

## **PERFIL DE MERCADO MIEL – ALEMANIA**

**ProChile Hamburgo, Julio 2007**

**PRODUCTO:** Miel

**CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 04.09.00.00

**DESCRIPCIÓN:** Miel natural/ Natürlicher Honig

### **SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

**ARANCEL GENERAL:** 17,3%

**ARANCEL PRODUCTO CHILENO:** 6,4% (2007)

Desgravación arancelaria gradual a partir del Acuerdo con la UE; desde 2010 **libre de arancel**.

**OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:** Diversos países proveedores gozan de una preferencia arancelaria **libre** como Turquía, también, Rumania y Bulgaria ingresaron a la Unión Europea a contar del 1° de enero, 2007. México tiene cuota con arancel preferencial 8,6%; Argentina, Ucrania y China pagan un 17,3%; otros antecedentes disponibles en el TARIC.

**OTROS IMPUESTOS:** 7% IVA (para los productos alimentarios).

### **REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO:**

Documentos y regulaciones:

Certificado Sanitario

A contar del 1° de mayo del 2007, rige una nueva normativa para el tipo de certificación veterinario para ingreso de productos de origen animal a la UE. Esta normativa también, incluye a los productos apícolas. Esta nueva condición sanitaria fue establecida en el reglamento 1664/2006 y publicada el 18 de noviembre, 2006 que modifica el reglamento 2074/2005. El certificado sanitario para la miel está incluido en el anexo de la normativa, Pág. L320/36-37

Este reglamento se aplica según las disposiciones establecidas en el reglamento de higiene 852/2004 y 853/2004 (adjunto en el anexo)

En esta nueva normativa de certificación precisa que se requiere la aprobación de las instituciones homólogas como el Servicio Agrícola Ganadero (SAG) en Chile. (Ver I.28 en el formulario)

El SAG está en proceso de implementación sobre esta nueva normativa y ha publicado en su página Web la información correspondiente ([http://www.sag.gob.cl/portal/page?\\_pageid=133,2482749&\\_dad=portal&\\_schema=P ORTAL](http://www.sag.gob.cl/portal/page?_pageid=133,2482749&_dad=portal&_schema=P ORTAL)) o ir la página - "Requisitos para la autorización de establecimientos apícolas para exportar miel a la Unión Europea" en [www.sag.gob.cl](http://www.sag.gob.cl)

## **Normativa- Los principales regulaciones que se aplican son:**

**Honigverordnung:** Hay que cumplir con lo estipulado en el "Deutsche Honigverordnung" que corresponde a la regulación europea relativa a la miel publicada en la directiva 2001/110 CE del consejo del 20 de diciembre 2001.

Una nueva versión se publicó respecto de la normativa de la Miel el 29/01/04, en la cual, se traspasa la directiva de la UE a la regulación alemana. Esta modificación se refiere al etiquetado y fecha de expiración que se debe señalar en el envase del producto. Igualmente, es obligatorio indicar país de origen de la miel. También, se emitió un nuevo reglamento con respecto a la comercialización de miel filtrada. Como en la regulación del 1976, era obligatorio proceder a incluir límites para los contenidos de glucosa, fructosa, grados de acidez y otras características de la miel.

En el párrafo N°5 de la Directiva de la Miel – Honigverordnung (Rückstandsuntersuchungen - control de residuos) corresponde a la regulación 96/23 CE, del 29 de abril 1996.

**-Reglamento Higiene** General foodstuffs hygiene rules and hygiene specifications for food of animal origin according to Regulation (EC) No. 852/2004 and 853/2004 (OJ L-226 25/06/2004) respectively

**-Regulación de límites máximos de tolerancia de residuos (Rückstandshöchstmengenverordnung)** del Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura de Alemania fue publicada en 1999 su última versión consolidada, las modificaciones están disponible en la página Web del Ministerio [www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de) . Se debe tener en cuenta que la legislación de los países de la Unión Europea no se encuentra armonizadas y en algunos casos se aplican límites más estrictos en Alemania, Link al documento de la Unión Europea: Measures to monitor the presence of residues of pesticides, veterinary medicines and contaminants in and on food of animal origin

[http://export-help.cec.eu.int/requirements/eu/auxi/eu\\_heafishc\\_develop4.pdf](http://export-help.cec.eu.int/requirements/eu/auxi/eu_heafishc_develop4.pdf)

**Trazabilidad – (Rückverfolgbarkeit):** Desde 1 de enero 2005 está vigente el artículo No. 18 de la regulación Reglamento (CE) N° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002, por el cual, se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria; se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria". Texto completo en el diario oficial L131 del 1 de febrero 2002. (Búsqueda por EUR-Lex) General principles and requirements of Food Law established in Regulation (CE) No. 178/2002 (OJ L-31 01/02/2002)

