratorio de Botánica de la Facultad de Agronomía de la Pontificia Universidad Católica de Santiago a cargo de la Profesora Gloria Montenegro.</p>	<p>Cooperativa Mielés del Sur</p> <p>Dirección: Letelier 236, Oficina 5, Valdivia</p> <p>Producto: Miel de Abejas</p> <p>Fecha de Envasado: 29 junio 2008</p> <p>Lote de producción: 018/08</p> <p>RAMEX productor: 6 702.131-2/01/0108</p> <p>Peso Neto: 1000 grs.</p> 
<p>DESCRIPCIÓN SENSORIAL:</p> <p>La miel de ulmo se caracteriza por su sabor a flores y frutas, con aroma fresco de arisa y floral de jasmín. Su color es principalmente ámbar extra claro, variando a más claro u oscuro según las especies acompañantes. Las reconocidas propiedades antibacterianas de esta miel la transforman en alimento funcional de gran valor.</p>	<p>LUGAR DE PRODUCCIÓN</p> <p>Esta miel de ulmo es producida por Guido Huemulen, de la comunidad indígena de Caunahue en la comuna de Futrono, Región de Los Ríos, en un aparcito ubicada en un hermoso valle costillero bordeado por altos cerros, donde predominan el hualde, el lino y el ulmo.</p>	

⁶ Miel de una especie arbustiva de origen australiana, reconocida y cotizada por los grandes consumidores de este producto.

Finalmente, la innovación en envases y embalaje, la investigación en nuevas propiedades funcionales de las mieles monoflorales y la elaboración de productos gourmet que incluyan otros productos típicos regionales, también deben orientarse a mantener e incrementar la calidad de la miel como producto final.

- **Asociatividad.** La creación de una asociación de apicultores, en el marco de una oferta atomizada, genera un clima necesario, propicio y clave para la viabilidad del Modelo, el cual sin ella no podría desarrollarse con éxito dentro de los mercados objetivo actuales. Los beneficios de la asociatividad son fundamentalmente tres: gestión organizacional y comercial, volumen de productos, y mejor poder negociador con los clientes.

La asociación de apicultores también permite: la implementación de un programa de desarrollo de proveedores (PDP), oportunidades para alcanzar mejores precios pagados a productor debido a los menores costos de transacción, una visión de negocio compartida y la generación de nuevos liderazgos que permitan replicar los alcances y lecciones aprendidas.

- **Asesoría técnica.** Es esencial para la viabilidad del proyecto contar con profesionales y técnicos que entreguen una asistencia técnica productiva y comercial de calidad, con el objetivo de mejorar el capital humano de pequeños y medianos productores respecto de temas como el manejo óptimo de las colmenas, así como de alcanzar niveles de productividad y de comercialización competitivos. Dentro de estos aspectos, la asistencia en la implementación de Buenas Prácticas Apícolas y Buenas Prácticas de Manufactura (BPA y BPM, respectivamente), y en la obtención de buenas características organolépticas de las mieles y de la trazabilidad de los productos, aumentan directamente el valor de la producción, diferenciándolos de otros proveedores competidores que desean ingresar al mercado.
- **Alianzas comerciales.** Para la coordinación y fomento de las producciones es vital el establecimiento de una alianza estratégica con el poder de compra, mediante una relación basada en el cumplimiento de los volúmenes, tiempos y calidad de las mieles, lo cual facilita la introducción y mantención en el tiempo de los productos en el mercado. En tanto, es recomendable por parte del poder de compra el fortalecimiento de la cadena de valor mediante la creación de incentivos económicos que favorezcan una convocatoria inicial de proveedores y la mantención posterior de los productores asociados, asegurando el cumplimiento del abastecimiento con las empresas encargadas de la distribución de mieles dentro y fuera del país.

Otra forma de acelerar el posicionamiento de las mieles diferenciadas es estrechar lazos con chefs a cargo de restaurantes, hoteles y centros educacionales gastronómicos, mediante pruebas de platos a preparar que sean del gusto de consumidores de paladar exigente.

- **Financiamiento.** Un punto crítico para la incorporación al proyecto de pequeños y medianos apicultores de la AFC, es contar con un capital de trabajo suficiente para enfrentar las inversiones requeridas y los costos incurridos durante el primer año de proyecto, considerando sus limitadas condiciones financieras y los escasos recursos disponibles para nuevos emprendimientos.
- **Rendimientos productivos.** Con el fin de ajustarse a los requerimientos que se esperan a futuro, es necesaria la obtención de rendimientos productivos óptimos por cada colmena cosechada, lo cual permitirá alcanzar indicadores económicos adecuados en los proyectos futuros y su sostenibilidad durante el mediano y largo plazo.

Finalmente, con el objetivo de aumentar la rentabilidad de la cooperativa, es necesario disminuir, por medio de un sistema logístico, los costos asociados al flete desde los lugares de producción hasta el sitio de envasado, con el fin de hacer cada vez más eficiente al negocio mediante la disminución de los costos operativos de la actividad.

► 6. Asuntos por resolver

El modelo de comercialización asociativa de mieles es actualmente una alternativa productiva de gran valor para pequeños y medianos apicultores nacionales, tanto en el ámbito de la diversificación de la producción y desarrollo de nuevos productos, como en el trabajo asociado de productores. No obstante, es necesaria una certificación de calidad que promueva los atributos de valor diferenciadores de los productos, mediante un sello de calidad que facilite el posicionamiento de las mieles e incremente la aceptación de los productos por parte del consumidor.

Es fundamental para la asociación la existencia de facilidades que permitan tener acceso a un sistema de financiamiento destinado al desarrollo de nuevos proyectos, ya que resulta importante llevar a cabo inversiones para la implementación de una planta propia de extracción, envasado, bodega, servicio de recuperación de cera y etiquetado. Para el desarrollo del Modelo de Gestión Mielés del Sur, es necesaria esta iniciativa, ya que permitirá asegurar la realización de esta etapa con el fin de lograr la protección de las mieles frente a agentes contaminantes y presentar además la imagen corporativa de la empresa. En tanto, la planta también favorecerá el etiquetado permitiendo dar a conocer la marca del producto, su origen y composición. Todos estos factores que garantizan la seguridad del consumidor deben realizarse de manera eficiente y eficaz, debido a que son, en gran medida, claves para aumentar la calidad de las mieles ofrecidas.

En tanto, la ausencia de una cultura del consumo de miel en Chile es una gran limitante para el desarrollo de nuevas iniciativas que tienen como fin su comercialización nacional. Este factor es de gran relevancia y debe ser abordado mediante campañas de comunicación y promoción a gran escala que destaquen las virtudes del producto.

