

PANORAMICA DEL MERCADO DE LA MIEL EN ESPAÑA

por: Fernando Vidal Jiménez*

INTRODUCCION

El presente trabajo tratará de ofrecer una panorámica del consumo de la miel en España en el período 1990-94, ya que no hay que perder de vista que España es el país europeo con un mayor número de colmenas, así como un mayor número de apicultores profesionales respecto al total. De esta manera se realizará un análisis de la demanda, centrado en el consumo, precios y gasto, a la vez que en el apartado de la oferta se ofrecerá una perspectiva de la producción y comercio exterior. También se analizará la distribución y el entorno económico, así como la posible evolución del sector.

EL CONSUMO ESPAÑOL DE MIEL

El consumo de miel en España en el período 1990-94 se ha mantenido prácticamente en los mismos niveles, situándose en cerca de veinticinco millones de kilos en 1994. La tendencia es la misma en el consumo per capita, alcanzándose los 630 gramos per capita en 1994. Pese a que tanto el consumo total como el per capita se ha mantenido en los mismos niveles, la tendencia ha sido de un crecimiento durante los primeros cuatro años del período, para descender en 1994 (Tabla I).

El consumo de miel se da casi exclusivamente en los hogares, con tasas del 99%, siendo insignificante el consumo extrahogar (hostelería e instituciones), por lo que al hablar de consumo nos referiremos al consumo en el hogar.

En cuanto al consumo de miel según *tamaño de hábitat* se aprecia claramente que es más elevado en aquellos núcleos de población con menos de 2000 habitantes, con un consumo en 1994 de cerca de ochocientos gramos per capita (0.79 kg. p.c.), un veintiuno por ciento superior a la media nacional (0.63 kg/per cap.). El resto

de hábitats no tienen un comportamiento tan marcado, variando su tendencia en los distintos años, estando mucho más cerca de la media nacional que los núcleos con menos de 2000 habitantes.

En relación con el *status social* se observa que el consumo de miel descende al aumentar el nivel social. La clase social baja es la que mayor consumo presenta, siempre superior a la media nacional en todos los años del período 90-94. Lo contrario ocurre con el resto de clases sociales, ya que su consumo es en este período siempre menor a la media.

Las diferencias de consumo por *áreas geográficas* presentan pocas diferencias, ya que las cantidades compradas no son muy grandes (entorno a los 0,63 Kg. por habitante y año como promedio en España), pero estas diferencias se hacen patentes cuando expresamos el consumo respecto a la media nacional. De esta manera, encontramos en el año 1994 áreas geográficas como la Norte con un consumo un veintinueve por cien superior a la media nacional, Castilla-León un veinticinco por cien y la región Noreste un dieciséis por cien superior.

Por otro lado están las áreas con un consumo menor a la media nacional, entre las que se encuentran Canarias, con un consumo un cuarenta por cien inferior a la media nacional, la región Centro-Sur un dieciséis por cien, Areas metropolitanas un catorce por cien y Levante un trece por cien por debajo de la media nacional, en el año 94.

Se puede apreciar (Tabla II, Anexos) que para el período 1990-94 las áreas Norte y Castilla-León tienen en cada uno de los años un consumo superior al de la media nacional (siendo la zona Norte la única área geográfica cuyo consumo presenta una tendencia creciente en todos los años del período), mientras que Canarias siempre presenta un consumo inferior al nacio-



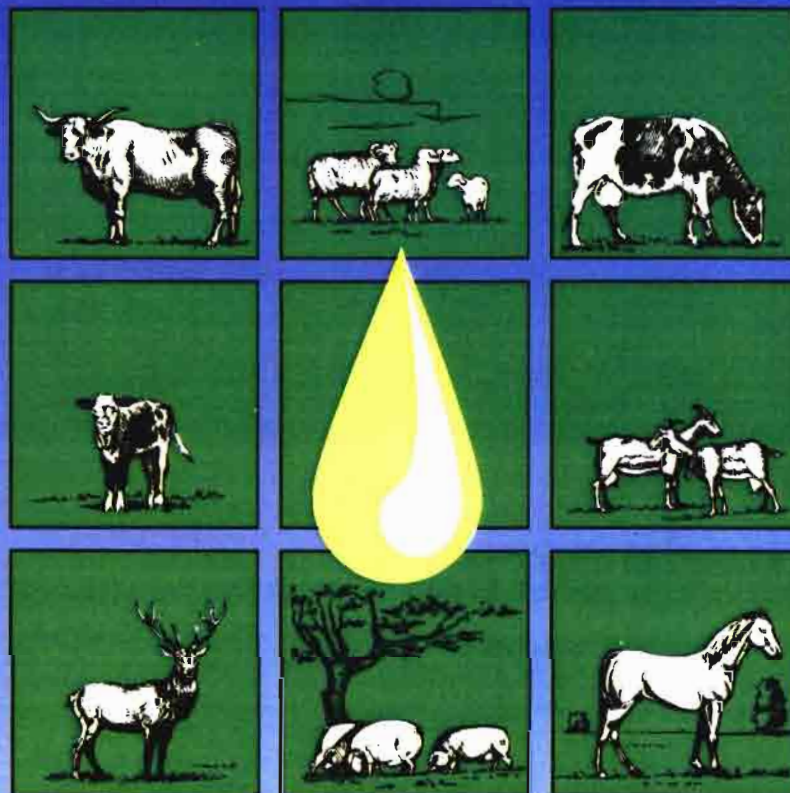
Mayor consumo en poblaciones pequeñas

Más barata en las grandes ciudades

(*) Ingeniero Agrónomo.
Universidad Politécnica de Valencia

NUEVOS PIENSOS PARA RUMIANTES

(VACAS - OVEJAS - CABRAS - CIERVOS)