**AÑO 2007 (de Enero a Abril) Miel natural 0409 00 00 (cif)**

<b>PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Ton)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (valor)</b>
Argentina	10.344,7	17.151	29,92
México	3.998,9	7.926	13,83
Uruguay	3.954,5	6.363	11,10
Chile	1.672,7	2.986	5,12
Rumania	1.249,8	2.744	4,79
<b>SUBTOTAL</b>	<b>21.220,6</b>	<b>37.170</b>	<b>64,85</b>
<b>TOTAL</b>	<b>29.963,0</b>	<b>57.316</b>	<b>100</b>

**AÑO 2006 (de Enero a Abril) Miel natural 0409 00 00 (cif)**

<b>PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Ton)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (valor)</b>
Argentina	12.541,3	17.036	35,14
México	2.092,5	3.970	8,19
Brasil	2.303,3	3.634	7,50
Chile	1.847,5	2.584	5,33
España	956,4	2.495	5,15
<b>SUBTOTAL</b>	<b>19.741</b>	<b>29.719</b>	<b>61,30</b>
<b>TOTAL</b>	<b>29.609</b>	<b>48.479</b>	<b>100,00</b>

**AÑO 2006 (Cifras preliminares) Miel natural 0409 00 00 (cif)**

<b>PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Ton)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (valor)</b>
Argentina	31.818	46.215	30,72
México	7.897	15.021	9,98
Rumania	5.409	11.584	7,70
Uruguay	6.480	9.688	6,44
Chile	5.288	8.343	5,55
<b>Subtotal</b>	<b>54.457</b>	<b>90.851</b>	<b>60,38</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>86.052</b>	<b>150.459</b>	<b>100,00</b>

**AÑO 2005 Miel natural 0409 00 00 (cif)**

<b>PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Ton)</b>	<b>MONTO (Miles US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (valor)</b>
Argentina	37.158	51.774	31,74
México	9.386	19.237	11,79
Brasil	6.134	9.884	6,06
Hungría	5.505	12.238	7,50
Chile	5410	10.776	6,60
Italia	2722	7.576	4,64
<b>Subtotal</b>	<b>66.675</b>	<b>111.485</b>	<b>68,33</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>95.651</b>	<b>163.129</b>	<b>100,00</b>

**POTENCIAL DEL PRODUCTO****Oferta del mercado mundial**

Independientemente de las condiciones arancelarias y sanitarias, están autorizados 37 países proveedores para exportar miel a Alemania, pero 75% de la oferta total se concentra en sólo 7 mercados productores.

El tamaño de la oferta de miel muestra una atomización bastante considerable, donde se aprecia una tendencia dominadora por parte de Argentina con una participación de alrededor de un 30 %. A juzgar por la Asociación de Importadores estima que el 2° país exportador a nivel mundial, sigue siendo importante, confiable y cumple con las estrictas condiciones de calidad de su producto para el mercado consumidor alemán. Otros mercados exportadores provenientes de América Latina ocupan una participación destacada como México, Brasil y Uruguay en este mercado. Sin embargo, los volúmenes de producción argentinos alcanzan una capacidad de oferta muy significativa entre 100.000 a 120.000 toneladas en la temporada última. Aunque en varias provincias hubo reducciones en las cosechas, Argentina logró de nuevo exportar 100.000 toneladas y superó las expectativas. Por la importancia de la producción de Argentina para el mercado mundial, las dificultades en evaluar el tamaño de la cosecha tienen una influencia e incertidumbre importante sobre los precios, durante el año 2006 hubo una fluctuación de precios de 40%

Se puede constatar que la exportación de miel mexicana a Alemania, sigue siendo el segundo proveedor si bien el volumen decreció. 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 y ocupa ahora el rango N° 3 entre los proveedores. Esto se debe también al cierre de mercado

para miel de Brasil. Desde marzo 2006, la Unión Europea prohibió las importaciones de miel desde Brasil por falta de un programa de monitoreo, esta decisión sanitaria ha causado enormes perturbaciones en el mercado comprador, reflejándose en aumentos del nivel de precios. Países centroamericanos cuentan con malas cosechas sobre todo El Salvador y Cuba que no han podido compensar con la producción de los demás países.

En Europa los proveedores Bulgaria y Rumania son los únicos que aumentaron sus volúmenes, se espera que crezca todavía más su participación durante 2007 por ser nuevos miembros de la Unión Europea. Ucrania parece tener un potencial bastante importante, las exportaciones todavía son relativamente bajas (1500 ton) pero se estima una producción local de aprox. 60.000 ton, pero todavía no toda la producción corresponde a los estándares de calidad necesarios. De todas maneras, la Asociación de Importadores constata que existe un nivel precio muy atractivo en ese país productor (es decir bajo). Aunque por el momento, llegan sólo volúmenes muy reducidos, se vislumbra un crecimiento sustancial, ya que, Ucrania es uno de los productores más importante de miel a nivel mundial.

