



Universidad Austral de Chile

Escuela de Ingeniería Comercial

Seminario de Grado

Evolución y perspectivas de la miel Chilena,  
en los mercados internacionales  
(1999-2001)

Tesina presentada como requisito para optar  
al Grado de Licenciado en Administración.

Profesores Responsables: Ester Fecci P.  
Horacio Sanhueza B.  
Oswaldo Rojas Q.

Profesor Patrocinante : Miguel Neira C.  
Profesor Co Patrocinante: Ester Fecci P.

Teresa Del Carmen Vergara Martínez  
Rodolfo Alejandro Klaassen Cárcamo

Valdivia Chile 2002

## ÍNDICE DE MATERIAS

	Página
RESUMEN	
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO	3
2.1 Una idea general sobre el estudio	3
2.2 Organización de apicultores	4
2.3 Comercialización	5
2.4 Modelo conceptual	6
2.4.1 Producción	6
2.4.2 Tecnología y asistencia técnica	7
2.4.3 Sanidad y genética	7
2.4.4 Comercialización	7
2.4.5 Organización	7
3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANALISIS	10
3.1 Material	10
3.2 Unidad de estudio	10
3.2.1 Para el caso de análisis de las exportaciones de miel	10
3.2.2 Análisis del fomento a la producción y exportación de miel por parte del Gobierno de Chile	10
3.3 Fuentes primarias de información	10
3.4 Fuentes secundarias de información	11
3.5 Método de obtención de datos	11
3.6 Método	11
3.7 Recopilación de datos e información	11
3.8 Método de análisis de los datos	12
4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	13
4.1 Principales países de destino de las exportaciones de miel	13

chilena		
4.2	Situación actual de los principales abastecedores del mercado alemán	15
4.2.1	Argentina	16
4.2.2	México	16
4.2.3	China	16
4.3	Beneficios del acuerdo de asociación político, económico y de cooperación entre Chile y UE	17
4.4	La calidad de las mieles chilenas y características monoflorales	18
4.5	Política de fomento a las exportaciones	19
4.6	Instrumentos de fomento a las exportaciones	19
4.6.1	CORFO	19
4.6.2	PROCHILE	20
4.6.3	SERCOTEC	21
4.7	Mecanismos aduaneros y tributarios	21
4.7.1	Sistema simplificado de reintegro a las exportaciones	22
4.7.2	Recuperación de impuesto al valor agregado	23
4.7.3	Pago diferido de gravámenes aduaneros y crédito fiscal aplicable a bienes de capital y su amortización con exportaciones	24
4.7.4	Sistema de reintegro de derechos y demás gravámenes aduaneros	24
4.7.5	Fondo de garantía para pequeños empresarios	25
4.7.6	Sistema de fianzas y cauciones solidarias CORFO a exportadores	25
4.8	Análisis FODA	26
4.8.1	Fortalezas	26
4.8.2	Oportunidades	26
4.8.3	Debilidades	27
4.8.4	Amenazas	27

5. CONCLUSIONES	28
6. BIBLIOGRAFIA	31
7. ANEXOS	33

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Número de explotaciones y existencia de colmenas por regiones	33
	Producción y rendimiento de miel a nivel nacional	33
Anexo 2	Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 1999.	34
	Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 2000.	34
	Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 2001.	35
Anexo 3	Cuestionario, Sr. Misael Cuevas, encargado nacional del rubro apícola del programa PRORUBRO INDAP	36
Anexo 4	Cuestionario, Sra. Mónica Olivares, encargada rubro apícola, PROCHILE, V región	37
Anexo 5	Cuestionario, Sra. Christine Kraft Burgos, agregada comercial, PROCHILE, Hamburgo, Alemania.	38
Anexo 6	Importaciones (CIF Alemania)	39
Anexo 7	Valor promedio anual US\$ en pesos chilenos	40
Anexo 8	Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 1999.	40
	Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 2000.	40
	Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 2001.	41

INDICE DE CUADROS O TABLAS página

Cuadro 1	Estadísticas chilena de exportación de miel ( 1999, 2000, 2001) en US\$FOB	14
----------	---	----

INDICE DE FIGURAS O GRÁFICOS

Figura 1	Modelo piramidal, “Proceso de desarrollo de la apicultura en Chile	6
Figura 2	Mecanismos aduaneros y tributarios	22
Figura 3	Mejoramiento del sector apícola chileno	28

## **RESUMEN**

El presente estudio analiza el potencial de la miel chilena como producto emergente de exportación, considerando su proceso evolutivo en volúmenes e ingresos durante el período 1999-2001. Dada la expansión de las exportaciones se vuelve cada día más relevante este negocio, considerándose, como una palanca de desarrollo para el sector apícola chileno.

Para establecer las perspectivas del mercado de la miel se analizan las exportaciones del producto, donde se abarcan aspectos tan importantes como, los países de destino de la miel chilena, la calidad, la situación de los principales países abastecedores del mercado mundial de este producto; bajo éstos parámetros se traza el resultado de un desarrollo positivo del sector, básicamente por tener un gran mercado por abastecer e ingresos posteriores para reinvertir en el rubro apícola chileno.

Luego se analizan las políticas de fomento a las exportaciones, ya que el sector apícola ha crecido en el último período y se esta internacionalizando con fuerza, frente a estos nuevos desafíos actúan entidades que pueden prestar apoyo logístico y de información a los exportadores tales como CORFO, PROCHILE y SERCOTEC, los cuales mantienen una variada gama de instrumentos de fomento, de los cuales se puede hacer un buen uso. Por otro lado, el Gobierno de Chile, implementa mecanismos aduaneros y tributarios orientados al mismo fin, motivar a los exportadores.

Entre los resultados del estudio se destacan, un mejoramiento en los niveles de exportación, motivado además por la tendencia al alza del dólar; también existe una gran oportunidad de abastecer en mayor proporción el mercado alemán, ya que de sus tres mayores abastecedores, la miel proveniente de China tiene prohibición de ingresar al mercado europeo y México ha disminuido sus volúmenes de exportación a Alemania; por último se concluye que la asociatividad de apicultores puede optar a recibir más recursos y beneficios por parte del Gobierno.

En consecuencia el sector apícola chileno tiene múltiples fortalezas y oportunidades que hay que trabajar de forma inteligente, evitando un debilitamiento del sector por desaprovechar las reales posibilidades que ofrece hoy el mercado externo.

## 1. INTRODUCCION

A mediados del siglo XVII, luego de la llegada de los colonos españoles quienes trajeron consigo las primeras colonias de abejas a Chile, se comenzó a desarrollar la apicultura en el país con el fin de obtener la miel endulzante y la cera para la fabricación de velas, luego con la llegada de colonos suizos y alemanes en el siglo XIX se desarrollo la apicultura en el sur del país.

La apicultura genera productos y servicios tales como, polinización, miel, cera, polen y propóleos.

Este estudio será enfocado a la exportación de miel chilena, considerando que éste producto cuenta con un gran potencial, gracias a las características de calidad y variedades monoflorales que existen, además del bajo índice de riesgo país, lo que junto a la seriedad y estabilidad macroeconómica de los mercados chilenos, genera grandes oportunidades para la exportación de miel. Se agrega a lo anterior el hecho que existe bajo consumo de miel en Chile y el cambio en las políticas comerciales de los países productores, como en los países consumidores de miel, lo que obliga a los productores y comercializadores de ella a buscar mercados externos para el producto; haciendo que las exportaciones de este sector representen un significativo ingreso para la economía nacional.

Otro aspecto muy importante que destaca, es la necesidad de ampliar el número de colonias de abejas para polinizar cultivos, ya que su función en esta actividad es esencial, especialmente en la producción agrícola y frutícola.

Este estudio nace de la necesidad de entender las exportaciones como motor de desarrollo de la economía nacional, donde la diversificación de aquellas no tradicionales, tanto en volumen como en mercados, se vuelven indispensables, sobre todo en el mercado de la miel, en el que se poseen algunas ventajas comparativas. Para ejemplificar el caso se analizará el período comprendido entre los años 1999 y 2001.

El objetivo principal de éste estudio será analizar la potencialidad de la miel chilena como producto emergente de exportación (1999-2001).

Para ello se establecieron dos objetivos secundarios que ayudarán a la realización de este análisis, éstos son los siguientes:

- Analizar las exportaciones de miel chilena.
- Analizar el fomento a las exportaciones de miel en Chile.

El primer capítulo, presenta la introducción al tema, distinguiendo la importancia del análisis y razones que motivan el presente estudio, para luego presentar en el capítulo siguiente un modelo piramidal denominado “Proceso de desarrollo de la apicultura en Chile”. El tercer capítulo detalla claramente el tipo de investigación, el material, metodología y las variables de estudio; consiguiendo así en el cuarto capítulo, destacar el análisis de cada variable de estudio, considerando países de destino de las exportaciones de miel chilena, situación actual de los principales abastecedores del mercado alemán, beneficios del acuerdo de asociación político, económico y de cooperación entre Chile y la Unión Europea y la calidad de las mieles chilenas y características monoflorales. Además de instrumentos de fomento y mecanismos aduaneros y tributarios, finalmente se realiza un análisis FODA con lo anteriormente desarrollado. Por último se presentan las conclusiones del análisis, las que a grandes rasgos apuntan a una tendencia de crecimiento positivo del sector apícola chileno.

