

Caracterización de la Cadena Productiva de Miel en El Salvador

PAF CADENAS PRODUCTIVAS



Juntos
podemos
¡cosechar un
mejor país!



Consultoría:

**“Caracterización de la Cadena Productiva de Miel
en El Salvador”**

INFORME FINAL

Presentado a:

**Plan de Agricultura Familiar - Cadenas
Productivas
MAG-IICA**

José Héctor Mayorga Cerón- Consultor

Julio de 2012

CONTENIDO

Introducción	2
1.- Antecedentes	3
2.- Contexto mundial de la miel	4
3.- Contexto regional de la miel.	9
4.- Contexto de la miel en El Salvador	10
I.- Caracterización de la Cadena	16
I.1. Eslabón de Proveedores de Insumos	17
I.2 Eslabón de la Producción	19
I.3. Eslabón de Procesamiento y Transformación	22
I.4. Eslabón de Comercialización	23
I.5. Las Instituciones de Apoyo	25
I.6. Perspectiva de la cadena en su conjunto	26
II- Situación competitiva de la cadena de miel	28
III. Las oportunidades comerciales	30
IV, Propuesta Estratégica para el Fomento de la Competitividad de la Cadena Productiva.	32
1.- Líneas estratégicas	32
IV.2 Plan de Acción	34
Anexos	37

Acrónimos

ACAPIL	Asociación Cooperativa de Productores de Miel de La Libertad
ACOIDECHA	Asociación Cooperativa de Productores de Miel de Chalatenango
AGROCAFTA	Programa de apoyo para aprovechar oportunidades del Tratado de libre Comercio con Estados Unidos
BANDESAL	Banco de Desarrollo de El Salvador
BFA	Banco de Fomento Agropecuario
BH	Banco Hipotecario
CAMAGRO	Camara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador
CAS	Centro de Acopio y Servicios
CENTA	Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal
COEXPORT	Corporación de exportadores de El Salvador
CONAPIS	Comisión Nacional Apícola de El Salvador
CORDES	Fundación para la Cooperación y Desarrollo Comunitario de El Salvador
CP	Cadenas productivas
CRS	Catholic Relief Services
DIGESTYIC	Dirección General de Estadísticas y Censos
ECAS	Escuelas de Campo
ENA	Escuela Nacional de Agricultura "Roberto Quiñónez"
FAO	Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FAOSTAT	Estadísticas de Comercio Mundial de la FAO
FEDECREDITO	Federación de Cajas de Crédito de El Salvador
FIDA	Fondo Internacional para el Desarrollo de la Agricultura
FODA	Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
FOMILENIO	Fondo del Milenio
FUNDE	Fundación Nacional para el Desarrollo
FUSADES	Fundación Salvadprerña para el Desarrollo Económico y Social
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
JICA	Agencia Japonesa de Cooperación INTERNACIONAL
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MARN	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
MINEC	Ministerio de Economía de El Salvador
OIRSA	Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria
ONG's	Organizaciones no gubernamentales
PACA	Política Agropecuaria Centroamericana
PAF	Plan de Agricultura Familiar
PRODEMORO	Proyecto de Modernización Rural de la zona oriental y Central
PROINNOVA	Programa de apoyo a las PYMES para la innovación y el emprendimiento
PYMES	Pequeña y mediana empresa
SCAES	Sociedad Cooperativa de Apicultores de El Salvador
UES	Universidad de El Salvador
UNICAES	Universidad Católica de El Salvador
UNIVO	Universidad de Oriente
USAID	Agencia de los Estado Unidos para el Desarrollo Internacional
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

Introducción

El presente documento de “Caracterización de la Cadena Productiva de Miel en El Salvador” recoge información relativa a la situación actual de esta actividad, como parte del Plan de Agricultura Familiar (PAF), ejecutado por la alianza MAG-IICA.

Para las instituciones públicas y organizaciones privadas que desarrollan sus actividades en búsqueda del mejoramiento socioeconómico de la población dedicada a actividades agropecuarias, es absolutamente insuficiente focalizar su interés y acción sólo en los aspectos productivos; hoy día la exposición de la producción doméstica a la competencia internacional, ya sea en el mercado interno, en los mercados externos o en ambos, exige que una alta productividad caracterice a todas las actividades de la cadena. Para lograr este objetivo, la coordinación entre actores de distintos eslabones y las alianzas constituyen un camino efectivo.

Estos conceptos son útiles si pueden convertirse en instrumentos de apoyo a la transformación productiva de las cadenas agroalimentarias. El enfoque de cadenas sugiere que el paso de la teoría a la realidad es viable, en tanto puedan desarrollarse mecanismos de diálogo y de concertación, formales y permanentes, entre los actores de las cadenas agroalimentarias y entre estos y las instituciones de gobierno, que conduzcan al establecimiento de agendas y compromisos para el cambio. A partir de esta visión es que aparecen los acuerdos de competitividad como instrumentos de cambio.

Para la consecución de los resultados planteados para este esfuerzo, ha sido necesario desarrollar una metodología de trabajo adaptada a las características particulares del sector productivo abordado, la cual se incluye en la sección de Anexos. Como parte de este proceso, se ejecutaron dos talleres de consulta, tanto con los productores como con otros actores de los otros eslabones de la cadena, a fin de comprender su funcionamiento. El resultado fueron aportes de mucha relevancia por parte de los diferentes actores. El proceso requirió analizar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, que subsisten en la actividad productiva de la miel. El enfoque metodológico hizo énfasis en las oportunidades a fin de visualizar aquellas que resultan atractivas para los actores principales, en este caso los participantes del eslabón de la producción.

El producto final de este proceso es este documento que incluye diversas propuestas que surgieron de los talleres de consulta, un planteamiento de las líneas estratégicas a seguir y las acciones que pueden ser impulsadas para provocar un cambio sustancial en el desempeño de la cadena de miel en El Salvador.

Quedan registradas otras aspiraciones que deberán ser transferidas o comunicadas a diversos organismos competentes a fin de responder al clamor de aquellos que se dedican a la producción de miel como su principal actividad generadora de ingresos.

Es importante destacar que este esfuerzo, ha sido posible gracias a la sinergia generada en conjunto con el equipo técnico y de coordinación de la Cadena de Miel del IICA-PAF CP, a quienes se les agradece su aporte profesional, apoyo logístico, convocatorias efectivas, interacción con los beneficiarios y su disposición de colaboración en el proceso.

1.- Antecedentes

La competitividad de un producto o servicio en un mercado determinado no depende únicamente del desempeño individual de un actor privado si no del desempeño integral de todos los actores en los distintos eslabones que conforman la cadena de valor del producto hasta llegar al consumidor final. Por tal razón, previo a llevar una oferta producida localmente a mercados nacionales, regionales o internacionales, los actores salvadoreños necesitan tener en cuenta la demanda con sus requerimientos y preferencias establecidas acerca de precios, calidad, volumen, confiabilidad, diseño y prontitud de entrega.

Con base en conocimientos acerca de una demanda específica, los actores privados, prestadores de servicios empresariales e instituciones públicas pueden coordinar sus actividades para aumentar la capacidad competitiva en todos los eslabones locales de una cadena productiva. La manera más eficaz para lograrlo consiste en cooperar estrechamente entre los eslabones, intercambiar información y coordinar acciones, para establecer una visión compartida acerca de la competitividad tanto a nivel de región, de país, así como también de sector o cadena.

El PAF-CP entiende la cadena de valor desde tres dimensiones: a) La relación estratégica entre los eslabones, que cuando pasa de una simple relación entre actores individuales para transformar insumos y servicios en un producto determinado, a una relación de colaboración estratégica entre eslabones y sus varios actores para el beneficio mutuo, se convierte en una cadena de valor b) Si bien es posible que las actividades productivas estén integradas dentro de una sola empresa, por lo general se efectúan entre diferentes actores económicos, interconectados por relaciones de compra venta ; c) Los actores de una cadena de valor pueden efectuar sus actividades en un solo sitio geográfico y también pueden repartirse en varios países.

En el caso de los productos agrícolas y agroindustriales el establecimiento y/o fortalecimiento de encadenamientos productivos se perfila como indispensable para diversificar y mejorar la calidad de la oferta, que el país puede orientar hacia la satisfacción de la demanda de los mercados internos y externos con la consecuente generación de más y mejores empleos que una acción de tal envergadura puede significar, contribuyendo de esa manera, a mejorar las condiciones de vida de los participantes del sector y abriendo oportunidades incluyentes.

Para dar respuesta a estos desafíos, el MAG en alianza con el IICA ha diseñado el Programa de Cadenas Productivas dentro del Plan de Agricultura Familiar. Este programa está basado en una lógica de intervención productiva, que orienta y privilegia sus acciones y esfuerzos a la creación y fortalecimiento de cadenas de valor específicas. Durante su ejecución, el programa contribuirá a aumentar el nivel de competitividad de cada uno de los productos definidos y priorizados por las estrategias nacionales de desarrollo del Gobierno de El Salvador; Por tanto, las grandes apuestas de este programa son: a) lograr el mejoramiento del acceso a los mercados formales; b) elevar la productividad por área sembrada; c) el fortalecimiento de las capacidades de gestión de los negocios y d) la promoción de la inversión privada.

El Proyecto se enfoca en el fortalecimiento de las capacidades técnicas en las áreas de producción, pos cosecha, acopio y comercialización, además de fortalecer la organización y gestión empresarial de las familias rurales que actúan en las cadenas priorizadas. Con ello se apoyará el encadenamiento que mejore la participación en los mercados nacionales e

internacionales, y aumente la competitividad de los negocios de cada cadena. En adición, se facilitará la gestión crediticia para iniciativas productivas innovadoras y se proveerá de incentivos que potencien la aplicación de las tecnologías aplicadas y aplicables en cada cadena.

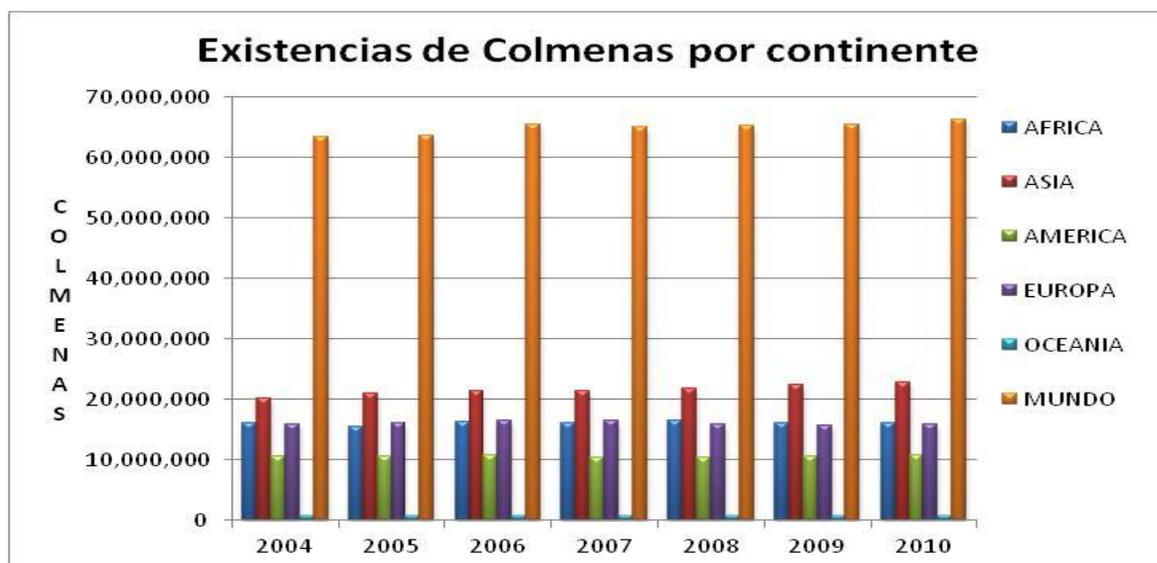
Las cadenas seleccionadas incluyen: Granos básicos, Frutas, Hortalizas, Cacao, Lácteos, Café, Miel y Acuicultura.

Este documento presenta los resultados de la **Caracterización de la cadena productiva de miel** a nivel nacional, la formulación de una estrategia y la propuesta de un plan de acción para el desarrollo de la cadena de valor, el cual debe ser consistente con los ejes estratégicos del PAF. A continuación el detalle.

2.- Contexto mundial de la miel

La situación de los productos apícolas en el mundo se encuentra dividida claramente en países productores y países consumidores. Haciendo una revisión de los datos estadísticos publicados por FAOSTAT, específicamente sobre el producto miel encontramos información sobre cómo han evolucionado las existencias de colmenas por continente a nivel mundial, la cual se presenta a continuación para el período 2004-2010.