El desarrollo de los proveedores de Asia han demostrado que el mercado internacional de la miel ha permanecido bastante inestable, sucesivos problemas sanitarios y de temporadas con un clima muy lluvioso han convulsionado los volúmenes y la trayectoria de los precios en los últimos años. En el año 2002, China fue marginado de los mercados proveedores por problemas fitosanitarios (uso de antibióticos). Sin embargo, las autoridades comunitarias de la UE autorizaron la entrada de miel china a partir de fines del 2004. Debido a los estrictos controles que se realizan y la falta de confianza por parte de los compradores alemanes, los volúmenes suministrados desde China a contar del levantamiento de las restricciones, alcanzaron volúmenes marginales (1,1% participación de mercado) sin conseguir las cuotas de participación alcanzados en los años previos al 2001, cuando China fue el tercer proveedor con un volumen de 12.000 toneladas a Alemania. China tuvo una participación de 22% de las importaciones europeas y un 13% del mercado alemán. Los volúmenes de China han sido reemplazados por otros proveedores en Asia, ahora India, es un productor de cierta consideración para el mercado alemán.

En general es muy difícil pronosticar el desarrollo del mercado mundial durante 2007, un factor determinante puede ser el mercado EEUU, quienes, han modificado de manera sustancial los derechos anti-dumping respecto a la miel procedente de China, su principal proveedor, lo que, puede convertirse en un aumento de la demanda por miel de otros países. En el año 2007 se espera una fuerte fluctuación de precios igual que durante 2006.

## **Chile**

Por su parte, Chile contribuyó con una participación de un 5,5%(del valor) del mercado de la miel en Alemania en el año 2006, correspondiendo a 5.228 ton por un valor de US\$8,34 millones, mostrando una evolución ligeramente a la baja. Se puede afirmar, que Chile no ha podido repetir el crecimiento dinámico su colocación de miel que se vio entre los años 2004 y 2005.

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.

### Producción local y demanda

Al analizar las estadísticas de importación, éstas demuestran claramente que Alemania es el mayor actor en el comercio de la miel en el mundo con volúmenes y valores que alcanzaron a 86.052 ton. y por un valor de US\$ 150 millones respectivamente en el año 2006. A pesar de una reducción de 10% respecto años anteriores este mercado importa cerca de un 80% de su consumo interno de aprox. 100.000 toneladas provenientes de más de 46 países productores.

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.

En total se consume aprox. 1,3 kg per cápita en Alemania. La producción local alemana alcanza a unas. 20.000 toneladas anualmente. Como se trata de un sector muy concentrado, no existen más de 200 apicultores profesionales, los demás realizan esta actividad en su tiempo libre y en forma artesanal. Por falta de incentivos agrícolas se pronostica una reducción de los apicultores locales en un mediano/largo plazo. Actualmente se estima que existen 80.000 apicultores que abarcan unas 900.000 colmenas con un rendimiento de 20 kg/por unidad.

Por otro lado, los embarques alemanes llegaron a 19.653 ton por un monto de US\$ 61,68 millones en el 2006. Sus envíos se dirigieron principalmente al mercado europeo: Holanda, Francia, Reino Unido, Austria y Dinamarca.

### Exportaciones AÑO 2006 (Cifras preliminares) Miel natural 0409 00 00 (cif)

PRINCIPALES PAISES DE DESTINO	CANTIDAD (Ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN LA EXPORTACIÓN (VALOR)
Países Bajos	3.003	9.356,73	15,17
Francia	2.865	8.230,46	13,34
Gran Bretaña	1.720	6.122,31	9,92
Austria	1.689	5.377,73	8,72
Dinamarca	2.234	5.244,64	8,50
Subtotal	11.511	34.331,87	55,66
<b>TOTAL EXPORTADO</b>	<b>19.653</b>	<b>61.686,37</b>	<b>100,00</b>

## Balance de Exportaciones e Importaciones Miel Alemania

Miel (0409 00)	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Importación total (t)	93.878	100.317	93.588	88.739	95.651	86.052
Reexportación (t)	9.090	11.406	7.077	10.194	12.056	6.221
Importación neto (t)	84.788	88.911	86.511	78.545	83.595	79.831

### Miel orgánica

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) )

### Nuevos usos del producto miel - Miel como medicina

En octubre 2006 se publicó un informe sobre las calidades antibióticas de miel en una revista renombrada alemana (Warentest) y parece que incluso en algunas clínicas están utilizando la miel en tratamientos de diferentes tipos de úlceras. Se trata de una miel especial proveniente de Australia – "medi-miel" que ha sido preparada especialmente para estos fines.

### PRECIOS DE REFERENCIA (US\$) Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo a fuentes alemanes, los rangos de precios de importación han sido muy bajos a principios de año 2007, alrededor de US\$ 1350/tonelada. Ciertos importadores y agentes pretendían recuperación y fluctúan en un rango promedio entre US\$1500 a 1700 por tonelada, ajustándose a la calidad y origen del producto. Algunos importadores y agentes creían que iban a bajar todavía más y aconsejaron a sus clientes de esperar con la compra final de los volúmenes necesarios.