## **2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO**

### **2.1 Una idea general sobre el estudio**

Según Juan Eduardo Henríquez, gerente APICOOPTda., la apicultura chilena es un rubro de baja producción, porque esta formada básicamente por pequeños productores, los cuales mantienen una forma de trabajo rústica y muchas veces poco sanitizada. En definitiva hay muy pocos empresarios apícolas integrales, profesionales que a la vez de obtener una producción óptima, puedan comercializar su producto eficientemente.

Chile cuenta con una cantidad de apicultores de 14.486 con un total de colmenas de 331.525, que producen un promedio de 8,3 Kg. de miel por colmena.(anexo 1)

En Chile la mayor parte de quienes se llaman apicultores, son personas dedicadas a trabajar agrícolamente pequeños predios dentro de los cuales existen rubros tales como cultivos y ganado, los cuales le demandan preocupaciones mayores que las abejas. Esto debido a que la apicultura tiene poca incidencia en los ingresos del productor.(Neira et al. 1999)

En la actualidad es muy difícil que un solo productor cumpla con los requisitos de poder exportar su miel, ya sea por problemas de contactos, financiamiento o incumplimiento con el tonelaje requerido por el importador, es aquí donde se llega al punto más importante de toda empresa y es la organización. Este ente se preocupará de asociar a los productores y de cada uno de los aspectos necesarios para convertirse en una empresa integral, donde en cada uno de sus procesos se especialice y convierta en una palanca de desarrollo para el sector y para el país.

Este fue el caso de la Cooperativa Campesina Apícola Valdivia Limitada, APICOOPT, que es la única cooperativa apícola del país que cumple con los requisitos para ser una empresa integral. APICOOPT agrupó a un número de pequeños campesinos, todos ellos dedicados también a la apicultura, se fijó en su forma de trabajar y se preocupó de agregarles tecnología a su producción, enseñándoles a trabajar y sacar provecho a sus colmenas modernas de panales móviles, además de mejorarles la parte sanitaria y genética de su apicultura. De esta manera actualmente se logra juntar gran

parte del volumen necesario para exportar y lo que falta se compra a otros productores no asociados siempre que cumplan con las condiciones que fija la cooperativa, siendo el principal destino de estas exportaciones Alemania.

Esta asociación de apicultores ha logrado desarrollar muy bien los canales de comercialización de sus productos, rompiendo de esta forma el principal cuello de botella que limita a todo empresario apícola.

APICOOOP comenzó como una cooperativa muy pequeña y creció con dificultad, pero su principal valor, son cada uno de los miembros que la componen, ya que cada uno de los cooperados es dueño de una parte de la empresa, además cuentan con un socio gerente de gran capacidad gestora y visión de futuro. Con esta política todas las personas independientemente de su cultura, credo o pensamiento político, se sienten consideradas y parte de esa organización.

Como menciona Juan Eduardo Henríquez, el tema de la asociatividad tiene un papel protagónico ya que es imposible que un solo productor pequeño complete este proceso.

## **2.2 Organización de apicultores**

Según el gerente de APICOOOP, cualquier tipo de organización tiene como desafío mejorar la calidad de vida de sus miembros, capacitarlos en su trabajo, en lo que saben hacer, entendiendo su cultura y su logística de producción o trabajo, para luego agregarle a esto tecnología, en otras palabras, muchas veces se rescatan familias marginadas de las políticas de desarrollo, quienes no aprovechan eficientemente sus recursos principalmente por desconocimiento y falta de oportunidades. El objetivo de todo esto es agrupar a apicultores, optimizando sus recursos y desarrollar proyectos a escala humana, donde tal desarrollo satisfaga las necesidades de sus miembros, se genere autodependencia y se forme una autonomía entre los seres humanos, la naturaleza y la tecnología.

Las micro-organizaciones surgen por la necesidad de supervivencia, por la falta de oportunidades de la moderna economía de mercado, pero cabe destacar que éstas se encuentran subordinadas al núcleo capitalista moderno.

También existen casos en que las micro-organizaciones emergen como alternativa conciente a la disciplina del trabajo asalariado o como mecanismo social de defensa frente a un ambiente social y políticamente hostil. (Máx.-Neef 1993)

Existen pequeños productores apícolas que no pertenecen a ninguna agrupación, pero a medida que estos van desarrollando habilidad en esta técnica y aumentando su número de colmenas, comienzan una integración, por parte de ellos, a una organización.

La mayoría de los apicultores indican las siguientes razones de organizarse como tales: la posibilidad de intercambiar experiencias con otros apicultores; solucionar problemas de la comercialización de sus productos y contar con un organismo representativo. (Neira et al. 1999)

### **2.3 Comercialización**

Como ya antes ha sido señalado, éste punto es el principal obstáculo para todo productor apícola en Chile. A él se le dificulta de sobremanera este proceso ya que no se ha especializado en esta área. Hay un tipo de comercialización directa, utilizado por pequeños productores no asociados y otro tipo que es el interés de este estudio y que son las exportaciones.

Los pequeños productores venden directamente a consumidores en el mercado interno, en envases de variados tipos, calidades y tamaños; también venden su producción a acopiadores, a precios mas bajos de los que podrían obtener si fueran mejor organizados, ya que de esta manera se facilitaría la asistencia técnica, optimizándose también la instalación de equipos de cosecha e infraestructura común. (Neira et al. 1999)

En la actualidad la comercialización externa de miel es la que alcanza una agrupación de apicultores organizados, las exportaciones tienen como principal destino Alemania.(anexo 2)

## 2.4 Modelo conceptual

Chile presenta una baja producción apícola y pocos empresarios integrales del rubro. Por lo tanto, el gran desafío es planear la posibilidad de asociar a apicultores para obtener mayor cantidad y calidad de miel, para efectos de analizar el potencial de las exportaciones de este producto.

Para desarrollar este análisis, se ha planeado un modelo piramidal estructurado con la colaboración del gerente de APICOOP, el cual ayudará a entender el problema en forma gráfica. Este modelo será llamado “Proceso de desarrollo de la apicultura en Chile”, que se presenta a continuación.

**Figura 1 Modelo piramidal, “Proceso de desarrollo de la Apicultura en Chile”**



Fuente: Elaboración propia, con colaboración de Juan Eduardo Henríquez, gerente APICOOP Ltda.

Según Juan Eduardo Henríquez, gerente APICOOP, el modelo se explica de la siguiente forma:

**2.4.1 Producción:** la generalidad de los productores pequeños son tradicionales, no entienden la actividad como un negocio, solo la consideran para obtener un ingreso adicional a otras actividades que él practica en su predio. Además muchos de ellos trabajan con colmenas fijas, que no permiten transhumancia para usufructuar de distintas

floraciones, además de la poca sanidad de la colmena en si, otro gran problema de los productores es la falta de recursos financieros.

**2.4.2 Tecnología y asistencia técnica:** estos productores tradicionales tienen una determinada forma muy arraigada de llevar a cabo su trabajo y esta cultura es muy difícil de cambiar. Para ellos es mejor no invertir en tecnología o hacerlo lo menos posible, ya que ellos lo consideran un gasto, sin una visión del largo plazo y careciendo del sentido de inversión.

**2.4.3 Sanidad y genética:** los productores no tienen una cultura sanitaria, no saben diagnosticar las enfermedades de sus abejas y desconocen el tratamiento. Además en el caso que deban usar medicamentos, estos no los emplean, ya sea por problemas de desconocimiento o por problemas económicos. Solo comprenden la necesidad manejar estas situaciones cuando comienzan a morir sus abejas. También carecen de conocimientos para seleccionar las abejas que presenten mejores condiciones productivas.

**2.4.4 Comercialización:** este es el punto menos desarrollado que tienen los pequeños productores, por su falta de experiencia o conocimiento. En la práctica de la realidad chilena hay muchos pequeños apicultores que no cumplen con casi ninguna de las etapas del modelo, pero también hay muy buenos productores que cumplen con tecnología y sanidad, pero desconocen el proceso de comercializar la miel, por este motivo que se dice que la existencia de empresarios apícolas integrales en Chile, es relativamente escasa.

La comercialización puede ser en el mercado interno o externo, pero es hoy el mercado externo que podría ofrecer reales posibilidades a los apicultores chilenos, debido entre otras razones al aumento de la demanda por miel en países desarrollados.

**2.4.5 Organización:** con todo lo descrito anteriormente se sabe que un productor no es capaz de cumplir con los requisitos del modelo, por lo tanto, la asociatividad de los apicultores estructurando una organización, pueden conseguir lo que solos nunca lograrían. Esta organización, trata de cambiar el trabajo arcaico de los productores por uno más profesional, trata de cambiar su mentalidad tradicional por una más dinámica, flexible y emprendedora. Por medio de la organización se da a conocer a los

productores la necesidad de trabajar en conjunto, teniendo especialistas para cada parte del proceso apícola representado por el modelo. Todo comienza con un pequeño productor que la organización rescata y capacita para iniciar la producción de otra forma.