Actualmente Chile muestra una tasa de consumo *per cápita* de miel de 80 g/año, lo que exige urgencia en la promoción de los atributos de la miel, con el fin de acercar al consumidor y así aprovechar las ventajas propias del producto. Por lo tanto, la promoción en distintos puntos de venta de las variedades de mieles monoflorales existentes, permitirá en conjunto con las campañas que financia el Ministerio de Agricultura y los organismos que representan a la apicultura nacional, una cultura más abierta hacia el consumo de miel y un aumento en el consumo *per cápita* nacional.

A partir del Modelo propuesto se espera avanzar en el mejoramiento del sistema de comercialización de los productos, con el fin de comenzar a ser actor importante y frecuente en la dinámica del mercado de mieles de especialidad, a fin de vender una mayor cantidad de mieles con valor agregado y al mismo tiempo ofrecer oportunidades a nuevos productores interesados en esta iniciativa.

Posicionar a los productos desarrollados mediante una estrategia de marketing eficaz, resulta importante para apoyar el aumento de consumo de las mieles con valor agregado y hacer frente al importante mercado informal existente, el cual merma nuevas iniciativas que buscan aumentar la rentabilidad de pequeñas y medianas explotaciones apícolas.

SECCIÓN 2

El proyecto precursor

► 1. El entorno económico y social

Región de Los Lagos

La Región de Los Lagos cuenta con 716.739 habitantes, equivalentes a un 4,7% de la población nacional. La región aporta el 4,5% al PIB nacional y sus principales actividades económicas son los servicios personales, la industria manufacturera, la pesca, y el transporte y telecomunicaciones

La actividad silvoagropecuaria representó el 9,0% del PIB regional el año 2006, cifra superior al promedio nacional (3,9%), el cual contribuyó en un 10% al PIB silvoagropecuario nacional. La economía regional se concentra en actividades agrícola-pecuarias, silvícolas y pesca, en las cuales se integran procesos de industrialización. Destacan la ganadería de especialización lechera, las conservas principalmente de mariscos, la agricultura extensiva de cereales, la explotación forestal y, especialmente, el turismo.

Por otra parte, la Región cuenta con gran variedad de atractivos naturales próximos a importantes áreas urbanas que se constituyen como centros de servicios que facilitan su futuro desarrollo turístico y que diversifican la oferta en el contexto geográfico y productivo. Aunque el producto turístico regional presenta importantes y desarrollados competidores, goza de una gran ventaja:



dispone de vastas extensiones de territorios aún vírgenes, donde el mar, bosques, lagos y montañas se encuentran próximos entre sí, por lo que es factible recorrerlos en pocas horas a través de circuitos turísticos integrados, con el atractivo adicional de contar con una interesante base de desarrollo histórico-cultural.

Con relación a la apicultura, según ODEPA [en línea] con cifras de 2007, la Región de Los Lagos cuenta con 714 explotaciones correspondientes al 6,7% del total presente en el país y con 190 apicultores inscritos en el Registro de Apicultores Productores de Miel de Exportación (RAMEX). Por otro lado, el rubro apícola se proyecta como un nuevo polo de desarrollo productivo en la zona, dada la certeza que este tipo de explotación no genera impactos negativos en el ambiente, sino por el contrario, efectos positivos, ya que favorece la polinización y mejora la producción de semillas tanto del ámbito productivo como de la flora nativa, lo que da cuenta del alto potencial asociado.

Región de Los Ríos

La Región de Los Ríos cuenta con una población estimada de 373.712 habitantes; un 11,30% se declara como mapuche, lo que la convierte en la segunda región con mayor porcentaje de habitantes pertenecientes a dicha etnia y la tercera con la mayor población indígena total.

La economía regional se sustenta principalmente en el rubro silvicultor, tanto por la extracción de maderas (principalmente pino insigne y, en menor medida, eucalipto), así como por el procesamiento de celulosa en plantas como la de Celulosa Arauco y Constitución (CELCO), ubicada en las cercanías de San José de la Mariquina. El desarrollo agrícola de cereales y de la ganadería también son actividades importantes realizadas en los sectores interiores de la Región.

En la ciudad de Valdivia existen diversas actividades industriales, cuyo origen se remonta a la inmigración de colonos alemanes de mediados del siglo XIX y, por ejemplo, destaca la elaboración de cerveza.

El turismo también es una importante fuente de desarrollo para la Región, tanto en Valdivia como en la zona interior lacustre, donde destacan diversos balnearios como Coñaripe, y el sector de los Siete Lagos, entre otros. En la zona cordillerana, los principales atractivos son los centros termales y las reservas naturales.

Con relación a la apicultura, según ODEPA [en línea] con cifras de 2007, la Región de Los Ríos cuenta con 662 explotaciones correspondientes al 6,2% del total del país, con 92 apicultores inscritos en el Registro de Apicultores Productores de Miel de Exportación (RAMEX) y con tres establecimientos exportadores de miel.



► 2. El proyecto

2.1 Características generales

El desarrollo, validación y sistematización de la comercialización asociativa de mieles con denominación de origen botánico y geográfico surge de la ejecución de un proyecto financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), ejecutado entre junio de 2005 y julio de 2009 en las regiones de Los Lagos y de Los Ríos.



El proyecto “Producción y comercialización asociativa de mieles con denominación de origen botánico y geográfico de pequeños productores apícolas de la Región de los Lagos”. Fue ejecutado por productores de mieles de la Región, agrupados en la Red APIX A.G.; contó con la colaboración de la Cooperativa Campesina de Apicultores Valdivia Ltda. (APICOOP) y de asistentes técnicos, además de los servicios de la Facultad de Agronomía de la Pontificia Universidad Católica de Chile, bajo la supervisión de la especialista Gloria Montenegro R. y de la empresa Brio Marketing de Valdivia, que llevó a cabo el estudio de mercado para mieles con valor agregado y diferenciadas por su origen botánico y geográfico.

El proyecto estuvo orientado a contribuir al mejoramiento de las condiciones organizacionales, tecnológicas, productivas y comerciales de un sector de la pequeña producción apícola campesina de la Región de Los Lagos (actualmente subdividida en Los Lagos y Los ríos), fortaleciendo su actuación como sujeto de la política de fomento y protagonista de su desarrollo social y económico.