Sin embargo, la mayoría de los compradores relevantes como los supermercados y otros están por el momento observando que baje nuevamente el precio para tomar posición en las compras finales. Como al principio del año, expertos "prometieron" que los precios todavía bajarían más, por tal razón, los supermercados están observando la situación y postergando su compra de miel. Por lo tanto, el rango de precios pronosticados oscila entre US\$ 1400 y 1800 por tonelada. La caracterización concentrada de esta industria muestra que entre los intermediarios

importadores/especializados (alrededor de 15) comercializan cantidades muy considerables de miel.

Miel orgánica alcanza a obtener un "plus" hasta US \$ 200 por toneladas, llegando a unos US\$2000 por tonelada.

### **Comportamiento de Precios para Consumidor Final (Julio 2007)**

Debido a la estabilización de los precios del mercado a finales del año 2004, los precios han vuelto a subir para los consumidores locales. Los precios actuales para consumidores finales, varían entre 1,39 Euros/500 grs. y 3,29 Euro/375 grs. en un supermercado de descuento (Lidl).

Los precios para miel monoflor pueden alcanzar niveles muy superiores; miel de pino de origen alemán se pagan entre 3,29 y 11,50 Euros/500 grs.

Hay que decir que los supermercados tienen una gama de productos muy amplios, mientras en un Supermercado discount se venden 7-8 diferentes tipos de miel, en supermercado EDEKA se pueden encontrar aprox. 50 diferentes variedades de 5-6 marcas diferentes. Algunas plantas envasadoras por ej. Dreyer tienen surtidos muy diversos, notándose que las especialidades alcanzan óptimos precios, por ej. miel de palta, miel de provence, miel de naranjal etc.

Los productores/campesinos alemanes venden su cosecha en forma directa en las ferias ambulantes de barrios, igualmente, en los supermercados, incluso se hacen promociones en punto de venta con material de información para promover el producto de la cosecha 2007 en EDEKA Julio 2007.

**Miel orgánica:** La miel orgánica que se comercializa en el mercado interno mantiene valores bastante más elevados. En la cadena de supermercados orgánicos, el producto más económico se vende a 3,49 Euros (500 gms, marca propia del Basic, origen Brasil) Miel chilena multiflor de la empresa ALLOS (Andenwildblütenhonig) se vende los 500 gms a 5,99 Euros, procedente de México (México – Wildblüte) a 6,49 Euros/500 gms. La miel "prime" en este supermercado, es la miel MANUKA de la marca Allos que se vende a 12,99 Euros los 500 grs. (origen Nueva Zelanda) para chequear la variedad de surtido <http://www.allos.de/honig.htm>

**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 esta orientado al grupo de compradores de productos BIO.



Precios consumidor final – Alemania – Julio 2007					
Lugar de compra	Empresa/Marca	Origen	Productos/variedad	Envase/ tamaño	Precio en Euro
Lidl	Langnese Imkerspezialitäten	México	miel de flores de montaña /Bergblütenhonig	vidrio / 375 grs	3,29
Lidl	Langnese Imkerspezialitäten	Varios UE y fuera de UE	miel de colza/miel de acacias Raps/Akazienhonig)	vidrio / 375 grs	3,29
Lidl	Langnese Landhonig	Varios UE y fuera de UE	miel poliflor	vidrio / 500 grs	2,99
Lidl	Maribel (marca propia producido para Lidl)	Varios	miel de bosque/miel de flores silvestres, cremosos	plastico/500grs	1,49
Lidl	Maribel (marca propia producido para Lidl)	Varios	miel de flores de verano /Sommerblütenhonig, liquido	vidrio/500grs	1,39
EDEKA	Dreyer	Países UE y fuera de UE	Miel de colza	vidrio /500 grs	3,29
EDEKA	GEPA/ Canela Öko (Comercio Justo)	México	Miel con canela	Vidrio/250 grs	2,79
EDEKA	Miel alemán certificado	Alemania	flor de frutales, cosecha primavera 2007	Vidrio/500 grs	4,99
EDEKA	LWC Michelsen	Turquia, Grecia, Francia	Miel de pino	Vidrio/125 grs	1,99
EDEKA	LWC Michelsen	Mexico y Centro-America	Miel de palta	Vidrio / 125 grs	1,99
Budnikowski/Drugstore	Alnatura (Organcio)	Brasil	miel de flor de membrillo <b>orgánico</b>	Vidrio / 250 grs	2,29
Budnikowski/Drugstore	Alnatura Organcio)	Argentina	Miel de flores de verano <b>orgánico</b>	Vidrio / 250 grs	2,49

## ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

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.

Dentro de las variedades locales, la miel de colza está muy apreciada por su color claro y de cremosa textura, otras especialidades son mieles de pino y de Erica del norte de Alemania (Heidehonig). La mayoría de las mieles vendidas en Alemania son envasadas en las plantas de las propias empresas receptoras, quienes mantienen una relación con los distribuidores (Supermercados) de desarrollar imagen/marca para la miel. Llega muy poca miel envasada directamente, en general son volúmenes pequeños que se comercializan en tiendas de especialidades " Delicatessen".