LOS PIENSOS DEL FUTURO

DESEAMOS AMPLIAR AGENTES Y DISTRIBUIDORES

TIPO DE PIENSO	PROTEINA BRUTA	GRASA BRUTA	CELULOSA BRUTA	ALMIDON + AZUCAR	VITAMINAS A D ₃ E	U.F.	PRECIO DE ORIGEN I.V.A. INCLUIDO GRANULO A GRANUL
MANTE RUMY	13'5	4'3	18'1	16'0	SI	0'80	19,75 ptas/kg.
HENOSPUNY	15'5	2'5	21'2	10'3	NO	0'68	14,75 ptas/kg.
RUMICAMPO	16.5	4'1	16'1	20'2	SI	0'85	22,50 ptas/kg.
ALFAGRAN	19'5	2'4	20'2	11'6	NO	0'69	16,50 ptas/kg.
PLUS RUMY	20'0	3'8	12'8	28'0	SI	0'90	25,75 ptas/kg.
VITAPRO	22'0	3'5	18'2	12'5	DOBLE	0'75	23,00 ptas/kg.
PROTESPUNY	24'0	2'2	19'2	13'0	NO	0'70	19,00 ptas/kg.

HIJOS DE ESPUNY, S.A.

OSUNA



Avda. Estación, 4 - Apartado 10 • Telf.: (95) 582 00 00 • Fax: (95) 582 00 01 • 41640 OSUNA (Sevilla)

Las técnicas agrícolas avanzan muy deprisa.



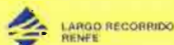
No se quede atrás. Venga a FIMA'97.

FIMA'97 es un gran acontecimiento para el mundo agrícola: la tecnología más innovadora, la maquinaria más moderna, las últimas técnicas de producción... En FIMA'97 va a estar presente todo lo que a usted, como agricultor, le interesa mucho conocer. Para estar al día en los últimos avances. Para que pueda tomar decisiones que mejoren la productividad y rentabilidad de su explotación, disponiendo de la información más actualizada. Este año no puede faltar en FIMA. Porque la agricultura avanza muy deprisa. Y usted tiene que ir por delante.

FIMA'97

**XXIX FERIA INTERNACIONAL
DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA**

En Zaragoza, del 9 al 13 de abril



nal. El resto de áreas presenta un comportamiento variable.

Al abordar el estudio de los *lugares de compra o forma de adquisición* de la miel nos encontramos frente a unas características propias que lo distinguen en cierta manera de lo que consideraríamos una comercialización típica en otros productos alimentarios. De esta manera, para el período 1990-94, encontramos como principal lugar de compra los autoservicios y supermercados, por delante de la tienda tradicional o especializada, debido principalmente al carácter no perecedero del producto que lo hace idóneo para ser distribuido a través del libre servicio. Es de destacar la existencia de muy pocas tiendas especializadas en este producto, pudiendo mencionar entre ellas a algún ultramarino, tiendas dietéticas, herbolarios, etc. En tercer lugar como forma de adquisición se encuentra la compra directa al productor, seguida por los hipermercados.

En el año 1994, la cantidad comprada en los hipermercados superó por primera vez a la venta directa, con lo que los principales lugares de compra en este año fueron, por este orden: autoservicios y supermercados con un treinta y seis por cien de las compras, tiendas tradicionales con un veinte por cien, hipermercados con un dieciséis por cien y venta directa con un trece por ciento de las compras totales. El resto de formas de adquisición (economatos, mercadillos callejeros, autosuministro, etc.) supusieron un quince por ciento de las compras en este año (Tabla III, Anexos).

Como tendencia en el período podemos señalar el descenso de la cantidad comprada en autoservicios, supermercados y tiendas tradicionales, una cierta estabilidad en la compra directa y un crecimiento relativo en la importancia de los hipermercados.

En cuanto a la *estacionalidad del consumo*, tras el estudio de los datos sobre consumo de miel en el período 1990-94 por meses, se aprecia un menor consumo en los meses de verano, pudiendo destacar los meses de Julio con un consumo un treinta y seis por cien inferior a la media del resto de meses, Agosto un veintinueve por cien inferior y Junio un veintitrés por cien inferior, siendo los primeros meses del año la época donde se da un mayor consumo, destacando Enero con un consumo un treinta por ciento superior a la media, Febrero y Marzo un veinte por ciento superiores a la media. Es reseñable que el porcentaje de compras en los meses de Enero doblan a las realizadas en Julio (once por ciento de las compras anuales frente a un cinco por ciento).

LOS PRECIOS DE LA MIEL EN ESPAÑA

El precio de la miel, entendiendo que este precio es el pagado por los consumidores y que es un precio promedio (media

Curiosamente, la venta directa, la más cara

Aumentan las importaciones y disminuyen las exportaciones

Futuro poco halagüeño

ponderada), tras un primera época de estancamiento (1990-92) ha experimentado un crecimiento, en pesetas corrientes, en los últimos años del período considerado (1993 y 1994) tal como se muestra en la Tabla IV. Esto ha significado un incremento del precio de la miel en este período del ocho por ciento, situándose en las 470,5 pta/kg en 1994.

Pero en términos de pesetas constantes (pesetas reales), el precio ha descendido respecto a 1990 un nueve por ciento, alcanzando en 1994 el menor precio de todo el período (470.5 pta/kg.).