La Cooperativa Campesina APICOOP tuvo como principal objetivo fomentar el desarrollo social, cultural y económico de pequeños apicultores de la Región de Los Lagos y de Los Ríos, a través de la comercialización de una producción diferenciada en el Comercio Justo.⁷ APICOOP orienta su producción al mercado nacional y externo, donde venden sus productos de manera directa, sin intermediarios. También trabaja activamente en la elaboración de Programas de Desarrollo de Proveedores (PDP), con el fin de aumentar la producción de miel nacional, mejorar la gestión de las unidades productivas y asistir técnicamente a productores a fin de cumplir con las exigencias de los mercados internacionales. Con relación a la infraestructura, la cooperativa posee dos laboratorios donde se realiza el control, además de lo necesario para llevar a cabo el proceso.

Desde el punto de vista de la organización, APICOOP cuenta con una asamblea de socios encargados de tomar las decisiones relevantes sobre el futuro de las acciones que llevará a cabo la empresa. Además, cuenta con un consejo de administración, con un área de gerencia que con-

⁷ El **Comercio Justo** abarca un conjunto de prácticas que buscan mantener la actividad comercial bajo consideraciones éticas, inspiradas en valores como equidad, solidaridad y honestidad, entre otros. Éste es un movimiento social originado en Europa hace más de 30 años, que plantea una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, que busca una mayor igualdad en el comercio internacional. Además contribuye al desarrollo sostenible, al proporcionar mejores condiciones comerciales y asegurar los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente de países del sur.

trola la empresa día a día y con personal encargado de la contabilidad y del área técnica, y con operarios.

El proyecto surgió dado el gran potencial de dichas regiones respecto la producción de mieles monoflorales de calidad, provenientes de especies nativas únicas presentes en la zona y de las oportunidades existentes en el mercado. El proyecto desarrolló un sistema de trabajo donde se implementa una serie de manejos de producción, además del desarrollo de los canales de comercialización que incluye el valor de los productos desarrollados de manera asociada.

2.2 La validación del proceso

El proyecto logró mejorar los aspectos organizacionales, tecnológicos, productivos y comerciales de los apicultores agrupados de las regiones de Los Lagos y Los Ríos, lo cual permitió comercializar una producción diferenciada, de alta calidad, amigable con el medio ambiente y acorde a las tendencias de consumo que existen actualmente, tanto en el mercado interno como en el internacional.

Se realizó asistencia técnica a los pequeños productores apícolas, destinada a modificar el esquema productivo tradicional que mostraba un bajo conocimiento técnico, baja producción sin valor agregado y una comercialización informal.

La metodología empleada se basó en el desarrollo de líneas de trabajo que permitieran cumplir con los objetivos del proyecto:

- Creación de una alianza estratégica entre Red APIX y APICOOP.
- Evaluar alternativas con el fin de formalizar y crear una instancia comercial para la venta asociativa de mieles.
- Evaluar y desarrollar valor agregado a la miel.
- Planificar, programar y capacitar a los productores agrupados.
- Evaluar y capacitar en aspectos botánicos diferenciadores de la miel.

El mayor logro del proyecto precursor fue la formación de una empresa o unidad de negocio denominada “Mieles del Sur”, conformada por productores asociados de la Región, pertenecientes a las bases que conforman la Red APIX, los cuales se constituyeron en los primeros en llevar a cabo una comercialización asociativa para los socios de la red.

Además, el proyecto precursor obtuvo resultados considerados exitosos en el ámbito del fortalecimiento organizacional, donde destacan: el establecimiento de una oficina comercial para la Red APIX ubicada en la ciudad de Valdivia, y el cofinanciamiento de los costos incurridos en un gerente, secretaria, contador, servicios básicos y en las reuniones ampliadas mensuales con los representantes de las organizaciones de base. Gracias al proyecto se cuenta con el personal señalado, lo que ha permitido desarrollar actividades en los ámbitos de la gestión, transferencia tecnológica y comercial.

En general, la Red APIX ha podido consolidar las condiciones necesarias para fortalecer la gestión administrativa, lo que ha permitido:

- realizar 14 asesorías técnicas por parte del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), dirigidas a 120 apicultores de la Región;
- consolidar las relaciones existentes con instituciones públicas y privadas de las regiones;
- elaborar y apoyar en la ejecución de proyectos destinados a apicultores orientados al cumplimiento de los requisitos de las BPA y BPM;
- generar nuevos proyectos INDAP en apoyo al desarrollo organizacional y comercial de la Red

APIX: Fondo de proyectos de desarrollo organizacional (PRODES) y Programa de integración de empresas campesinas en redes por rubro (Pro-Rubro);

- implementar otras iniciativas elaboradas, presentadas y aprobadas por FIA durante el tiempo de ejecución del proyecto precursor.

En cuanto a la relación de los productores asociados y el mercado formal, la alianza establecida con APICOOP permitió contar con el apoyo de INDAP, especialmente con relación a facilitar infraestructura para la puesta en marcha de las actividades, además de ayudar con la definición de estrategias para la implementación de BPM y BPA y la definición de una cooperativa como la mejor figura jurídica para la empresa. Los resultados de la experiencia de marcha blanca han permitido incorporar en el mercado formal regional y nacional, a apicultores que tradicionalmente han entregado su producción al mercado informal, entregándoles un precio superior al ofrecido por las empresas exportadoras de miel.

El desarrollo del proceso de valor agregado a la miel en la cadena productiva comercial, tuvo como resultado la elaboración de un plan de negocios para la Cooperativa, el cual fue propuesto con una visión de largo plazo y usado como documento base para establecer la política comercial a seguir durante la marcha blanca del proyecto. Otro aspecto importante fue la decisión de desarrollar dos líneas de productos: una miel denominada “Clásica”, contenida en un envase simple, económico y sin mayor información al consumidor en el etiquetado, y otra línea de mieles “Premium”, que se diferenciara por la certificación de su origen botánico y geográfico, realizado a través de análisis polínicos por el laboratorio botánico de la Facultad de Agronomía de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Además, se agregó valor al producto por medio de envases mejorados con respecto a los tradicionales usados por los apicultores (de plástico, sin información del productor, lugar de procedencia, tipo de miel y otros), en ambos casos: miel “Clásica” y “Premium”.