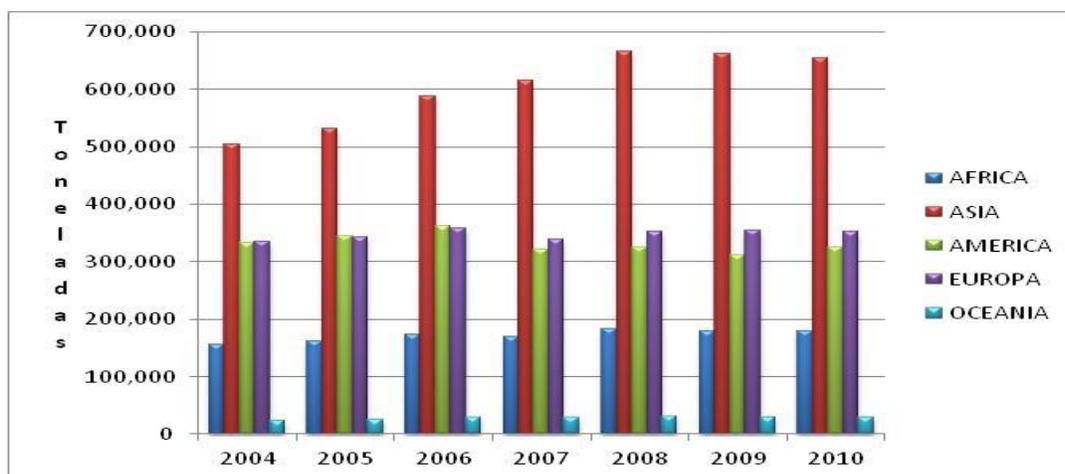
EXISTENCIA MUNDIAL DE COLMENAS POR CONTINENTE							
CONTINENTE	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AFRICA	15,988,100	15,535,910	16,368,758	16,052,518	16,508,229	16,000,523	16,051,842
ASIA	20,152,535	20,891,970	21,303,942	21,401,243	21,779,113	22,488,814	22,786,591
AMERICA	10,606,011	10,459,189	10,706,021	10,414,480	10,407,677	10,568,540	10,852,984
EUROPA	15,933,205	16,103,161	16,413,905	16,374,956	15,763,450	15,619,835	15,787,227
OCEANIA	676,759	675,329	687,294	711,171	713,471	709,071	709,071
MUNDO	63,356,610	63,665,559	65,479,920	64,954,368	65,171,940	65,386,783	66,187,715



El gráfico muestra que la mayor cantidad de colmenas en el año 2010 se concentraba en Asia (34%), Europa (24%) y África (24%). En América solo se concentraba el 16% de las existencias de colmenas a nivel mundial.

Al analizar las producciones y la productividad por continente las cifras son las siguientes:

Producción (Toneladas) y productividad (Kg/colmena) por continente														
	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	PRODUCCION	RENDIMIENTO												
AFRICA	155,391	9.72	161,300	10.38	172,426	10.5	168,402	10.49	183,080	11.09	178,633	11.16	179,405	11.18
ASIA	503,629	24.99	530,524	25.39	587,019	27.6	614,728	28.72	665,045	30.54	660,643	29.38	653,479	28.68
AMERICA	331,828	31.29	344,020	32.89	361,210	33.7	320,794	30.80	324,142	31.14	312,065	29.53	325,914	30.03
EUROPA	335,226	21.04	343,296	21.32	358,295	21.8	338,567	20.68	351,809	22.32	353,771	22.65	353,139	22.37
OCEANIA	24,212	35.78	25,699	38.05	28,358	41.6	28,700	40.36	30,624	42.92	30,074	42.41	29,611	41.76
MUNDO	1,350,286	21.31	1,404,838	22.07	1,507,508	23.0	1,471,191	22.65	1,554,700	23.86	1,535,186	23.48	1,541,548	23.29



La gráfica muestra que las mayores producciones son en Asia, por el predominio que siempre ha tenido China como productor a nivel mundial; pero las producciones del continente americano se equiparan a las de Europa a pesar de tener un 8% menos de colmenas.

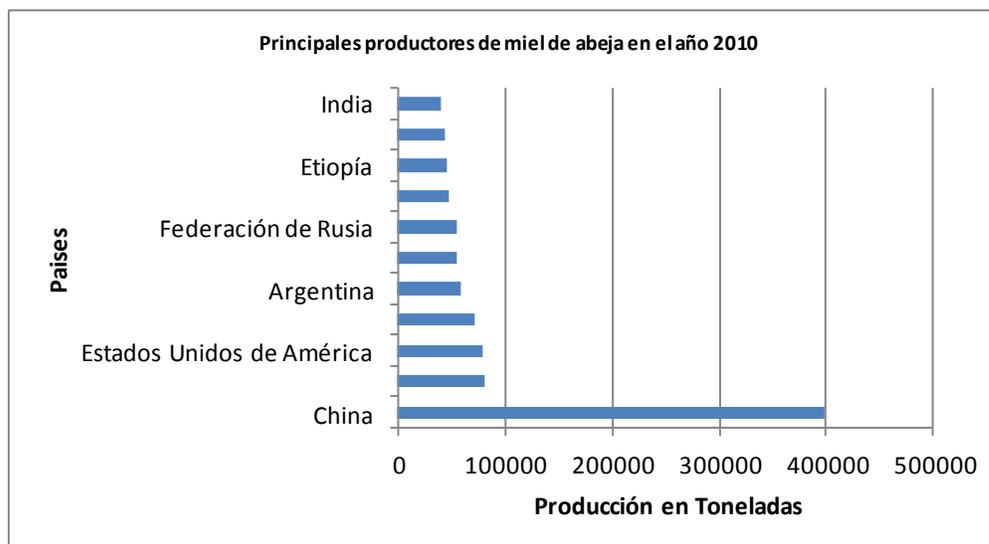
Analizando la producción país, las cifras para 2010 destacan lo siguiente:

Principales Países productores de miel de abeja

Periodo: Año 2010

Posición	País	Producción (Tons)
1	China	398000
2	Turquía	81115
3	Estados Unidos de América	79789
4	Ucrania	70800
5	Argentina	59000
6	México	55684
7	Federación de Rusia	54000
8	Irán (República Islámica del)	47000
9	Etiopía	45300
10	Brasil	44600
11	India	39500

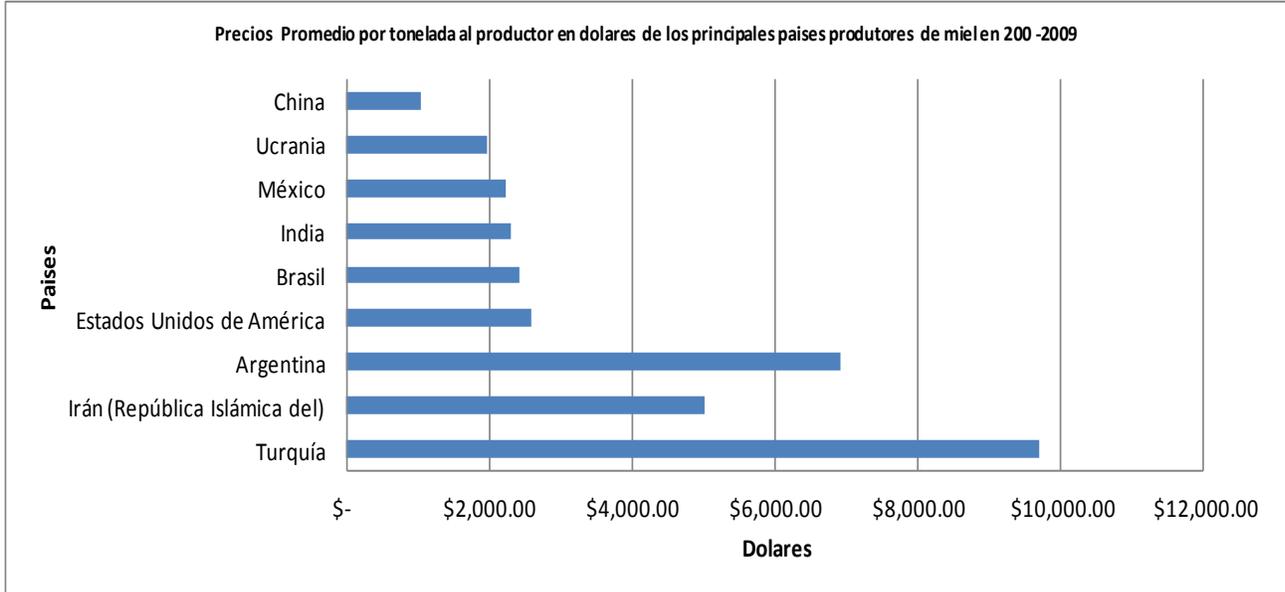
Fuente. FAO STAT



A Nivel Mundial, tradicionalmente cinco países han concentrado el 50% del total de la producción de miel (China, Argentina, Turquía, Estados Unidos y la Federación Rusa). El principal continente productor es Asia, seguido de Europa y en tercer lugar América. A partir de 2003 Argentina se ubicó como el segundo productor mundial superando por primera vez en la historia a Estados Unidos. China históricamente ha sido el principal productor mundial de miel con una participación de 22% de la producción mundial y es el primer exportador. Sus

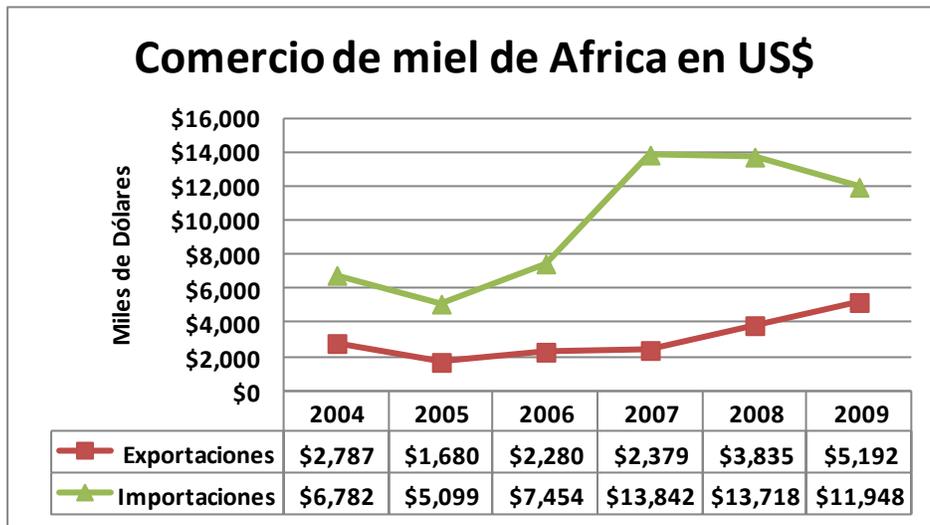
principales destinos son Japón y Estado Unidos. En 2010 vemos la participación de México en el mercado mundial de miel.

En cuanto al comportamiento de precios al productor, a nivel mundial la tendencia ha sido la siguiente:

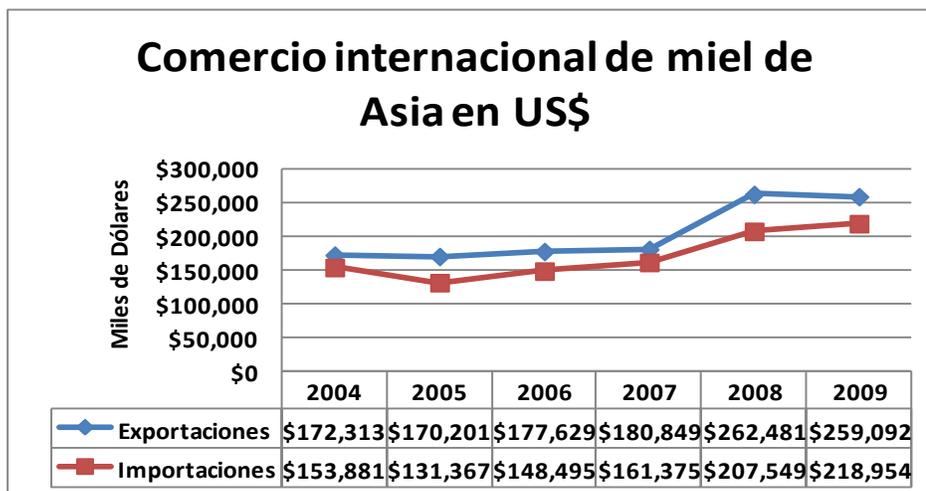


La gráfica muestra las diferencias en precios al productor entre países. A nivel latinoamericano los precios al productor en Argentina son los mejores.

