



La Miel Chilena: mercado, atributos y perspectivas

Daniel Alonso Barrera P.

Ingeniero Forestal, M.Sc.

dbarrera@odepa.gob.cl

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias

(ODEPA)

La miel en Chile se está abriendo paso en todos los estratos de la sociedad como un alimento natural y que promueve una vida saludable. En este sentido cabe hacer notar que la miel de abejas ha debido competir con otros alimentos dulces, como siropes y concentrados azucarados que son inadecuadamente llamados miel,

como la de papayas y la de palma, de los cuales no se hará referencia en esta publicación.

A nivel internacional, la demanda por miel y demás productos de la colmena está creciendo fuertemente, gatillada por los cambios de hábitos alimenticios que

apuntan a una alimentación más saludable, con menos procesamiento, y a la mantención de la salud por medio de la ingesta regular de ciertos alimentos.

La producción de miel en Chile oscila entre 7 mil y 11 mil toneladas por año y es generada por más de 10.500 micro y pequeñas empresas apícolas con una alta capacidad productiva y técnica, donde la participación de las mujeres es importante. Existen en total cerca de 500 mil colmenas distribuidas entre Arica y Aysén, que basan su producción mayoritariamente en el néctar de especies del bosque nativo. Este hecho hace que exista una gran variedad de mieles (las investigaciones estiman entre 50 y más de 200 tipos), con distintos colores, texturas y propiedades aún no descubiertas. Estos atributos dependen en gran parte de su origen geográfico y botánico. Este último atributo está normado y es estimado a partir de la presencia de polen, el cual es característico de cada especie en forma y composición.

Cerca de 85% de la miel chilena es exportada por alrededor de veinticinco empresas exportadoras que le compran miel a apicultores. El principal destino es la Unión Europea, (80% a Alemania), donde es altamente valorada por sus atributos, que enriquecen a las mieles mezcladas y envasadas de Europa, dados sus sabores y colores, únicos y característicos. Por ello, y al contrario de lo que se cree, el formato más común de comercialización internacional es a granel, sin diferenciar, esto es, en tambores de 300 kg con una clasificación básica por color. Las exportaciones de miel representan actual-

mente cerca de 30 millones de dólares anuales, efecto gatillado por el aumento sostenido de los precios internacionales desde 2008.