Miel “Premium”



Miel “Clásica”

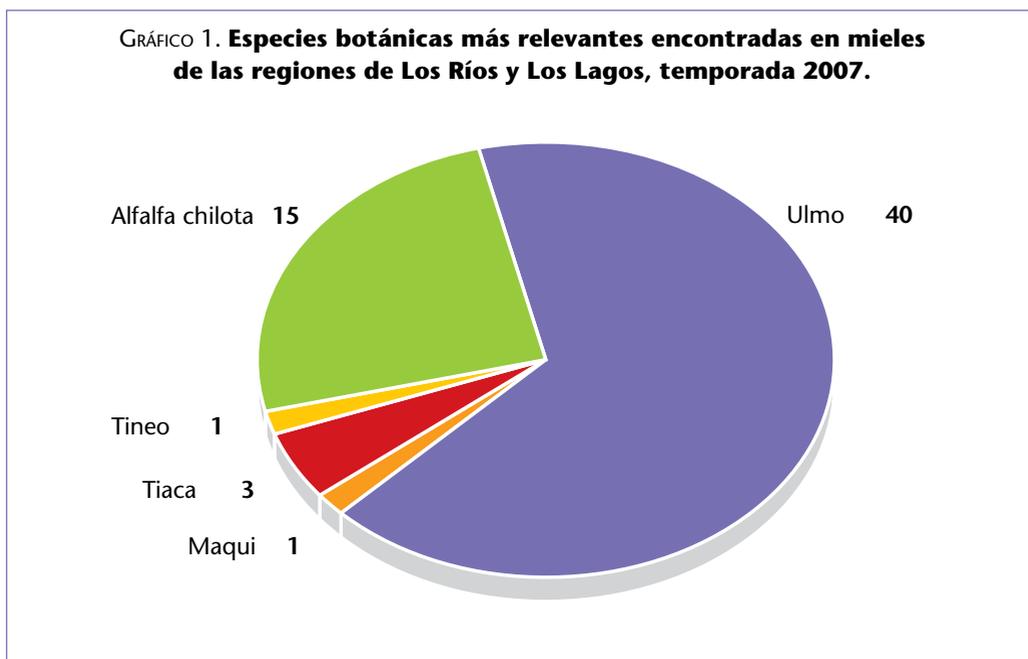
Otro factor que agregó valor al producto fue la creación de la imagen corporativa de la Cooperativa, que incluyó el diseño del logo de las diferentes etiquetas para los distintos tipos de miel y envases.

Por otro lado, y con el fin de mejorar la calidad de los productos, el proyecto implementó BPA y BPM; las 16 organizaciones socias de la Red APIX participaron de estas asesorías y/o de las charlas y presentaciones técnicas sobre el tema. De un grupo de 20 apicultores que fueron capacitados en BPA el año 2005, y evaluados en 2007, nueve han superado el 75% de cumplimiento, siete el 50%, y solamente cuatro, por muy poco, no alcanzaron el 50%.

Con el fin de llevar a cabo un seguimiento y localización del producto a lo largo de la cadena comercial, se implementó un sistema de trazabilidad para cumplir con los requisitos de los mercados. Así se incorporaron al RAMEX los productores que participaron en el proyecto, aún si no estaban exportando su producción, con el fin de ser cuantificados como apicultores de exportación en la estadística nacional. El sistema que se probó en marcha blanca incorpora la información de cada apicultor contenida en el RAMEX (RUT, apiario, lote de producción, mes y año de cosecha), más el lote de producción de la cooperativa generado desde la ficha de recepción de cada partida de miel, que además de los datos del RAMEX incluye el procesamiento aplicado a cada partida, el tipo de miel (en el caso de las mieles Premium se considera la certificación de su origen botánico), y el tipo de envase usado en el fraccionamiento.

Sobre la base de la Norma Chilena NCh2981.Of2005,⁸ durante los tres años de duración del proyecto se realizaron distintos análisis polínicos para determinar el origen botánico de las mieles producidas por los socios de la Red APIX. Los análisis se realizaron en el laboratorio de botánica de la Facultad de Agronomía de la Pontificia Universidad Católica de Chile, a cargo de la profesora Gloria Montenegro R. Los resultados consituyeron la base para la elaboración del estudio de factibilidad para crear un sello de calidad para las mieles.

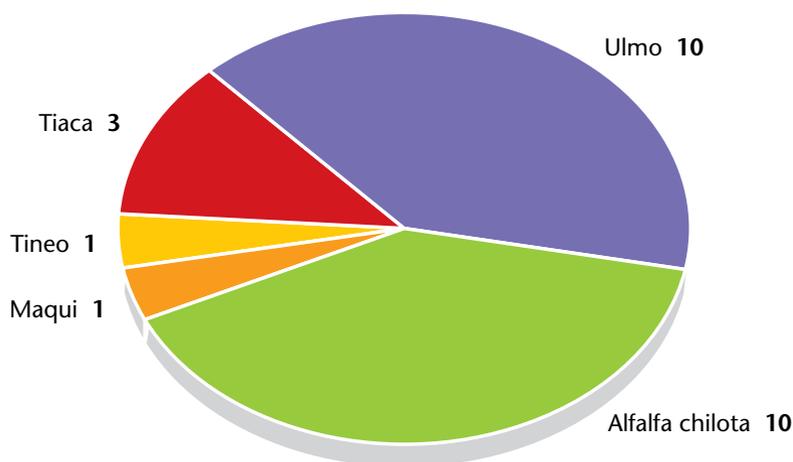
Durante el período 2007 aparecen como especies más relevantes: ulmo, alfalfa chilota o lotera, tiaca y maqui (Gráfico 1). El estudio se realizó en un total de 228 mieles de las regiones involucradas, 60 de las cuales (25%) correspondieron a mieles monoflorales, es decir, presentaron un nivel superior o igual al 60% de la especie que la describe.



Durante el año 2008 se realizaron nuevos análisis en 51 mieles cosechadas en la temporada 2007-2008 en las regiones en estudio, de las cuales 25 (49%) presentaron características monoflorales. Los resultados muestran que aunque existe una disminución en el predominio de la miel de ulmo, las especies encontradas tienen relación con las descritas durante la temporada anterior (Gráfico 2).

⁸ Miel de abejas - Denominación de origen botánico mediante ensayo melisopolinológico.

GRÁFICO 2. Especies botánicas más relevantes encontradas en mieles de las regiones de Los Ríos y Los Lagos, temporada 2008.



Estos análisis demuestran que efectivamente las especies más importantes para la producción de mieles monoflorales son la lotera y el ulmo, cuya presencia predominó en las comunas de Panguipulli, Lanco, Futrono, La Unión, Purranque, Fresia, Puerto Varas, Cochamó, Ancud, Quemchi y Chaitén. Con menos incidencia se encontraron mieles monoflorales de tiaca (13 casos) y de tineo (3) en Lanco, Panguipulli, Futrono, Cochamó y Puerto Varas.