La Unión Europea tiene un programa de fomento de la apicultura europea que proporciona financiamiento orientado a poner en práctica medidas técnicas y análisis de muestras. (Reglamento 797/2004 del Consejo, de 26 de abril 2004, relativos a las medidas destinadas a mejorar las condiciones de producción y comercialización de los productos de la apicultura) publicado en el diario oficial L125 del 28 de abril 2004. Este programa administra fondos para apoyo técnico de los apicultores (medidas contra la avarroa, análisis de polen etc.)

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

Como se dijo anteriormente, 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 el mercado Alemán como el mayor importador de miel a nivel mundial por los principales países cosechadores de este producto. A pesar de los grandes volúmenes, el negocio de la miel está relativamente en manos de limitadas empresas importadoras y de plantas envasadoras que suministran a la industria alimentaria y las grandes cadenas de supermercados. El mercado está bastante agrupado, por ejemplo: una de las empresas comercializadora de mayores volúmenes en Hamburgo, envasa sobre 30.000 ton de miel anualmente. En general hay que distinguir entre los importadores que envasan bajo nombres de otras empresas (por ej. marcas propias de los supermercados y discounter) y las empresas que tienen sus propias marcas e importan directamente, como por ej. la conocida marca Langnese Bienenhonig ([www.langnese.de](http://www.langnese.de)) o Dreyer, Fürsten-Reform y otras. Los principales importadores de Hamburgo y Bremen tienen filiales en varios países, por ej. Hungría, México y otros y están plenamente en conocimiento del comportamiento de las cosechas en los mercados proveedores.

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 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.

Los retails para el consumidor final se monopolizan cada vez más, lo que significa que algunos compradores/especializados comercializan volúmenes bastantes importantes. A continuación un cuadro con las cadenas de alimentos más relevantes, con total de venta de aprox. 150 mil millones de Euros en alimentos en Alemania. Mayor

información sobre los lugares de compra en el perfil de hábitos de consumo  
[www.prochile.cl/newsletters/habitos\\_europa\\_2006/6\\_alemania\\_tendencias.php](http://www.prochile.cl/newsletters/habitos_europa_2006/6_alemania_tendencias.php)

	Empresa	Volumen de venta Alimentos 2006 en Millones de Euros	Variación 05/06 en %
1	Grupo Edeka	30.648	-0,8
2	Rewe Zentral AG	22.336	+0,3
3	Grupo Schwarz (Lidl + Kaufland)	19.476	+5,7
4	Grupo Aldi	18.620	+7,3
5	Metro AG	14.758	+12,7
6	Grupo Tengelmann	8.354	+2,7
7	Lekkerland-Tobaccoland GmbH & Co. KG (estaciones de servicio)	6.944	+13,0
8	Schlecker (drugstore)	5.320	+1,8
9	dm (drugstore)	2.426	+3,6
10	Norma Lebensmittelfilialbetrieb GmbH & Co.KG	2.423	+11,5

**Fuente: MM Eurodata**

## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

El típico envase de la miel es el frasco de vidrio de 500 grs. que utilizan también, los productores alemanes. En fotos adjuntas se puede observar el envase y la etiqueta que colocan los miembros del "Deutscher Imkerbund" (Sociedad Alemana de Apicultores).

Diversas empresas emplean envases similares. "Langnese", la marca más renombrada en Alemania utiliza envase en forma octagonal, igualmente varios tipos de envase en plástico para mieles líquidas. (fuente [www.langnese-honig.de](http://www.langnese-honig.de) )





## **SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO**

El mercado alemán presenta grandes desafíos para los productores nacionales, pues se trata de un nicho que recién se ha ido incrementándose en valores y volúmenes, prometiendo atractivas y considerables oportunidades de nuevos negocios y así mismo, es un incentivo en relación a la posibilidad de obtener mayores precios que los ofrecidos por otros mercados

En general la situación sigue favorable para las exportaciones de miel desde Chile, 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.

### **Calidad**

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, como quedo demostrado con la prohibición de ingreso hace un par de años con la miel China o la reciente prohibición de importaciones desde Brasil por falta de un plan de control de residuos (desde 17 de marzo 2006)

Europa es exigente y sensiblemente preocupado de los asuntos sanitarios y calidades, resguardando siempre que se cumpla las necesidades de la salud del usuario final, distinguiendo la importancia de que se trata de un alimento de alta demanda. Por este motivo, se exige que la miel ingrese libre de residuos de antibióticos y agroquímicos y siempre acompañada de certificados sanitarios que avalen no solamente al producto sino también, a los productores. En 1989 se estableció una instancia la FEEDM, Federación Europea de Envasadores y Distribuidores de Miel (importadores y mayoristas), orientada al fortalecimiento de la investigación y la capacitación apícola y también, en velar por la seguridad alimentaria de la industria.

## **Recomendaciones para establecer una relación comercial**

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 concientes 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 finiquitar una transacción comercial.