La organización le brinda al productor tecnología y asistencia técnica, por medio de entidades como INDAP, CORFO y otras. Antes el productor al no tener recursos no podía conseguir financiamiento, pero al momento de tener un organismo que lo represente tiene un respaldo.

Cuando el productor tiene problemas de enfermedades con sus abejas, la organización busca asesores como por ejemplo el SAG que la orientará en la búsqueda de soluciones en aspectos sanitarios.

La organización estimula la producción, busca contactos comerciales, se encarga de vender a un buen precio el producto. Una buena organización busca un negocio confiable de largo plazo. Un gran problema de los productores es que prefieren ventas lapidas al contado que vender con facilidades pero con amplias perspectivas a futuro. Otra ventaja de las organizaciones es que para publicitar su producto pueden hacer campañas de marketing agresivo ya que el costo de esta es muy inferior a lo que a un productor individual le significaría llevar la campaña solo.

La organización tiene una imagen de responsabilidad y solidez respetada por distintas entidades y particulares. La organización tiene la capacidad pago. Las ventajas de las organizaciones es el logro de objetivos comunes que benefician a cada integrante, ya que maximiza el beneficio con respecto al costo de estar organizado.

Para que una organización funcione es muy importante limar asperezas entre sus integrantes, la calidad humana es una condición primordial, junto con relaciones basadas en la confianza, que son logradas con un buen trabajo y transparencia entre sus integrantes. Los mejores organizados son los pequeños apicultores, si respetan la opinión de los demás y creen en el trabajo de cada uno Los grandes apicultores son difíciles de agrupar, ellos son celosos de su información, no respetan el trabajo de sus compañeros y poseen demasiada seguridad en sus conocimientos.

Es así como la organización rodea a este proceso de producción apícola y es ella la base y gestora de las exportaciones de este sector.

### **3. MATERIAL Y METODOLOGIA DE ANALISIS**

#### **3.1 Material**

Para materializar la presente investigación, y cumplir los objetivos antes señalados se procedió a utilizar el material que se describe a continuación.

#### **3.2 Unidad de estudio**

Estas se detallan a continuación

##### **3.2.1 Para el caso del análisis de las exportaciones de miel, las unidades estudiadas fueron:**

- Los principales países de destino de las exportaciones de miel chilena, enfocándose este estudio en el análisis del mercado alemán, ya que es el principal importador de miel chilena.
- La situación actual de los países principales abastecedores del mercado alemán.
- Los beneficios económicos para las exportaciones de miel chilena luego de la firma del tratado de libre comercio con la Comunidad Europea.
- La calidad de las mieles chilenas y características monoflorales.

##### **3.2.2 Luego en el análisis del fomento a la producción y exportaciones de miel por parte del Gobierno de Chile:**

- Políticas de fomento a las exportaciones.
- Los instrumentos de fomento a las exportaciones y los organismos a los cuales pertenecen (CORFO, SERCOTEC y PROCHILE).
- Mecanismos aduaneros tributarios.

#### **3.3 Fuentes primarias de información**

Se obtuvo mediante la aplicación de cuestionarios a expertos de las distintas áreas temáticas del estudio.

### **3.4 Fuentes secundarias de información**

Se utilizaron datos obtenidos de documentos publicados por diversos autores, investigaciones realizadas por instituciones públicas y privadas.

### **3.5 Método de obtención de datos**

Los datos de fuentes primarias se obtuvieron mediante entrevistas en profundidad y aplicación de cuestionarios a expertos de cada área temática.

En cuanto a los datos de fuentes secundarias, estos fueron obtenidos por medio de libros, tesis de grado, Internet, bases de datos, artículos científicos y de otra naturaleza, extensión y divulgación.

### **3.6 Método**

La metodología aplicada al estudio corresponde a una investigación del tipo documental histórica, utilizando información cualitativa y cuantitativa obtenida de documentos publicados con anterioridad a esta investigación, estos datos fueron analizados en forma explicativa, adecuándose a lo acontecido en el período comprendido entre los años 1999 y 2001.

### **3.7 Recopilación de datos e información**

Los datos utilizados para el estudio fueron obtenidos de diversas fuentes, estas fueron, el Instituto Nacional de Estadísticas, PROCHILE, INDAP, CORFO, cuestionarios aplicados vía correo electrónico a Don Misael Cuevas (encargado nacional del rubro apícola del programa PRORUBRO INDAP) (anexo 3), Sra. Mónica Olivares (encargada rubro apícola PROCHILE, V región) (anexo 4), y Sra. Christine Kraft Burgos (agregada comercial PROCHILE, Hamburgo, Alemania) (anexo 5), además de una reunión con Don Juan Eduardo Henríquez (gerente APICOOP, Chile), y contacto vía correo electrónico con Don Jorge Murakami (especialista peruano en el sector apícola).

Los cuestionarios aplicados a los expertos de las distintas áreas apícolas, tuvieron por objeto principal describir la situación existente en el contexto nacional e internacional.

### **3.8 Método de análisis de los datos**

Los datos se organizaron a través de un análisis FODA, que respaldó el modelo piramidal propuesto, denominado “Proceso de desarrollo de la apicultura en Chile”, de tal manera que el orden de los datos compruebe la necesidad de la organización apícola, como único medio de desarrollar cada parte de las etapas del negocio y abrirse al exterior de forma óptima, para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.

Se analizó la potencialidad de la miel chilena, bajo la perspectiva de la organización apícola de pequeños productores, como palanca de desarrollo de este sector.

#### **4. PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS**

El modelo “Proceso de Desarrollo de la apicultura en Chile”, explica la complejidad de una buena producción de miel para un pequeño productor tradicional, este debe superar barreras tan difíciles como la sanidad, nivel de tecnología, siendo sin lugar a dudas el principal obstáculo la comercialización de su producto. Esta etapa se facilita si este pequeño apicultor esta asociado, con un grupo de características empresariales en este sector, donde sus aspiraciones sean producir bien para obtener óptimos resultados sobre sus ventas.

La etapa de comercialización, que es donde además se enfoca el análisis tiene múltiples interrogantes las cuales se analizarán con detalle, como por ejemplo ¿a dónde exportar?, ¿que calidad se necesita para hacerlo? y ¿cómo se financiará?.

Todas estas y algunas otras serán contestadas a continuación, realizando finalmente un análisis FODA que esquematice las reales posibilidades con pequeños apicultores que deseen exportar su miel.

##### **4.1 Principales países de destino de las exportaciones de miel chilena**

Con respecto al mercado externo, la miel producida en Chile se destina principalmente a la exportación, debido al bajo consumo nacional y a la tendencia de los países importadores de miel a aumentar su consumo por habitante. Se estima que esta tendencia seguirá, sobre todo con una mayor publicidad, destacando los valores nutricionales y medicinales del producto.(Ríos 2001)

La demanda mundial de miel ha aumentado en los últimos años como consecuencia del mejoramiento del nivel de vida, el mayor interés por los productos naturales, la aparición de nuevos países importadores y una comercialización más dinámica realizada por los envasadores y minoristas en algunos grandes mercados.(Gerencia de desarrollo, CORFO 1988)

Los principales mercados a los que llega la miel chilena desde el año 1999 al año 2000 en el extranjero son Alemania, Suiza, Holanda e Italia, cambiando esta situación el año 2001 donde Estados Unidos ocupó el segundo lugar.

Las exportaciones de miel chilena han aumentado progresivamente durante el período de análisis como se puede apreciar en el cuadro 1.

**Cuadro 1 Estadísticas chilenas de exportación de miel (1999, 2000, 2001)(US\$FOB)**

<b>Mes</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
Enero	74.822	408.873	553.229
Febrero	280.085	980.685	1.401.382
Marzo	540.553	859.578	1.270.794
Abril	392.005	859.305	1.110.331
Mayo	305.537	481.719	1.118.976
Junio	104.934	332.821	312.734
Julio	109.386	127.793	319.535
Agosto	69.871	225.716	138.939
Septiembre	132.395	44.570	39.840
Octubre	67.498	75.357	47.792
Noviembre	6.360	20.195	111.538
Diciembre	4.555	394.436	55.716
<b>TOTAL</b>	<b>2.088.001</b>	<b>4.811.048</b>	<b>6.480.808</b>

Fuente: Chile, PROCHILE, 2001.

Siendo el mercado más importante para la miel el mercado alemán el cual es el destino de mayores volúmenes de exportaciones de miel chilena.(anexo 2)

Según Christine Kraft Burgos, agregada comercial de PROCHILE en Alemania, éste país es el primer importador mundial de miel natural. Las importaciones de Alemania representan alrededor del 25% de la importaciones mundiales de miel. De la demanda alemana se importa un 80% de miel natural, es decir la producción local cubre solamente un 20% de la demanda local.