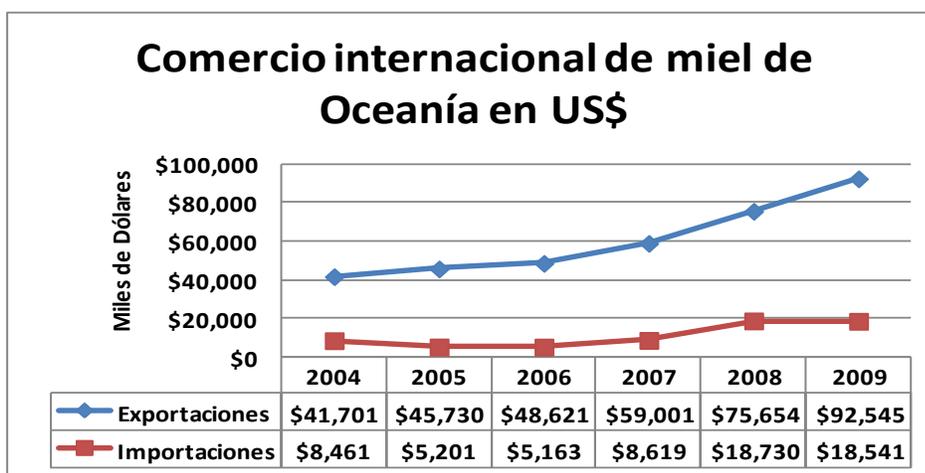
En cuanto al comercio mundial de miel, las estadísticas más recientes para el período 2000-2009 por continente son las siguientes:



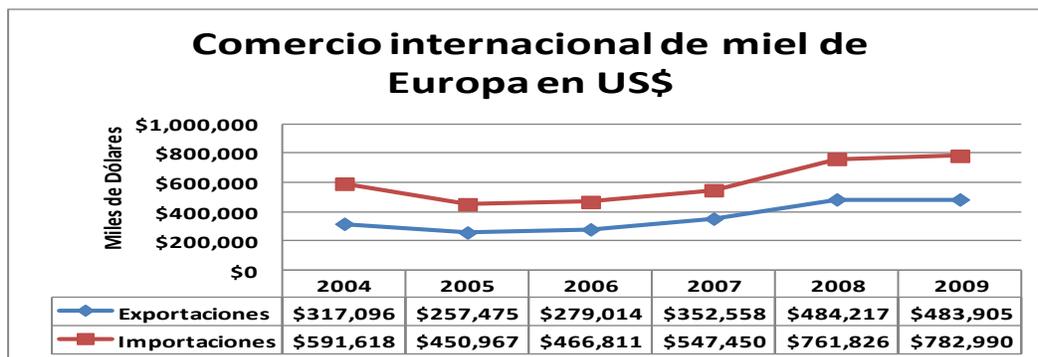
La gráfica muestra que el continente africano tiene un déficit comercial durante todo el período entre \$ 4, 000,000 y \$ 6, 000,000.



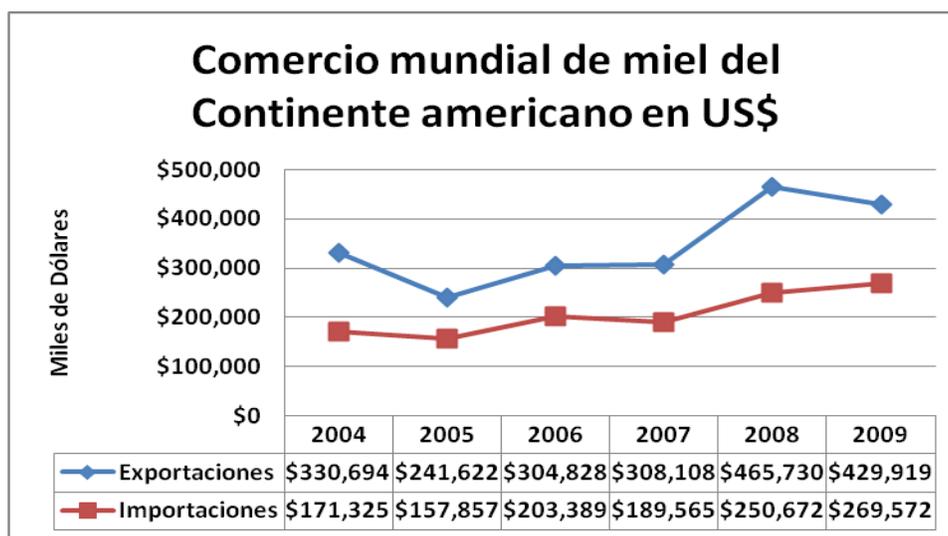
El continente Asiático presenta un superávit comercial influenciado principalmente por China que es el principal productor de miel a nivel mundial.



Oceanía presenta un mayor superávit comercial de miel que el continente asiático, como se puede observar en el gráfico.



Como se observa en el gráfico Europa tiene un déficit comercial en miel entre \$ 200, 000,000 y \$ 300, 000,000 anuales, siendo un alto consumidor de miel.



El continente americano tiene superávit siendo un exportador neto de miel principalmente hacia Europa.

La demanda a nivel internacional tiene un comportamiento creciente debido a las nuevas corrientes en los hábitos de alimentación que actualmente se propagan por el mundo, constituyendo la miel un producto apetecido por sus beneficios en materia de salud e higiene natural.

3.- Contexto regional de la miel.

La miel en Centroamérica además de ser un rubro importante de exportación tiene un consumo en cada país por sus propiedades medicinales y por los aspectos de belleza.

En el siguiente cuadro se presentan las producciones de miel de los diferentes países de la región centroamericana.

Tal como se observa en el cuadro, El Salvador fue el principal productor en Centroamérica, hasta que en 2006 Guatemala comenzó a ocupar el primer lugar como productor de miel.

Producción en toneladas de Miel de abeja en Países de Centro América

Periodo: Año 2000- 2010

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Guatemala	1,445	1,450	1,500	1,900	1,650	1,500	1,459	3,443	3,446	3,505	3,500
El Salvador	1,070	1,212	1,660	1,799	2,362	2,508	2,026	2,128	2,234	2,237	2,200
Costa Rica	1,462	1,260	1,298	1,270	1,243	1,176	1,300	1,162	1,139	1,149	1,100
Nicaragua	370	380	385	390	385	400	470	449	471	490	460
Honduras	167	170	120	119	118	117	120	118	115	122	130
Belice	78	43	47	53	38	31	49	48	29	59	60
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	4,592	4,515	5,010	5,531	5,796	5,732	5,424	7,348	7,434	7,562	7,450

En cuanto al comercio de miel entre los países de Centroamérica las cifras muestran lo siguiente:

Balanza Comercial de miel entre países centroamericanos							
País	Actividad	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
Costa Rica	Importaciones promedio		\$296,800	\$75,500		\$41,000	\$65,000
	Exportaciones Promedio						\$3,000
	Saldo		\$296,800	\$75,500		\$41,000	\$62,000
El Salvador	Importaciones promedio			\$69,400	\$8,000	\$129,000	
	Exportaciones Promedio	\$278,300		\$3,333	\$73,500		
	Saldo	\$278,300		\$66,067	\$65,500	\$129,000	
Guatemala	Importaciones promedio	\$3,000	\$3,000				
	Exportaciones Promedio	\$96,000	\$77,767		\$148,500	\$4,000	
	Saldo	\$93,000	\$74,767		\$148,500	\$4,000	
Honduras	Importaciones promedio		\$58,333	\$203,167		\$11,000	
	Exportaciones Promedio		\$6,000	\$1,000			
	Saldo		-\$52,333	-\$202,167		\$11,000	
Nicaragua	Importaciones promedio			\$7,000	\$1,000		
	Exportaciones Promedio	\$45,000	\$47,667		\$20,000		
	Saldo	\$45,000	\$47,667	\$7,000	\$19,000		
Panamá	Importaciones promedio	\$3,000			\$1,000		
	Exportaciones Promedio						
	Saldo	\$3,000			\$1,000		

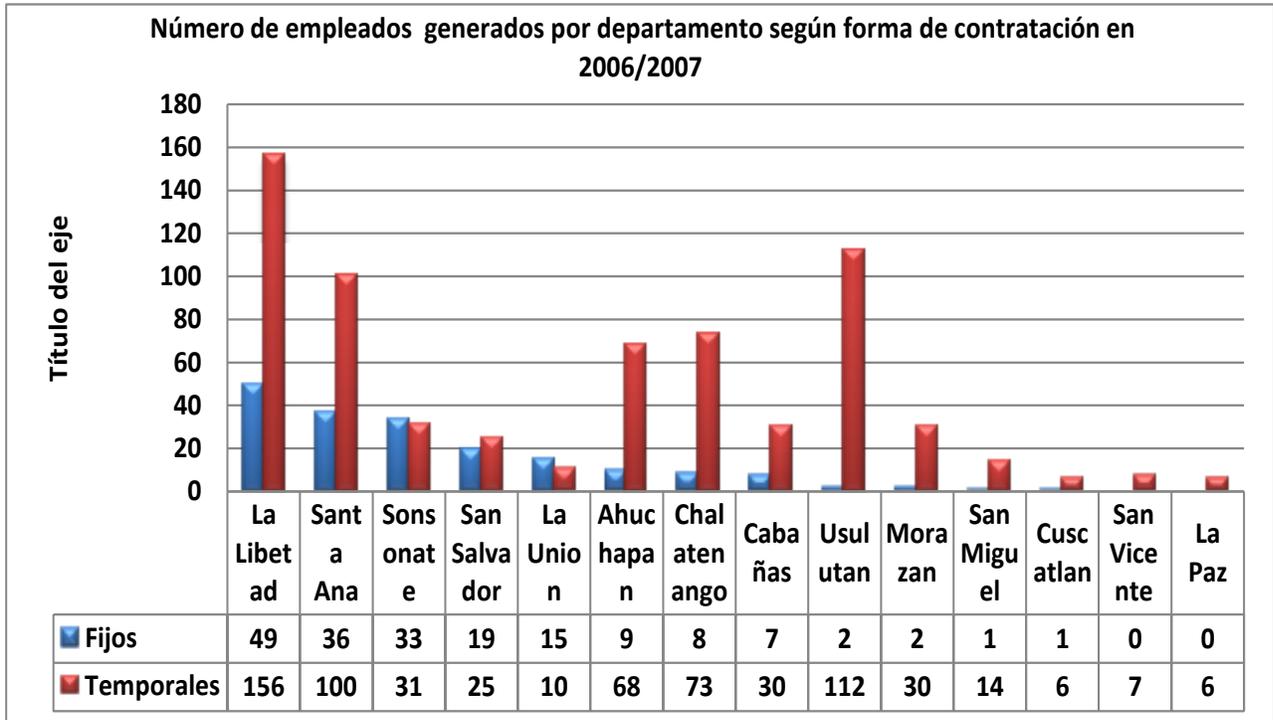
El cuadro refleja que los mayores exportadores dentro del área son El Salvador y Guatemala. Panamá es un importador neto.

Es de hacer notar que a nivel centroamericano los apicultores están trabajando de manera conjunta, dentro de los lineamientos de la Política Agropecuaria Centroamericana (PACA). El OIRSA es el ente que está apoyando el trabajo conjunto a nivel de Centroamérica a fin de dinamizar e incrementar la competitividad del sector en todos los países de la región. El objetivo es promocionar la miel centroamericana en los mercados externos uniformizando el manejo y la calidad de la miel; para ello ya se ha desarrollado una Norma regional de miel, además de las normas propias de cada país. Así mismo se mantiene una continua capacitación de técnicos y apicultores en el control de enfermedades y las Buenas Prácticas Apícolas.

4.- Contexto de la miel en El Salvador

El Salvador ha sido un productor y consumidor de miel. La industria apícola en nuestro medio data desde la época colonial, cuando se introdujeron las abejas melíferas. Desde esa época la Apicultura ha ido evolucionando hasta convertirse en un rubro importante dentro de la economía del país.

El sector apícola es generador de empleo en el país, tal como se aprecia en la gráfica siguiente:



La mayor parte de empleos son temporales y se dan durante la cosecha.

El aporte principal de la actividad es el producto de las exportaciones que genera, las cuales se muestran en la siguiente gráfica, en unidades y valores. .



El gráfico muestra las alzas y bajas en las exportaciones, las cuales reflejan un comportamiento casi estático de las exportaciones.

Las exportaciones por país de destino más recientes muestran los siguientes valores:

PAISES	2005	2006	2007	2008	2009
	VALOR FOB US\$				
Estados Unidos (U.S.A.)	72,746.10	78,273.90	7,350.00	0.00	3,601.50
Guatemala	0.00	2,975.36	5,394.94	0.00	0.00
Honduras	63,269.58	69,911.64	61,032.23	72,077.14	32,686.43
Costa Rica	128,520.00	141,960.00	529,605.13	402,340.00	219,600.00
Panamá	0.00	0.00	0.00	0.00	27.21
Alemania	1717,788.00	1575,885.00	1168,710.00	2138,439.00	2766,837.00
Bélgica	0.00	0.00	0.00	62,628.00	241,131.00
España	0.00	0.00	0.00	111,180.00	0.00
Reino Unido	162,210.00	440,715.00	253,605.00	153,840.00	58,800.00
Japón	0.00	0.00	36.00	0.00	0.00
TOTALES	2144,533.68	2309,720.90	2025,733.30	2940,504.14	3322,683.14

Fuente: Datos del Banco Central de Reserva de El Salvador.

