

---

# Estudio de Mercado Miel Orgánica en Bayern

Noviembre 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Representación Comercial de ProChile en  
München

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	6
<b>1. Arancel General:</b> .....	6
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	6
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	6
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	7
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	8
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	8
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	12
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	17
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	19
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	19
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	19
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	19
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	20
<b>1. Potencial del producto</b> .....	20
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	21
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	21

<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b> .....	21
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	21
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	21
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i> .....	22
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> .....	24
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i> .....	25
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i> .....	25
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	27
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> .....	29
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	30

## PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0409.0000
2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Miel natural (*Natürlicher Honig*)
3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 04090000

Todos los tipos de miel tienen el mismo código, es decir, no se hace distinción entre miel orgánica o convencional, o entre miel monofloral o multifloral.

### Miel convencional versus orgánica/BIO/ecológica:

La diferencia entre una miel convencional y ecológica la aporta un certificado de calidad orgánica o ecológica emitido por una entidad habilitada.

Los precios que se pagan por la miel orgánica son de alrededor de un 30 o un 40% más que los de la miel convencional, pero como tienen consumidores diferentes, el mercado y la forma de comercialización es totalmente diferente.

La miel es obtenida a partir de un sistema de producción sustentable en el tiempo, mediante el manejo racional de los recursos naturales, sin la utilización de productos de síntesis química y a su vez estas características pueden ser claramente identificadas por parte de los consumidores, a través de un sistema de certificación que los identifica estamos hablando de MIEL ORGÁNICA, ECOLÓGICA O BIOLÓGICA. La producción de miel orgánica es posible en todo el país, siempre y cuando la zona de ubicación de los apiarios cumpla con los requisitos exigibles en una producción orgánica, que básicamente son: zonas alejadas a posibles fuentes de contaminación como son centros industriales y urbanos. Es fundamental que el radio de pecoreo de las abejas provea néctar y polen de fuentes que no estén contaminadas.

**Miel orgánica en Chile:**

Durante la temporada 2009-2010, se produjo un total de 224,7 toneladas de miel orgánica provenientes de 8.259 colmenas certificadas, las que se distribuyen desde la Región de Coquimbo hasta la Región de Los Lagos. La región más importante de acuerdo al volumen de miel orgánica producida es la Región de O'Higgins, con 107 toneladas (3.350 colmenas certificadas); la siguen la Región de Los Lagos, con 45 toneladas, y la Región del Bío Bío, con 35 toneladas (ver tabla 1).

Tabla 1: Producción apícola orgánica por región del país (2009-2010):

Región	Miel (Toneladas)	Nº Colmenas
O'Higgins	107	3.350
Los Lagos	45	926
Bío – Bío	35	900
Metropolitana	25	2.637
Maule	12	330
Araucanía	0.7	80
Coquimbo	s/i	36
<b>Total</b>	<b>224.7</b>	<b>8.259</b>

Fuente: elaborado por ODEPA con información del SAG, 2011

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL: 17,3%
2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0% (desde 01 enero 2010 en toda la Unión Europea)
3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

a) Acuerdo Preferencial, países de la cuenca mediterránea y Terceros países bajo el Sistema de Preferencia Generalizado:

Sigla	Nombre	Orígenes	Arancel
IS	Islandia	Espacio Económico Europeo	0 %
ZA	Sudáfrica	Acuerdo Preferencial, SPG, TERCEROS	5,7 %
MX	México	Acuerdo Preferencial, SPG, TERCEROS	8,6 % (contingente)
AL	Albania	Mediterráneo	0 %
BA	Bosnia Herzegovina	Mediterráneo	0 %
HR	Croacia	Mediterráneo	0 %
LB	Líbano	Mediterráneo	0 %
ME	Montenegro	Mediterráneo	0 %
MK	Macedonia	Mediterráneo	0 %
TR	Turquía	Mediterráneo	0 %
XK	Kosovo	Mediterráneo	0 %
XS	Servia	Mediterráneo	0 %
JO	Jordania	Mediterráneo	0 %
DZ	Argelia	Mediterráneo	0 % (contingente)
TN	Túnez	Mediterráneo	0 % (contingente)
PS	Territorio Palestino ocupado	Mediterráneo	0 % (contingente)
CR	Costa Rica	SPG	0 %
GT	Guatemala	SPG	0 %
HN	Honduras	SPG	0 %
NI	Nicaragua	SPG	0 %
PA	Paraguay	SPG	0 %
SV	El Salvador	SPG	0 %
BO	Bolivia	SPG	0 %
CO	Colombia	SPG	0 %
EC	Ecuador	SPG	0 %
GE	Georgia	SPG	0 %
LK	Sir Lanka	SPG	0 %
MD	Moldavia	SPG	0 %
MN	Mongolia	SPG	0 %
PE	Perú	SPG	0 %
VE	Venezuela	SPG	0 %

b) Países pertenecientes a origen LOME (ACP = Países de África, Caribe y Pacífico que tienen una relación comercial preferencial con la Unión Europea por ser firmantes del Convenio de Lomé).

c) SPG-PMD para Países Menos Desarrollados.

**4.** OTROS IMPUESTOS: IVA = 7%

**5.** BARRERAS PARA – ARANCELARIAS Las barreras para arancelarias son de índole fitosanitario.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

A grandes rasgos, lo más importante es cumplir con:

- Requisitos: Documento veterinario común, Certificado Sanitario y de origen
- Regulaciones: Honigverordnung (regulación europea para la miel); Reglamento de Higiene; Regulación de límites Máximos de residuos

En detalle, los requisitos son:

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos
  - Para asegurar la protección de los consumidores de la UE/Alemania, sobre contaminantes adheridos al alimento en cualquiera de las etapas de producción, empaquetado, transporte y retención.
  - La presencia de contaminantes en alimentos está regulado por Council Regulation (EEC) Nº315/93 del 8 de febrero 1993 y (OJ L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315).
  - Commission Regulation (EC) Nº 1881/2006 del 19 de diciembre 2006 fija los niveles máximos de ciertos contaminantes en los alimentos (OJ L-364 20/12/2006). (CELEX 32006R1881) fija los máximos niveles de ciertos contaminantes en alimentos colocados en el mercado de la UE.
  - La página web *Directorate General for Health and Consumers* provee mayor información detallada sobre los contaminantes regulados por la UE.
  - Condiciones especiales para ciertos alimentos importados desde terceros países. [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/index_en.htm)
- Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal
  - Controla los residuos de pesticidas y sustancias químicas en alimentos.
  - Directiva 91/414/CEE del Consejo de 15 de julio de 1991, relativa a la comercialización de productos fitosanitarios en el mercado (DO L-230 19/08/1991) (CELEX 31991L0414).
  - Directiva 96/23/CE del Consejo de 29 de abril de 1996, sobre medidas de control aplicables a determinadas sustancias y sus residuos en animales vivos y productos de origen animal y se derogan las Directivas 85/358/CEE y 86/469/CEE y las Decisiones 89/187/CEE y 91 / 664/EEC (DO L-125 23/05/1996) (CELEX 31996L0023).
  - Decisión de la Comisión 2004/432/CE de 29 de abril de 2004 sobre la aprobación de los planes de vigilancia de residuos presentados por terceros países de acuerdo con la Directiva 96/23/CE del Consejo (DO L-154 30/04/2004) (CELEX 32004D0432).