La cantidad de importaciones totales alcanzaron el 2001 unas 92.202 toneladas, de las cuales se reexportó unas 20.272 toneladas. Del total de importaciones, Chile ha estado aumentando su participación porcentual en este mercado en forma progresiva.(anexo 6)

De acuerdo a Christine Kraft, el consumo per cápita en Alemania el 2001 fue de 1,3 kilos. Junto con los griegos y austriacos los alemanes son los mayores consumidores de miel per capita en el mundo.

En Alemania se busca principalmente para la importación desde Chile, miel a granel en grandes cantidades, la que después es envasada en dicho país, aunque en relativamente pocos casos hay también algunas importaciones de miel envasada para nichos de mercado especializados, como por ejemplo el mercado justo (fair trade), tiendas de productos naturales u otros. El producto a granel que es envasado en Alemania se usa para el consumo interno, o para la reexportación con mayor valor agregado.

Según la Asociación de la Miel (Honigverband) el mercado alemán para la miel es un mercado todavía creciente. Aparte de que la miel natural goza de creciente popularidad entre los consumidores (miel de mesa), la miel también es un producto que gana siempre más importancia como ingrediente en la industria alimenticia.

Los canales de comercialización en Alemania son importadores indirectos e importadores directos, estos últimos son los mas importantes para lograr mayor precio de venta de la miel, además de las posibilidades de establecer relaciones comerciales a largo plazo con entregas repetidas de grandes volúmenes en el futuro.

En el último tiempo se ha vuelto interesante el negocio de la miel por el aumento consecutivo del dólar en cada período, generando mayores ingresos para el sector apícola exportador chileno.(anexo 7)

#### **4.2 Situación actual de los principales abastecedores del mercado alemán**

Como se observa en el anexo 6, los tres principales países abastecedores del mercado alemán son Argentina, México y China, cubriendo más del 50% de las importaciones, por este motivo se analizó la situación actual que afecta a estos tres países.

#### **4.2.1 Argentina**

Es el proveedor número uno y más importante de miel para Alemania con una participación estable de alrededor del 30% del mercado.

Los apicultores argentinos están acusados en este momento de dumping por EEUU, lo que podría repercutir en la oferta de mieles argentinas para el mercado alemán a precios bajos. También existen cuestionamientos acerca de la calidad de las mieles argentinas debido a la presencia de antibióticos, aunque aún no han tenido problemas para colocar su miel en la Comunidad Europea.

#### **4.2.2 México**

México es el segundo principal abastecedor de miel para el mercado alemán, aunque el año 2001 respecto al año 2000 disminuyó su participación, debido a la pérdida de cosechas, así como la ampliación de sus relaciones comerciales para este producto con EEUU. Sin embargo, Misael Cuevas, encargado nacional del rubro apícola del programa PRORUBRO INDAP, afirmó que México también está siendo cuestionado por la presencia de antibióticos en la miel, además de la falta de asociatividad y atomización de la producción, todo lo cual los ha afectado bastante.

#### **4.2.3 China**

Es el tercer proveedor principal de miel en cuanto a porcentaje de participación, pero es el principal proveedor de miel industrial. Según mencionó Misael Cuevas, a partir de principios del año 2002 existe una prohibición de importación de miel China para el mercado de la Unión Europea debido a la detección del antibiótico "Cloranfenicol" (utilizado para el control de la enfermedad bacteriosis de cría), se estima que esta situación no cambiará al menos en los próximos cinco años, por lo que el mercado alemán debe recompensar el abastecimiento de miel por parte de otros países.

Según el gerente de APICOOP, en estos momentos este desabastecimiento está siendo compensado con el aumento de las importaciones alemanas de miel desde Argentina.

### **4.3 Beneficios del acuerdo de asociación político, económico y de cooperación entre Chile y la Unión Europea**

La Unión Europea agrupa a Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, España, Suecia, Reino Unido; reuniendo 371.575.000 habitantes con un PIB promedio por habitante de 23.000 euros; además desde el año 2004 la Unión Europea considera la ampliación a otros Estados. Hay que tomar en cuenta que países como Alemania, Holanda e Italia, son países a los cuales se destina gran parte de las exportaciones de miel chilena.(Ministerio de relaciones exteriores 2002)

Este tratado consagra una asimetría privilegiada para Chile, favorable para el desarrollo agrícola, industrial, la generación de empleo y la mejora en ciencia y tecnología. Se establece una Zona de Libre Comercio, compatible con las normas de la Organización Mundial de Comercio, elimina las barreras no arancelarias, incorporando servicios, servicios financieros y establecimiento y movimientos de capital.(Ministerio de relaciones exteriores 2002)

Desde el punto de vista de la miel chilena, el beneficio principal es la rebaja arancelaria, que actualmente es de un 17,3%, si todo funciona de acuerdo a lo programado se iniciaría un proceso de desgravación de un séptimo, cada año hasta llegar a cero, iniciándose a partir de enero del año 2003.(Ministerio de relaciones exteriores 2002)

Según el Gerente de APICOOOP (2002), los beneficios podrían ir por el lado del aumento de la demanda de miel chilena, no subirían los precios ya que estos son fijados de acuerdo a las condiciones de mercado y Chile en este contexto es tomador de precios. Bajo tales circunstancias los ingresos logrados por los apicultores sólo podrían incrementarse si la productividad aumenta, (mayor producción de miel).

Según el encargado nacional del rubro apícola del programa PRORUBRO INDAP (2002), los riesgos de este tratado pueden ir por el lado de posibles fiscalizaciones que la Unión Europea pueda hacer a los procesos productivos que el país se compromete a realizar, especialmente por los tratamientos sanitarios.

Algunas de las exportaciones de miel chilena, las realizan empresas dedicadas al rubro apícola, pero algunos de los exportadores, son empresas dedicadas solo a la comercialización de miel entre otras actividades por lo que los beneficios del tratado no favorecen directamente a todos los productores y sobre todo a los pequeños productores que no pueden exportar directamente el producto.(anexo 8)

#### **4.4 La calidad de las mieles chilenas y características monoflorales**

Misael Cuevas aclaro, que la miel chilena tiene un importante reconocimiento de su calidad en el mercado alemán, es utilizada para equilibrar mezclas, ya sea en los aspectos colorímetros como de bouquet, en general los importadores utilizan no menos de un seis por ciento de miel chilena en sus mezclas que han incorporado en los mercados de consumo de sus clientes, sin embargo los riesgos van por el lado de la presencia de residuos, si el apicultor chileno no toma real conciencia de la importancia de un manejo limpio, este prestigio se puede perder fácilmente, hoy se habla de trazas de 0,3 partes por billón en algunos antibióticos. Los alemanes seguirán comprando miel chilena siempre y cuando se mantenga como país una producción libre de residuos.

La miel chilena es conocida en Alemania, (posicionamiento), incluso se comercializa la miel de Ulmo como monofloral en algunos casos, mencionó Mónica Olivares, encargada rubro apícola PROCHILE, V región.

#### **4.5 Política de fomento a las exportaciones**

PROCHILE es la entidad encargada de administrar centralmente todas las ayudas estatales a la exportación y debe contribuir a la ampliación y dinamización del sector exportador. (PROCHILE 2002)

Este objetivo lo persigue a través de las siguientes medidas:

- Ofrecimiento de apoyo organizativo a las empresas del sector exportador.
- Fomento a la producción de bienes de exportación “no tradicionales”.
- Apoyo y asesoría en aspectos técnicos de exportación.
- Respaldo a las empresas para la participación en ferias internacionales.

- Realización de las Semanas Chilenas en diversos países potencialmente compradores de productos chilenos.

La política del gobierno chileno, sin embargo no se reduce al fomento general del sector exportador, sino que está dirigida a una diversificación de las exportaciones y particularmente a la exportación de productos elaborados. Por este motivo, se dispuso por parte del Estado, para las empresas que deseen producir y exportar productos no tradicionales fondos adicionales de fomento los que son administrados por el Banco Estado. Otras medidas establecidas son las siguientes:

- Sistema simplificado de reintegro a las exportaciones menores.
- Sistema de reintegro de derechos y demás gravámenes aduaneros.
- Pago diferido de derechos de aduana y crédito fiscal para bienes de capital.

#### **4.6 Instrumentos de fomento a las exportaciones**

Existen organismos públicos y privados cuyo objetivo es apoyar la gestión de las empresas chilenas mediante instrumentos de fomento, dentro de los cuales se encuentran los orientados a mejorar el proceso de internacionalización de las empresas nacionales, aumentando así su competitividad en los mercados extranjeros.(CORFO 2002)

Dentro de estos organismos se encuentran los siguientes:

##### **4.6.1 Corporación de Fomento de la producción (CORFO):**

Fue creada el año 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional.