De acuerdo al IV Censo Agropecuario realizado por la DIGESTYC en 2007/2008 había en el país un total de 1,070 apicultores distribuidos en todo el país. La gráfica muestra su dispersión por departamento



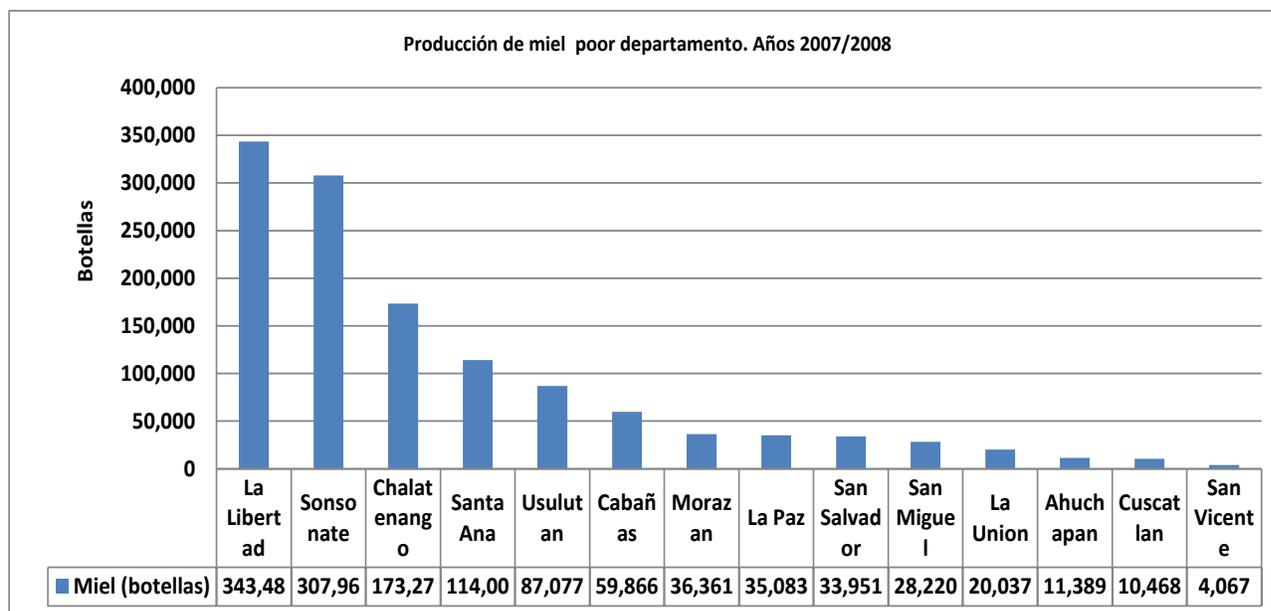
De igual forma, se tienen registrado la cantidad de apiarios y colmenas en el país y su distribución geográfica, la cual se muestra en el siguiente cuadro:

Inventario apícola por número de apiarios y colmenas por departamentos .

Departamentos	Inventario Apícola		
	Apiarios	Colmenas	Colmenas/apiario
Chalatenango	366	9,561	26
Sonsonate	293	11,402	39
Santa Ana	237	12,129	51
Ahuchapan	197	6,668	34
Usulután	175	5,401	31
La Libertad	161	6,449	40
Morazán	139	2,874	21
Cabañas	136	3,284	24
San Vicente	89	4,111	46
San Miguel	79	2,003	25
La Unión	55	1,104	20
San Salvador	51	1,582	31
La Paz	40	1,417	35
Cuscatlán	33	918	28
TOTAL	2,050	68,902	32

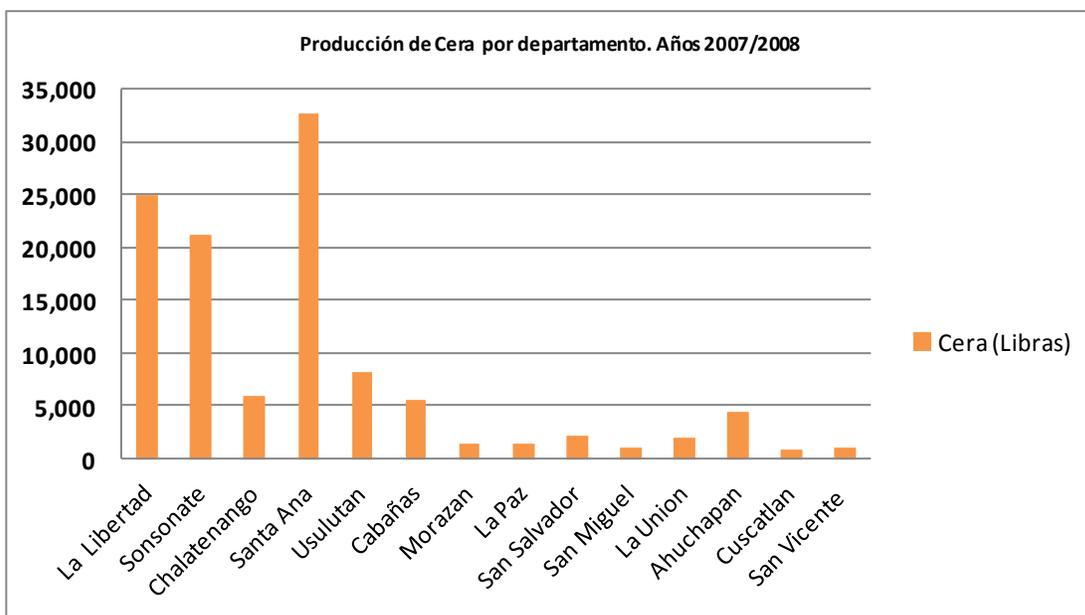
Tal como lo muestra el gráfico, el promedio de colmenas por apiario es de 32 y los apiarios con cifras mayores que estos se ubican en Santa Ana, San Vicente, La Libertad y Sonsonate.

En cuanto a la producción de miel y cera por departamento, en la gráfica siguiente se presentan las cifras para el período reportado en el IV censo agropecuario.

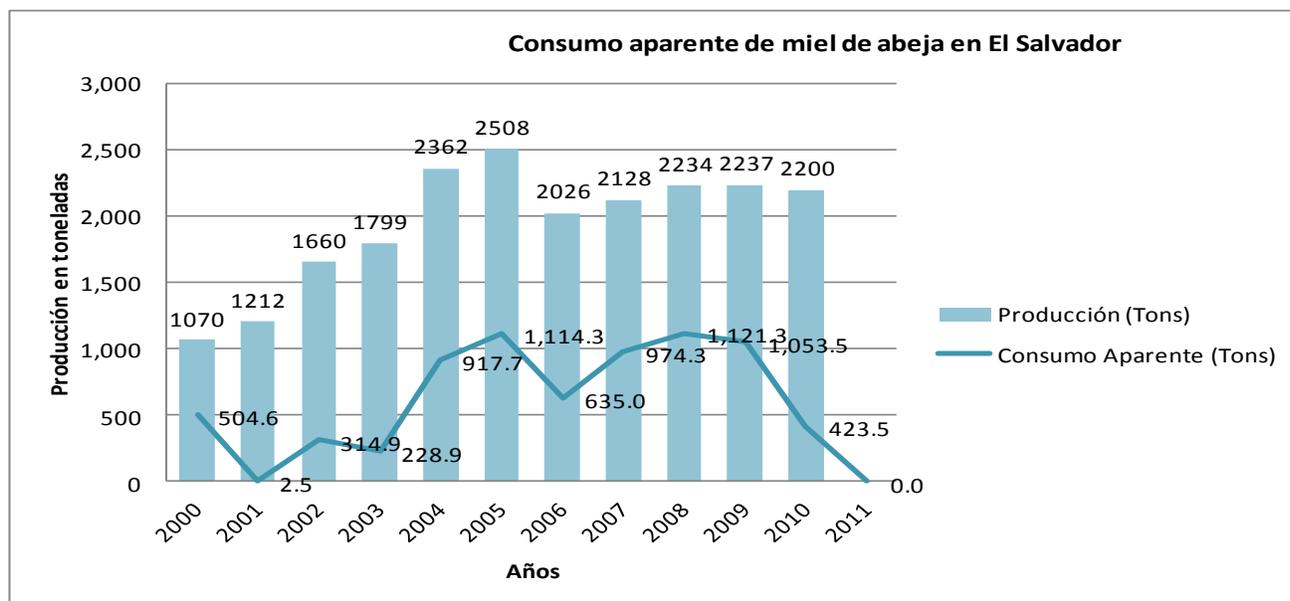


La producción está en botellas ya que es la unidad con la que el apicultor comercializa su miel en el mercado local. Como se observa, las mayores producciones están en los departamentos de La Libertad, Sonsonate y Chalatenango.

La cera es un producto de la colmena que el apicultor vende o procesa para utilizarlo en sus colmenas para la producción de miel. Las producciones de cera para ese período se muestran en la siguiente gráfica:

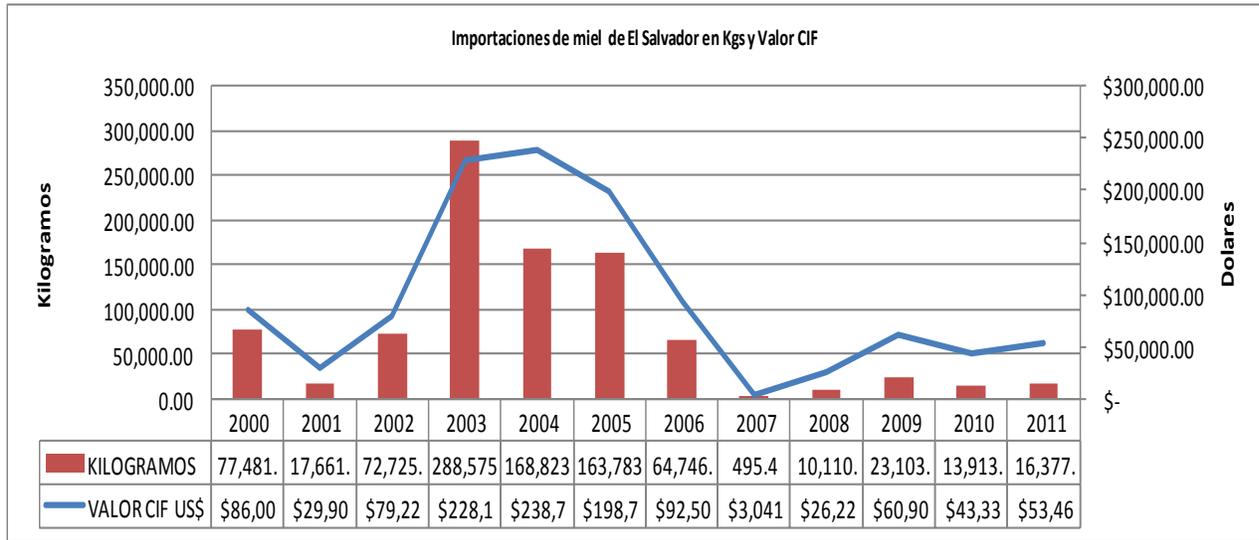


Como ya se había mencionado, El Salvador es además de productor un consumidor de miel; aunque el consumo per cápita continúa siendo bajo. En la siguiente gráfica se muestra el consumo aparente de la miel en el país.



La gráfica muestra la producción y el consumo aparente en el que se observa que el grueso de la producción es exportado. Para 2011 no hay datos de consumo aparente por eso la línea

llega a cero. El consumo aparente también contempla las importaciones, las cuales se muestran en la siguiente gráfica:



En cuanto a los precios pagados al productor por tonelada en El Salvador, la gráfica siguiente muestra la evolución de los mismos:



La gráfica muestra que el precio de la miel se mantiene casi estático por períodos de tiempo, como se ve en el ciclo 2000-2003 el precio se mantiene en \$ 1500 por tonelada; luego hay un alza que se mantiene 2004-2006 con un precio de \$ 2,000 por tonelada y la siguiente alza que se mantiene en 2007-2008 en alrededor de \$ 2,450 por tonelada, pero presenta una pequeña baja en 2009. En general el precio por tonelada está influenciado por el comportamiento de los precios en los mercados externo.

I.- Caracterización de la Cadena

La Cadena productiva agroalimentaria es el itinerario o proceso que sigue un producto agrícola, pecuario, forestal o pesquero a través de las actividades de producción, transformación e intercambio hasta llegar al consumidor final. Incluye además, el abastecimiento de insumos (semillas, fertilizantes, financiamiento, maquinaria, etc.) y equipos relevantes, así como todos los servicios que afectan de manera significativa a dichas actividades: investigación, capacitación, asistencia técnica, entre otros.

Los eslabones están compuestos por un grupo de actores económicos que realizan actividades similares, tienen procesos de generación de valor, poseen derechos propietarios sobre un producto o servicio en un estado de valor definido, transfieren este producto a los mismos clientes y reciben insumos de los proveedores.