- Reglamento (CE) Nº 396/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de febrero de 2005 sobre límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas en productos de origen vegetal y animal (DO L-70 16/03/2005) (CELEX 32005R0396).
- Reglamento (CE) Nº 669/2009 de 24 de julio de 2009, por el Reglamento (CE) Nº 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a la intensificación de los controles oficiales sobre las importaciones de determinados piensos y alimentos de origen no animal origen y se modifica la Decisión 2006/504/CE (DO L-194 25/07/2009) (CELEX 32009R0669).
- Reglamento (UE) Nº 915/2010 de 12 de octubre de 2010, relativa a un programa coordinado de control plurianual de la Unión para 2011, 2012 y 2013 para garantizar el cumplimiento de los niveles máximos de y para evaluar la exposición del consumidor a los residuos de plaguicidas en los alimentos de origen vegetal y animal (DO L-269 13/10/2010) (CELEX 32010R0915).
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal
  - Miel: Requisitos para la importación de residuos de la miel [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/residues/third\\_countries\\_en.htm#5.5](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/residues/third_countries_en.htm#5.5) y los residuos de sustancias farmacológicamente activas en la miel [http://ec.europa.eu/food/animal/liveanimals/bees/residues\\_honey\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/animal/liveanimals/bees/residues_honey_en.htm)
  - Legislación Europea:
    - Directiva 96/23/CE del Consejo de 29 de abril de 1996, sobre medidas de control aplicables a determinadas sustancias y sus residuos en animales vivos y productos animales y derogan las Directivas 85/358/CEE y 86/469/CEE y las Decisiones 89/187/CEE y 91 / 664/EEC (DO L-125 23/05/1996) (CELEX 31996L0023).
    - Directiva 96/22/CE del Consejo de 29 de abril de 1996, sobre la prohibición del uso en la cría de determinadas sustancias de efecto hormonal y tireostático y de beta-agonistas, y se derogan las Directivas 81/602/CEE, 88/146/CEE y 88/299/CEE (DO L-15 20/01/2010) (CELEX 31996L0022).
    - Decisión de la Comisión 2011/163/EU de 16 de marzo de 2011 sobre la aprobación de los planes presentados por terceros países de conformidad con el artículo 29 de la Directiva 96/23/CE del Consejo (DO L-70 17/03/2011) (CELEX 32011D0163).
    - Reglamento (CE) n º 136/2004 de 22 de enero de 2004 por el que se establecen procedimientos de control veterinario en los puestos de inspección fronterizos de los productos importados de terceros países (DO L-21 28/01/2004) (CELEX 32004R0136).
    - Reglamento (CE) no 470/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de mayo de 2009 por el que se establecen procedimientos comunitarios para la fijación de límites de residuos de sustancias farmacológicamente activas en los alimentos de origen animal, se deroga el Reglamento (CEE) n º 2377 / 90 y se modifica la Directiva 2001/82/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n º 726/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-152 16/06/2009) (CELEX 32009R0470).

- Reglamento (UE) n.º 37/2010, de 22 de diciembre de 2009 sobre las sustancias farmacológicamente activas y su clasificación con respecto a los límites máximos de residuos en los alimentos de origen animal (DO L-15 20/01/2010) (CELEX 32010R0037)
- Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano
  - Extensa legislación europea y alemana. Ver en [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu11\\_05v002/eu/main/req\\_heaaahc\\_eu\\_010\\_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir\\_de11\\_05v002/de/main/req\\_heaaahc\\_de\\_010\\_0612.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Health+control+of+products+of+animal+origin+for+human+consumption&languageId=es&status=PROD](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu11_05v002/eu/main/req_heaaahc_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir_de11_05v002/de/main/req_heaaahc_de_010_0612.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Health+control+of+products+of+animal+origin+for+human+consumption&languageId=es&status=PROD)
- Control sanitario de los productos de origen animal no destinados al consumo humano
  - Extensa legislación europea y alemana. Ver en [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu11\\_05v002/eu/main/req\\_heaaahc\\_eu\\_010\\_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir\\_de11\\_05v002/de/main/req\\_heaaahc\\_de\\_010\\_0612.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Health+control+of+products+of+animal+origin+not+intended+for+human+consumption&languageId=es&status=PROD](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu11_05v002/eu/main/req_heaaahc_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir_de11_05v002/de/main/req_heaaahc_de_010_0612.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Health+control+of+products+of+animal+origin+not+intended+for+human+consumption&languageId=es&status=PROD)
- Etiquetado de productos alimenticios
  - Los productos que se comercializan en la UE deben cumplir con reglas generales sobre el etiquetado de comestibles, y específicos.
  - Reglas generales:
    - Según Council Directive 2000/13/EC (OJ L-109 06/05/2000) (CELEX 32000L0013) la etiqueta debe contener: nombre del producto, lista de ingredientes, cantidad neta, fecha de duración mínima (día, mes y año de vencimiento), cualquier condición especial de almacenamiento o uso, lugar de origen, instrucciones de uso si aplica, número de lote.
  - Reglas específicas:
    - Etiquetado para alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos (Novel Food).
    - Etiquetado para comestibles con propósitos nutricionales particulares.
    - Etiquetado para alimentos con aditivos y saborizantes.
    - Etiquetado para materiales que están en contacto con el alimento.
    - Etiquetado para comestibles especiales: etiquetado de miel en [http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/l\\_21124a\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/l_21124a_en.htm)
  - Para más información sobre etiquetado de alimentos, visitar la web de Directorate General for Health and Consumers (DG SANCO): [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_en.htm)
  - Etiquetado nutricional no es obligatorio a no ser que se haga uso de “bajo en grasa” o “alto en fibra”. En esos casos, seguir el formato estandarizado. Council Directive 90/496/EEC (OJ L-276 06/10/1990) (CELEX 31990L0496). Similarly, Council Regulation (EC) No 834/2007 (OJ L-189

20/07/2007) (CELEX 32007R0834) and Commission Regulation (EC) No 889/2008 (OJ L-250 18/09/2008) (CELEX 32008R0889) que fija reglas sobre el uso de la etiqueta orgánica.