Promueve el desarrollo económico de Chile a través del fomento de la competitividad y la inversión, contribuyendo a generar más y mejores empleos e igualdad de oportunidades para la modernización productiva.(CORFO 2002)

CORFO pone a disposición de las empresas los siguientes instrumentos destinados a fomentar la actividad exportadora:

- **Proyectos asociativos de fomento (PROFO):** Mejora el desempeño de un grupo de empresas ,que llevan a cabo un proyecto compartido para superar desafíos que, por su naturaleza o magnitud, pueden abordarse mejor en forma conjunta, dando así un salto a un estrato superior de competitividad

- **Financiamiento de largo plazo para comercio exterior:** Facilita las ventas al exterior de bienes o servicios chilenos, pues permite al productor nacional ofrecer financiamiento de largo plazo a su comprador extranjero.
- **Apoyo a la innovación y al desarrollo tecnológico (FONTEC):** Apoya la innovación tecnológica de su empresa, ya sea en el desarrollo de nuevos productos como en la incorporación de nuevos procesos a la producción, tanto de bienes como de servicios.
- **Fondo de desarrollo e innovación (FDI):** Fomenta y facilita la creación de nuevos negocios y empresas que busquen transformar la innovación en nuevas actividades productivas, con una oportuna inserción en el mercado.

#### **4.6.2 Dirección de promoción de exportaciones (PROCHILE):**

Fue creada en el año 1974, y dependiente de la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, tiene como finalidad apoyar el desarrollo del proceso exportador y la internacionalización de las empresas chilenas, de acuerdo a la política de inserción económica internacional del país, de los acuerdos suscritos por Chile y el marco de la OMC (Organización Mundial de Comercio).(PROCHILE 2002)

Su principal objetivo es contribuir al incremento y diversificación de las exportaciones de productos y servicios, especialmente los “no tradicionales”, generando conocimiento de mercado y apoyando a la gestión comercial.

Frente a los nuevos desafíos que presenta la inserción internacional de Chile, PROCHILE ha ampliado sus objetivos para apoyar a las empresas en su proceso de internacionalización, trabajando para incentivar a nuevas empresas para que se incorporen al mundo de los negocios internacionales y para las que ya lo han hecho, avancen a posiciones crecientemente competitivas en su mercado. Sus programas son los siguientes:

- **Programa de posicionamiento de la imagen País:** Consiste en el diseño e implementación de campañas de promoción internacional de la imagen país, la que implica el uso de los medios masivos de comunicación en el mercado objetivo. Esta actividad es emprendida en conjunto con el sector privado a través de distintas

entidades, como lo son las asociaciones gremiales; por lo tanto, no participan en forma individual las empresas beneficiarias.

La cobertura geográfica de las acciones de PROCHILE está orientada hacia los principales socios comerciales de nuestro país: USA, Europa y Asia Pacífico, junto con otros mercados emergentes.

- **Programa de promoción y comercialización:** Apoya el proceso de internacionalización de las empresas en un mercado particular y con una línea de producto/servicio determinada, a través de la penetración y diversificación de mercado. También sirve para avanzar en la cadena de comercialización, optimizando los retornos y la posición competitiva de las empresas.

Es un fondo concursable a través de programas, financiando como máximo el 50% y con un apoyo decreciente en el tiempo. Pueden acceder todas las empresas actuales y potencialmente exportadoras, en rubros no tradicionales, agrupadas en la forma de Comités de Exportación.

#### **4.6.3 Servicios de Cooperación Técnica (SERCOTEC):**

Creado en 1952, tiene como misión institucional “promover y apoyar las iniciativas de mejoramiento de competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios”. El apoyo proporcionado por SERCOTEC lo hace por acciones coordinadas con PROCHILE, tales como: capacitación en exportaciones, elaboración de proyectos de exportación, estudios de mercados externos, participación en ferias internacionales, organización de misiones comerciales al exterior, visación de certificación de autenticidad artesanal para la Unión Europea, que permite acceder al régimen arancelario preferencial.(SERCOTEC 2002)

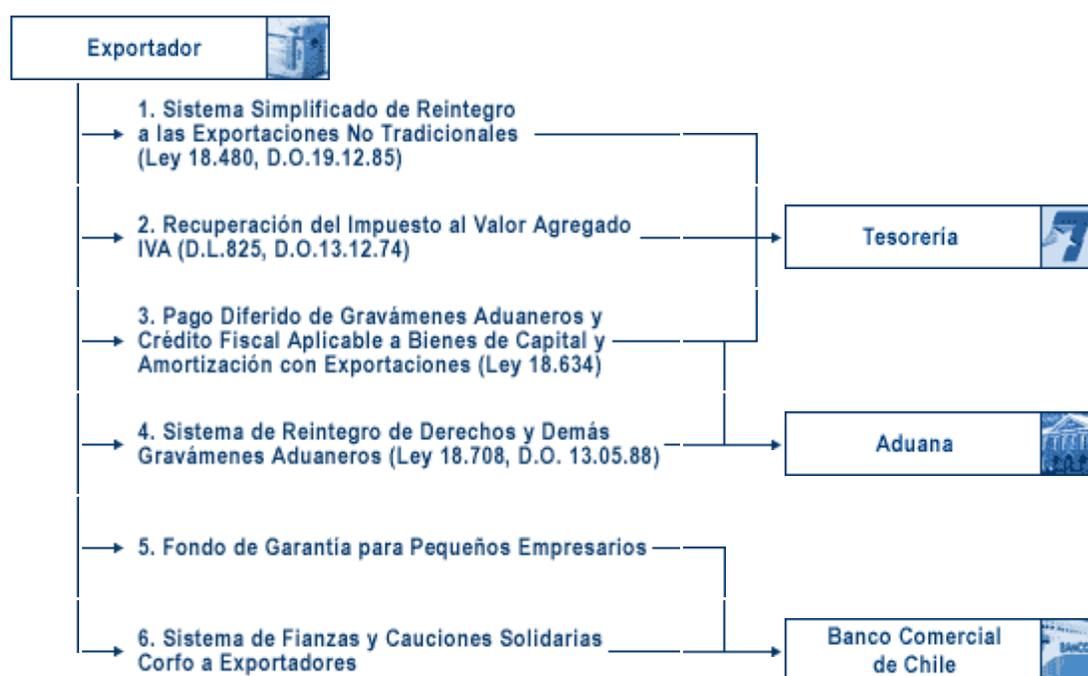
#### **4.7 Mecanismos aduaneros y tributarios**

Dentro de las políticas de desarrollo y crecimiento de la economía del país, se enmarcan los mecanismos de incentivos a las exportaciones. Estas han surgido de acuerdo a las necesidades detectadas a lo largo del tiempo, es decir, el Gobierno ha

implementado diversos instrumentos, a favor del sector exportador, para que produzca bienes competitivos de acuerdo a los exigidos en el mercado internacional.

Con el objeto de evitar la doble tributación de los productos exportados, se han establecido un conjunto de medidas tendientes a eximir a la exportación de los tributos internos indirectos (principalmente IVA) y de restituir a los exportadores los derechos de aduana pagados por los insumos incorporados a la exportación. Estas medidas pretenden evitar que se encarezca artificialmente la exportación y actualmente operan las que se presentan en la figura 2.

**Figura 2 Mecanismos aduaneros y tributarios**



Fuente: Chile, PROCHILE, 2002.

#### 4.7.1 Sistema simplificado de Reintegro a las exportaciones No Tradicionales:

Esta franquicia que fue creada en el año 1985 para fomentar las exportaciones no tradicionales, es con mucho el beneficio más significativo para los exportadores, ya que en su rango mayor conlleva un retorno de un 6% sobre el valor FOB de la exportación, lo que es indudablemente un mecanismo que supera largamente a todos los otros.

Sin embargo, el reintegro simplificado tenía hace un tiempo atrás un componente de subsidio estimado entre un 4 a 6%, el cual estaba compatible con las regulaciones de la Organización Mundial del Comercio.

En todo caso este mismo organismo contempló especialmente para los países en desarrollo, períodos de gracia o mas bien un lapso de tiempo que disponen las naciones, para dismantelar los incentivos prohibidos. Este período puede alcanzar un máximo de 8 años, desde la fecha de inicio de la OMC; lo que significaría que el plazo expiraría el 2003.

El Gobierno chileno ha promulgado una ley de dismantelamiento de este reintegro, que se inició en el año 1999, que partió con la disminución de un punto porcentual por cada año, hasta llegar a un 3% que es una cifra final que concordaría con las disposiciones de la OMC, en el sentido de que el referido porcentaje seria equivalente a los mecanismos alternativos, que dicen relación con la recuperación de los derechos aduaneros a los insumos importados.

Por último cabe señalar que, en lo que respecta al reintegro simplificado, el éxito de este sistema ha sido producido fundamentalmente por lo sencillo que ha resultado para el exportador la obtención del reintegro, que no tiene nada que ver con el resto de los sistemas, que requieren de una tramitación con algunos grados de complejidad, costo que puede en algunos casos desalentar la utilización de ellos.

#### **4.7.2 Recuperación de impuesto al valor agregado:**

Los exportadores tendrán derecho a recuperar el IVA que se les hubiera recargado a adquirir bienes o utilizar servicios destinados a su actividad de exportación. Igual derecho tendrán respecto del impuesto pagado al importar bienes para el mismo objeto.