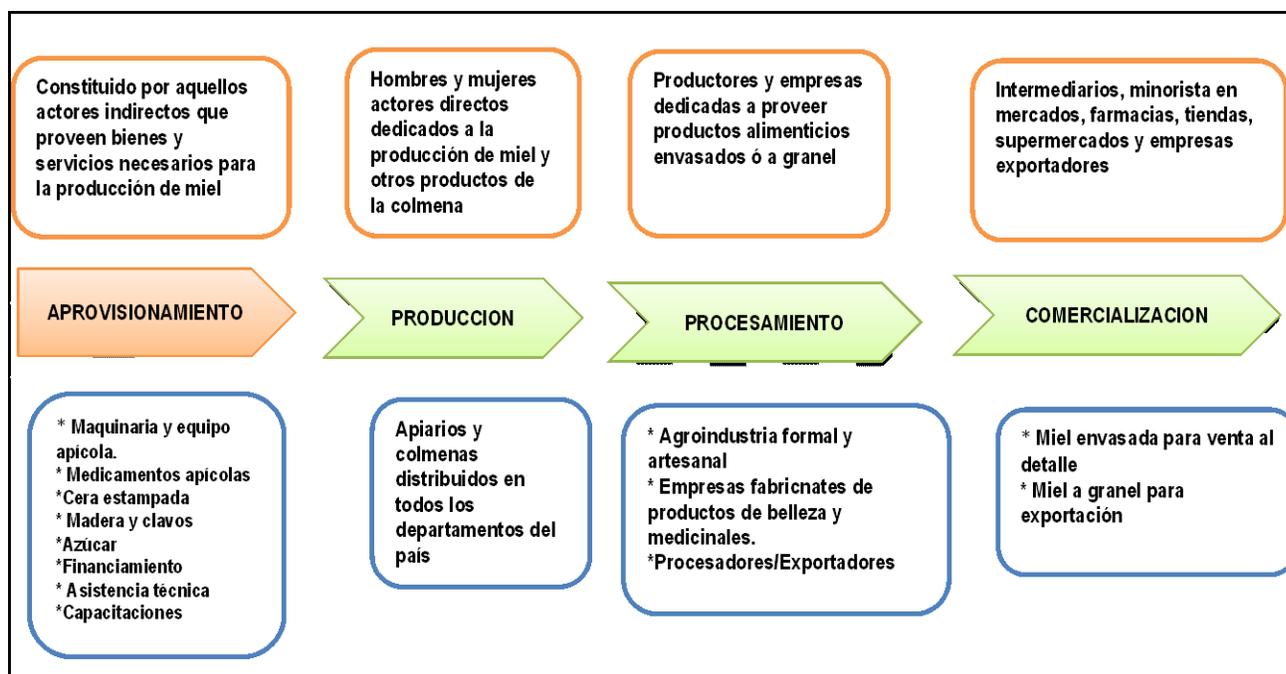
La identificación de los agentes de la cadena está estrechamente ligada a la identificación de los flujos y de las operaciones para agrupar la puesta en el mercado de la producción. Los flujos son transferencias de bienes y/o servicios y valores que circulan entre las diferentes actividades y eslabones. La identificación de la naturaleza de los flujos y de los agentes involucrados conduce a un análisis funcional que normalmente se formaliza a través de un organigrama donde se localiza la interrelación de:

- ✓ las principales funciones, es decir las etapas de procesamiento y de distribución, así como las actividades de abastecimiento de los insumos que se considera necesario incluir en las cadenas.
- ✓ Los agentes que asumen dichas funciones.
- ✓ Los productos contenidos en la cadena: es decir el producto principal de la cadena bajo las diversas formas en que, progresivamente, se va transformando.

Para el análisis de la cadena de valor se consideran cuatro categorías principales que ordenan los ámbitos que deben ser considerados:

- **eslabones básicos** : se refieren a actividades implicadas en la creación física del producto en su venta y en la transferencia hacia los consumidores: producción primaria, industrialización, comercialización, distribución y consumo;
- **actividades de apoyo**: referidos al abastecimiento de insumos, provisión de servicios y desarrollo de los recursos humanos.
- **actividades estratégicas**: se refieren a actividades que tienen impacto sobre la competitividad y están relacionadas con la estructura organizacional y la tecnología
- **condicionantes** macroeconómicas y del entorno internacional.

A continuación y basados en estos conceptos se presentan los detalles que describen la dinámica existente entre los diferentes eslabones de la Cadena de miel en El Salvador:



Es conveniente indicar que el análisis planteado está condicionado por las variables macroeconómicas y las Instituciones de apoyo que funcionan alrededor de la cadena.

1.1. Eslabón de Proveedores de Insumos

Este eslabón está compuesto por todos aquellos proveedores de bienes y servicios que se constituyen en los insumos necesarios para la realización de la actividad apícola, siendo los principales insumos: a) azúcar para alimentar las colmenas en la época en que no hay floración; b) cera estampada para las alzas de las colmenas; c) pié de cría para establecer sus colmenas; d) maquinaria y equipo apícola como ahumadores, espátulas, centrífugas, etc.; e) Madera y clavos para la elaboración de las colmenas; f) asistencia técnica y capacitaciones en temas de producción y calidad de la miel; g) instrumentos financieros de apoyo a los proyectos productivos a través de diferentes tipos de instituciones.

Los apicultores a nivel local adquieren sus insumos principales en farmacias, carpinterías, ferreterías y sastrerías locales; el pie de cría la adquieren los apicultores localmente y los terrenos donde ubican las colmenas en la mayoría de los casos son arrendados, principalmente en algunas temporadas de producción de miel.

El principal insumo, que es el azúcar lo obtiene la mayoría de apicultores a precios preferenciales de DIZUCAR, a través de convenio firmado con la Comisión Nacional Apícola de El Salvador (CONAPIS). CONAPIS junto con la Sociedad Cooperativa de Apicultores de El Salvador (SCAES) son proveedores de otros insumos especializados como medicinas, productos para control de Varroa, etc.

En cuanto a la maquinaria y equipo, existen proveedores de equipos de acero inoxidable fabricados en el exterior; sin embargo, equipos como centrífugas para la extracción de la miel

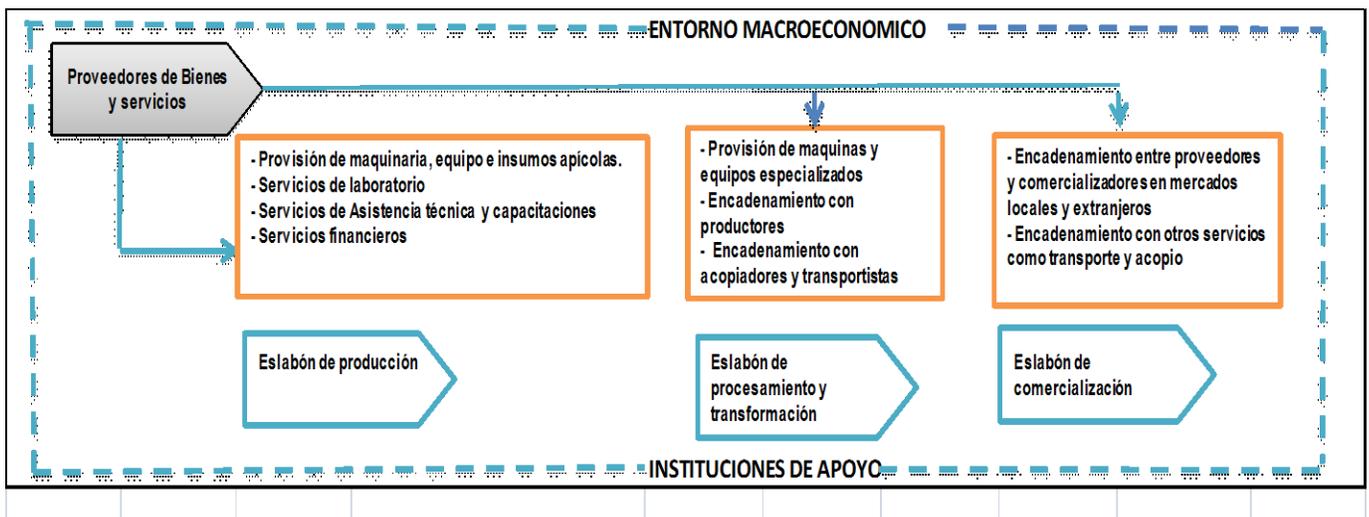
son fabricados localmente por mecánicos en estructuras metálicas, así como los ahumadores que son fabricados por hojalateros.

Actores importantes en este eslabón son las Instituciones Financieras, incluidos los bancos del sistema financiero del país, que incluyen a la banca estatal constituida por el Banco de Fomento Agropecuario (BFA), Banco Hipotecario (BH) y el Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL). El sistema financiero privado en los últimos años ha limitado en gran medida el crédito al sector agropecuario, considerándolo de alto riesgo y atendiendo principalmente a los grandes productores y a las empresas agroindustriales y al sector exportador. A nivel del interior del país la mayoría de apicultores que obtienen crédito lo hacen a través del sistema FEDECREDITO que opera en prácticamente todos los municipios del país, donde se dan relaciones de confianza entre los solicitantes y quienes manejan las cajas de crédito.

Importancia relevante en el desarrollo del sector lo tienen las actividades de asistencia técnica y capacitaciones. Estos servicios de apoyo, principalmente a los pequeños productores, además de ser proporcionados por las filiales de CONAPIS y su alianza con el CENTA, son ejecutadas por diversas ONG's que operan en el país, tales como Visión Mundial, Plan Internacional, CORDES, CRS, JICA, FUNDE entre otros. Más recientemente el proyecto de cadenas productivas del IICA, dentro del Plan de Agricultura Familiar (PAF); Proyectos específicos como los PRODEMORO oriental y central que financiados por el FIDA atienden directamente a los productores con financiamiento, asistencia técnica y capacitaciones.

Capítulo aparte tienen los servicios de laboratorio que el productor necesita para los diferentes análisis de la miel entre los que destaca el Laboratorio de Control de Calidad de FUSADES que tiene todo tipo de análisis. Los laboratorios del Ministerio de Salud que además de realizar análisis microbiológicos inspeccionan las plantas procesadoras y capacitan al personal de las empresas en las Buenas Prácticas de Manufactura, como complemento a los exámenes médicos para el personal que trabaja con alimentos.

Como se ha mencionado antes, los eslabones no funcionan aislados y siempre tienen relaciones con otros eslabones. En la siguiente gráfica se ilustran las relaciones del eslabón de proveedores con los otros eslabones de la cadena.



1.2 Eslabón de la Producción

En los talleres de competitividad realizados en este estudio participaron apicultores de diferentes zonas del país, lo que permitió recoger información sobre las diferencias en condiciones de trabajo que se presentan en sus diferentes ubicaciones.

Prácticamente solo un 15% de los productores viven exclusivamente de la apicultura; el resto tiene ingresos de otras actividades y muchos de ellos son profesionales de diferentes especialidades. Aproximadamente un 30% de los productores presentes pertenece a cooperativas y el resto son productores individuales. En cuanto a la cantidad de colmenas que cada uno posee, en el rango de 1 a 50 colmenas se ubica un 65%; entre 51 y 200 hay un 20% y de más de 200 colmenas el 15%.

La mayoría de productores utilizan mano de obra familiar para el mantenimiento de sus colmenas y en épocas de cosecha recurren a amigos. Los que pertenecen a cooperativas se apoyan mutuamente entre los asociados. 50% usa mano de obra familiar; 28% están en cooperativas y 32% usan mano de obra externa.

Se estima que un 80% de los apicultores alquila los predios donde tiene sus colmenas y un 50% posee infraestructura para procesamiento de su miel.

Años atrás este sector no había estado organizado, pero actualmente se están organizando y se han visualizado los problemas del sector.; sin embargo, la organización no ha sido transparente, puesto que aun se ve mucha competencia a la hora de comercializar los productos. Con el convenio CENTA- CONAPIS, se comenzó a organizar a los productores, a lo cual el IICA ha contribuido activamente.

Se va recobrando fuerza de nuevo en la organización, y se espera que sea un éxito.

Aunque existen muchas asociaciones de productores siempre existe desconfianza, de ahí que los que no se asocian no lo hacen porque consideran que los fondos se extravían.

En la mayoría de las áreas productivas de miel las calles tienen difícil acceso para llegar donde están ubicados los apiarios, especialmente en época lluviosa. Esto afecta principalmente la comercialización de la miel. Se ha solicitado a las comunas que mejoren los caminos pero no ha habido respuestas positivas.

En cuanto a comunicación, el 80% de los apicultores posee celular, aunque en algunos sitios en las ubicaciones de los apiarios la señal es pobre o no hay señal.

En algunas zonas hay accesibilidad inmediata a centros de almacenamiento; sin embargo, la mayoría de centros de acopio y procesamiento existentes apenas reúnen las condiciones mínimas.

La mayor preocupación de los productores son los aspectos ambientales ya que actualmente hay prácticas de deforestación generalizada e indiscriminada. Además las prácticas de tala y quema se han vuelto comunes y hay un uso generalizado de pesticidas.

Como ejemplo citan que mientras el gobierno da plantas de café otros destruyen cafetales para urbanizar. En Aguilares se talaron 75 manzanas de cafetal, aparentemente con autorización del Ministerio de Medio Ambiente; esto disminuye las posibilidades para la producción suficiente de miel y de buena calidad en la zona. Según uno de los productores “en la zona de Aguilares-Tacachico- San Isidro la compañía de energía eléctrica anda haciendo unas grandes talas de árboles sin que les sancionen.; sin embargo, cuando un privado quiere cortar un árbol maderable le ponen las mil y una trabas, aunque haya cuidado ese árbol por años”.