Es interesante destacar la abundancia de mieles monoflorales de lotera, especie introducida que crece en todo el territorio en forma silvestre, combinada en muchos casos con tiaca o con ulmo, lo que constituye otra oportunidad importante de diferenciación.

Los resultados fueron positivos debido a que los productores asociados participantes aumentaron el envío de muestras a analizar, a fin de diferenciar su producción, cosechando en distintas fechas con el fin de lograr mieles monoflorales de distintas especies.

El proyecto se complementó con la evaluación de las características organolépticas de la miel, para sensibilizar a los apicultores sobre las diferencias entre una miel y otra, en cuanto a aroma, sabor, color y textura. Además, en julio de 2008 se realizó un taller en Osorno (25 asistentes), sobre la utilización de la miel en la gastronomía, que estuvo a cargo de especialistas extranjeros, específicamente la Sra. Maureen Maxwell relató sobre el tema del marketing y valor agregado, y dirigió el taller.

Finalmente, la empresa “Mieles del Sur” cuenta con un sitio Web <www.mielesdelsur.cl>⁹, lo que representa un gran resultado orientado a dar a conocer los nuevos productos, orígenes, iniciativa y éxito del emprendimiento.

⁹ Al momento de la edición de este documento, el sitio Web no estaba disponible.

2.3 El Modelo de Gestión

El objetivo del modelo de gestión, desarrollado por los encargados del proyecto, fue contribuir al mejoramiento de las condiciones organizacionales, tecnológicas, productivas y comerciales del sector de la pequeña producción apícola campesina de las regiones abordadas (Figura 4).



En este contexto los productores asociados en la Red APIX formaron una alianza con la Cooperativa APICOOP Ltda., la cual actualmente se posiciona como una empresa exportadora local de mieles. El mayor aporte de APICOOP fue la transferencia de conocimientos en el manejo técnico, lo que llevó a la profesionalización de los apicultores locales, con la finalidad de insertarlos en mercados más exigentes, para lo cual se dedicaron esfuerzos en la implementación de BPA y BPM y de un sistema de trazabilidad, lo que permitió en conjunto el desarrollo exitoso de la producción. Además, se realizaron las gestiones necesarias para el mejoramiento de la infraestructura de extracción y procesamiento de las mieles, con el fin de obtener la resolución sanitaria para el mercado nacional y la certificación del SAG para el mercado de exportación, además del ingreso en el RAMEX y el cumplimiento de los Requisitos específicos para exportar miel a la Unión Europea (REEM).

Como parte de la gestión comercial, se contó con la asistencia jurídica de un abogado que dio a conocer, a los productores asociados, las alternativas existentes para constituir la persona jurídica que debería adoptar la futura empresa, considerando las características de venta asociativa, con valor agregado de las mieles, perteneciente a los socios de la Red. Desde esta definición y gracias al apoyo y asistencia técnica de APICOOP, se constituyó la Cooperativa Mielés del Sur, con la finalidad de integrar en el mercado formal a los socios de la Red APIX y comercializar la miel en las regiones involucradas y en el país. La empresa quedó constituida por los socios productores

y un consejo de administración y, en labores más operativas, por un gerente, un contador, asistentes de operaciones y un grupo de vendedores.

Se definieron acciones a realizar para tener éxito en el negocio, para lo cual se contó con un profesional especialista en la elaboración de un plan de negocio, que consideró una serie de datos, información y supuestos necesarios, con el fin de analizar las actividades más beneficiosas a realizar por parte de la empresa.

Con relación a los manejos que buscaban obtener un producto estandarizado, se necesitó asistencia técnica que elaborara una estrategia de capacitación de productores de la Red, con el fin de transferir el manejo técnico necesario para desarrollar mieles monoflorales de ulmo u otras especies nativas únicas, o poliflorales del bosque nativo de la zona. El trabajo estuvo a cargo de agrónomos expertos en el tema, que elaboraron una cartilla técnica de difusión orientada a los productores, con el fin de dar a conocer pautas técnicas que permitieran obtener mieles de calidad, con alto valor agregado.



Con el fin de alcanzar el desarrollo empresarial y agregarle valor a la producción, la empresa definió dos líneas de productos que contaron con certificación de su origen botánico y geográfico, que fueron desarrolladas a partir de un mapeo del tipo de miel producida en las diferentes organizaciones pertenecientes a la Red APIX, así como desde los análisis de muestras de mieles que se realizaron en el laboratorio de botánica de la Facultad de Agronomía de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

También fue necesario contar con el aporte de una empresa que creara la imagen corporativa de la Cooperativa y los diseños de los logos y etiquetado atractivo de acuerdo a los distintos tipos de miel y de envases.





Se requirió que una empresa especializada, Brio Marketing de Valdivia, realizara un estudio orientado a detectar las oportunidades de mercado, específicamente con información relacionada al consumo de mieles con valor agregado en Chile.

Respecto la difusión de la experiencia, los coordinadores del proyecto precursor organizaron encuentros provinciales, talleres de capacitación, charlas de difusión, encuentros apícolas regionales y seminarios, los cuales contaron con la participación de autoridades e instituciones ligadas al sector, además de medios de comunicación masiva.

► 3. Los productores del proyecto hoy

La cooperativa ha comenzado a trabajar en el desarrollo de un sello de calidad con el fin de promocionar los atributos diferenciadores de las mieles que, junto con la inocuidad y valor nutricional de las mieles, favorecerá su posicionamiento en el mercado, permitiendo la posterior captura de aquellos consumidores dispuestos a pagar más por productos que posean una calidad superior.

Otro de los grandes retos de la cooperativa es la postulación a sistemas de financiamiento que le permitan contar con su propia sala de envasado y etiquetado, con el fin de asegurar el desarrollo de esta etapa crítica del proceso y, al mismo tiempo, aumentar el capital de la agrupación.

Finalmente, la gran cantidad de iniciativas de desarrollo futuro que existen desde la ejecución del proyecto precursor de Mieles del Sur, demuestran su importancia y el valor como fuente e inicio del desarrollo productivo de pequeños apicultores campesinos, quienes gracias al planteamiento de grandes desafíos, pueden hoy lograr un acercamiento significativo hacia una opción de negocio de gran potencial productivo y comercial.

SECCIÓN 3

El valor del proyecto precursor y aprendido

El Modelo de Gestión Mielés del Sur evidencia el aporte significativo que otorga el trabajo asociativo, en términos del desarrollo de negocios de pequeños y medianos apicultores, el cual se orientó a diversificar la actual matriz productiva nacional, mediante la innovación y aprovechamiento del gran potencial existente en el sector apícola nacional.