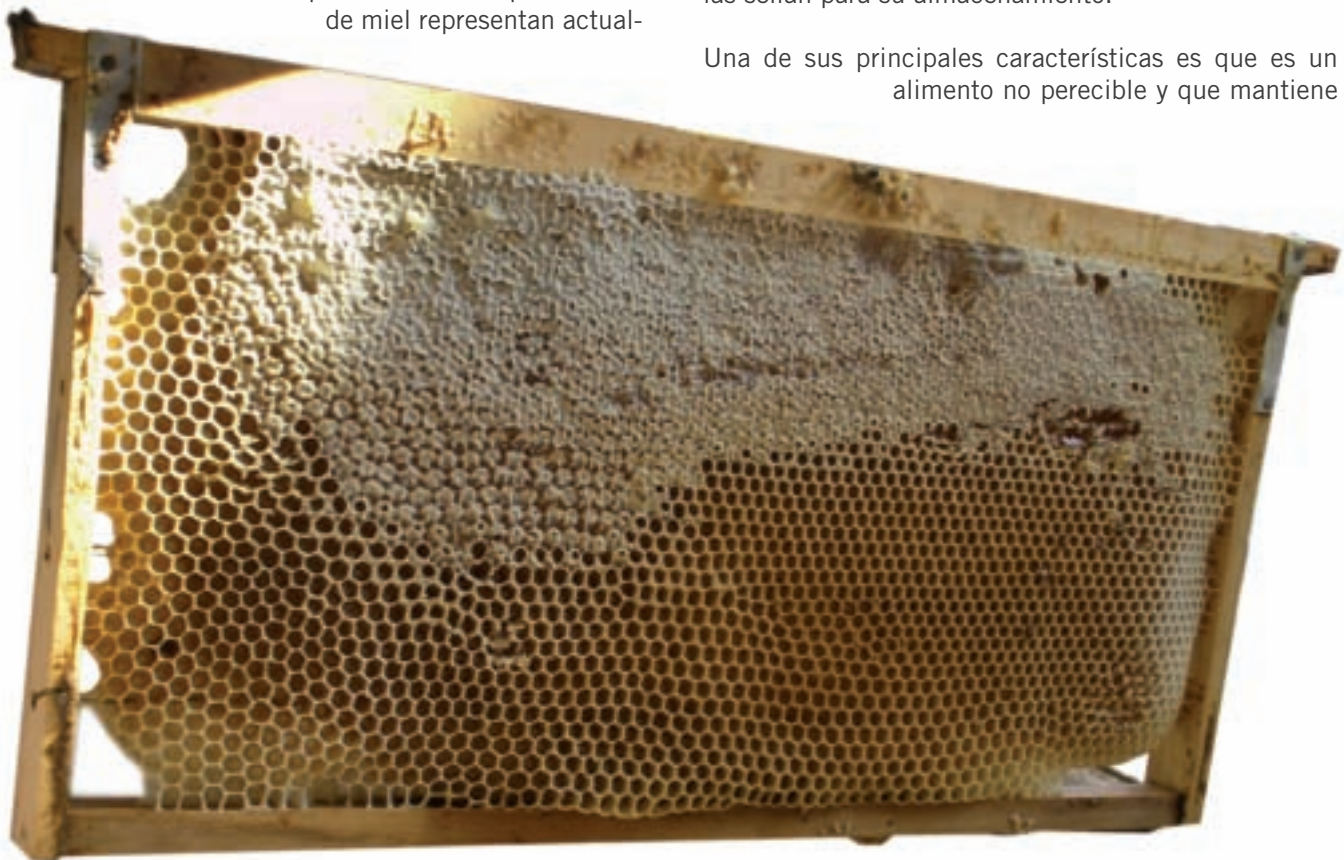
Para acceder y mantener estos mercados, las mieles chilenas son sometidas a estrictos análisis oficiales sobre residuos y trazabilidad, para cumplir los requerimientos de la Unión Europea, que son los más exigentes del mundo. Actualmente algunos compradores alemanes están comenzando a establecer exigencias comerciales no oficiales, como la ausencia de polen transgénico en las mieles o concentraciones máximas de algunos fitoalcaloides (PA), contenidos de manera natural por algunas plantas melíferas y que son traspasados a la miel.

En cuanto al mercado doméstico, se estima un consumo per cápita inferior a 100 gramos al año, que es menor que el consumo promedio mundial de 220 gramos. Este hecho determina que los canales de comercialización sean mayormente informales, pero en vías de desarrollarse, con mejoras que van desde un mejor etiquetado hasta la agregación de valor mediante la certificación orgánica y de origen botánico.

Propiedades de la miel ◀

La miel es una sustancia densa, amarillina y muy dulce, que elaboran las abejas con el néctar libado de las flores, al que deshidratan y añaden enzimas. Las abejas la depositan en las celdillas de los panales y después las sellan para su almacenamiento.

Una de sus principales características es que es un alimento no perecible y que mantiene





sus características en el tiempo. Esto es debido a su baja humedad y la alta concentración de hidratos de carbono procedentes de sus azúcares, más sales minerales, vitaminas, ácidos orgánicos, proteínas y enzimas, permitiendo estas últimas su fácil asimilación por el cuerpo humano. Su incorporación en una dieta regular, previa consulta médica si fuere necesario, contribuye a una alimentación natural y saludable.

Dentro de las propiedades generales que tiene la miel, y que le darían a priori un carácter “funcional”, se pueden mencionar:

- Propiedades antibacteriales, anticariogénicas, antifúngicas y antivirales.
- Descongestiona bronquios y pulmones, suaviza la garganta y alivia las aftas bucales.
- Posee un efecto expectorante y antitusígeno.
- Para uso cosmético, tiene propiedades suavizantes y antiinflamatorias.
- Alimento ideal para personas con altas exigencias físicas e intelectuales, ya que es una fuente de energía más sana que el azúcar.