Como se ha proliferado la siembra de caña con los altos precios del azúcar, hay un uso indiscriminado de químicos y quema de cañales. Se ha recomendado pedir a medio ambiente que prohíba la quema de cañales.

Actualmente se vende mucha miel de caña que es de baja calidad y se ha recomendado la implementación de viveros con especies que produzcan flor que ayude a la abejas, tales como cortés blanco, limoncillo, eucalipto, jote, ceiba, almendro de río que tiene buena floración; así como la campanilla, flor amarilla, zarza, copalchí, mano de león. Consideran que los apicultores deben educarse en la siembra de árboles melíferos y productores de polen.

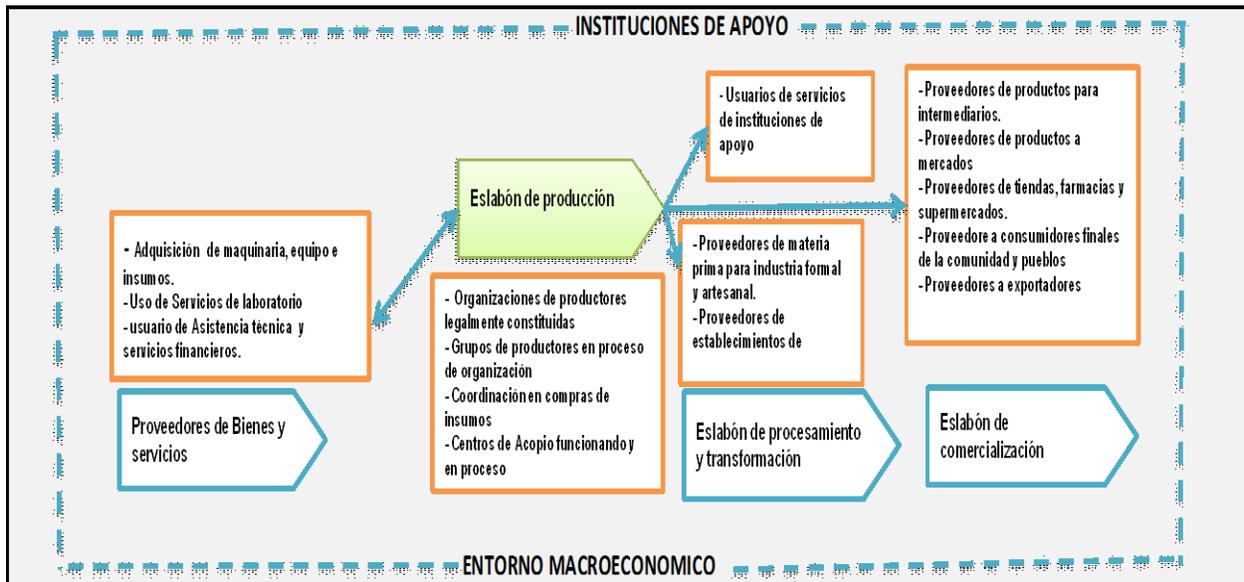
El apoyo es mínimo por parte de las financieras y muy poco por parte del Ministerio de Agricultura. Así, para poder obtener algo de crédito es necesario cubrirlo con un rubro diferente como granos básicos o ganaderos. Los pequeños apicultores no cuentan con suficientes recursos, y una de las recomendaciones que se les hace para tener acceso a créditos y compras de insumos más baratos es la unidad basada en pequeñas cooperativas.

En la zona oriental no se cuenta con el apoyo suficiente, y no cuentan con los insumos adecuados. El Banco de Fomento no toma en cuenta las colmenas como respaldo para otorgar créditos.

Las relaciones dentro del eslabón primario se muestran a continuación:



Las relaciones del eslabón de producción con los otros eslabones se muestran a continuación:



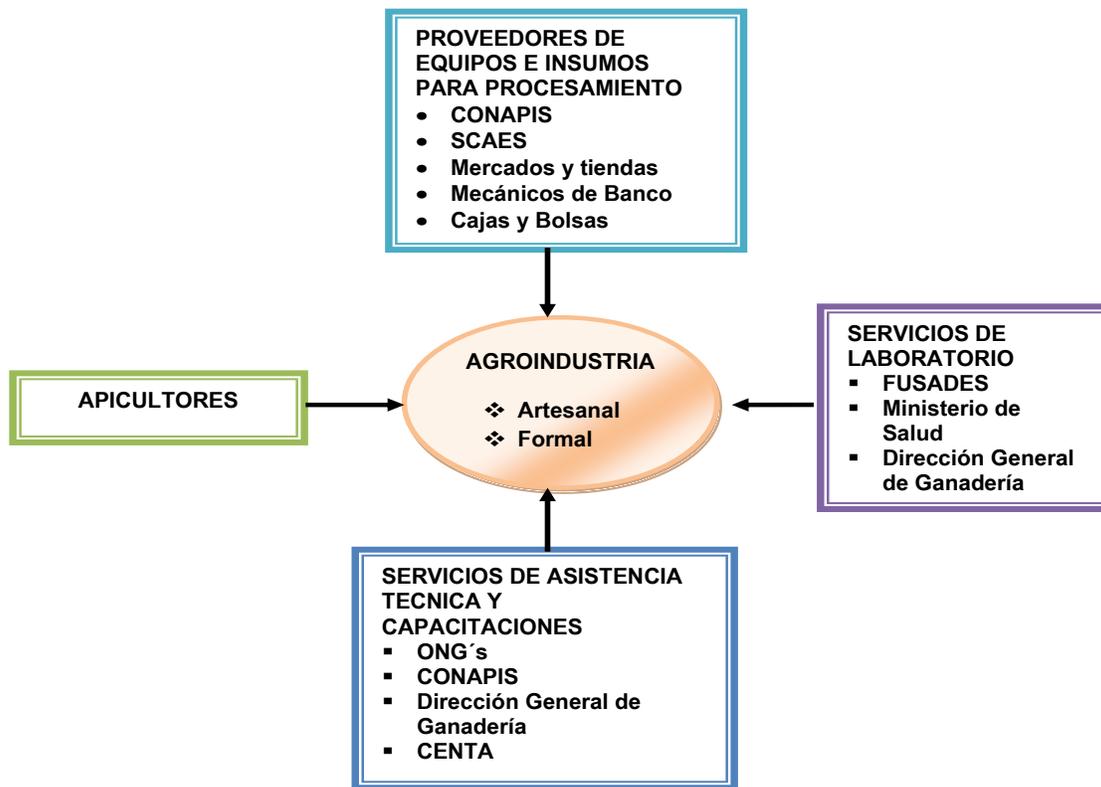
I.3. Eslabón de Procesamiento y Transformación

A diferencia de otras cadenas, en la cadena de miel el eslabón de proceso ó transformación como tal no está claramente delimitado, ya que los apicultores, ya sea individualmente ó asociados realizan esta función además de la función de producción primaria.

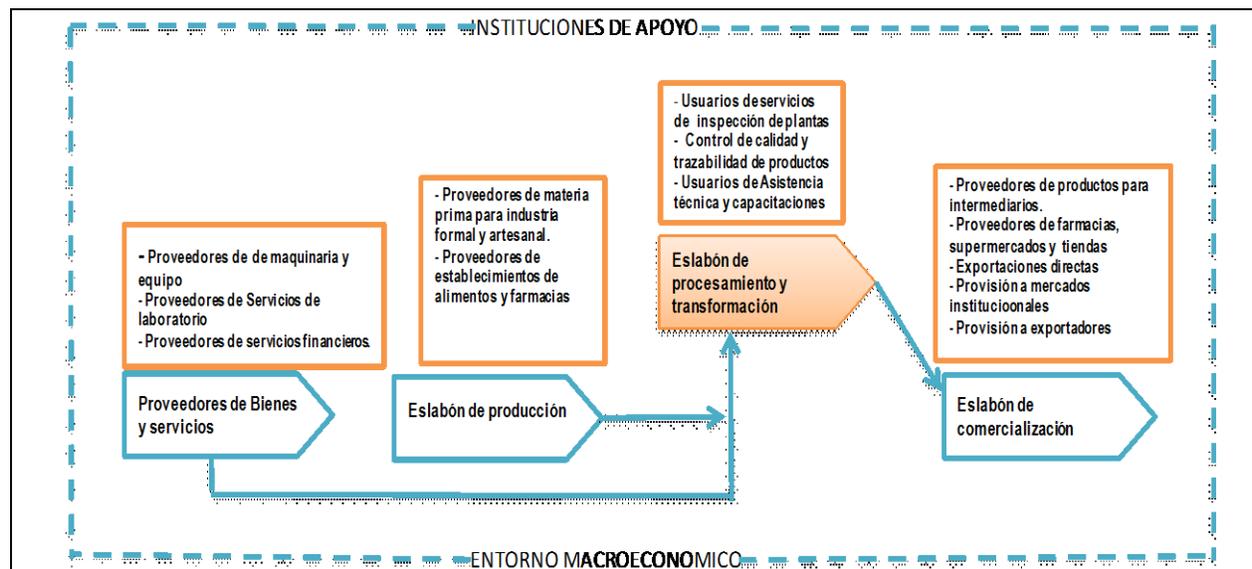
La fase de procesamiento de la miel una vez extraída de la colmena y depositada en barriles, consiste en entregarla a un centro de acopio ó el productor la puede almacenar en su casa si tiene las condiciones adecuadas; luego la miel es filtrada, envasada y enviñetada, utilizando métodos artesanales, en el caso de los productores pequeños e individuales que producen volúmenes pequeños. En este proceso se tiene que tener el cuidado que la miel no se cristalice, para ello, algunos productores calientan la miel en baño de maría, que consiste en calentar la miel a 60 grados centígrados con el fin de diluirla. Para realizar esta práctica hay que asegurarse que la temperatura no afecta la calidad de la miel, por lo que generalmente no es recomendable.

Generalmente la miel es entregada en barriles recién extraída a los procesadores y/o exportadores, quienes efectúan esta etapa de transformación. Hay cooperativas como APICABAÑAS, ACAPIL, ACOPIDECHA que tienen su centro de acopio y procesamiento.

El eslabón de procesamiento y sus relaciones al interior se puede ilustrar de la siguiente manera:



Las relaciones con los otros eslabones se presentan en la siguiente ilustración:



1.4. Eslabón de Comercialización

En cuanto a la comercialización de la miel, los pequeños productores no cuentan con asistencia técnica para la venta, promoción, ni para el desarrollo de nuevos productos, derivados de la miel. La única publicidad que tienen la mayor parte de los apicultores es de boca en boca, debido a que se recomiendan a los productores por la calidad y el sabor de la miel que producen. Una de las características para la comercialización de la miel es la falta de organización y el desconocimiento de las normas de comercialización, así como información sobre precios y estándares de inocuidad.

Los puntos críticos identificados por los productores y que les afectan en la comercialización son: precios bajos fijados por los exportadores, falta de posicionamiento en el mercado con marca y calidad, las botellas no cuentan con viñetas, código de barra, información de nutrientes, un envase adecuado para la comercialización y además, existe poca cultura de la población en el consumo de miel.

La venta de miel se hace a granel al mayorista y a exportadores y la venta al detalle se realiza en presentaciones en botella de vidrio ó en envases plásticos de diversas capacidades

Una de las características principales de la comercialización de la miel en los pueblos del interior del país es que el precio de venta es establecido principalmente por los compradores (detallistas, minoristas o mayoristas), esto debido al desconocimiento del mercado por parte de los productores, y la falta de organización de los mismos, porque en algunos casos el precio varía de acuerdo a cada productor. 85% de los productores asistentes a los talleres desconoce los precios de la miel. Se sugiere que haya un buen sistema de información de precios. Las

cooperativas no dan información de precios a sus socios. Los productores sostienen que los exportadores buscan sus propios productores para mantener sus precios y mantener sus costos.

En algunas zonas los apicultores se quejan que están invadidos por productos que se venden como miel pero que no son miel, por ejemplo, glucosa comercial, sin que haya autoridad que ponga paro a esa situación.