Tabla IV. Precio promedio de la miel pagado por los consumidores en España en el período 1990-94 (pta/kg)

TABLA I. Consumo de miel en España en el período 1990-94

	1990	1991	1992	1993	1994	Consumo Medio 1990-94
Mill. Kg.	24.5	24.6	26.4	30.1	24.9	26.1
Kg. per capita	0.62	0.62	0.70	0.76	0.63	0.66

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A.

TABLA II. Consumo de miel en España en el período 1990-94 por áreas geográficas (expresado en kg per capita)

	1990	1991	1992	1993	1994	Desviación respecto media(1994)
Total España	0.62	0.62	0.70	0.76	0.62	-
Áreas metropolitanas	0.58	0.61	0.65	0.71	0.53	-16.1 %
Noreste	0.52	0.56	0.53	0.83	0.74	16.4 %
Levante	0.60	0.64	0.75	0.61	0.54	-12.9 %
Andalucía	0.71	0.59	0.75	0.81	0.56	-9.7 %
Centrosur	0.59	0.69	0.69	0.70	0.52	-16.1 %
Castilla-León	0.77	0.66	0.72	0.89	0.83	25.3 %
Noroeste	0.75	0.63	0.52	0.73	0.59	-4.8 %
Norte	0.65	0.75	0.81	0.82	0.87	28.7 %
Canarias	0.33	0.38	0.32	0.62	0.37	-40.3 %

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A.

TABLA III. Consumo de miel en España en el período 1990-94 por lugares de compra o forma de adquisición (expresado en Tm y porcentaje)

	Autoservicios + supermercados (Tm)	Tiendas tradicionales (Tm)	Compra directa al productor (Tm)	Hipermercados (Tm)	Otras formas (Tm)
1992	12.000 (45.6%)	5.895 (22.4%)	3.576 (13.6%)	1.889 (7.2%)	2.928 (11%)
1993	11.000 (36.4%)	6.155 (20.4%)	4.700 (15.6%)	4.267 (14.2%)	4.036 (13%)
1994	8.974 (36.4%)	4.851 (19.7%)	3.233 (13.1%)	3.896 (15.8%)	3.679 (15%)

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A.

COLABORACIONES TECNICAS

TABLA IV. Precio medio de la miel pagado por los consumidores en España en el período 1990-94

	1990	1991	1992	1993	1994
Precio promedio (ptas corrientes/Kg)	432.5	432.2	432.8	460.9	470.5
Índice 1994 = 100	91.9	91.8	91.9	97.9	100
Precio promedio (ptas reales/Kg.)	511.8	490.4	470.8	480.7	470.5
Índice 1994 = 100	108.7	104.3	100.1	102.2	100

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A. y elaboración propia.



En cuanto a los precios de la miel por tamaño del hábitat se puede señalar que existen grandes diferencias entre los precios en las distintas poblaciones, siendo más barata por regla general la miel que se compra en las grandes ciudades. Para el año 1994 se aprecia que donde alcanza un precio más alto la miel es en las ciudades de menos de 2.000 habitantes, un quince por ciento superior al precio promedio, disminuyendo progresivamente hasta alcanzar un precio considerablemente menor en las ciudades de más de 500.000 habitantes, un tres por ciento menor a la media. De esta manera, en este año 94, el precio de la miel en las hábitats más pequeños es un diecisiete por ciento superior al precio en las grandes ciudades.

Podemos destacar que no existen grandes diferencias entre los precios pagados por los diferentes estratos sociales, únicamente, como ejemplo, señalar que en el año 1994, el precio pagado por la clase social baja ha sido en torno al cinco por ciento inferior al precio pagado por el resto de clases sociales.

En cuanto al comportamiento de los precios por áreas geográficas podemos señalar que existe una gran variabilidad de

éstos según las distintas zonas, siendo los precios en las áreas Norte y Noroeste de España, así como en Canarias, en el período 1990-94, superiores al precio promedio nacional. De esta manera, y para el año 1994, es de destacar (Tabla V), la zona Noroeste con unos precios superiores un veintiocho por ciento a la media nacional, Canarias un catorce por cien superior y la zona Norte con unos precios un ocho por cien superiores. El resto de las áreas geográficas tienen unos precios menores a la media nacional, destacando la zona de Levante, un doce por cien menores, Castilla-León un once por cien menores y Centro-Sur y Andalucía con unos precios un ocho por ciento inferiores a la media nacional. Esta gran variabilidad de precios entre las distintas áreas geográficas tiene como consecuencia que el precio de la miel en 1994, por ejemplo en la zona Noroeste, sea un treinta y cinco por ciento superior al precio pagado en Levante.

Es de destacar que los precios de la miel en compra directa al productor, que hipotéticamente debían ser los más ventajosos para el comprador, no son los más baratos, más bien es la contrario, siendo los más altos en todos y cada uno de los años del período 1990-94, siendo para el año 1994 un ocho por cien superiores al precio promedio nacional (Tabla VI). De esta manera, podemos señalar que los precios más baratos se dan en los hipermercados (un trece por cien menores al precio promedio en 1994), seguidos de los autoservicios y supermercados (un dos por cien menores). Se puede apreciar una diferencia de precios, para el año 1994, entre el lugar de compra con unos precios menores (hipermercados) y el de mayores precios (compra directa) de cerca del veinte por ciento. Al contemplar esta diferencia de precios, hay que considerar que no todas las formas de venta ofrecen la misma calidad y tipo de producto, por lo que un mayor precio en algunas de estas formas de adquisición puede ser debida a la oferta de un producto de mayor calidad o tipos de miel más apreciados por los consumidores.