- Y legislación alemana:
  - Etiqueta en alemán.
  - Gesetzbuch über Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittel (LFGB)- BGBl Nr. I 2005, 2618, (3007), 01.09.2005 (Food, Commodities and Feed Code).
  - Verordnung über Lebensmittel-Kennzeichnung - LMKV BGBl Nr. I 1981, 1625, 1626), 22.12.1981 (Order on Labelling of Foodstuffs).
  - Verordnung zur Regelung bestimmter Fragen der amtlichen Überwachung des Herstellens, Behandelns und Inverkehrbringens von Lebensmitteln tierischen Ursprungs (Tier-LMÜV) BGBl. I S. 1816, 1864 08/08/2007 (Order to regulate certain matters of official control of the creation, handling and marketing of food of animal origin)
- Voluntario - Productos de producción ecológica
  - Legislación europea:
    - Council Regulation (EC) N° 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labeling of organic products and repealing Regulation (EEC) N° 2092/91 (OJ L-189 20/07/2007) (CELEX 32007R0834).
    - Commission Regulation (EC) N° 889/2008 of 5 September 2008 laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) N° 834/2007 on organic production and labelling of organic products with regard to organic production, labeling and control (OJ L-250 18/09/2008) (CELEX 32008R0889).
    - Commission Regulation (EC) N° 1235/2008 of 8 December 2008 laying down detailed rules for implementation of Council Regulation (EC) N° 834/2007 as regards the arrangements for imports of organic products from third countries (OJ L-334 12/12/2008) (CELEX 32008R1235).
    - List of bodies or public authorities in charge of inspection provided for in article 15 of Regulation (EEC) N° 2092/91 (OJ C-72 26/03/2009).
  - Otras fuentes de información:
    - Preguntas frecuentes sobre el Logo e información sobre el Nuevo logo orgánico en la UE. [http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir\\_eu11\\_04v001/eu/auxi/eu\\_spor\\_gan\\_fga\\_logo.pdf](http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu11_04v001/eu/auxi/eu_spor_gan_fga_logo.pdf)
    - Descargue el nuevo logo orgánico. [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eupolicy/logo\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eupolicy/logo_en)
    - Guías/directrices sobre la importación de productos ecológicos en la Unión Europea. El documento ha sido elaborado por la Unidad de Agricultura Ecológica de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural.
    - El sitio web de la OIF (Sistema de Información de Agricultura Orgánica) contiene un resumen de la información que consta de autorizaciones de importación, autorizaciones de los ingredientes y los organismos o autoridades públicas encargadas de las inspecciones: [http://ec.europa.eu/agriculture/ofis\\_public/index.cfm](http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/index.cfm)

- Información adicional en Alemania:
  - El importador o su representante deberán, a más tardar en el momento en que el certificado de la inspección se presenta, informar al organismo de cada remesa (dar el nombre y la dirección del primer destinatario, así como cualquier detalle que el cuerpo puede requerir). El organismo de control comprobará que el certificado de inspección, preferentemente escrito en alemán, sea compatible con las exigencias derivadas de la citada legislación de la UE. Además, y en caso necesario, los productos reales pueden ser inspeccionados físicamente con el fin de asegurar el nivel necesario de cumplimiento de estos requisitos. El despacho a libre práctica de productos que no cumplan con los requisitos está condicionada a la eliminación de las referencias al método de producción ecológica en el etiquetado, la publicidad y los documentos adjuntos.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

### **Autoridad Competente para control de contaminantes alimenticios en Alemania:**

*Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz* - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain)

Referat 322: Rückstände und Kontaminanten in Lebensmitteln, Lebensmittelbedarfsgegenstände (Residues and contaminants in food, food articles)

P.O. Box 140270  
 DE-53123 Bonn  
 Tel: (+49) 228 99 529 4662  
 Fax: (+49) 228 99 529 4943  
 E-mail: [322@bmelv.bund.de](mailto:322@bmelv.bund.de)  
 Web: <http://www.bmelv.de>

Otras Fuentes de información:

Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit - BVL (Federal Office of Consumer Protection and Food Safety): <http://www.bvl.bund.de>

### **Autoridad Competente para control de residuos de plaguicidas en Alemania:**

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain)

Referat 322: Rückstände und Kontaminanten in Lebensmitteln, Lebensmittelbedarfsgegenstände (Residues and contaminants in food, food articles)

P.O. Box 140270  
DE-53123 Bonn  
Tel: (+49) 228 99 529 4662  
Fax: (+49) 228 99 529 4943  
E-mail: [322@bmelv.bund.de](mailto:322@bmelv.bund.de)  
Web: <http://www.bmelv.de>

Otras Fuentes de información:

Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit - BVL (Federal Office of Consumer Protection and Food Safety): <http://www.bvl.bund.de>

**Autoridades competentes en Alemania sobre control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal:**

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain)

Referat 322: Rückstände und Kontaminanten in Lebensmitteln, Lebensmittelbedarfsgegenstände (Residues and contaminants in food, food articles)

P.O. Box 140270  
DE-53123 Bonn  
Tel: (+49) 228 99 529 3667  
Fax: (+49) 228 99 529 4943  
E-mail: [322@bmelv.bund.de](mailto:322@bmelv.bund.de)  
Webs: <http://www.bmelv.de>

Otras Fuentes de información:

Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit - BVL (Federal Office of Consumer Protection and Food Safety): <http://www.bvl.bund.de>

**Autoridades competentes en Alemania sobre Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano:**

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain)

P.O. Box 140270  
DE-53107 Bonn  
Tel: (+49) 228 99 529 4641  
Fax: (+49) 228 99 529 4162  
E-mail: [UAL32@bmelv.bund.de](mailto:UAL32@bmelv.bund.de)  
Website: <http://www.bmelv.de>

**Autoridades competentes en Alemania sobre Control sanitario de los productos de origen animal no destinados al consumo humano:**

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain)

P.O. Box 140270  
DE-53107 Bonn  
Tel: (+49) 228 99 529 4641  
Fax: (+49) 228 99 529 4162  
E-mail: [UAL32@bmelv.bund.de](mailto:UAL32@bmelv.bund.de)  
Website: <http://www.bmelv.de>

**Autoridades competentes en Alemania sobre etiquetado:**

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung - BLE (Federal Agency for Agriculture and Food)

Abteilung 5, Nachhaltige Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung, Ländliche Entwicklung (Department 5, Farming, Fishery and Rural Development)

Deichmanns Aue 29  
DE-53107 Bonn

Tel: (+49) 228 99 6845 3407

Fax: (+49) 228 99 6845-3444

E-mail: [info@ble.de](mailto:info@ble.de)

Web: <http://www.ble.de>

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 3 Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Department 3 Nutrition, Food safety, Animal Health)

Unterabteilung 32 Sicherheit der Lebensmittelkette (Subdepartment 32 Safety of the Food Chain )

Postfach 140270

DE-3107 Bonn

Tel: (+49) 228 99 529 4641

Fax: (+49) 228 99 529 4162

E-mail: [ual32@bmelv.bund.de](mailto:ual32@bmelv.bund.de)

Web: <http://www.bmelv.de>

**Autoridades competentes en Alemania sobre certificación de productos orgánicos:**

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - BMELV (Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection)

Abteilung 5 Ländlicher Raum, Pflanzliche Erzeugung, Forst- und Holzwirtschaft (Department 5 Rural Areas, Plant Production, Forestry and Wood Industry).