Este impuesto puede ser recuperado mediante el mecanismo del crédito fiscal, contra el debito fiscal originado en ventas efectuadas en el país, por el mismo período tributario. En caso de no usar este mecanismo puede solicitarse su reembolso e incluso en algunos casos, su devolución anticipada.

### **4.7.3 Pago diferido de gravámenes aduaneros y crédito fiscal aplicable a bienes de capital y su amortización con exportaciones**

Esta ley contempla dos beneficios:

- Ciertas mercancías, consideradas bienes de capital, pueden cancelar en forma diferida los gravámenes aduaneros que cause su importación, (ad valorem = 8%), en un determinado plazo que se cuenta desde la aceptación de la respectiva declaración de importación, según modalidades que indica la propia norma. Los bienes de capital beneficiados son aquellos incluidos en un listado establecido por decreto del Ministerio de Hacienda, sin perjuicio de que cualquier interesado pueda solicitar la incorporación de un bien de capital a la lista. Esta petición será estudiada por una comisión especial, presidida por el Ministro de Hacienda.

Los bienes de capital, deben tener un valor CIF mínimo establecido por ley y reajustado cada año.

- Los adquirientes de bienes de capital, sin uso fabricados en el país (primera transferencia) pueden optar a un crédito fiscal por una suma equivalente de 73% de los derechos de aduana que los gravarían si se hubieran importado. Este crédito fiscal es cancelado por la Tesorería General de la República en un plazo de 30 días mediante cheque nominativo.

### **4.7.4 Sistema de Reintegro de Derechos y demás Gravámenes Aduaneros:**

Esta franquicia es tolerada por las disposiciones de la OMC, ya que persigue que los países no exporten impuestos y puedan competir en forma más transparente en los mercados mundiales .

A pesar de que esta franquicia aduanera no tiene un componente de subsidio, ya que persigue neutralizar el mayor costo que supone el pago de derechos aduaneros por la utilización de materias primas importadas, el acuerdo comercial que ha suscrito Chile con el MERCOSUR, impedirán el acceso a la recuperación de derechos por insumos importados, ya que estos convenios pretenden que el abastecimiento de materias primas sea canalizado a través de los países integrantes del acuerdo. Esto supone un elemento importante para cualquier proyecto de fabricación y distribución.

En lo que dice relación con la tramitación de este reintegro ante aduanas, hasta hace algunos años debían cumplirse con una serie de gestiones que hacían bastante engorroso el materializar la devolución, ya que los tramites eran variados y además se requería la intervención de organismos certificadores externos, para la acreditación de la relación insumo/producto para las materia primas importadas y el producto final exportado.

En la actualidad se ha simplificado bastante la gestión ante aduanas ya que la responsabilidad de certificar los factores de consumo recae en los propios exportadores, bajo el concepto existente en Chile, que es del “principio de buena fe”. Así y todo la experiencia practica es que después de exportado el producto, la recuperación no se realiza antes de 45 días.

#### **4.7.5 Fondo de garantía para pequeños empresarios**

A través de este fondo, el Estado garantiza los créditos que las instituciones financieras, públicas o privadas y SERCOTEC otorguen a los pequeños empresarios, como lo son pequeños productores agrícolas, con ventas anuales menores de 14.000UF, a exportadores que requieren capital de trabajo y cuyo monto exportado haya sido en 2 años anteriores, en promedio de un valor FOB igual o inferior a US\$16.700.000, entre otros.

#### **4.7.6 Sistema de fianzas y cauciones solidarias CORFO a exportadores**

Garantiza el riesgo de controversia entre exportadores privados chilenos y compradores extranjeros en sus transacciones bajo la modalidad “en cobranza”. Su finalidad es facilitar a los exportadores el acceso a financiamiento para capital de trabajos en bancos, instituciones financieras y empresas de factoring, en la medida que contraten un seguro de crédito a las exportaciones con cobertura de riesgos comercial y político.

## 4.8 Análisis FODA

### 4.8.1 Fortalezas:

- La miel chilena tiene características monoflorales únicas, apreciadas en el mercado extranjero, como lo es, la miel de Ulmo.
- Las organizaciones apícolas pueden optar de mejor forma a fomento por tener mayor capacidad de endeudamiento, que pequeños apicultores en forma individual, además los instrumentos de fomento respaldados por el Estado se enfocan en la empresa y un pequeño productor de miel no puede constituir una por si solo. Lo mas usual es el PROFO que mejora el desempeño de un grupo de empresas que llevan a cabo un proyecto compartido para superar desafíos. Además hay una serie de otros instrumentos los cuales pueden ser gestados o solicitados por una organización.
- En el año 1999 Chile era el décimo país abastecedor del mercado alemán llegando en el año 2001 al puesto numero seis restándole participación en el mercado principalmente a México, el cual ha tenido múltiples problemas por no tener una organización de apicultores establecida, además de haber ampliado sus relaciones comerciales con EEUU para la miel, y tener perdidas de cosechas.

### 4.8.2 Oportunidades

- El efecto del tratado de libre comercio con la Unión Europea causará un aumento de demanda de la miel chilena, la que no podría ser satisfecha por parte de los apicultores chilenos, ya que no producen cantidades a gran escala como ocurre por ejemplo en Argentina o México, por lo cual es necesario capacitar a los pequeños apicultores entregándoles las herramientas necesarias para que aumenten su cantidad de colmenas y por ende aumenten su productividad, también entregándoles asistencia y capacitación para combatir enfermedades, como la varroasis o loque americana, empleando estrategias que eviten los residuos en la miel.

Con el tratado no se mejorarán los precios, sin embargo aumentará la cantidad demandada, lo que implicará aumentar la producción de miel, de este modo

aumentarán los ingresos para el sector, el empleo en el rubro, y por lo tanto mejorarán las condiciones económico-sociales del país, en las áreas de valor apícola.

#### **4.8.3 Debilidades**

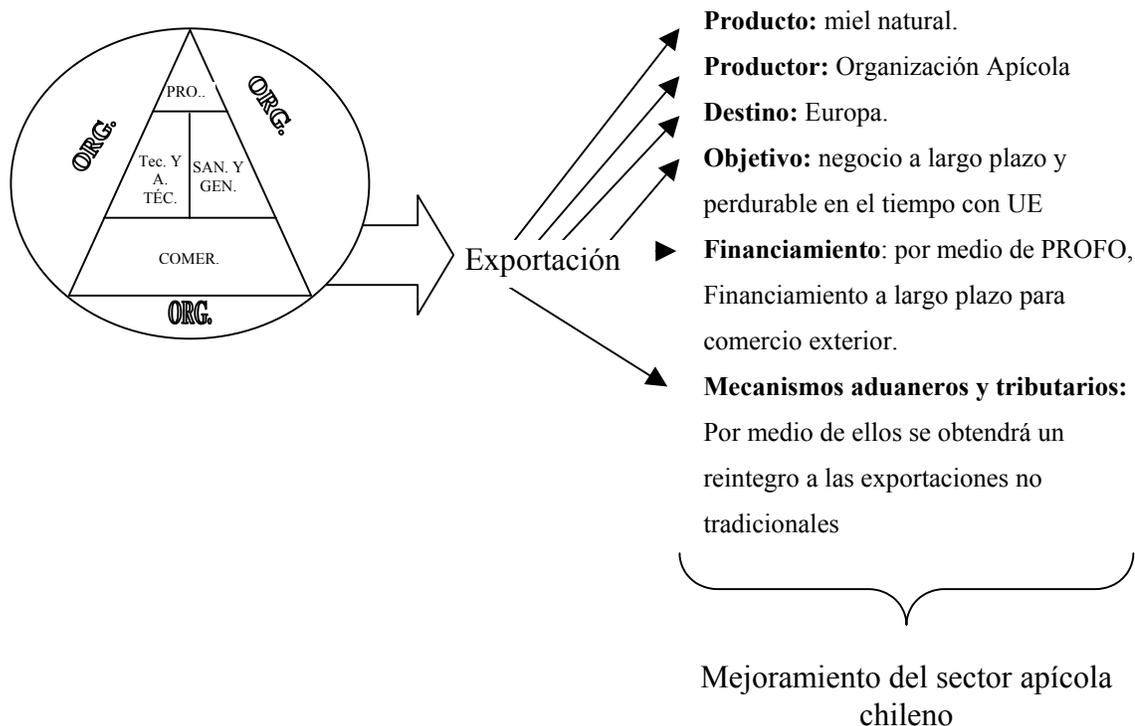
- Una debilidad del sector es que los principales exportadores de miel compran el producto a pequeños productores, vendiéndola posteriormente al extranjero, dedicándose además a actividades relacionadas con el sector, como es la venta de maquinaria o proporcionando servicio técnico. Este tipo de exportador compite con productores, los cuales como personas individuales no alcanzan su meta de exportación, por no tener el volumen suficiente, lo que les impide aprovechar los instrumentos de fomento a las exportaciones, implementados por el Estado de Chile además de no percibir los beneficios del precio real de mercado de la miel. La única solución a esto es una organización eficiente e integral que cumpla con una oferta de volumen interesante y requisitos para exportar, estableciendo así una sana competencia y pudiendo contribuir a desarrollar el sector apícola.