Señalar, que tras el análisis de los datos

disponibles, no se aprecia estacionalidad en los precios de la miel en este período.

EL GASTO ESPAÑOL EN MIEL

El gasto total en miel en el año 1994 asciende a 11.752 millones de pta, lo que supone un incremento del gasto, en pesetas corrientes, respecto a 1990, del diez por ciento. Al considerar pesetas constantes (reales) se aprecia un descenso del gasto en este período del seis por ciento.

El gasto per capita en este período ha crecido un poco más de un ocho por ciento, en pesetas corrientes, pese a lo cual en el año 1994 se ha producido, respecto al año anterior, un descenso en el gasto de un dieciséis por ciento. Considerando el gasto en pesetas constantes (ptas. reales), se ha producido un descenso de éste en el período 1990-94 de más de un ocho por ciento, siendo el descenso de 1994 frente al año anterior de un veinticuatro por ciento (Tabla VII).

El porcentaje del valor de la miel adquirida sobre el total de la cesta de la compra es muy pequeño, siendo sólo del 0,2% en este período.

Destacar que el gasto, en el año 1994, es mayor en las ciudades de menos de 2000 habitantes (un treinta y tres por cien superior al gasto medio), siendo la clase social alta y media alta la que presenta un gasto menor (un siete por ciento inferior al gasto medio). Por regiones, la que mayor gasto presenta es la zona Norte, un treinta y cuatro por cien superior a la media, seguida de la zona Noroeste y Castilla-León (un veinticuatro y un diecisiete por ciento superiores respectivamente), mientras que Canarias con un gasto un treinta por cien inferior a la media, Centrosur (un veintitrés por cien inferior) y Levante (un veintidós por cien menor) son las áreas geográficas con un menor gasto per capita.

En cuanto a los lugares de compra, para este año 1994, hay que señalar que el mayor gasto se da en autoservicios y supermercados, con un treinta y cinco por cien del gasto total en miel, seguidos por las tiendas tradicionales (un veinte por cien del valor total), la compra directa y los hipermercados (catorce por cien cada uno).

LA PRODUCCION

El número total de colmenas en el total del estado español es, para el año 1993, de 1.704.979, lo que representa respecto al año 1990 un incremento del nueve por ciento. De estas colmenas alrededor del noventa por cien son de tipo movilista (suponen el noventa y seis por ciento de la producción nacional en 1993) frente a un diez por ciento de colmenas fijistas, por lo que nos centraremos principalmente en las primeras.

TABLA V. Precio de la miel en España en el período 1990-94 por áreas geográficas (expresado en pta/kg)

	1990	1991	1992	1993	1994	Desviación respecto media(1994)
Total España	432.5	432.2	432.8	460.9	470.5	-
Áreas metropolitanas	409.3	388.2	420.2	438.2	449.8	-4.6 %
Noreste	451.2	418.6	427.3	441.6	455.1	-3.4 %
Levante	381.4	409.1	411.3	434.5	421.2	-11.8 %
Andalucía	385.9	410.4	392.7	424.3	438.1	-7.4 %
Centrosur	378.6	366.4	377.3	426.4	437.7	-7.5 %
Castilla-León	394.6	398.5	400.3	403.6	424.6	-10.8 %
Noroeste	596.8	645.4	600.9	666.6	649.9	27.6 %
Norte	459.4	466.7	475.8	500.9	509.5	7.6 %
Canarias	507.5	492.1	581.2	496.4	546.1	13.8 %

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A.

TABLA VI. Precio de la miel en España en el período 1990-94 por lugares de compra o forma de adquisición (expresado en pta/kg)

	Autoservicios + supermercados (ptas/Kg)	Tiendas tradicionales (ptas/Kg)	Compra directa al productor (ptas/Kg)	Hipermercados (pts/Kg)	Otras formas (p/Kg)
1990	394.6	457.52	464.9	363.1	397.6
1991	378.0	451.0	500.0	350.0	494.3
1992	409.2	450.3	492.5	375.4	474.6
1993	443.4	460.1	529.0	421.2	469.8
1994	463.6	485.2	509.8	410.6	492.2

Fuente: Consumo alimentario en España. M.A.P.A.

Por Comunidades Autónomas, en el año 1993, destaca en número de colmenas Castilla-León con un diecisiete por ciento del total nacional, Andalucía un dieciséis por cien, Extremadura un quince por cien y Valencia un catorce por cien. Por provincias destaca Salamanca (once por cien del total nacional), Valencia (nueve por cien), Cáceres (siete por cien) y Badajoz (siete por cien).

Los rendimientos por colmena (kg/año) en el período 1990-93 han crecido un seis por ciento, situándose en 17,6 kg*colmena/año en 1993. Las CC.AA. con mayores rendimientos (kg/colmena) en 1993 son: C.Valenciana, un sesenta y cuatro por cien superior a la media nacional, Cataluña (cuarenta por cien), Navarra (veinticinco por cien) y Andalucía (atorce por cien).

En cuanto a la producción propiamente dicha ha crecido en el período 1990-93 un veintiuno por ciento, situándose en las 28.393 Tm en 1993. Por CC.AA., los principales productores son en este año: C.Valenciana con el veinticuatro por ciento de

la producción nacional, Andalucía (dieciocho por cien) y Castilla-León (quince por cien). Por provincias destaca Valencia, con el diecisiete por ciento del total nacional, Salamanca (diez por cien) y Córdoba (cinco por ciento).