Unterabteilung 52 Strukturpolitik, Ländliche Entwicklung, Ökologischer Landbau (Sub-department 52 Structural Policies, Rural Development, Organic Farming)

P.O. Box 140270

DE-53107 Bonn

Tel: (+49) 228 99 529 4712

Fax: (+49) 228 99 529 3447

E-mail: [poststelle@bmelv.bund.de](mailto:poststelle@bmelv.bund.de)

Website: <http://www.bmelv.de>

Lista de autoridades públicas y/u organismos privados encargados de la inspección de los productos procedentes de producción ecológica, disponible en:

[http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir\\_de11\\_04v001/de/auxi/de\\_list\\_inspection\\_bodies.pdf](http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_de11_04v001/de/auxi/de_list_inspection_bodies.pdf)

Otras fuentes de información:

- Förderpreis ökologischer Landbau (Promotional award for organic farming): [www.foerderpreisoeologischerlandbau.de](http://www.foerderpreisoeologischerlandbau.de)
- Ökologischer Landbau (Organic farming): [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)
- Bundesprogramm ökologischer Landbau (Federal Organic Farming Scheme): [www.bundesprogrammoeolandbau.de](http://www.bundesprogrammoeolandbau.de)
- Institut für ökologischen Landbau (Institute of Organic Farming at the Federal Agricultural Research Centre): <http://www.vti.bund.de/de/startseite/institute/oel.html>



**3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)**

La miel (*Honig*) orgánica se suele presentar en envases plásticos o frascos de vidrio, generalmente transparentes. Contenido neto: 125, 250, 350, 375 ó 500 gramos. También se pueden encontrar frascos de 1 y 2k. El envase más usado es el de vidrio de 500g.

 <p>Bio Canela Honig cremosa marca GEPA 250g. 2,80€. Origen: México y Nicaragua.</p>	 <p>Honig cremosa marca GEPA 3 unidades x 125g. 5,49€. Origen: México y Nicaragua.</p>	 <p>Bio Campanilla marca GEPA 500g, 4.79€ Origen: México</p>
 <p>Orangenblüten Honig 375g Línea BIO de EDEKA 3,09€</p>	 <p>Waldhonig 375g Línea BIO de EDEKA 3,09€</p>	 <p>Sonnenblumen Honig 375g Línea BIO de EDEKA 3,09€</p>
 <p>Allos Speisehonig 2kg en supermercado Basic Bio-Genuss für alle. Origen: Hungría. 19,99€</p>	 <p>Allos Bio Honig &amp; Ingwer 250g. en supermercado Basic Bio-Genuss für alle. Origen: Países No-UE. 3,99€</p>	

Etiquetado: La miel orgánica o BIO se puede distinguir de la miel convencional por el logo BIO:

 <p>Logo certificación BIO alemana</p>	 <p>Nuevo logo certificación orgánica Unión Europea</p> <p><a href="http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_en">http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_en</a></p>	 <p>Logo producto BIO de Supermercado EDEKA (siempre trae también el logo certificación BIO alemana).</p>
---	--	--

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Ton)	Monto (Miles €)	% Participación en el Mercado
1.- Argentina	22.112,5	48.666	22%
2.- México	13.037,1	30.479	13,7%
3.- Chile	7.421,0	19.103	8,6%
Subtotal	42.570,6	98.248	44,4%
Total	90.600	221.503	100%

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Ton)	Monto (Miles €)	% Participación en el Mercado
1.- Argentina	23.082,6	46.362	24,9%
2.- México	12.434,5	26.254	14,07%
3.- Chile	7.373,2	15.969	8,6%
Subtotal	42.890,3	88.585	47,9%
Total	83.719	186.567	100%

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (Ton)	Monto (Miles €)	% Participación en el Mercado
1.- Argentina	28.618,3	46.068	26,7%
2.- México	15.253	24.702	14,3%
3.- Hungría	6.073,5	15.122	8,7%
5.- Chile	7.065,0	12.861	7,4%
Subtotal	57.009,8	98.753	57,3%
Total	92.946,8	172.385	100%

Fuente: Base de Datos GENESIS de Statistisches Bundesamt Deutschland [www.destatis.de](http://www.destatis.de)

Los países que también tienen una alta participación en la importación alemana de miel, son Bulgaria, Rumania, España, Brasil, Uruguay, Hungría e Italia. Alemania produce miel en pequeñas cantidades, y en 2010 exportó a Francia, Holanda, Reino Unido y Austria por valores de entre 10.000 y 7.000 miles de euros a cada país.

Al igual que la miel convencional, la producción chilena orgánica en su gran mayoría está destinada a la exportación, quedando una mínima parte de lo producido para el consumo interno. Los principales destinos de la miel orgánica son Alemania y Francia.

El mercado de la miel convencional y orgánica ha dado un drástico giro en la última década. Hasta principios del año 2002 China era el principal productor mundial y exportador hacia la Unión Europea (UE) y Japón. Luego, la UE estableció normas más estrictas para garantizar la salud del consumidor europeo al encontrar antibióticos (cloranfenicol) en la miel china. Los operadores buscaron otros mercados para abastecer el consumo, que hoy en día son Latinoamérica y Europa del Este.

Argentina y México han ido perdiendo participación y ha sido tendencia esta década, dada la atomización de la oferta al mercado alemán.

Se puede constatar que la exportación de miel mexicana a Alemania, sigue siendo el segundo proveedor si bien el volumen decreció durante 2007 y 2009. Esta declinación se debió en primer lugar al aumento del consumo en México, además, de malas cosechas. La miel de Mexicana es muy apreciada por su aroma y según la opinión de expertos es difícil de sustituirla por otra miel. Entre los demás mercados proveedores del continente latino americano, se destaca Uruguay que podría disponer de volúmenes mayores.