La creación de una asociación empresarial de propiedad de pequeños campesinos, permitió superar una serie de limitantes existentes en la realidad productiva de los apicultores de la AFC y dejó, a la vez, en evidencia las problemáticas y los próximos desafíos necesarios de afrontar con el fin de producir competitivamente en un mercado favorable para este tipo de producciones.



Los resultados alcanzados en el proyecto precursor son significativos respecto la creación de una estructura de comercialización, que antes de esta iniciativa no existía, y profesionalizan la actividad mediante la implementación de un plan de negocios y el desarrollo de un estudio de mercado, destinados a tomar las mejores decisiones para lograr los objetivos estratégicos de la asociación. En tanto, otros desarrollos que se lograron a partir del proyecto fueron:

- Reconocimiento de las formas de certificación de los atributos diferenciadores de cada miel.
- Reconocimiento del gran potencial existente respecto mieles diferenciadas en las regiones de Los Lagos y Los Ríos.
- Implementación de Buenas Prácticas (BP).
- Capacitación de apicultores.
- Reconocimiento de la importancia del marketing dentro del negocio.

Además, la ejecución del proyecto permitió proponer una guía de trabajo para la ejecución de proyectos futuros, basada en el reconocimiento de las limitantes y fortalezas de la producción nacional.

La estrategia de implementación que propone el Modelo está orientada a la creación de una forma de trabajo conjunta compatible con las condiciones del mundo rural, que cuente con el respaldo e intención de trabajo necesarios de cada integrante que participa en la organización, con la finalidad de lograr el desarrollo exitoso de la producción y su posterior comercialización.

Anexos

Anexo 1. Producción y mercado internacional de la miel

Anexo 2. Registro de Apicultores de Miel de Exportación (RAMEX) – Trazabilidad apícola

Anexo 3. Literatura consultada

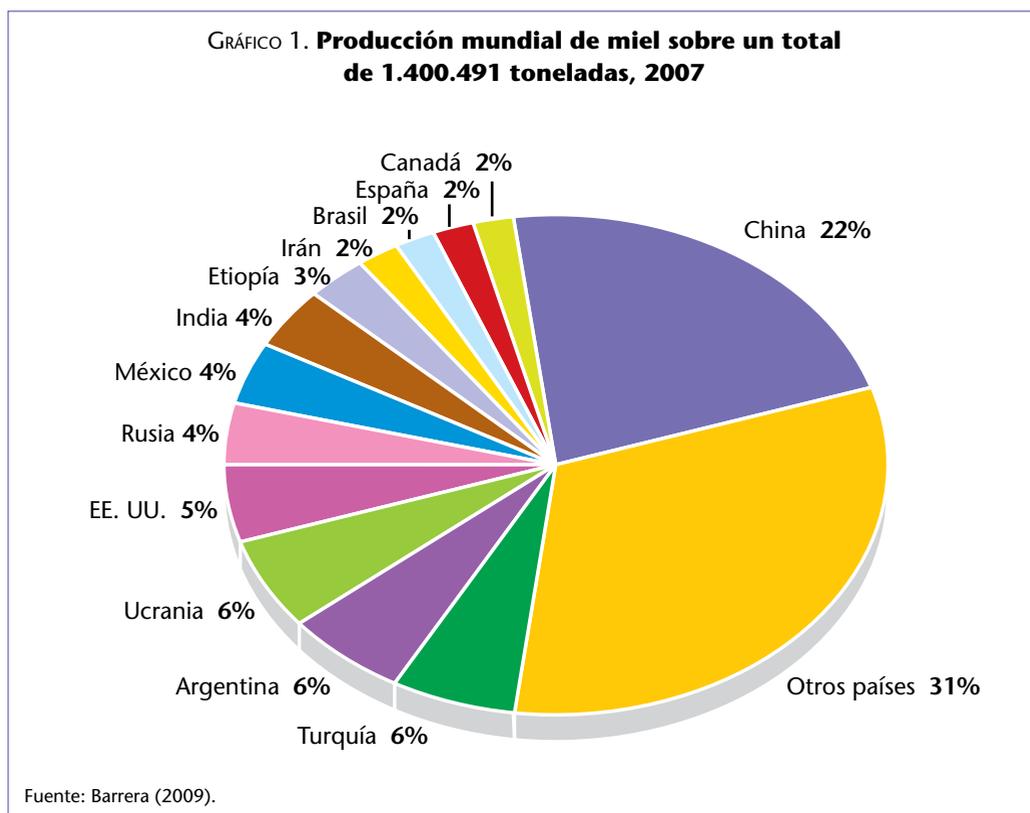
Anexo 4. Documentación disponible y contactos

ANEXO 1. Producción y mercado internacional de la miel

1. Producción mundial de miel

Según Barrera (2009) la producción mundial de miel creció 15% en el período 2000-2006, hasta 1.446.000 toneladas; en 2007, último año en que se conocen estimaciones, habría disminuido un poco más de 3%, hasta 1,4 millones. El principal país productor fue China con algo más de 303.000 t, equivalentes a casi el 22% de la producción mundial. Argentina se ubicó en segundo lugar con 81.000 toneladas; sin embargo, se cree que esta cantidad habría bajado considerablemente en 2008. Con una producción algo menor siguen Turquía y Ucrania (alrededor de 80.000 t cada uno), Estados Unidos (70.000), México y Rusia, con 56.000 t. La producción de Chile se estimó en 9.100 toneladas (0,6%) (Gráfico 1).

La demanda mundial por este producto ha aumentado, ya que la miel es considerada un alimento saludable, no perecible y con propiedades altamente beneficiosas para la salud.



Las existencias mundiales de colmenas declaradas por FAO (alrededor de 72,6 millones de unidades), no se condicen en muchos países con sus índices de producción, como los casos de India, Etiopía e Irán, donde es posible que los recursos vegetales a los que acceden las abejas no sean suficientes, o bien, la cadena productiva no incorpora estrategias de manejo y tecnología que se traduzcan en mayores productividades (Barrera, *op. cit.*).

2. Consumo mundial de miel

Según la FAO, el consumo mundial de miel bordea los 220 g/*per cápita*/año (ODEPA [En línea]). El Cuadro 1 detalla los principales consumidores mundiales.

CUADRO 1. **Consumo mundial *per cápita* de miel**

Países	Consumo (kg/persona)
Suiza, Austria y Nueva Zelanda	1,5
Alemania	1,2
Ucrania y Canadá	1,0
Argentina (exportador)	0,180
China (exportador, con aumentos en el consumo interno)	0,150

Fuente: ODEPA, [en línea].