LOS PRECIOS DE PRODUCCION

Los precios percibidos por los agricultores han sufrido una serie de oscilaciones en el período 1990-93, moviéndose en tor-

no a las doscientas pesetas, situándose en 1993 en las 206,5 pta/kg, lo que supone unos precios similares a los del 90 (Tabla VIII) hablando en pesetas corrientes, ya que si nos referimos a pesetas reales, el descenso del precio en el período 1990-93 es de un quince por ciento.

En cuanto al valor de la producción, éste ha experimentado un crecimiento del veinte por ciento en el período (este crecimiento se reduce al seis por ciento en pesetas reales), situándose en los 5.862 millones de pesetas en 1993.

EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE MIEL

En la Tabla IX se muestra la evolución de las exportaciones e importaciones de miel en España para el período 1990-95, de las que podemos destacar:

- Las exportaciones expresadas en Tm han sufrido un descenso del cuatro por ciento, según datos provisionales del M.A.P.A., registrándose descensos en todos los años del período (excepto en el año 1994), situándose en las 4.841 Tm en el año 1995. En cuanto al valor de dichas exportaciones ha experimentado un crecimiento del cuarenta por ciento (con la misma evolución señalada anteriormente), alcanzando en 1995 los 1.336 millones de pesetas (en pesetas reales este crecimiento es sólo del diecinueve por ciento).

Por países la U.E. fue en 1995 la principal receptora de miel española, con un cincuenta y cuatro por ciento del total en Tm, situándose en este año en 2.587 Tm, lo que supone un descenso respecto a 1990 del cuarenta y ocho por ciento. En valor (mill. pta) suponen el cincuenta y ocho por ciento de las exportaciones totales de miel españolas en 1995, con un descenso en el período del veintidós por ciento.

Como puede apreciarse, las exportaciones españolas de miel hacia la Comunidad han descendido en este período, rompiendo en el año 1995 la tendencia generalizada en otros años, en los cuales los mercados europeos eran los principales destinos de las exportaciones españolas (destacar, por ejemplo, que en el año 1990 el noventa por cien de las exportaciones españolas de miel tenían como destino los mercados europeos).

Dentro de la U.E., los principales desti-

TABLA VII. Gasto per capita en miel en España para el período 1990-94 (expresado en pta/año)

	1990	1991	1992	1993	1994
Gasto per capita (ptas. corrientes/año)	269.0	271.0	288.9	349.3	293.7
Gasto per capita (ptas. reales/año)	318.3	307.5	314.3	364.3	293.7

Fuente: Consumo alimentario M.A.P.A. y elaboración propia.

COLABORACIONES TECNICAS

nos en 1995 han sido: Francia (cuarenta y siete por ciento de las exportaciones españolas a la Comunidad), Alemania (veintitrés por ciento), Portugal (once por cien), Grecia (diez por cien) e Italia (cinco por cien).

Considerando el mercado mundial de la miel, los principales países destino de las exportaciones españolas son, por importancia, en el año 1995: Francia con el veinticinco por ciento del total de la miel exportada, Argelia el veintidós por ciento, Alemania trece por cien, Marruecos doce por cien, Portugal seis por cien, Grecia cinco por cien y Arabia Saudí dos por ciento.

• Las importaciones en Tm se han multiplicado por trece en el período 1990-95, situándose en 1995 (datos provisionales) en las 15.985 Tm, creciendo en todos los años (aunque se ha detectado una anomalía en los datos disponibles para el año 1993 en lo referente a las importaciones de Cuba, las cuales se sitúan en este año en 21.903 Tm, dato que se supone erróneo, dado que anteriormente dichas importaciones estaban en valores iniciales de 200-400 Tm/año, para pasar posteriormente a valores de entre 1500-1700 Tm/año). El valor de estas importaciones se ha multiplicado por catorce, situándose en 1995 en los 2.353 millones de pesetas.

Las importaciones españolas de miel provenientes de la U.E. alcanzan en 1995 las 1987 Tm, lo que representa que en el período 90-95 estas importaciones se han multiplicado por doce. Estas importaciones de la CEE sólo representan el doce por ciento de las importaciones españolas totales (Tm). El valor de estas importaciones se ha multiplicado por diez en el período 90-95, representando en el año 1995 el diecisiete por ciento del valor total de las importaciones en este año. Dentro de la CEE las principales importaciones españolas en 1995 provinieron de Francia (treinta y siete por cien), Alemania (treinta y cinco por cien), Gran Bretaña (diez por cien) y Portugal (nueve por cien).

Los principales países de los que importó miel España en 1995 son: Argentina (cuarenta por ciento del total de importaciones), China (veinticinco por cien), Cuba (diez por cien), Uruguay (siete por cien) y Francia (cinco por cien).

LA DISTRIBUCION COMERCIAL DE LA MIEL EN ESPAÑA

A continuación y de una manera resumida, al no ser objeto de este artículo el realizar una detallada relación de las operaciones en el manejo de la miel, se intentará mencionar las diferentes operaciones que sufre la miel desde la colmena hasta que llega al consumidor.

En primer lugar y una vez que nos aseguramos que la miel se encuentra en su estado óptimo de madurez (cantidad de agua en torno al 18%) procedemos a su

extracción mediante centrifugación, previa desoperculación de los panales, quedando desechados los procedimientos de prensado (peor calidad de la miel, rotura de los paneles, etc) y decantación o escumamiento (proceso más caro, obteniéndose la denominada "miel virgen"). Los restos de los opérculos obtenidos también se reutilizan para la obtención de miel, suponiendo en torno a un dos por cien de la miel total recogida.