Aunque no es posible determinar con exactitud los datos correspondientes al volumen transado de miel orgánica, se estima que puede llegar a un 5% del mercado total, aunque la tendencia de consumo indica un incremento sustancial en los próximos años. Esta nueva concepción por respeto del medio ambiente, es un punto relevante a considerar en vista que, el precio por miel orgánica con certificación aceptada por la UE, ha experimentado valores de un 15% más altos sobre la miel normal además, las buenas perspectivas de expansión progresivo en el consumo local, como una muestra de esta situación, han sido tomada en consideración cada vez más por supermercados y puntos de venta “convencionales”, los cuales, empiezan a vender este producto/mercado. La miel ocupa una posición especial en este segmento, porque se considera un alimento más sano y más natural que el azúcar. Por lo tanto, todas las marcas de productos BIO mantienen un amplio surtido de mieles de diferentes países (por ej. Allos, [www.allos.de](http://www.allos.de)).

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Alemania está interesada en productos chilenos, y la miel orgánica también está considerada. En Bayern, el consumo de miel orgánica es alto por lo que el producto posee potencial, indiscutiblemente.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La miel se considera como alimento sano y se utiliza mucho en productos naturales y orgánicos. A pesar del consumo que es uno de los más altos a nivel mundial, es relativamente bajo con respecto al azúcar (40 kg/año) y por lo tanto, todavía existe un margen potencial amplio para crecer y por lo tanto, reemplazar al azúcar y sus derivados.

Los alemanes suelen comprar la miel orgánica en los supermercados o en tiendas BIO, en envases de plástico o de vidrio, el último siendo más caro, dado que la miel en envase de vidrio es generalmente percibida por los consumidores como producto de mayor calidad.

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Las cadenas de supermercados alemanes EDEKA y REWE, que tienen servicio de venta por internet, ofrecen también el envío de miel orgánica. Asimismo, algunas tiendas BIO y marcas de productos orgánicos ofrecen venta y despacho por internet.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Es notorio destacar el alto interés y demanda que el mercado local mantiene por la miel chilena, la cual, disfruta de una buena reputación y reconocimiento por sus características inocuidad, calidad y sabor. De acuerdo a importadores especializados de Hamburgo, se evalúa en general un creciente interés en mieles monoflorales con sabores “distintos” que permitan producir mezclas exclusivas en el futuro próximo. Eso pueden ser mieles de origen botánicos de especies nativas, como por Ej. miel de ulmo y quillay, variedades que ya son muy conocidos entre los especialistas del sector, y tendrá una excelente acogida en Bayern si esta miel llegara con certificación BIO.

### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

No se ha determinado una temporada específica de consumo. Aunque podría recalcarse la época de Navidad/invierno pues se hornean pasteles y galletas que usan la miel como principal ingrediente.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Estos productos se consumen ampliamente en toda Alemania, siendo el sur de Alemania más destacado por su consumo de productos orgánicos, entre ellos la miel orgánica.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La miel de producción alemana se comercializa en su gran mayoría a nivel local en venta directa o por tiendas locales. La estructura concentrada de este sector es muy diferente a la de aquellos importadores especializados de miel.

Las mieles de importación llegan en general a granel y se envasan en Alemania, bajo marcas propias de supermercados y de empresas importadoras.

Se estima que aprox. 90% del volumen de miel se vende directamente por canales establecidos de la estructura de distribución, el spot-market no tiene mucha significancia en el sector. Los compradores prefieren relaciones comerciales a largo plazo para poder estar seguro de recibir un producto libre de residuos y de calidad necesaria. Como las mieles convencionales que se envasan como producto final son mezclas de diferentes variedades se considera importante la mantención del sabor y calidad en cada embarque para no tener que cambiar las recetas de las mezclas.

Si bien en la actualidad gran parte de los productos continúan comercializándose en forma directa, o en negocios ubicados en centros urbanos con una población de alto poder adquisitivo, elevado nivel cultural y con un perfil joven y moderno, en los últimos años, al compás de la expansión del sector, se están creando nuevas formas de venta: supermercados de productos orgánicos, y cosmética natural, servicio a domicilio con cajas semanales, comercio electrónico, etc.

Estas nuevas formas permiten, por un lado ampliar la gama de productos, los nuevos supermercados "eco" cuentan con congeladoras para diversos productos freezados como carne, verduras, artículos de panadería y repostería, etc. y, por el otro, alcanzar nuevos targets.

Por lo tanto éste no es un mero mercado de productos agrícolas, sino que se trata de un sector con una manufactura de alto valor agregado, con un componente de servicios muy importante que posee un diseño de marketing ajustado a la demanda de una población que en consonancia con el proceso de permanente de modernización e individualización, exige simultáneamente productos sanos, de bajas calorías, fáciles de preparar o listos para su consumo.

**Productores y distribuidores en Bayern:** Al final del documento se expone una lista de productores alemanes y bávaros.

Consultar en:

Postanschrift:  
Villiper Hauptstraße 3  
53343 Wachtberg

Hausanschrift:  
 „Haus des Imkers“  
 Villiper Hauptstraße 3  
 Wachtberg - Villip  
 Tel.: 0 22 8 / 93 29 20  
 Fax: 0 22 8 / 32 10 09  
 Internet: [www.deutscherimkerbund.de](http://www.deutscherimkerbund.de)  
 E-Mail: [deutscherimkerbund@t-online.de](mailto:deutscherimkerbund@t-online.de)

**Intermediarios:**

Empresas que compran miel a productores locales o al extranjero y las distribuyen en Alemania.

**Allos Walter Lang GmbH**

49457 Mariendrebber, Imkerhof, Alemania  
 Contacto: Ludger Bugla (Leiter Einkauf und Logistik)  
 Phone int.: +49 54 45 98 99 142  
 Fax int.: +49 54 45 98 99 160  
 E-mail: [ludger.bugla@allos.de](mailto:ludger.bugla@allos.de)

**Eurohonig GmbH**

Am Krippackerweg 5, Pürgen, D-86932, Alemania  
 Contacto: Sr.Söhlemann  
 Tel: (49) 8196 – 934646  
 Fax: (49) 8196 – 934644  
 E-mail: [eurohonig@t-online.de](mailto:eurohonig@t-online.de)  
 Página Web: [www.eurohonig.de](http://www.eurohonig.de)

**Distribuidores finales:**

Cadenas de Supermercados

- Rewe [www.rewe.de](http://www.rewe.de)
- Edeka [www.edeka-direkt.de](http://www.edeka-direkt.de) y [www.edeka24.de](http://www.edeka24.de)

Cadenas de Supermercados de descuentos

- ALDI SÜD [www.aldi-sued.de](http://www.aldi-sued.de)
- Lidl [www.lidl.de](http://www.lidl.de)

Tiendas BIO

- Basic Bio-Genuss für alle [www.basicbio.de](http://www.basicbio.de)
- Allos [www.allos.de](http://www.allos.de)
- Erdgarten Naturwaren Handels GmbH [www.erdgarten-biosupermarkt.de](http://www.erdgarten-biosupermarkt.de)
- In Green, wir sind Bio <http://shop.ingreen.de>
- GEPA [www.gepa.de](http://www.gepa.de)
- Grenzlaedchen [www.grenzlaedchen.de](http://www.grenzlaedchen.de)
- Eine Welt für Alle in Norderstedt [www.eine-welt-norderstedt.de](http://www.eine-welt-norderstedt.de)
- Alnatura [www.alnatura.de](http://www.alnatura.de)
- @lles N@tur [www.allesnatur.de](http://www.allesnatur.de)

## VIII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

El precio minorista varía según se trata de marca nacional o marca de distribuidor, el canal de distribución, el envase, etc.