Para negociar con comerciantes alemanes es necesario incorporar volúmenes atractivos de oferta, a partir de un contenedor (de 20 ton) 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. Las mieles chilenas disfrutan de una excelente imagen por su condición natural y también, garantizando la inocuidad de ellas. Ciertos problemas que deberían ser evaluados por los productores/exportadores chilenos, los montos pequeños que se manejan y un suministro inestable en términos de volúmenes. Por razones que se explicaron anteriormente, una relación comercial estable a largo plazo es un factor de gran consideración para los importadores alemanes, por lo tanto, recomiendan a los proveedores chilenos siempre cuidar los dos principales mercados (EEUU y Europa) para dejar abiertos ambos destinos compradores y no concentrarse en el mercado que ofrece mejor precio spot.

### **Productos:**

La variedad de miel monofloral alcanza mejores precios, especialmente interesante es la acción de diversificación productiva como miel de ulmo, miel de quillay y otras denominaciones botánicas nativas que no existen en Alemania/Europa.

Tal como se señaló en el párrafo anterior, el volumen mínimo de importación es un contenedor que contiene en general 70 tambores de aprox. 330 Kg. cada uno. Con respecto a la homogenización los importadores mantienen diferentes criterios, algunos prefieren que se realice por cuestión de costos en el país de origen, con respecto a los colores los requerimientos varían según empresa compradora.

Dado que el negocio de la miel está en manos de un limitado número de importadores especializados, éstos reconocen muy bien los mayores mercados proveedores a nivel mundial. Por esta situación confían que las empresas productoras de miel aporten información bien preparada que permita vincular sin mayor problema el origen botánico y la calidad de su producto.

Pueden ser igualmente interesante, investigar en nuevos tipos de productos tales como el propóleo y el polen. En algunos casos, los mismos importadores de miel, pueden utilizar en la distribución de esta línea de productos. También, es factible la comercialización de miel orgánica, que como se mencionó en párrafos anteriores, está aumentando gradualmente su demanda. 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.

Se recomienda utilizar los instrumentos más frecuentes de promoción y difusión que son las ferias monográficas, las cuales, son una excelente plataforma de imagen, contactos e información transversal y participar en los eventos que Prochile desarrolla en los mercados de la UE como "Sabores de Chile". La presencia en estas actividades comerciales es lograr resultados a corto plazo del mercado de la miel en Alemania.

### **Acercarse al mercado alemán**

El objetivo es definir el mercado desde el punto de vista del comprador y no, como a menudo se da el caso desde el punto de vista del productor-exportador

### **Contactos de Negocios**

Cuando la empresa chilena está dispuesta a iniciar un proceso de contactos comerciales directos con los canales de distribución que separan al exportador de usuario final. Hay varios caminos para acceder a empresas importadoras alemanas

Una visita prospectiva permitirá tener una idea más acertada de la realidad del mercado. Esta puede materializarse en el marco de una de las múltiples ferias monográficas que se desarrollan durante todo el año en el mercado alemán.

ProChile-Hamburgo está en condiciones de proveer una nómina de adecuados contactos para un determinado tipo de miel. La presentación de la empresa en toda comunicación debe estar detallada, demostrando la seriedad con que se realizan los negocios en nuestro país. Los antecedentes deben estar en idioma en inglés y/o en alemán, pero sin errores ortográficos incluyendo además, información detallada sobre el producto, la empresa y datos completos del ejecutivo y contacto de éste.

Es muy importante contar con adecuado material promocional en idioma inglés. Una página web bien estructurada puede servir incluso mejor, ya que, existe la posibilidad que las empresas contactadas por vía electrónica o teléfono tengan la oportunidad de ver el perfil individual de la empresa.

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 Oficina Comercial en Hamburgo). 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

### **FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS**

Las Ferias más relevantes del sector Alimentación en Alemania son:

#### **Anuga**

Fecha: Cada dos años (13-17 de octubre 2007)

Lugar: Köln

Expositores 2005: 6.294

Visitantes 2005: 161.000

Fono: +49 180 520 42 20

Fax: +49-221-821-3410

Web: [www.anuga.de](http://www.anuga.de)

Feria de alimentos más considerada y visitada a nivel mundial, tiene 10 sectores especializados. Prochile participa y organiza pabellón institucional en el área "Fine Food"; perfil de la feria se encuentra disponible en sitio web de Prochile e Información en [www.anuga.de](http://www.anuga.de)

**BioFach** – Feria de productos orgánicos- BIO  
Fecha: Febrero de cada año (14-17 de febrero 2008)  
Lugar: Nürnberg  
Expositores 2007: 2.566  
Visitantes 2007: 45.273  
Superficie: 45.000 mt<sup>2</sup>  
Fono: +49-911-8606-4909  
Fax: +49-911-8606-4908  
Web: [www.biofach.de](http://www.biofach.de)

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)

Para mayor información sobre el mercado de productos orgánicos consultar Perfil de Mercado disponible en [www.prochile.cl/servicios/red\\_internacional/ofi\\_hamburgo.php](http://www.prochile.cl/servicios/red_internacional/ofi_hamburgo.php)

[www.auma.de](http://www.auma.de): página de información general sobre las ferias en Alemania