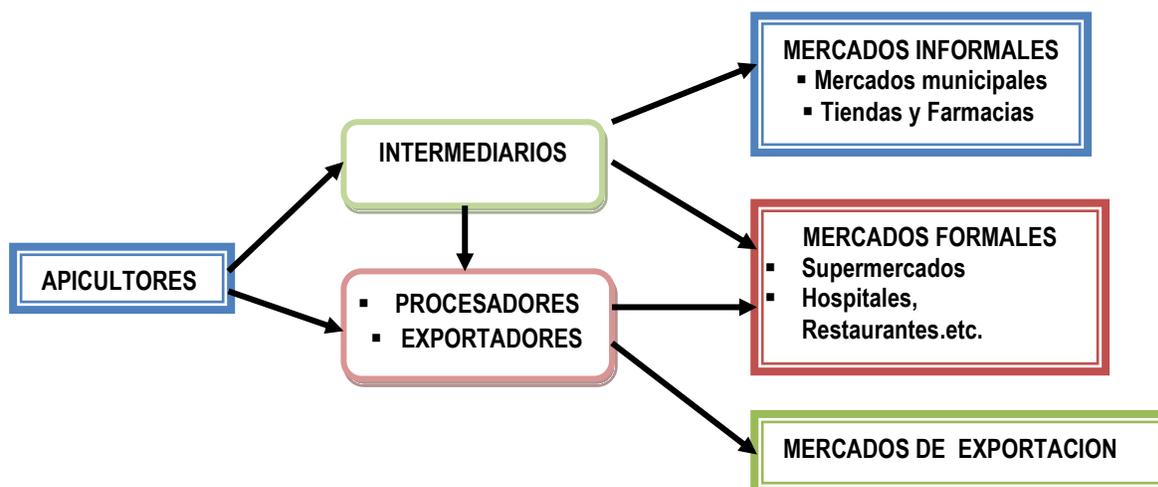
En el país, las principales empresas exportadoras actualmente son: ACAPIL, SCAES, VAPE, Miel Joya de Cerén, EXAGROLI, Agroindustria Moreno y algunos exportadores Eventuales. Los precios de la miel no dependen de la calidad sino del lugar donde se compren, así, los precios equivalentes oscilan entre \$ 2.50 y \$6 por botella de 750 ml.

Una de las grandes debilidades de la mayoría de productores es la falta de registros de costos de producción y la falta de información y registros sobre las ventas realizadas. Debido a esto no se puede programar ni elaborar un plan de comercialización de la miel.

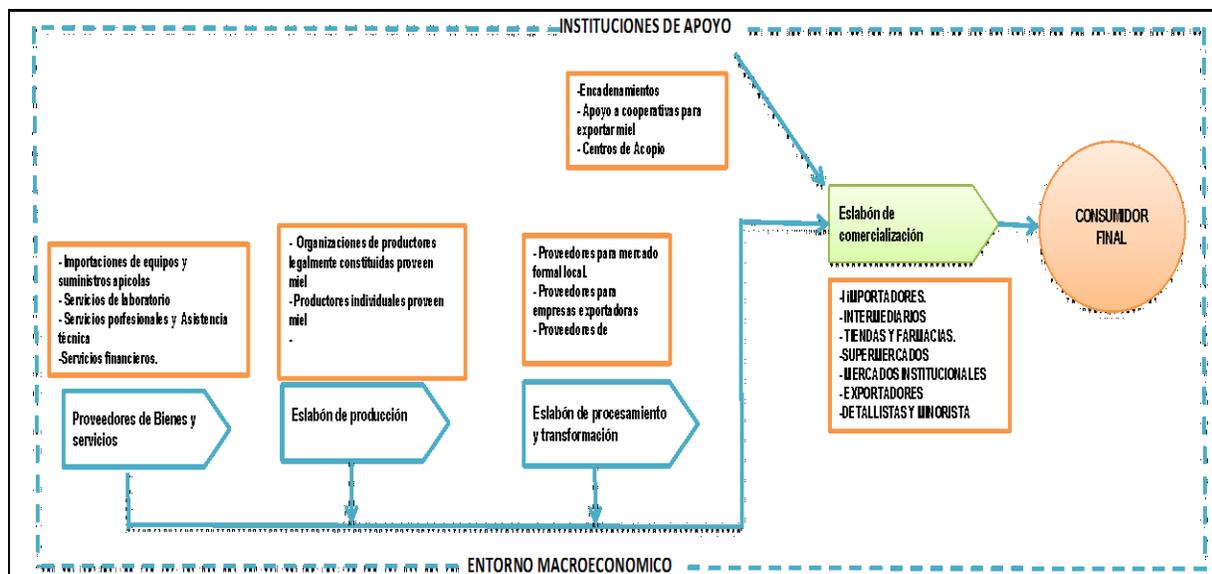
Las ventas a los exportadores son al crédito y reciben pago hasta que le pagan al exportador; si al exportador le rechazan la miel, se la devuelve al productor quien después tiene que ver a quien se la vende.

A nivel de consumidor final local los precios de la miel oscilan entre \$ 2.50 por botella hasta \$ 3.50 a \$ 4 dependiendo de la calidad del producto.

El eslabón se puede ilustrar de la siguiente manera:

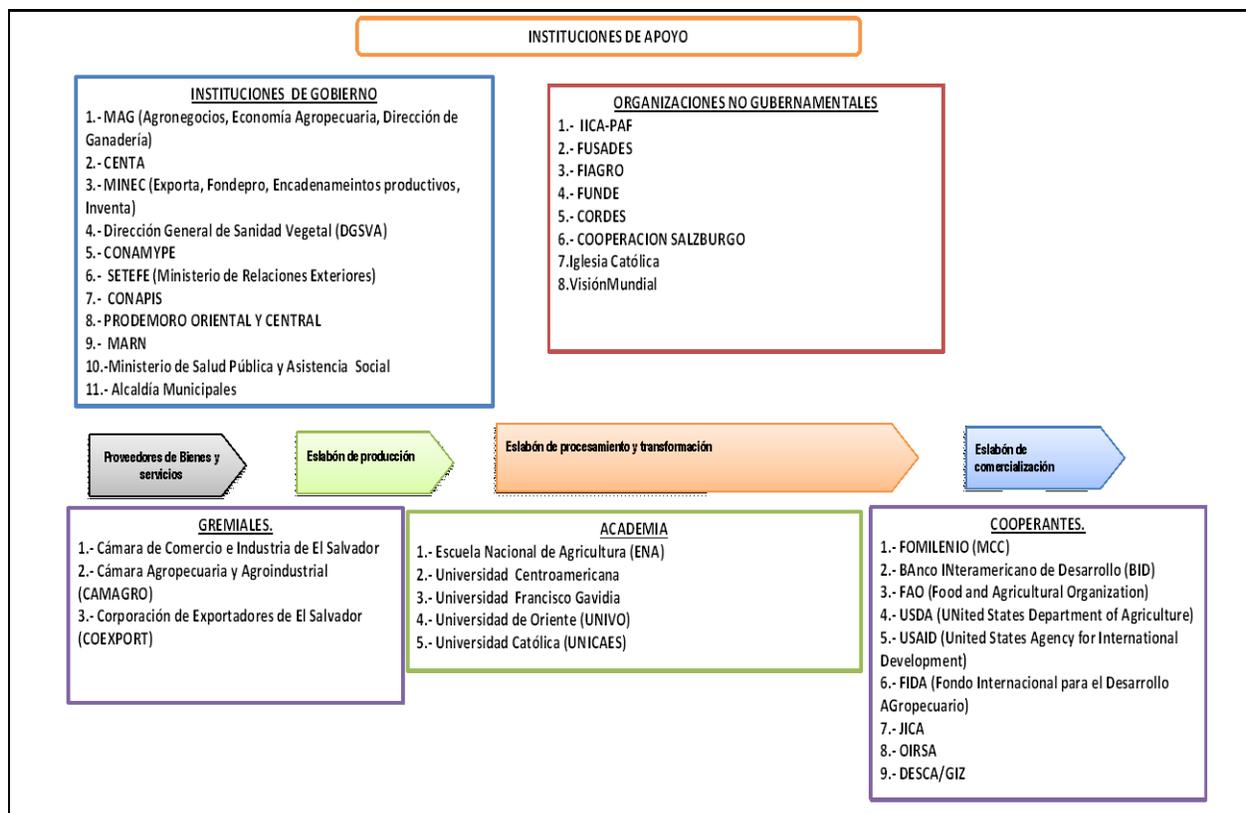


Las relaciones con otros eslabones se muestran a continuación.



1.5. Las Instituciones de Apoyo

Las Instituciones de apoyo no constituyen un eslabón en la cadena productiva, pero tienen un papel fundamental para el buen funcionamiento de la misma y para procurar su mejora competitiva. En la siguiente ilustración se presentan algunas de las de mayor protagonismo en la cadena productiva de miel.



Por el lado del Gobierno, cabe destacar la alianza CONAPIS/CENTA a través de la cual, desde la creación de CONAPIS ha habido apoyo en asistencia técnica y capacitaciones al los productores de miel. En el caso del MINEC, además de la protección para los consumidores, también dispone del programa de encadenamientos productivos a través del cual se ha apoyado la capacitación y asistencia técnica de empresas y productores a través de diferentes mecanismos, entre los que se puede mencionar el aporte de consultores nacionales e internacionales en diferentes temas, incluyendo el mercadeo; el envío a capacitaciones a productores a escuelas especializadas en países como México para la producción de reinas; la asistencia a ferias y giras de intercambio. La Dirección General de Ganadería tiene hoy a su cargo todos los aspectos regulatorios relacionados con la miel.

Por el lado de las ONG's, naturalmente en primer línea se menciona el rol actual del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en la ejecución del PAF; la FIAGRO que ha apoyado con capital semilla y el diseño de etiquetas, empaques, información nutricional entre otros. FUNDE que ha desarrollado proyectos apícolas en la zona oriental, así como CORDES.

Las gremiales tales como FUSADES, CAMAGRO y COEXPORT, que cuentan con programas especialmente diseñados para apoyar rubros agrícolas o agroindustriales, tales como PROINNOVA y AGROCAFTA.

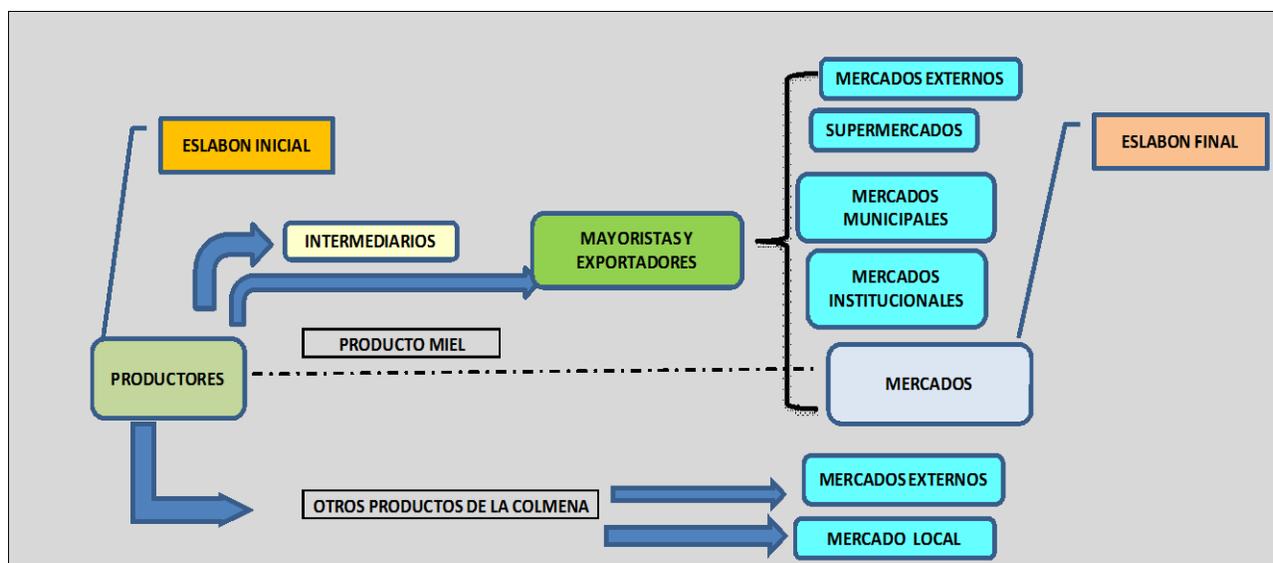
No se puede dejar de mencionar la función de la academia en soporte al desarrollo de las cadenas productivas del país, en este escenario se pueden mencionar a la ENA y la UES, sin menoscabo de la contribución de otras entidades de esta categoría que cuentan con programas de formación o carreras en agronomía, tales como UNIVO, Universidad Francisco Gavidia, UNICAES.

Complementariamente, conviene mencionar el apoyo de las Entidades de Cooperación, que de manera directa o indirecta apoyan esfuerzos que contribuyen al desarrollo del país, aquí se mencionan algunos ejemplos: FAO, que pro años ha apoyado al sector, FOMILENIO, BID, USDA, FAO, USAID, JICA, etc.

En algunos casos se puede sostener que la percepción de los actores de la cadena es que en esta materia los esfuerzos siguen siendo insuficientes.

1.6. Perspectiva de la cadena en su conjunto

En el siguiente esquema se muestra un mapa general de la cadena de miel en las que se visualiza la dinámica de la relación productiva entre los diversos actores, definiendo el eslabón de inicio y el eslabón final considerado en este estudio.



Como se ha venido señalando, el principal producto en este estudio es la miel, pero de la colmena se obtienen otros productos y subproductos, los cuales se muestran en la parte inferior de la ilustración y que deberán ser tomados en cuenta a fin de obtener mayor rentabilidad de la colmena. Los productores asistentes a los talleres consideraron que se debía desarrollar otros productos de la colmena para aumentar su rentabilidad.