**Miel orgánica:** El precio no sube tan rápido como la miel tradicional, pero tampoco disminuye rápido, por lo cual el mercado está medianamente estabilizado. La miel orgánica que se comercializa en el mercado interno mantiene valores bastante más elevados. Una comparación de los precios y orígenes pueden consultarse en el capítulo III punto 3 de este estudio.

**Fair Trade/Comercio Justo:** En todos los canales de venta está presente los productos “Fair Trade”, los cuales, deben estar certificados según ciertos criterios sociales. La comercializadora más considerada en Alemania para este tipo de productos es GEPA, que vende sus productos en varios supermercados. Además, los retails discount tienen sus propias marcas de producto Fair Trade, por ej. Lidl con “Fair Globe”. Sin embargo, la tendencia creciente de este segmento está orientado al grupo de compradores de productos BIO.



## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se han encontrado campañas de promoción para estos productos más allá de la promoción que las empresas importadoras/distribuidoras (como GEPA) hacen de sus productos en internet. Las cadenas de supermercados sí promocionan la miel orgánica en sus catálogos publicitarios y en especial en internet. También se publican numerosos artículos que ponen de manifiesto las propiedades nutritivas y beneficiosas de este alimento natural.

GEPA vende on-line promociones de packs de 3 o de 6 frascos de miel BIO en webs como Süd Nord Konto ([http://snk-hh.de/webshop/pages/warengruppe.php?warengruppe=47&lang=2&lisa\\_user=](http://snk-hh.de/webshop/pages/warengruppe.php?warengruppe=47&lang=2&lisa_user=)).

El consumidor alemán en general no advierte que la gran mayoría de la miel que se consume en Alemania es un producto importado. La organización gremial de los Apicultores alemanes (*Deutscher Imkerbund*) realiza un marketing sumamente eficaz, empleando su propio logo y un sistema de trazabilidad por cada productor con número de autorización registrada y dirección. La miel alemana se comercializa principalmente a nivel local, hay más de 200 apicultores profesionales que hacen efectiva esta actividad en su tiempo libre, colocando directamente en mercados, ferias de barrios o directamente desde su propia casa.



Las principales empresas que envasan miel para supermercados trabajan con miel de producción mundial. Estas empresas están obligadas indicar el origen del producto en el envase desde 2004. Algunas intentan utilizar el origen en su estrategia de marketing. De esta manera, se promociona miel de Francia (miel de lavanda) de México (Lacadonia) y de otros orígenes. Como el consumidor alemán está muy interesado en sabores genuinos (nativos) de otros países, esta estrategia tiende a transformarse en muy exitosa.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Generalmente el producto se encuentra en el comercio minorista en paquetes pequeños (normalmente de hasta 500g.).

### Puntos de Venta:

- En tiendas de productos orgánicos/BIO.

- En cadenas de supermercados: expuestos en góndolas de productos BIO o Fairtrade.



## X ■ SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Alemania, y en particular, Bayern, es un país que se caracteriza por importar productos alimenticios y exportar tecnología. Es por esto que, generalmente, los productos alimenticios como la miel, sumado al valor agregado “orgánico” tiene un gran mercado en Bayern, estado con alto nivel adquisitivo.

Así, de acuerdo a lo observado por la Representación Comercial de ProChile en München, se sugieren las siguientes recomendaciones para el productor/exportador interesado en el mercado bávaro:

Estrategias para la penetración o colocación al mercado bávaro:

- **Estar presentes** en el mercado:
  - Participación en ferias alimentarias,
  - En eventos organizados por ProChile como *Sabores de Chile*, y
  - a través de la participación en los eventos locales como auspiciadores.
- **Visitar el mercado** con el apoyo de ProChile y la Representación Comercial en München, trayendo catálogos informativos, muestras, etc. Con el objeto de preparar una visita personal a las empresas alemanas, se aconseja contactar a éstas con suficiente antelación, es apropiado un plazo de 4 semanas antes de la fecha prevista. Así mismo, tener en cuenta feriados locales y período de vacaciones (se puede consultar a la Representación de la Oficina Comercial en München). Los meses julio/agosto no se recomiendan misiones y/o visitas individuales de empresarios chilenos, corresponde a la principal época de vacaciones en el continente europeo.
- **Enviar muestras** a potenciales importadores alemanes (o bávaros, en particular) enlistados anteriormente, de manera que conozcan el producto, su calidad, precio, etc.
- Fortalecer las **ventajas nutricionales** del producto, dado que en Bayern se le da una alta importancia a este aspecto. El valor nutritivo de las avellanas, como de los frutos secos en general es uno de los motivos que hacen que su consumo sea importante. En la composición de la miel participan más de 70 sustancias diferentes, de acuerdo a la variedad, que depende del tipo y la cantidad de flores libadas por las abejas, el tipo de colmena y las condiciones climáticas y regionales. Un 60 a 80 por ciento de la miel está compuesto por monosacáridos, azúcares simples que el organismo asimila directamente; 1,7% de sacarosa; 4,8% de dextrina; 0,2% de gomas naturales, las cuales, junto a la dextrina, impiden que la miel cristalice; 0,8% de materias nitrogenadas -proteínas y aminoácidos, entre otras-; 2,8% de materias no azucaradas; 20% de agua -si es mayor esta proporción, se acelera el proceso de deterioro de vitaminas y enzimas-, y 0,3% de ácidos orgánicos, entre otros, ácido cítrico, láctico, fórmico y fosfórico. También contiene minerales como el potasio (especialmente las oscuras, provenientes de bosques) y el fósforo, este último elemento importante para la metabolización de los hidratos de carbono; oligoelementos, como aluminio, cadmio, silicio, boro, titanio, plomo, níquel, cinc, litio, estaño, cromo y radio; pequeñas cantidades de vitaminas del grupo B, vitamina C y ácido pantoténico; enzimas tanto vegetales como animales (provenientes del polen

de las flores y de las mismas abejas), que son las encargadas de facilitar que el organismo asimile fácilmente los azúcares sin causar problemas digestivos, e inhibinas, las cuales aportan su acción antibiótica y, actuando conjuntamente con los monosacáridos y la acetilcolina -la cual, además, favorece la irrigación sanguínea- aportan a la miel una acción curativa sobre heridas. También se descubrió en 2006 que la miel tiene **propiedades medicinales** (antibióticas) para tratar úlceras. Se trata de una miel especial proveniente de Australia (“medi-miel”) que ha sido preparada especialmente para estos fines. También se sugiere explorar nuevos usos: propóleo, polen, etc.