Existen muchas propiedades de la miel por descubrir, dado que éstas dependen fuertemente del origen botánico y geográfico, aspecto que en el caso de Chile

registra un gran potencial, consolidado por el alto endemismo de la flora melífera nativa y los muchos ecosistemas a lo largo y ancho de nuestro territorio. La investigación, por tanto, se ha orientado a la generación y captura de valor por parte de las mieles nacionales.

La clasificación y diferenciación de las mieles chilenas y la investigación de sus propiedades constituyen líneas de trabajo instauradas recientemente a partir de diversos estudios sobre las mieles de ulmo (bactericida) y quillay (antioxidante).

En este sentido Nueva Zelanda lidera el tema, gracias a sus esfuerzos científicos y comerciales involucrados en el descubrimiento y desarrollo de propiedades antisépticas en la miel generada a partir de la manuka, una especie mirtácea nativa de esas latitudes. Su desarrollo ha llegado a tal nivel de sofisticación que esa propiedad ha sido denominada como Unique Manuka Factor (UMF), la cual está protegida internacionalmente y cuenta con escala graduada en función de su concentración, lo que determina el precio final del producto. Como ejemplo se puede señalar que un kg de miel de manuka con UMF +25 puede costar más de 250 dólares.

Las últimas investigaciones realizadas en Chile se han traducido además en soporte científico para la genera-



ción de más de dieciséis normas técnicas de calidad para la miel y demás productos de la colmena por parte del Instituto Nacional de Normalización (INN).

También se están desarrollando investigaciones, pero de carácter más aplicado, con el fin de incrementar el consumo de miel, por medio de la adopción de nuevos envases y presentaciones, como el cremado de la miel, la deshidratación y la mezcla con otros productos.

Es interesante destacar que, mediante decreto presidencial, se instauró al 6 de agosto como “Día de la Miel”, cuyo objetivo es posicionar a la miel y los demás productos de la colmena dentro de los contextos de buena alimentación y beneficios para la salud. El público objetivo son los niños y niñas en edad preescolar y de enseñanza básica. En Europa y Nueva Zelanda, por ejemplo, las campañas desarrolladas para incrementar el consumo de miel y productos apícolas se han insertado a los programas educacionales de las escuelas, a través de la entrega de material didáctico, degustaciones de miel, charlas formativas y la construcción, por parte de privados, de centros de educación ambiental donde la apicultura es el eje central.

Perspectivas ◀

Chile, con su extensa geografía y variado clima, posee ventajas en cuanto a condiciones ambientales, recursos melíferos únicos y barreras sanitarias naturales, lo cual le otorga potencial para producir miel de cualidades únicas. El desarrollo futuro y las perspectivas de este alimento descansan en generar y agregar valor a

esos atributos y capturar dicha diferenciación, tanto en el mercado doméstico como en la exportación.

Las posibilidades de corto plazo pasan por diferenciar la miel a granel, esto es, venderla como monofloral, con certificación orgánica o acceder a canales de comercialización como el mercado justo. Con esto se accedería a sobrepuestos entre 20 y 25%, beneficiando a la cadena completa.

Otro punto aún no desarrollado y en el cual Chile tendría potencialidades es la posibilidad de establecer denominación de origen o indicación geográfica. A nivel mundial existen varios ejemplos, como las mieles de La Alcarria, Granada y Galicia, en España, y las mieles de los Vosgos y de Provenza, en Francia, entre las más destacadas.

Otra alternativa corresponde a la comercialización fraccionada (en formatos distintos al granel), empleando los atributos diferenciadores antes mencionados. Esta podría ser potenciada por la Imagen País.

En cuanto al mercado doméstico, se deben desarrollar estrategias que incrementen y profundicen el consumo informado de la miel en Chile, a través de nuevas presentaciones, aplicación en la gastronomía y uso en la cosmetología.

A mediano plazo, es necesario generar paquetes tecnológicos que posicionen a la apicultura como alternativa productiva para la rentabilización y mantención del bosque nativo chileno, más aún cuando se pretende mejorar e incrementar su superficie para la protección de los suelos y la mitigación del cambio climático.