## **Sitios Web y otras fuentes de información**

### **Leyes y regulaciones**

**Deutsche Honigverordnung:** Regulación alemana sobre la miel, HonigV del 29 de enero 2004, publicado en [www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de) "Service" Gesetze und Verordnungen"

<Normativa Unión Europea>: 1664/2006 y publicado el 18 de nov. 2006 que modifica el reglamento 2074/2005. Estos reglamentos modifican los nuevos reglamentos de higiene del año 2004. La normativa se encuentra en la página Web de la Unión Europea e incluye el certificado necesario. – ejemplo del formulario en el anexo

**Directiva 2001/110/CE** del Consejo del 20 de diciembre 2001, publicado el 12 de enero 2002 en el diario oficial de la Unión Europea L10/47

<http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/index.htm>

**Directiva 96/23/CE del 29 de abril 1996** sobre control de residuos

<http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/index.htm>

### **Asociaciones gremiales y sitios Web relacionados con el sector apícola**

[www.warenverein.de](http://www.warenverein.de): Warenverein Hamburg, Asociación de Importadores de Hamburgo, asociación gremial de productos deshidratados, congelados, conservas y miel con 160 socios. Igualmente sede de la Asociación Alemana de Miel "Deutscher

Honigverband". Publica en la página Web directorio de importadores y agentes con direcciones. Sede actual de la FEEDM-"Fédération Européenne Des Emballeurs Et Distributeurs De Miel European Federation of Honey Packers and Distributors"

**[www.feedm.com](http://www.feedm.com)**: Sitio Web de la Federación Europea de envasadores y distribuidores de miel. Información para exportadores de terceros países (fuera de la Unión Europea)

**[www.deutscherimkerbund.de](http://www.deutscherimkerbund.de)**: Asociación Gremial de los Apicultores Alemanes

**[www.bienennetz.de/Institute/index.htm](http://www.bienennetz.de/Institute/index.htm)**: Sitio Web de apicultura con links directo a los institutos de análisis de miel y otras información útil.

**[www.apimondia.org](http://www.apimondia.org)** - Sitio Web internacional del congreso apimondia

**[www.imkerei.com](http://www.imkerei.com)** Información sobre apicultura en varios idiomas

**[www.bienen.de](http://www.bienen.de)** página Web para apicultores

**[www.uni-hohenheim.de/bienenkunde](http://www.uni-hohenheim.de/bienenkunde)** - Universidad con departamento de investigación apícola, links a otros institutos

#### **Contactos comerciales:**

**[www.warenverein.com](http://www.warenverein.com)** La Asociación de Importadores tiene una sección de contactos comerciales con direcciones y enlaces directos a las empresas. Ingresar en "Handelskontakte" "Honig".

#### **Marcas de miel:**

**[www.langnese-honig.de](http://www.langnese-honig.de)** Marca más conocida de Alemania

**[www.allos.de](http://www.allos.de)** - marca de mieles orgánicas con oferta muy amplia

**[www.breitsamer.de](http://www.breitsamer.de)**

**[www.fuersten-reform.de](http://www.fuersten-reform.de)**

**[www.alnatura.de](http://www.alnatura.de)**

Además, existen numerosas marcas propias (private label) que se envasan para supermercados y discounters.

#### **Sitios Web autoridades alemanas**

**<http://www.lgl.bayern.de/de/left/fachinformationen/lebensmittel/warencodes/honig.htm>** - Análisis de mieles por autoridades veterinarios Bavaria

**[www.zoll-info.de](http://www.zoll-info.de)** : Sitio Web del Servicio de aduana alemán con link al TARIC

**[www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de)** : Sitio Web del Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura. Compendio de normativas y regulaciones disponibles en "Service" "Gesetze und Verordnungen" (sólo en idioma alemán) HonigV.

– **Honigverordnung**, regulación de miel,

texto completo igualmente disponible en

**[http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/honigv\\_2004/index.html](http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/honigv_2004/index.html)**



**www.ble.de** (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) Instituto federal de agricultura y alimentación

**www.destatis.de**: **Statistisches Bundesamt 2005**. Instituto federal de Estadística. Datos de comercio exterior se entregan en forma de CD-Rom, por mes y anualmente, datos anuales de año previos preliminares se publican en marzo, datos definitivos en noviembre.

**www.warentest.de** : Sitio Web de la fundación "Warentest" que analiza regularmente diferentes productos alimenticios, el último análisis de miel envasado se publicó en marzo 2003

#### **Sitios Web de la Unión Europea:**

**http://europa.eu.int/comm/taxation\_customs/common/databases/taric/index\_en.htm**:

Base de Datos de TARIC (Online Customs Tariff Database) con información completa sobre aranceles, cuotas y otra información respecto ingreso de mercancías a la UE. (disponible en todos los idiomas de la Unión Europea)

**http://europa.eu.int/comm/trade/**: Sitio Web de la Comisión Europea del Comercio Exterior, publicación de comunicados de prensa con respecto a antidumping y otras temas de actualidad, con link al Export Helpdesk.