#### **4.8.4 Amenazas**

- El año 2000 Uruguay era el quinto abastecedor de miel en el mercado alemán, alcanzando el cuarto lugar en el año 2001, desplazando a Rumania. Este es un fuerte competidor para Chile ya que es un país Latinoamericano de condiciones similares, no comparables con Argentina, que desde el año 1999 al 2001, es el principal abastecedor de miel en el mercado alemán.
- Existe una falta de conciencia de los productores por mantener una miel de calidad, libre de residuos, si esto no mejora, la miel chilena podría tener dificultades en los mercados extranjeros, considerando que cada vez estos son mas exigentes en relación a la condición inocua de este producto.

## 5. CONCLUSIONES

**Figura 3 Mejoramiento del sector apícola chileno**



Fuente: Elaboración propia, 2002.

El objetivo principal fue analizar la potencialidad de la miel chilena como producto emergente, de lo cual se concluye que este negocio ha tenido un proceso evolutivo positivo justificado por el aumento de los ingresos para el sector apícola chileno ya que estos se incrementaron desde US\$2.088.001 el año 1999, US\$4.811.048 el año 2000 y a US\$6.480.808 en el año 2001, esto además se traduce en mayores recursos para el país.

Otro aspecto favorable es el aumento del consumo de miel por parte de los países desarrollados sobre todo, el mercado alemán, gracias al mejoramiento del nivel de vida y el mayor interés por los productos naturales.

Por último la potencialidad de la miel chilena, se refleja positivamente en este análisis, al momento de poder correlacionar las variables de estudio de la manera que sigue: el mantenimiento de la calidad, gracias a la capacitación de pequeños productores, enseñándoles el uso adecuado de sus herramientas de trabajo y un uso correcto de medicamentos, logra el proceso de considerar sus colmenares como una empresa capaz de generar la rentabilidad suficiente para vivir dignamente. Con el mejor uso de los recursos entregados por el Gobierno se logra una mayor producción de calidad, que se puede traducir en un mayor volumen de ventas, sobre todo al exterior, ya que en Chile no existe un gran consumo de miel y además los exportadores están motivados a mantener negocios externos a largo plazo por problemas de abastecimiento de países importadores de éste producto, por otro lado existe una motivación de exportar debido a la tendencia al alza del dólar.

En el primer objetivo secundario fueron analizadas las exportaciones de miel, cuyo resultado fue positivo al descubrir que el producto chileno tiene importantes mercados que abastecer siendo el más importante Alemania, donde se aprecia mucho la calidad de miel chilena libre de residuos y las características monoflorales que posee. Los Principales abastecedores de miel de Alemania son Argentina, México y China, teniendo éste último a partir de comienzos del año 2002 prohibida la entrada de miel a la UE por problemas de residuos, además México ha disminuido su participación en éste mercado, con respecto a Argentina podemos concluir que hasta el momento no posee problemas, pero se sospecha la presencia de residuos en la miel lo que lo afectará en el largo plazo. Lo anterior dicho motiva aún más a los productores nacionales considerando que al momento de producir más, hay mercado donde colocar su producto, esto también lo refuerza el tratado de libre comercio con la UE.

El segundo objetivo secundario fue analizar el fomento a la producción y exportación de miel, de donde se concluyó que las organizaciones de pequeñas empresas son las más beneficiadas por las políticas del Estado, razón por la cual una vez que los apicultores se organicen y tengan una organización que los respalde puedan optar a un mejor plan de fomento, ofreciendo mejores garantías, pudiendo también utilizar

instrumentos tan importantes como los PROFOS de CORFO o haciendo uso de la buena imagen país publicitada por PROCHILE.

Con el aumento de las exportaciones se puede obtener un mayor reintegro por ellas, recursos que pueden ser utilizados para mejorar la tecnología del proceso y mejorar los procesos de sanidad y genética de los pequeños apicultores, que al no poder exportar directamente o dentro de una organización, no pueden aprovechar de forma óptima los reales beneficios entregados por el Gobierno chileno a los exportadores de productos no tradicionales, quedando estos beneficios económicos en las utilidades de empresas exportadoras que no transmiten estos beneficios a los apicultores que a la vez llevan una economía de subsistencia.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- CORFO. 2002. Gobierno de Chile. *Apoyo a la innovación y al desarrollo tecnológico*.
- \_\_\_\_\_. 2002. Gobierno de Chile. *Financiamiento de largo plazo para comercio exterior*.
- \_\_\_\_\_. 2002. Gobierno de Chile. *Fondo de desarrollo e innovación*.
- \_\_\_\_\_. 2002. Gobierno de Chile. *Proyectos asociativos de fomento*.
- Gerencia de Desarrollo. 1988. *Principales Mercados de la miel posibilidades que ofrecen para los productos de buena calidad procedente de los países en desarrollo*. Ginebra. CORFO.
- Max-Neff, M. A. 1993. *Desarrollo a escala humana*. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Nordan Comunidad. Karia.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. 2002. Acuerdo de asociación entre Chile y Unión Europea. Disponible en Internet: [http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales/f\\_ue.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_ue.html) (Accesado en: Octubre 10, 2002)
- Neira, M., F. Mujica, C. Amtmann y B. Vera. 1999. *Pequeña Agricultura en la Región de los Lagos, Chile*. Edición Universidad Austral de Chile.
- PROCHILE. 2002. ¿Qué es PROCHILE?. Disponible en Internet: [http://www.prochile.cl/quienes\\_somos/que\\_es\\_prochile.php](http://www.prochile.cl/quienes_somos/que_es_prochile.php) (Accesado en: septiembre 27, 2002)
- \_\_\_\_\_. 2002. Incentivos a las exportaciones. Disponible en Internet: [http://www.prochile.cl/exportar\\_paso\\_a\\_paso/exp\\_incentivos\\_indice.php](http://www.prochile.cl/exportar_paso_a_paso/exp_incentivos_indice.php) (Accesado en: septiembre 27, 2002)
- \_\_\_\_\_. 2002. Incentivos a las exportaciones. Disponible en Internet: [http://www.prochile.cl/exportar\\_paso\\_a\\_paso/exp\\_incentivos1.php](http://www.prochile.cl/exportar_paso_a_paso/exp_incentivos1.php) (Accesado en: septiembre 27, 2002)
- Ríos, J. 2001. *Caracterización de explotaciones apícolas de la IX y X regiones de Chile, estudio de caso*. Tesis de grado, Universidad Austral de Chile, Valdivia.

SERCOTEC. 2002. ¿Qué es Sercotec?. Disponible en Internet:  
*<http://www.sercotec.cl/index.htm>* (Accesado en: Noviembre 13, 2002)

## 7. ANEXOS

### Anexo 1

#### Número de explotaciones y existencia de colmenas por regiones

Regiones	N° de explotaciones	Total colmenas
I	0	0
II	20	112
III	78	687
IV	344	3.221
V	663	43.411
VI	670	25.621
VII	1.485	49.653
VIII	4.321	76.331
IX	4.583	37.707
X	1.728	29.621
XI	77	1.086
XII	0	0
R.M.	463	64.084
<b>Total País</b>	<b>14.486</b>	<b>331.525</b>

Fuente : Chile, Instituto Nacional de estadísticas (INE), (1997)

#### Producción y rendimiento de miel a nivel nacional

Regiones	Producción Kg.	Rendimiento (kg/colmena)
I	0	--
II	3.050	27,2
III	3.658	5,3
IV	21.592	6,7
V	97.898	2,3
VI	115.824	4,5
VII	398.074	8,0
VIII	969.388	12,7
IX	326.411	8,7
X	329.232	11,1
XI	12.274	11,3
XII	0	--
R.M	475.899	7,4
<b>Total país</b>	<b>2.753.300</b>	<b>8,3</b>

Fuente : Chile, Instituto Nacional de estadísticas (INE), (1997)

## Anexo 2

### Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 1999.

Pais	Monto US\$ FOB
ALEMANIA	1.432.377
HOLANDA	254.874
SUIZA	137.318
ITALIA	108.460
PERU	49.206
INGLATERRA	35.020
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USA)	26.804
ESPANA	17.850
SURINAM	6.364
ECUADOR	4.019
PARAGUAY	3.770
ANTILLAS HOLANDESAS (ARUBA Y CURAZAO)	3.589
VENEZUELA	3.244
BOLIVIA	1.998
CHINA REP. POPULAR DE	1.200
AUSTRALIA	940
UCRANIA	345
ANGUILLA (INDIAS OCC. BRITANICAS)	343
TURQUIA	106
CANADA	88
COREA SUR (REP. DE COREA)	83

Fuente: Chile, Prochile, 1999.

### Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 2000.