Actualmente, los principales mercados compradores de miel exigen cada vez mayores estándares de calidad e inocuidad de las mieles, lo cual es evidente tras la incorporación de legislaciones que exigen la trazabilidad completa del proceso productivo, además de certificaciones de BPA y BPM como, por ejemplo, de las salas de extracción de miel de los países exportadores.

3. Comercio internacional de miel

Las cifras consolidadas del comercio internacional están actualizadas por FAO hasta el año 2006. El comercio mundial de miel se incrementó desde US\$ 685 millones en 2005 a 810 en 2006 (Faostat [en línea]) (Gráfico 2). Los países que lideraron las exportaciones fueron China (24% en volumen y 19% del valor) y Argentina (19 y 13, respectivamente). Otros grandes exportadores son (% volumen - % valor):

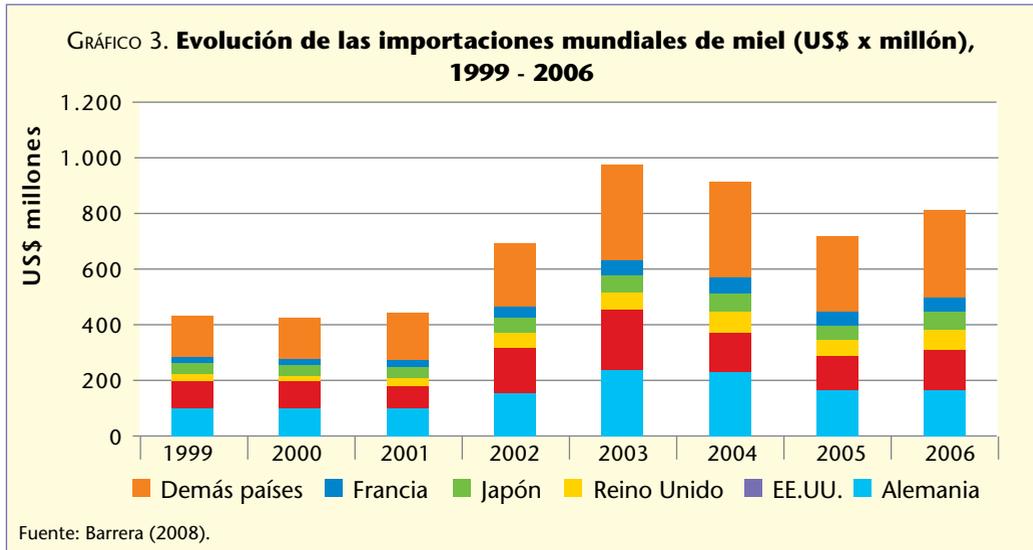
- Alemania (5 – 8)
- México (6 - 7)
- Hungría (4,5 – 6)

Aproximadamente un tercio de las mieles que participan en el comercio internacional son proporcionadas por 25 países, entre los que se encuentra Chile con un aporte de 1,5%. Otros países, como Brasil e India, han mostrado un incremento sostenido de sus exportaciones (Barrera, 2009).

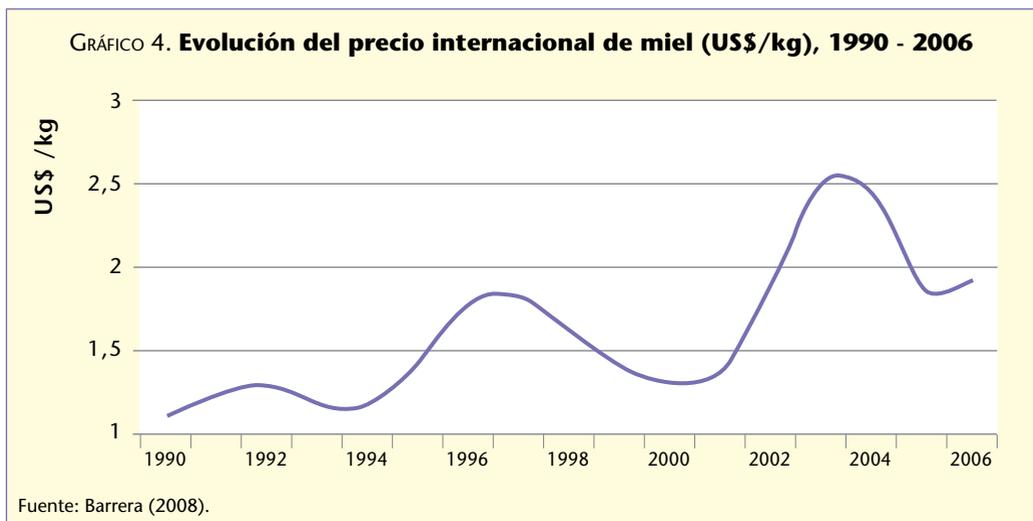


El año 2006 las importaciones mundiales en alcanzaron 441 mil toneladas y estuvieron lideradas por dos países: Estados Unidos y Alemania, con el 28 y 20% de la miel transada, respectivamente. Japón compró un 9%, y fue seguido por el Reino Unido (6%) y Francia (5%). El 30% restante se distribuyó entre 14 países de la Unión Europea principalmente, y unos pocos del Medio Oriente.

De acuerdo a estas cifras, la miel es demandada por países con alto poder adquisitivo y cuyo consumo por persona supera los 500 g/año. El valor de las importaciones muestra la misma tendencia que sus cantidades y se constata que Alemania fue el mayor comprador mundial, con US\$ 173 millones CIF en 2006. El segundo lugar lo ocupa Estados Unidos con US\$ 153 millones y el tercero el Reino Unido, con 69,5 (Gráfico 3).



El precio promedio mundial observado el año 2006 fue de US\$ 1,9/kg y registró una leve alza respecto de 2005, producto de la apertura de varios mercados a las mieles de orígenes distintos a China y Argentina, países que han mermado sus producciones. Las cifras de la FAO reflejan los cambios en la comercialización mundial de este producto en el año 2003, consecuencia de las restricciones comerciales que sufrieron los principales productores y exportadores mundiales: China y Argentina (Gráfico 4).



ANEXO 2. Registro de Apicultores de Miel de Exportación (RAMEX)¹⁰ – Trazabilidad apícola¹¹

Procedimiento de ingreso al Registro

1. El apicultor debe completar la solicitud de ingreso al Registro de Apicultores de Miel de Exportación (RAMEX).
2. Cada apicultor debe llenar una única solicitud de incorporación, independiente del número de apiarios que posea.
3. El apicultor debe solicitar y entregar dicho documento previo a la primera entrega de mieles o en el momento de la entrega, en los lugares destinados a ello.