**http://export-help.cec.eu.int/index\_es.html** Expanding Exports Helpdesk: Sitio web de la Unión Europea dirigido a exportadores de países emergentes y en desarrollo fuera de la UE. (idioma inglés)

**http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/index.htm**: Sitio Web oficial de la Unión Europea para búsqueda de documentos oficiales (regulaciones, leyes y normativas) Las decisiones se publican en todos los idiomas de la comunidad. Búsqueda con fecha de publicación y no. de diario oficial o por palabras claves

**http://www.europa.eu.int/pol/food/index\_es.htm**: Sitio Web de seguridad alimentaria

**http://forum.europa.eu.int/Public/irc/sanco/vets/information**: Sitio Web veterinario con documentos oficiales y listados establecimientos aprobados de tercer países.

---

**ANEXO: Certificado Sanitario Unión Europea, sólo de carácter informativo, original está disponible en las oficinas del SAG**

## Apéndice VI del anexo VI

**MODELO DE CERTIFICADO SANITARIO PARA LAS IMPORTACIONES DE MIEL Y OTROS PRODUCTOS DE LA APICULTURA DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO**

<b>PAÍS</b>		<b>Certificado veterinario para la UE</b>		
<b>Parte I: Detalles del envío</b>	I.1. Expedidor Nombre  Dirección Código postal Tel. No		I.2. N° de referencia del certificado I.2.a.	
			I.3. Autoridad central competente	
			I.4. Autoridad local competente	
	I.5. Destinatario Nombre  Dirección Código postal Tel. No		I.8.	
	I.7. País de origen	ISO Código	I.8.	I.9. País de destino
				ISO Código
				I.10.
	I.11. Lugar de origen/lugar de captura  Nombre Dirección		I.12.	
	I.13. Lugar de carga		I.14. Fecha de salida	
	I.15. Medio de transporte Aeronave <input type="checkbox"/> Buque <input type="checkbox"/> Vagon de ferrocarril <input type="checkbox"/> Vehículo de carretera <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Identificación: Referencia documental:		I.16. PIF de entrada a la UE  I.17.	
	I.18. Descripción de la mercancía		I.19. Código del producto (código NC)	I.20. Número/cantidad
	I.21. Temperatura de los productos Ambiente <input type="checkbox"/> De refrigeración <input type="checkbox"/> De congelación <input type="checkbox"/>		I.22. Número de bultos	
	I.23. N° del precinto y n° del contenedor		I.24. Tipo de embalaje	
I.25. Mercancías certificadas para  Consumo humano <input type="checkbox"/>				
I.26.		I.27. Para importación o admisión en la UE <input type="checkbox"/>		
I.28. Identificación de las mercancías  Número de aprobación de los establecimientos  Especie (Nombre científico)      Tipo de tratamiento      Fábrica      Número de bultos      Peso neto				

PAÍS	Miel y productos de la apicultura							
<b>Parte II: Certificación</b>	II. <b>Información sanitaria</b>	II.a. Número de referencia del certificado II.b.						
	<p>El abajo firmante declara que conoce las disposiciones pertinentes de los Reglamentos (CE) nº 178/2002, (CE) nº 852/2004 y (CE) nº 853/2004, y certifica que la miel y los productos de la apicultura anteriormente descritos han sido producidos conforme a dichos requisitos, especialmente que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— proceden de (un) establecimiento(s) que aplica(n) un programa basado en los principios de APPCC de conformidad con lo establecido en el Reglamento (CE) nº 852/2004</li> <li>— han sido manipulados y, en su caso, preparados, embalados y almacenados de forma higiénica de conformidad con los requisitos del anexo II del Reglamento (CE) nº 852/2004</li> </ul> <p>y que</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— se cubren las garantías relativas a animales vivos y sus productos que ofrecen los planes de residuos presentados de conformidad con la Directiva 96/23/CE, y, en particular, su artículo 29</li> </ul> <p><b>Notas</b></p> <p><b>Parte I:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Referencia casilla I.11: Lugar de origen: nombre y dirección del establecimiento de expedición.</li> <li>— Referencia casilla I.15: Número de registro (vagones o contenedores de ferrocarril y camiones), número de vuelo (aviones) o nombre (barcos). En caso de descarga y carga habrá de suministrarse la información por separado.</li> <li>— Referencia casilla I.19: Deben utilizarse los códigos SA adecuados: 04.09, 04.10.</li> <li>— Referencia casilla I.23: N° del precinto y n° del contenedor: solo cuando proceda.</li> </ul> <p><b>Parte II:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— El color de la tinta del sello y de la firma debe ser diferente del de otras indicaciones del certificado.</li> </ul>							
<p>Inspector oficial</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Nombre y apellidos (en letras de imprenta):</td> <td style="width: 50%;">Cargo y título:</td> </tr> <tr> <td>Fecha:</td> <td>Firma:</td> </tr> <tr> <td>Sello:</td> <td></td> </tr> </table>			Nombre y apellidos (en letras de imprenta):	Cargo y título:	Fecha:	Firma:	Sello:	
Nombre y apellidos (en letras de imprenta):	Cargo y título:							
Fecha:	Firma:							
Sello:								