Pais	Monto US\$ FOB
ALEMANIA	3.983.431
HOLANDA	329.219
SUIZA	282.483
ITALIA	100.980
INGLATERRA	67.320
PERU	20.235
ESPANA	16.830
ANTILLAS HOLANDESAS (ARUBA Y CURAZAO)	3.220
CHINA REP. POPULAR DE	2.374
PARAGUAY	1.758
VENEZUELA	1.436
BOLIVIA	547
HONDURAS, REPUBLICA	520
ANGUILLA (INDIAS OCC. BRITANICAS)	291
ECUADOR	228
AUSTRALIA	157
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USA)	20

Fuente: Chile, Prochile, 2000.

**Principales destinos de la miel chilena en cantidad de ingresos para Chile, 2001.**

<b>País</b>	<b>Monto US\$ FOB</b>
ALEMANIA	4.718.974
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USA)	846.878
SUIZA	437.178
HOLANDA	149.633
ITALIA	108.885
INGLATERRA	100.980
CANADA	75.445
PERU	26.819
BELGICA	3.870
ANTILLAS HOLANDESAS (ARUBA Y CURAZAO)	3.465
VENEZUELA	3.032
PARAGUAY	2.013
CHINA REP. POPULAR DE	1.599
ECUADOR	896
AUSTRALIA	454
HONDURAS, REPUBLICA	433
CUBA	189
JAPON	64

Fuente: Chile, Prochile, 2001.

### Anexo 3

#### **Cuestionario Sr. Misael Cuevas, encargado nacional del rubro apícola del programa PRORUBRO INDAP.**

- 1.- ¿ Que beneficios y perjuicios obtendrían las exportaciones de miel chilena hacia Alemania, luego del Tratado de Libre Comercio y Cooperación entre Chile y la Unión Europea?
- 2.- ¿ Como ve usted las proyecciones de exportación de miel hacia el mercado alemán, el cual es nuestro principal importador de miel?
- 3.- ¿Cuál es la situación actual de los grandes exportadores de miel del mundo como lo son China, Argentina, y México?
- 4.- ¿ Cómo han evolucionado las políticas de fomento a la exportación de miel, desde el año 1998 hasta hoy? ¿ Han sido estas políticas beneficiosas o perjudiciales para los apicultores exportadores de miel?

De acuerdo a sus experiencias en el tema de la asociatividad de apicultores :

- 5.- ¿Es necesaria la asociatividad de apicultores en Chile?
- 6.- ¿ Como beneficia a las exportaciones éste sistema?
- 7.- ¿ Que situaciones como ésta le ha tocado ver o participar?

#### **Anexo 4**

##### **Cuestionario Sra. Mónica Olivares, encargada rubro apícola, PROCHILE, V región.**

1.- ¿ Que beneficios y perjuicios obtendrían las exportaciones de miel chilena hacia Alemania, luego del Tratado de Libre Comercio y Cooperación entre Chile y la Unión Europea?

2.- Respecto a la pregunta anterior, podría decirse que la miel chilena tiene una ventaja competitiva con respecto a sus demás competidores.

3.- ¿ Que podría decir con respecto a las exportaciones de miel en su región?

4.- ¿ Cómo han evolucionado las políticas de fomento a la exportación de miel, desde el año 1998?

De acuerdo a sus experiencias en el tema de la asociatividad de apicultores :

6.- Es necesaria la asociatividad de apicultores en Chile?

7.- ¿ Como beneficia a las exportaciones éste sistema?

8.- ¿ Que situaciones como ésta le ha tocado ver o participar?

## **Anexo 5**

### **Cuestionario Sra. Christine Kraft Burgos, agregada comercial, PROCHILE, Hamburgo, Alemania.**

1.- ¿ Que beneficios y perjuicios obtendrían las exportaciones de miel chilena hacia Alemania, luego del Tratado de Libre Comercio y Cooperación entre Chile y la Unión Europea?

2.- Respecto a la pregunta anterior, podría decirse que la miel chilena tiene una ventaja competitiva con respecto a sus demás competidores.

## Anexo 6

## Importaciones (CIF Alemania)

1999			
Principales Países de Origen	Cantidad Kilos	Monto (miles US\$)	% Participacion en el Mercado/ Cantidad
Argentina	27.328.000	30.423	30,50
México	14.323.300	18.122	15,98
China	12.729.200	22.202	14,21
Uruguay	5.672.500	6.197	6,33
Rumania	4.899.800	6.599	5,47
<b>10. Chile</b>	<b>2.208.600</b>	<b>5.062</b>	<b>2,46</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>89.609.900</b>	<b>112.869</b>	

Fuente: Chile, PROCHILE, 1999.

2000			
Principales Países de Origen	Cantidad Kilos	Monto (miles US\$)	% Participacion en el Mercado/ Cantidad
Argentina	27.791.300	27.560	29,57
México	16.047.100	18.837	17,08
China	9.993.000	7.785	10,63
Rumania	6.968.400	8.149	7,42
Uruguay	3.704.400	3.499	3,94
<b>8. Chile</b>	<b>2.617.400</b>	<b>2.838</b>	<b>2,79</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>93.975.200</b>	<b>103.577</b>	

Fuente: Chile, PROCHILE, 2000.

2001			
Principales Países de Origen	Cantidad Kilos	Monto (miles US\$)	% Participacion en el Mercado/ Cantidad
Argentina	27.755.000	29.096	30,10
México	13.115.100	17.772	14,22
China	11.462.600	9.979	12,43
Uruguay	5.986.500	6.169	6,49
Rumania	4.670.200	6.297	5,07
<b>6. Chile</b>	<b>4.014.800</b>	<b>4.712</b>	<b>4,35</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>92.201.900</b>	<b>110.669</b>	

Fuente: Chile, PROCHILE, 2001.

## Anexo 7

### Valor promedio anual del dólar en pesos chilenos

Año	dólar promedio anual
1999	508,78
2000	539,49
2001	634,94

Fuente: Chile, Banco Central, 2002.

## Anexo 8

### Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 1999.

Empresa	Monto Dólares FOB
SOCIEDAD DE INVERSIONES CARMENCITA LTDA.	603.176
COOPERATIVA CAMPESINA APICOLA VALDIVIA LTDA. (APICOOP LTDA.)	243.630
COMERCIAL SOEXPA LTDA.	211.431
AGRO PRODEX INTERNACIONAL S.A.	173.252
JUAN PABLO MOLINA SANCHEZ	87.163
IMPORTADORA Y EXPORTADORA VYHMEISTER LIM	49.202
COLMENARES WERNER LTDA.	47.223
AGRICOLA Y COMERCIAL RIVER NUBLE RANCH L	9.110
FUND PARA EL DESARROLLO REG DEL VIC	4.830
COMPORTE S.A., COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ARTESANALES S.A	3.360

Fuente: Chile, PROCHILE, 1999.

### Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 2000.

Empresa	Monto Dólares FOB
SOCIEDAD DE INVERSIONES CARMENCITA LTDA.	2.232.608
COMERCIAL SOEXPA LTDA.	905.174
COOPERATIVA CAMPESINA APICOLA VALDIVIA LTDA. (APICOOP LTDA.)	241.740
IMPORTADORA Y EXPORTADORA VYHMEISTER LIM	170.521
SOCIEDAD APICOLA VERKUISEN Y CIA. LTDA.	169.307
EXPORTADORA DE PRODUCTOS APICOLAS Y AGROINDUSTRIALES S A	142.855
SOCIEDAD APICOLA LOS QUILLAYES LTDA.	60.137
AGRO PRODEX INTERNACIONAL S.A.	57.392
SOC INMOBILIARIA Y DE INVERSIONES MAGGI COOK LIMITADA	50.110
COLMENARES WERNER LTDA.	38.240

Fuente: Chile, PROCHILE, 2000.

### Empresas chilenas que realizaron exportaciones de miel, 2001.

<b>Empresa</b>	<b>Monto Dólares FOB</b>
SOCIEDAD DE INVERSIONES CARMENCITA LTDA.	2.017.119
COMERCIAL SOEXPA LTDA.	1.946.927
IMPORTADORA Y EXPORTADORA VYHMEISTER LIM	201.866
COOPERATIVA CAMPESINA APICOLA VALDIVIA LTDA. (APICOOP LTDA.)	168.152
EXPORTADORA DE PRODUCTOS APICOLAS Y AGROINDUSTRIALES S A	92.590
AGRO PRODEX INTERNACIONAL S.A.	92.542
SOCIEDAD APICOLA VERKUISEN Y CIA. LTDA.	87.481
AGRICOLA JUAN PABLO MOLINA SANCHEZ Y COMPANIA LIMITADA	65.662
COLMENARES WERNER LTDA.	18.519
FUND PARA EL DESARROLLO REG DEL VIC	1.680

Fuente: Chile, PROCHILE, 2001.

Cabe destacar que el año 2001, Comercial Soexpa Ltda., Exportadora de productos apícolas y agro industriales S.A. y Agro Prodex internacional S.A., son empresas que se dedican netamente al rubro comercio, sin tener que incidir en la producción de miel por parte de apicultores chilenos.