La miel sale de las celdas atravesando una tela metálica, y va a parar al recipiente de donde se recoge por medio de una espita, recibíendola sobre un tamiz. Una vez la miel en estos recipientes, es pasada a los envases para su venta, evitando y eliminando las burbujas de aire y procediendo a un desespumado de la misma (procesos de decantación y limpieza).

Una vez que tenemos la miel en el envase, se produce el fenómeno que puede que más influya en la calidad de una miel, la cristalización. Este proceso (espontáneo o conducido) consiste en la formación de cristales de azúcar en el interior de la miel, solidificándose, variando éste según el tipo de miel. Ante todo debemos señalar que es un proceso natural y en principio no se debe tachar de defectuosa una miel que presente este aspecto. Para evitar la presentación de la miel con este aspecto sólido (o separada en dos fases) podemos proceder de dos maneras: una fluidificación a 37-40°C durante 36 a 48 horas, o bien un proceso de pasteurización, consistente en la exposición durante dos o

tres minutos a temperaturas entre 78-82°C. Este último proceso disminuye la riqueza aromática y enzimática, disminuyendo la diversidad de sabores y provocando una caramelización de los azúcares y un oscurecimiento de la miel. Con todo lo anterior queremos hacer hincapié en que el consumidor está acostumbrado a encontrarse con una miel líquida rechazando en muchas ocasiones la miel cristalizada que generalmente ofrece el productor, la cual suele poseer unas características superiores a las líquidas. Esto no quiere decir que no pueda haber mieles pasteurizadas que cristalicen y que presenten una baja calidad.

En cuanto a la forma en que la miel suele llegar al envasador, las más comunes son: bidones metálicos (sobre unos 300 kg netos de miel), latas de lámina estañada (30-32 kg) o en latas con barnices para alimentos de 25 kg. El envase final debe reunir algunas de las siguientes características: peso reducido, bajo precio, resistencia, cierre hermético, higiénico, atrayente, etc. Generalmente suele ser de cristal (aunque también aparecen envases de plástico no poroso o cartón parafinado) y con unos formatos standard de presentación: 250 g (212 c.c.), 500 g (390 c.c.) y 1000 g (780 c.c.). En lo que respecta al etiquetado, respeta la Norma de Calidad de la miel, haciendo constar el origen floral de la miel, su contenido neto en gramos o kg, caducidad, identificación del lote y país de origen, estando prohibidas toda referencia como "pura", "de abeja", "natural", "extra-

TABLA VIII. Producción, precios percibidos y valor de la producción de miel en España (período 1990-93)

	1990	1991	1992	1993
Producción (Tm)	23.458	25.302	23.958	28.393
Precios percibidos agríc.(ptas comientes /Kg)	208.5	199.3	232.1	206.5
Valor producción (mill. ptas)	4.891	5.043	5.561	5.862

Fuente: Anuario de Estadística Agraria.

TABLA VIII. Exportaciones-Importaciones de miel de España al mundo, en el período 1990-94

	1990	1991	1992	1993	1994	1995 (*)
Exportaciones (Tm)	5.057	4.358	4.128	3.990	5.453	4.841
Exportaciones (mill ptas)	951	829	880	853	1.297	1.336
Importaciones (Tm)	1.225	2.455	11.582	32.200(1)	13.111	15.985
Importaciones (mill ptas)	167	302	1.323	1.312	1.634	2.353
SalDOS (Tm)	3.832	1.903	-7.454	-28.210	-7.658	-11.144
SalDOS (mill ptas)	784	527	-443	-459	-337	-1.017

Fuente: Anuario de Comercio Exterior M.A.P.A.

(1) Dato erróneo.

(2) Datos provisionales.

fina", así como hacer referencia a su carácter terapéutico o curativo.

En cuanto a las operaciones de industrialización, resumiendo lo anterior y por orden de ejecución serían: desoperculación, centrifugación, filtrado, envasado al por mayor (decantación, desespumado y limpieza), vaciado (pérdidas del 0,5%), fluidificación y pasteurización, y envasado final.

Los agentes que intervienen en el proceso de comercialización de la miel pueden apreciarse en la siguiente figura, distinguiéndose seis canales de comercialización diferentes:

CANAL 1 (Longitud: 0) Apicultor - Consumidor

El apicultor vende directamente al consumidor, llevando a cabo todas las operaciones mencionadas anteriormente.

CANAL 2 (Long: 1) Apicultor - Cooperativa - Consumidor

La Cooperativa recibe la miel a granel del Apicultor, encargándose del vaciado (pérdidas del 0.5%), limpieza, desespumado, fluidificación y pasteurización, así como del envasado final, ofreciendo la miel directamente al consumidor.

CANAL 3 (Long: 2) Apic. - Coop. - Minorista - Consumidor

El proceso es similar al del Canal 2 excepto por el hecho de que la Cooperativa entrega la miel, ya en su envase final, a minoristas que son los encargados de ofrecer el producto a los consumidores.

CANAL 4 (Long: 3) Apic. - Coop. - Mayorista Envasador - Min. - Cons.

El Apicultor entrega la miel a la Cooperativa, la cual una vez recogida toda la cosecha de sus socios la entrega al Mayorista envasador, el cual llevará a cabo los procesos mencionados en el Canal 2 (decantación, desespumado, limpieza, fluidificación y desplumado, envasado final). El Mayorista, una vez la miel en su envase final, la distribuye a los minoristas los cuales únicamente se encargan de ofrecerla a los consumidores.

CANAL 5 (Long: 2) Apic. - Mayor. Env. - Minor. - Cons.

Este canal se diferencia del anterior en que es el Apicultor el que ofrece la miel directamente al Mayorista envasador, y no la Cooperativa, manteniéndose el resto igual que en el Canal 4.