- En Bayern también se le da importancia a los **alimentos BIO**. Conseguir la certificación BIO proporcionaría una gran ventaja, además de un aumento del valor final de un 4% hasta un 15%, incluso más en algunos casos. Las certificaciones por entidades reconocidas ante la UE son fundamentales pues sin ellas, es imposible abordar estos mercados. Resaltar la imagen de Chile como país exportador, proveedor de productos de calidad y libre de enfermedades. Las ventajas de la certificación se puede resumir en:
  - Acceder a nuevos mercados
  - Establecerse en mercados existentes
  - Incrementar la venta de determinados productos
  - Lograr un valor agregado en los productos.
- El mercado alemán es un mercado de compradores, donde **la demanda, no la oferta pone las reglas** del juego en el sector apícola. La comercialización de importadores/especializados se encuentra perfectamente estructurada y cada vez más concentrada en importantes operadores, los cuales, están conscientes de que Alemania es el destino dominante de la producción mundial. Este es muy competitivo (alrededor de más 50 países que exportan miel) por esta razón, la presión sobre la oferta y proveedores es considerable y hacen uso continuamente de esta posición ventajosa al momento de finalizar una transacción comercial.
- Para negociar con comerciantes alemanes es necesario incorporar **volúmenes atractivos de oferta**, a partir de un contenedor (de 20 ton, que traen aprox. 70 tambores de aprox. 330 Kg. cada uno) hasta varios cientos de toneladas para diversos usos, ya sea, industrial de alimentos, farmacéuticos y cosmética. El mercado es muy exigente con respecto a la calidad (se prohíbe la presencia de antibióticos), lo que, favorece a los proveedores chilenos para hacer frente a la competencia en este mercado.
- Creciente demanda de productos diferenciados.
- A pesar de que el mercado/precio se mantiene fluctuante, los compradores alemanes permanecen estando interesados en proveedores confiables, estables y relaciones comerciales sobre una base de **confianza mutua** duradera.

Estrategias para la mantención y/o consolidación en el mercado bávaro:


- Alemania está sensible a la calidad de la miel orgánica chilena dado lo que sucedió con Chile este verano 2011 con la contaminación en la miel (y con miel convencional: China en 2002 y Brasil en 2006). Aunque hay sectores que afirman que esto es una estrategia alemana para controlar los precios, habrá de ser cautelosos y **asegurar la calidad orgánica** del producto. La principal señal de este mercado comprador apunta a la calidad e inocuidad de la miel, la que debe estar libre de residuos de medicamentos veterinarios u otras sustancias prohibidas, pues con lleva serias consecuencias.

- Chile puede constituirse en un buen competidor en el mercado internacional, aprovechando la **diferencia de hemisferios**. Las abejas almacenan miel y polen para asegurarse el alimento, y por tanto, la supervivencia de la especie, durante las épocas en que no hay flores en el campo o las inclemencias del tiempo no les permiten salir a recolectar néctar. La época de cosecha varía en las diferentes zonas del país y está directamente sujeta a las condiciones climáticas que influirán en los ciclos florales.
- Los productores/exportadores chilenos podrían **asociarse** con empresas distribuidoras alemanas.
- Establecer una **relación comercial con un supermercado** como EDEKA o REWE. Estos supermercados compran directamente algunos de sus insumos a proveedores externos. Debemos iniciar contactos con los potenciales importadores alemanes, mediante una estrategia de diferenciación con respecto a nuestro principal competidor, Argentina y México, quien ya ha establecido una demanda creciente para su producto.
- Se sugiere negociar con el importador sobre una eventual **campaña de promoción o marketing del producto**. Los importadores conocen cuales campañas podrían dar el mayor impacto en el mercado local. Estratégicamente, esto podría resultar en un mayor grado de lealtad por parte del importador, ya que se ha realizado una inversión en el *branding* de su producto.
- Debieran implementarse campañas estratégicas, tanto individuales (visita clientes actuales y potenciales), como grupales (campañas “imagen país”, ejemplo: *Sabores de Chile*).




Como conclusión, podemos decir que La industria chilena de miel orgánica presenta, por lo tanto, amplias posibilidades de desarrollo, especialmente si se enfoca a los mercados externos de productos certificados o de mayor valor agregado, mercados que en general corresponden a los países de mayor desarrollo económico. Este potencial desarrollo de la industria se basa en las numerosas ventajas que presenta el país y en una aún naciente participación en un mercado consumidor mundial masivo, en plena etapa de crecimiento y expansión.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Ferias en relación a la miel, y productos naturales y bio, en Alemania para 2011 y 2012:

Nombre	Glosa	Fecha	Lugar
 bewusst leben Heilbronn	Feria para el disfrute, la salud y la formación naturista <a href="http://www.messe.ag">www.messe.ag</a>	12 y 13 de noviembre 2011	Heilbronn



 Biofach	Feria anual mundial sobre bio-productos. <a href="http://www.biofach.de">www.biofach.de</a> Biofach es la mayor exhibición monográfica en la región europea del sector orgánico, (se admiten sólo productos orgánicos con certificación y según legislación BIO de la UE). Biofach publica un Newsletter en varios idiomas con noticias del sector orgánico a nivel alemán, europea y mundial (también español).	15 al 18 de febrero 2012	Nürnberg
 Kulinaría	Feria para el disfrute y el arte de vivir. <a href="http://www.messe-kulinaría.com">www.messe-kulinaría.com</a>	9 al 11 de marzo 2012	Pirmasens
 NaBi	Feria de productos naturales y bio. <a href="http://www.regenbogennaturschule.de">www.regenbogennaturschule.de</a>	17 y 18 de marzo 2012	Sinzheim

Fuente: [www.auma.de](http://www.auma.de) y [www.messen.de](http://www.messen.de)

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Se recomienda visitar las siguientes páginas web:

- DIRECTIVA 2001/110/CE DEL CONSEJO de 20 de diciembre de 2001 relativa a la miel <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:010:0047:0052:ES:PDF>
- Sociedad Alemana de Apicultores [www.deutscherimkerbund.de](http://www.deutscherimkerbund.de)
- Bioland Bundesverband (Asociación que reúne a gran parte de los agricultores y comercializadores de productos orgánicos. Dado que esta Bioland [www.bioland.de](http://www.bioland.de) está organizada regionalmente, escribimos la dirección de la organización central con sede en Bayern <http://www.bioland.de/lv/by/> Bioland in Bayern: Auf dem Kreuz 58, 86152 Augsburg, Tel: 0821/34680-0 · Fax: 0821/34680-120 info.bioland-bayern.de
- Sitio Web de la Federación Europea de envasadores y distribuidores de miel. Información para exportadores de terceros países (fuera de la Unión Europea) [www.feedm.com](http://www.feedm.com)
- Base de datos internacional para productos orgánicos. esta red cuenta con una especie de "pool" y banco de datos de importadores alemanes y oferentes de países en desarrollo de productos orgánicos. Es un proyecto originalmente implementado por la Agencia Alemana para la Cooperación y el Desarrollo. En consecuencia, la institución no cobra honorarios a los oferentes de productos orgánicos (los importadores

alemanes les cobra una cuota por la membresía). Green Trade pone a disposición de los potenciales importadores los datos de la empresa y del producto que se pretende colocar en el mercado alemán. Asimismo, Green Trade envía una lista de potenciales importadores alemanes a los oferentes que así lo hubiesen solicitado. <http://www.green-tradenet.de/index.php>

**Datos en Chile:**

- La certificación de comercio justo se puede averiguar con Soledad Valdés, quien es la Coordinadora Nacional del sector apícola. [mvaldes@prochile.cl](mailto:mvaldes@prochile.cl)
- Requisitos específicos para exportar miel chilena a la Unión Europea  
[http://www.sag.cl/opensdocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc50&argInstanciaId=50&argCarpetaId=188&argTreeNodosAbiertos=\(188\)\(-50\)&argTreeNodoSel=192&argTreeNodoActual=188](http://www.sag.cl/opensdocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc50&argInstanciaId=50&argCarpetaId=188&argTreeNodosAbiertos=(188)(-50)&argTreeNodoSel=192&argTreeNodoActual=188)

**Noticias sobre la miel chilena de exportación a países europeos:****1. Miel contaminada con transgénicos hace perder mercado europeo a productores chilenos (septiembre 2011)**

En septiembre 2011 la Red de Acción en Plaguicidas Chile comunicó que se había comprobado que la producción de miel de apicultores chilenos contenida en embarques millonarios se contaminó con transgénicos, hecho que haría perder sus mercados europeos.

Un análisis realizado a 20 tambores de miel chilenos reveló que todos contenían polen transgénico, según informó Juan Pablo Molina (de JPM Exportaciones) en un reciente encuentro gremial realizado en Talagante.

Se informó que tras ello, un fallo del tribunal de justicia de la Unión Europea del 6 de septiembre ordenó que la miel contaminada con polen transgénico en Alemania, deberá pasar por un proceso de revisión y etiquetado previo a su comercialización.

Alemania recibe el 74,3% de las exportaciones chilenas de miel, seguido por Francia (13,1%), Luxemburgo y Bélgica y tras el descubrimiento, ya ha habido rechazos de embarques, según se precisó. Cabe indicar que las exportaciones totales de miel chilena a Europa durante 2010 totalizaron 8.601 toneladas, avaluadas en US\$ 28,9 millones. En 2008 Chile tuvo una participación de 2,2% del mercado global de miel, con el puesto 14 a nivel mundial, según ODEPA.

**Semilleros transgénicos**

Lo peor es que en Chile, los apicultores ignoran la ubicación de los cultivos de semilleros transgénicos responsables del daño a su producción de miel y derivados, y ello porque la política oficial del gobierno promueve la coexistencia entre semilleros transgénicos y cultivos convencionales u orgánicos, afectando con ello los intereses de los productores apícolas, convencionales y orgánicos.

“La Red de Acción en Plaguicidas Chile, exige una vez más la moratoria a la introducción, importación y comercio de transgénicos y los productos que los contengan. Este fallo confirma que no es posible la coexistencia entre cultivos transgénicos y convencionales, planteada por el gobierno, porque uno de los factores de contaminación es la polinización por los insectos y el viento. Son cuestiones incontrolables, las abejas tienen una atracción fatal por el polen del maíz, y esta contaminación tiene consecuencias sociales, ambientales y económicas. Y es claro que también aquí se cae el concepto que defiende Monsanto de equivalencia sustancial de los alimentos transgénicos con los convencionales u orgánicos”, precisó Lucía Sepúlveda, de RAP-Chile.

**2. Alemania detectó tóxico cancerígeno en miel de Sudamérica y España (Septiembre 2011)**

Un alto porcentaje de la miel importada por Alemania desde América Central, América del Sur y países europeos como España y Portugal contiene una sustancia tóxica y cancerígena, según un estudio.

Se trata de alcaloides de pyrrolizidine, una sustancia producida por algunas plantas y cuyo consumo continuado puede provocar daños hepáticos, aumentar el riesgo de cáncer y resultar letal.



Las abejas que frecuentan esas plantas pueden transmitirla a la miel. Según el estudio del Instituto de Valoración de Riesgos alemán (BfR), un 26% de las cerca de 13.000 muestras de miel a granel analizadas desde 2008 dieron positivo por la sustancia. Sin embargo, la proporción se eleva a un 70% en el caso de miel natural importada de centro y Sudamérica, donde se encuentran algunos de los principales productores del mundo y de donde proviene la mayor parte de la importación alemana. Por ejemplo, las 376 muestras de miel importada de Uruguay dieron positivo en la prueba de alcaloides de pyrrolizidine. También un 84% de la traída de Chile, un 94% de la de El Salvador y un 83% de la de Brasil. Algo menor resultó la proporción en los análisis de miel argentina (65% de las 1 195 pruebas) y mexicana (40% de las 749 pruebas). La presencia de la sustancia también es menor en el caso de miel importada de Europa, pero aun así se detectó en un 59% de las muestras, con valores especialmente altos en el caso de Ucrania y Serbia (100%) o España (93%) y Portugal (80%).

El BfR recomienda no superar un consumo mayor de los 0,007 microgramos diarios por kilo de masa corporal. El límite es difícil de superar para un adulto, pero un niño podría pasarlo fácilmente consumiendo miel con la sustancia. Alemania no tiene un valor de alcaloides máximo para retirar del mercado un producto y el Ministerio de Agricultura no tiene previsto fijarlo.

"Aún es imposible una valoración general del riesgo debido a la toxicología incompleta de los diversos alcaloides de pyrrolizidine", explicó una portavoz del ministerio y aclaró que el gobierno encargó al BfR seguir investigando el tema.

Documento Elaborado por: Valeska Kuschel [vkuschel@prochile.gob.cl](mailto:vkuschel@prochile.gob.cl)