Trazabilidad apícola - RAMEX

1. La trazabilidad está dada por el sistema de documentación y registro que contiene información acerca de la caracterización de los apiarios, su producción, cosechas y movimientos.
2. La documentación debe mantenerse por un período mínimo de dos años.
3. Si el apicultor almacena estos registros en bases de datos electrónicas, además debe contar con un respaldo mensual en papel que se debe archivar bajo su responsabilidad.

Registro de existencia de apiarios de producción de miel

Número del Apiario	Identificación del Apiario (Nombre)	Ubicación (Comuna)	Localidad	Cantidad de Colmenas	Fecha de Inicio	Fecha de Término
01	Casa de Lata	Osorno	El Mauco	22	01/11/07	26/05/08
02	Crucero	Purranque	Crucero	30		

Registro de cosecha

Fecha de cosecha	Número de Lote de Producción	Cantidad de tambores de miel
11/09/2004	00.000.000-0/03/09-04	5

Identificación de los tambores de miel

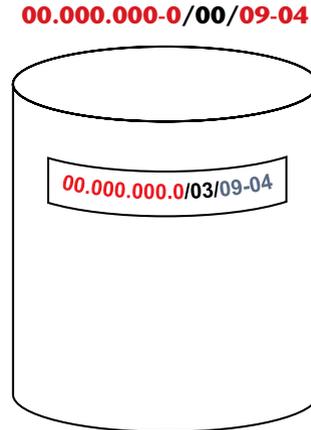
Registro de apicultor (00.000.000-0)	Registro de apiario (00)	Registros de cosecha Ej.: sept. 2004: (09-04)
---	-------------------------------------	--

¹⁰ Ver más información en: <www.sag.cl>- Exportaciones Pecuarias - Productos para consumo humano - Plan-teles de animales - Registro de Apicultores de Miel de Exportación, RAMEX.

¹¹ Ver más información en: <www.sag.cl> - Sanidad Animal - Trazabilidad sanitaria animal - Trazabilidad apícola.

Número de lote de producción

- **Ubicación:** el número debe ubicarse en el centro de la mitad superior del tambor de exportación.
- **Tamaño de los números:** deben tener un tamaño mínimo de 3 cm.
- **Características:** puede ser pintura indeleble o un etiquetado debidamente adherido.



Sanciones

1. Sí el médico veterinario oficial (MVO) del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) detecta una falta que pueda afectar la certificación de la miel, tiene la facultad de suspender preventiva y temporalmente la entrega de miel de los lotes involucrados a todo exportador o acopiador, mediante acta de denuncia y citación.
2. De ser confirmada dicha falta, se procede de la siguiente forma:
 - Eliminación del apicultor del RAMEX por un período de 1 año en caso de detectarse muestras positivas a sustancias prohibidas (nitrofuranos, nitroimidazoles, cloranfenicol y otros que el SAG establezca).
 - Después de haber realizado acciones correctivas, con la respectiva verificación por parte del MVO y posterior al período de sanción, el apicultor puede reintegrarse al Registro mediante el mismo procedimiento de incorporación inicial.

ANEXO 3. **Literatura consultada**

- Barrera, D. 2008. El sector apícola en la temporada 2007 y avance de 2008. 16 pp. [En línea] Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA. <http://www.mesa-apicola.cl/apicola/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=335&Itemid=41> [Consulta: enero, 2010].
- Barrera, D. 2009 Comercio internacional apícola y avances intercensales. 13 pp. [En línea] Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA. <<http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2199.pdf>> [Consulta: enero, 2010].
- Centro Nacional Desarrollo Apícola. 2006. Diagnóstico y Agenda Estratégica de la Cadena Apícola en Chile. Documento de Síntesis. 44 pp. [En línea]. <http://www.mesa-apicola.cl/apicola/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=185&Itemid=41> [Consulta: enero, 2010].
- Corporación Centro Apícola. 2007. Proyecto de acuerdo de producción limpia sector de producción de miel de abeja. Primera fase: diagnóstico y propuesta de acuerdo de producción limpia. 10 pp. [En línea]. <http://www.agemchile.cl/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=13&Itemid=1&mode=view&lang=>> [Consulta: enero, 2010].
- Danty, J. 2006. Desafíos de la actividad apícola como sistema productivo. S/d.
- Danty, J., 2006. La apicultura en Chile. [En línea] Apicultura sin Fronteras, junio, I(2):4. <http://www.mesa-apicola.cl/apicola/index.php?option=com_content&task=view&id=151&Itemid=98>
- FAO. [En línea]. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <http://www.fao.org/index_es.htm> [Consulta: enero, 2010].
- FAOSTAT. [En línea]. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <<http://faostat.fao.org/default.aspx?lang=es>> [Consulta: enero, 2010].
- INE. 2007. VII Censo Agropecuario y Forestal 2007. Instituto Nacional de Estadísticas (INE). [En línea] <http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/censos_agropecuarios/censo_agropecuario_07_comunas.php> [Consulta: enero, 2010].
- ODEPA. [En línea]. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA). <<http://www.odepa.gob.cl>> [Consulta: enero, 2010].
- PROARGEX. 2009. Estudio de Mercado de Propóleos Procesados para la Unión Europea. Mercado de propóleos procesados y brutos para los siguientes países: Colombia, Venezuela y Ecuador. 70 pp. [En línea] <<http://www.proargex.gov.ar/estudios/Informe%20PROPOLEOS%20UE%20Colombia%20Venezuela%20Ecuador.pdf>> [Consulta: enero, 2010].

ANEXO 4. Documentación disponible y contactos

La publicación “Resultados y Lecciones en Modelo de Gestión Mieles del Sur”, así como información adicional sobre los proyectos precursores y los contactos con los productores y profesionales participantes en éstos, se encuentran disponibles en el sitio de FIA en Internet www.fia.gob.cl

La documentación de los proyectos precursores a texto completo (propuesta, informes técnicos y actividades de difusión, entre otras), puede consultarse en los centros de documentación de FIA, en las siguientes direcciones:

Santiago

Loreley 1582, La Reina, Santiago.

Fono (2) 431 30 96

Talca

6 Norte 770, Talca.

Fono-fax (71) 218 408

Temuco

Miraflores 899, oficina 501, Temuco.

Fono-fax (45) 743 348