CANAL 6 (Long: 2) Apic. - Mayor. Importador (Exportación) - Min. - Cons.

El Mayorista importador compra la miel a apicultores de otros países, pudiendo comprarla a granel o ya envasada. Una vez ya dispone de la miel, este Mayorista se comporta como Mayorista envasador, por lo que el comportamiento es el señalado en el Canal 5.

En cuanto a los márgenes de comercialización señalar que en el Canal 1 nos encontramos con un margen absoluto, para el año 1993, de 322,5 ptas, mientras que el margen relativo es del sesenta y uno por ciento, resaltando que es un canal de longitud 0. Por su parte el Canal 5 (con una estructura clásica en los esquemas de la comercialización) presenta un margen absoluto, para el mismo año, en supermercados y autoservicios de 226,1 pta, mientras que el margen relativo es del cincuenta y uno por ciento, apreciándose que se trata de un canal de longitud 2. Este comportamiento que a priori podría parecer contradictorio, tiene su justificación en la calidad del producto que se está comprando. La miel que se compra directamente al productor suele ser una miel de mayor calidad, generalmente monofloral y de variedades más apreciadas. A esto se le añade el hecho del contacto directo con el productor, lo que da una idea al consumidor de producto más "biológico y natural", a parte de la connotación de consumir alimentos del país. La miel que se comercializa en hipermercados, supermercados, etc, suele ser por lo general una miel multifloral, proveniente de otros países (generalmente a unos precios mucho menores), por lo que alcanza unos precios más bajos en estos establecimientos, lo que hace que pese a encontramos con más eslabones en la cadena de comercialización el margen comercial en estos canales sea menor.

EL ENTORNO DEL MERCADO

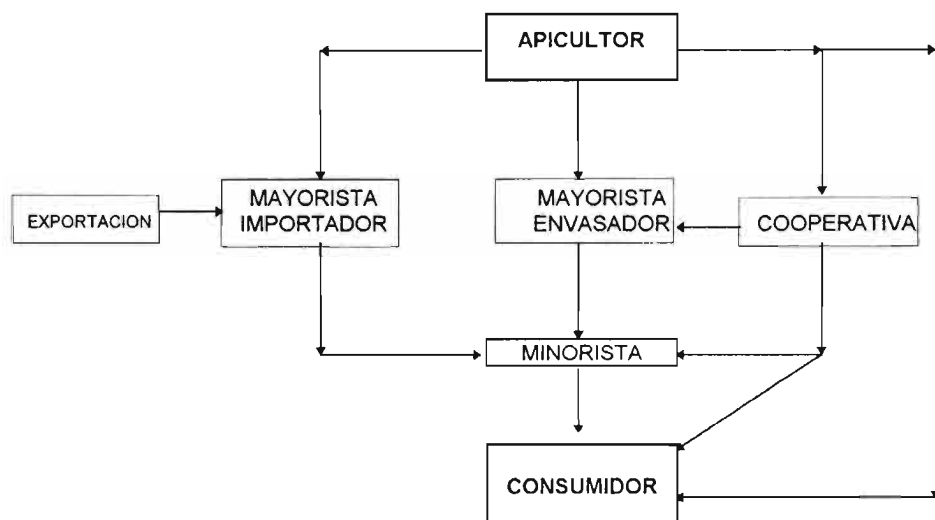
Como sabemos, la situación económica europea a corto y medio plazo está marcada por los Acuerdos de Maastricht y por una política de ajuste más o menos dura en los países de la Unión. Este entorno macroeconómico caracterizado, entre otros, por una reducción del gasto y un mayor control de los precios, parece que

no va a influir notablemente en la ya de por sí no muy elevada tasa de consumo de miel en España (0,6 kg per capita).

Por otra parte, si parece un elemento de mayor influencia sobre la apicultura española (la cual no hay que olvidar que es la que mayor número de colmenas censadas posee en la Unión, así como el mayor número de profesionales en relación al número total de apicultores) la no existencia de una Organización Común de Mercado específica, así como la no existencia de un sistema global de apoyo a las rentas. Junto a esto, añadir que tras los acuerdos GATT liberalizadores del comercio mundial, se puede prever una mayor entrada de miel extracomunitaria en la Unión Europea, ya que como bien es sabido el mercado europeo es el principal importador mundial (siendo a su vez el tercer productor mundial tras Rusia y China), suponiendo estas importaciones alrededor de la mitad del mercado total (el grado de autoabastecimiento de la Unión gira en torno al 50%). Estas importaciones futuras se unirán a las elevadas tasas actuales, lo cual repercutirá negativamente en la apicultura europea, y por tanto en la española, principalmente vía precios.

No obstante la Comisión preconiza seguir una orientación de mejora de las condiciones de producción mediante programas nacionales de lucha contra la varroasis, de racionalización de la trashumancia y de creación de una red de centros apícolas regionales. También se hace hincapié en las medidas para conformar una política de calidad como, por ejemplo, la definición de las características de los orígenes botánicos y geográficos de la miel y de los métodos de análisis armonizados correspondientes.

En este sentido señalar que en España existe una única denominación de origen para la miel, "Miel de la Alcarria", la cual englobaba en 1993 unas nueve mil colme-



COLABORACIONES TECNICAS



Castra de miel. La Breña. 1996

nas con 19 industrias envasadoras y un volumen comercializado bajo la denominación de origen de 28 toneladas. De igual forma, hasta 31 de diciembre de 1994, en España sólo existen dos agrupaciones de productores agrarios en miel reconocidas de acuerdo a la normativa nacional y comunitaria (R(CEE) 1360/78), con una producción de 2.363 Tm.

Esta es una de las posibles vías de trabajo futuro en la apicultura española, estos es, incidir y recalcar las características propias (sabor, aroma, propiedades específicas, etc.) de las diferentes mieles nacionales. Junto a esto la miel, como cualquier producto que se enfrenta al mercado, debe de adaptarse a los deseos del consumidor, no debiendo dejar escapar el sector aquellas oportunidades comerciales que se le planteen en el futuro, tales como infusiones con miel (té, poleo, manzanilla, etc), mieles con jalea real, mieles con Ging Seng, etc.

CONCLUSIONES

El consumo de miel en España en 1994 se situó en cerca de veinticinco millones de kilos, lo que supone prácticamente los mismos niveles de consumo que en 1990, estando el consumo per capita en los seiscientos gramos/año (igual que en el año 1990). Este consumo se da casi únicamente en los hogares, con una tasa del 99%.

En cuanto a la diferencia de consumo destaca el norte de España como principal consumidor, con cantidades por encima de la media (Norte, Castilla-León y Norte), mientras que la parte sur del país presenta un consumo menor a la media (Canarias, Centro-Sur, Levante y Areas metropolitanas).

El precio de la miel en 1994 se encuentra en las 470,5 pta/kg, lo que supone un

descenso en el periodo de casi un diez por ciento (en pesetas reales). Los mayores precios se dan en las poblaciones más pequeñas, y en las áreas Norte, Noroeste y Canarias. Por el contrario, el menor precio se da en Levante, Castilla-León, Centro-sur y Andalucía. El menor precio de compra se da en hipermercados, mientras que la compra directa es la opción más cara.

El gasto total en miel asciende a 11.752 millones de pesetas, lo que en términos reales supone un descenso del seis por ciento en el periodo (este descenso es del ocho por ciento en el gasto per capita, 293,7 pta en 1994). Cabe destacar que el porcentaje del valor de la miel comprada sobre el total de la cesta de la compra es muy pequeño, sólo del 0,2%.

La producción en el periodo 1990-93 ha crecido un veintinueve por ciento, situándose en 1993 en las 28.393 Tm, siendo los principales productores la C. Valenciana (25% del total), Andalucía (18%) y Castilla-León (15%). El valor de esta producción en 1993 es de 5.862 millones de pesetas, lo que supone un incremento del seis por ciento en pesetas reales. En cuanto al precio percibido por los agricultores es en 1993 de 206,5 pta/kg, lo que supone en términos reales un descenso del seis por ciento.

En cuanto a la tendencia del comercio exterior, señalar que las exportaciones en 1995 (datos provisionales) se sitúan en las 4.841 Tm, lo que supone un descenso del cuatro por ciento respecto a 1990 (crecimiento en valor de un diecinueve por ciento). Estas exportaciones van principalmente hacia la Unión Europea (Francia, Alemania), Argelia y Marruecos. En cuanto a las importaciones, éstas se han multiplicado por trece en el periodo 1990-95, situándose en 1995 (datos provisionales) en 15.985 Tm, mientras que supusieron 2.353 millones de pesetas. Las principales importa-

ciones provienen de Argentina, China, Cuba y Uruguay. De esta manera se puede apreciar que el saldo en 1995 es muy negativo, tanto en unidades físicas (-11.144 Tm), como monetarias (-1.017 millones de pesetas).

En la distribución señalar que al contrario que en otros productos el canal de venta directa al productor es el que a pesar de una menor longitud mayores márgenes presenta (absoluto y relativo), achacable a la calidad y características específicas de la miel comercializada.

En cuanto al entorno económico que rodea al mercado de la miel, parece que en el futuro más próximo las expectativas no son muy halagüeñas, siendo previsibles mayores importaciones, con los consecuentes efectos sobre la apicultura nacional. De esta manera se deberán fomentar, favorecer y desarrollar las diferentes modalidades de asociación y agrupación de productores, pudiéndose lograr de esta manera importantes descuentos en la compra de colmenas, material para la extracción, productos sanitarios, etc. A su vez se deben crear, potenciar y reforzar las Denominaciones de Origen. De esta manera se producirá un reforzamiento del sector que le permitirá afrontar con mayor peso y una mayor legitimidad sus reivindicaciones frente a la administración (primas, subvenciones, créditos, etc.). No debemos olvidar tampoco que el apicultor no debe estar ajeno al mercado y debe adaptarse a los deseos del consumidor, sabiendo innovar y ofrecer al consumidor aquel producto que en el futuro éste pueda demandar.

BIBLIOGRAFIA

- "Anuario de Estadística Agraria". Madrid. Secretaría General Técnica. M.A.P.A. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "La Agricultura, la Pesca y la Alimentación Españolas". Madrid. Secretaría General Técnica. M.A.P.A. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "Boletín Mensual de Estadística Agraria". Madrid. Secretaría General Técnica. M.A.P.A. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "La Alimentación en España". Madrid. Secretaría General Técnica. M.A.P.A. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "Anuario de Comercio Exterior". Madrid. Secretaría General Técnica. M.A.P.A. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "La situación de la Agricultura en la Unión Europea". Comisión Europea. 1990, 91, 92, 93, 94.
- "La Miel". Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación. Generalitat Valenciana.
- Benedetti, L.; "Apicultura"; Ed: Omega; Barcelona (1990).
- Piana, G.; "La miel: Alimento de conservación natural: Origen-recolección, comercialización"; Ed: Mundi-Prensa; Madrid (1989).