- **Márgenes a lo largo de la cadena productiva sobre el precio de venta**

Debido a la carencia generalizada de datos sobre costos y ventas por parte de los productores, no fue factible obtener en los talleres cifras que permitieran conocer con datos confiables los márgenes a lo largo de la cadena; sin embargo, a partir de un trabajo de tesis realizado en la Universidad de El Salvador¹ se preparó el siguiente cuadro que da una idea sobre los márgenes que podría obtener el productor, dependiendo del canal de comercialización que seleccione.

Colmenas	Producción	Unidad	% ventas por canal		Totales
			Venta detalle	Venta procesador	
12	648	botellas	10%	90%	
			65	583	
Precio de Venta			\$4.00	\$2.50	
Ingresos			\$259.20	\$1,458.00	\$1,717.20
Costos			\$106.05	\$954.45	\$1,060.50
Márgen			41%	65%	62%

¹ 2010. Elmer Antonio Platero et. al. Propuesta para el fortalecimiento de la cadena de valor del sector apícola de la zona de Chalatenango y Metapán. Tesis para el grado de Maestro en Consultoría. Universidad de El Salvador.

II- Situación competitiva de la cadena de miel

De acuerdo a las expresiones de los 140 participantes en los 2 talleres realizados con los actores directos e indirectos, entre los diferentes aspectos que afectan la competitividad de la cadena están los siguientes:

- **Alto costo de los insumos apícolas.**

El principal insumo que afecta la competitividad de los productores de miel es el costo y la disponibilidad del azúcar para la alimentación de las colmenas. Si bien es cierto hay negociaciones y un convenio firmado con DIZUCAR para proporcionarles azúcar a menores precios, no siempre está disponible para todos los productores por razones preferenciales hacia ciertos grupos ó por discriminación a otros. Por otra parte, si el precio del azúcar en el mercado internacional es alto, esta institución no cumple con los acuerdos y vende toda la producción al exterior.

Los otros costos que les han aumentado son los medicamentos en general para controlar plagas y enfermedades, así como los costos de transporte. Esto último afecta principalmente a los que trasladan las colmenas en verano a los sitios donde hay floración.

Otro factor de costos incremental es la cera estampada que es escasa y alcanza altos precios porque no hay estampadoras en las cercanías de los productores.

Por otra parte se han incrementado los costos de la mano de obra contratada, la cual es además escasa y la gente tiene temor a las abejas. Los costos por día son entre \$7 y \$ 10 por jornal.

- **Falta de apoyo de diferentes entidades**

Los productores piensan que no han recibido suficiente apoyo por parte de las entidades de gobierno en el pasado; incluso en algunos casos en las instituciones públicas se les ha puesto obstáculos; piensan que han sido un sector olvidado en las planificaciones de los gobiernos. Hasta ahora sienten que están comenzando a ser apoyados por el convenio firmado entre MAG y el IICA para las cadenas productivas.

En el caso de CONAPIS piensan que se limita a apoyo técnico y creen que les debería apoyar en la gestión de mercadeo y negociaciones para el desarrollo de nuevos productos.

Varias ONG's les han apoyado en el pasado pero los apoyos han sido puntuales y temporales, por lo que sienten que su situación no ha cambiado.

Los apicultores consideran que se necesita una legislación apícola para evitar la excesiva proliferación de apiarios en una determinada zona, evitando así la alta competencia por los recursos naturales de la zona específica, que al final afectan a todos con los bajos rendimientos.

Por otra parte consideran que el estado debe realizar campañas de promoción del consumo de miel, resaltando sus beneficios a fin de incrementar el consumo en el mercado local.

- **La generalizada deforestación en el país**

Este es uno de los principales problemas de los apicultores, que se une a los efectos del cambio climático ya que hay una indiscriminada tala de bosques y cafetales para dar paso a nuevas construcciones. Esto elimina los árboles que producen polen y que son responsables de la calidad de la miel. Son la materia prima para que la abeja trabaje. En muchos casos las talas se dan con autorización de las entidades del estado.

Dentro de la deforestación están incluidas las quemas que se realizan para sembrar nuevos cultivos, lo cual afecta la calidad de la miel.

- **El uso indiscriminado de pesticidas**

Actualmente hay un uso indiscriminado de pesticidas que se da a todo nivel en los diferentes cultivos, los cuales contaminan las fuentes de agua donde se alimentan las abejas; por otro lado las excesivas fumigaciones que se dan en zonas cañeras con avionetas aplicando secantes, afectan directamente los apiarios y la vegetación melífera, además de incidir en la calidad de la miel.

- **La falta de organización del sector**

Si bien es cierto el sector demostró en el pasado su capacidad de organizarse, como lo muestra la creación de CONAPIS y sus filiales, así como la formación de algunas cooperativas que aún funcionan, existe renuencia y desconfianza de los apicultores en asociarse. Sin embargo, cada día hay más conciencia que solo organizados pueden lograr ser competitivos en los mercados.

- **Falta de visión empresarial**

En el sector, la apicultura no se ha visto como una empresa y eso ha llevado que el manejo de sus actividades no se realice con mentalidad de empresa. Esto es palpable en la falta de registros de costos, ventas y actividades que se realizan por temporada, lo cual les permitiría planificaciones de mediano y largo plazo a fin de hacer sus empresas competitivas.

- **Falta de innovación en el sector**

Los productores están conscientes que tienen que trabajar para mejorar la calidad y la presentación de su miel para hacerla atractiva al mercado. Esto implica uso de recipientes adecuados, viñetas, etiquetas entre otros. Así mismo están conscientes que es necesario desarrollar otros productos de la colmena de mayor valor agregado y diferenciados. Mejorando estos aspectos consideran mejoraría su competitividad.

- **Falta de financiamiento**

Los productores consideran que no hay líneas adecuadas para el sector apícola dentro de la banca; creen que se les exigen muchos requisitos y que las tasas de interés son muy altas. Consideran que la banca les podría tomar como garantía la firma de una letra de cambio para tener acceso al crédito y poder invertir en sus apiarios.

- **El pillaje**

Aunado a los factores anteriores, en los últimos años se ha vuelto muy común el robo de colmenas, tanto en los apiarios, como cuando son trasladadas a sitios con floración. Consideran que esto se debe a la escasa vigilancia que hay en las zonas donde se ubican los apiarios.

III. Las oportunidades comerciales

Durante los talleres de consulta realizados se solicitó a los participantes expresar sus opiniones sobre las oportunidades comerciales para la miel que producen actualmente y/o los productos de la colmena que esperan producir en el futuro.

- **Comercialización en el mercado formal al detalle.**

Prácticamente todos los productores quieren tener acceso al mercado formal. Están conscientes que tiene que producir miel de calidad y en envases presentables e higiénicos, que son los requisitos exigidos por el consumidor.

- **Comercialización Mercado Informal**

Siendo este el mercado donde se vende la mayor parte de la miel de consumo local, esto implica que sigue siendo un espacio de oportunidad, que por supuesto para un mejor aprovechamiento el productor debe mejorar su producción y productividad así como su calidad. Este mercado está constituido por Tiendas, Farmacias, mercados municipales, consumidores finales

- **Comercialización con la industria artesanal**

Existe una cantidad de pequeñas empresas a nivel local que preparan productos que tienen como componente la miel y desean comprar a productores locales bajo entregas programadas.

- **Participación en compras Gubernamentales**

Las recientes reformas a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración pública (LACAP), según las cuales el Estado otorgará el 12% de sus compras a los micro, pequeños y medianos empresarios, ofrece una ventana para que los productores de forma individual ó asociada se inscriban en el Banco de Proveedores de las instituciones estatales y reciban invitaciones para participar en los procesos. Esto incluye el desarrollo de nuevos productos orientados a las necesidades de las instituciones públicas, como por ejemplo, la burbuja de miel para repartir en las escuelas ó en los hospitales.

- **Comercialización en mercado de exportación**

Las empresas exportadoras de productos están en la disposición de establecer contratos con organizaciones o productores individuales bajo la modalidad de contrato con programaciones establecidas siempre y cuando la miel pase los requisitos de calidad exigidos por los mercados.

Por otra parte, el IICA está apoyando a las cooperativas bien organizadas para que se conviertan en exportadores directos.

Muchas de las otras oportunidades percibidas por los productores tienen más que ver con la solución de sus propios problemas particulares que con el desempeño mismo de la cadena. Por supuesto con una gama más amplia de posibilidades y el soporte necesario es muy factible desarrollar iniciativas modelo a fin de que los productores se vayan adhiriendo a estas de una manera gradual.

El reto para las instituciones que apoyan el desempeño de la cadena es impulsar las iniciativas que permitan aprovechar las oportunidades presentes en las áreas antes mencionadas.

IV, Propuesta Estratégica para el Fomento de la Competitividad de la Cadena Productiva.

1.- Líneas estratégicas

Tomando en consideración las principales expectativas expresadas por los actores de la cadena en los Talleres se han considerado algunas líneas estratégicas que son resultantes de los aportes brindados por los actores de la cadena, los cuales fueron complementados con la revisión de información documental relativa a la cadena de miel en El Salvador. La información recopilada permitió elaborar un análisis FODA de la cadena en general a fin de identificar los puntos críticos las potenciales áreas de intervención. Estas líneas estratégicas son las siguientes:

1.- Fortalecimiento de la capacidad productiva y calidad de la miel.

El objetivo de esta línea es implementar las buenas prácticas apícolas y técnicas innovadores en la producción de la miel. Esta contempla acciones que contribuyan a ampliar la capacidad institucional para la asistencia técnica a través de las ECAS o de los CAS, a fin de contribuir al aumento de la producción y productividad principalmente en zonas geográficas que no habían sido atendidas en el pasado y que tienen todo el potencial para obtener miel de calidad y altas producciones a través de un mejor manejo de los apiarios. Esto conlleva también el manejo y mejora del entorno apícola de cada zona geográfica.

2.- Fortalecimiento de las organizaciones y fomento de la Asociatividad

El objetivo de esta línea es fortalecer las organizaciones actualmente funcionado con éxito y fortalecer la relación con otros actores dentro de la cadena. Este debe visualizarse como un mecanismo por medio del cual los productores ya asociados dentro de la cadena puedan gestionar recursos para su producción, mejorar su poder de negociación, superar fallas que causan ineficiencias y otros aspectos abordados de forma conjunta; es fortalecer la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades en mercados locales y externos. Las acciones a realizar deberán también facilitar los procesos que permitan la organización de los productores aún no asociados. Muchos de los puntos críticos expresados por los productores son solventables solamente por la vía de la organización. También se procura la generación de información vital para la toma de decisiones de estas organizaciones, dado que se trata que mejoren su calidad de gestión empresarial. Aquí deberá también fomentarse la participación de los jóvenes, quienes además de vincularse a la actividad productiva pueden ser el medio para introducir las tecnologías de información y comunicación que permitan a la cadena dar un salto cualitativo, así como para el desarrollo de los procesos de innovación y desarrollo de nuevos productos.

3.- Apoyo en la gestión comercial

El objetivo de esta línea es acompañar a los productores en su consolidación en los mercados actuales y la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado. Esta línea contempla acciones a fortalecer la capacidad de las organizaciones de productores para establecer relaciones de largo plazo con sus compradores actuales y gestionar en mercados formales la vinculación de los productores como proveedores estables. Pretende además apoyar a los productores en establecerse como proveedores en el mercado de compras gubernamentales. Igualmente parte del soporte será el fortalecimiento de la infraestructura de procesamiento de la miel, la formalización de las organizaciones en su gestión comercial, capacitación en el manejo legal y la promoción comercial.

4.- Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros

El objetivo de esta línea es vincular a los productores y organizaciones con los intermediarios financieros a través del acompañamiento y gestiones de búsqueda de las alternativas financieras más adecuadas. Comprende un conjunto de acciones orientadas a facilitar la información sobre los instrumentos financieros disponibles, capacitación en la gestión financiera, sobre todo desde la asociatividad, así como la búsqueda de figuras alternativas de financiamiento.

A continuación se presenta un plan de acción que contiene las actividades a realizar, las instituciones que podrían involucrarse en la ejecución de las mismas (responsables) y el horizonte de tiempo requerido en función de corto (6 meses), mediano (6 meses a un año) y largo plazo (más de un año).

IV.2 Plan de Acción

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Fortalecimiento de la capacidad productiva y calidad de la miel	implementar las buenas prácticas apícolas, manejo del entorno apícola e implementación de técnicas innovadoras de la calidad de la miel	Asistencia técnica directa a pequeños productores y organizaciones	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAPIS, Apicultores	Enero de 2013
		Desarrollo y establecimiento de viveros con especies adecuadas para la alimentación apícola	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Apicultores, MARN	Julio de 2013
		Desarrollo de pequeños equipos para para envasado de miel	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, UCA, Universidad Don Bosco, Instituto Técnico Ricaldone	Julio de 2013
		Ampliación de la cobertura de Asistencia técnica a través de nuevas ECAS y CAS	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Apicultores, ECAS y CAS, ONG's	Enero de 2013
		Creación de Centros de Acopio	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Productores, Cooperación internacional, MINEC, ONG's	Diciembre de 2013
		Desarrollo de un Programa de capacitación en Buenas Prácticas apícolas y producción de miel bajo norma	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Dirección de Ganadería, CONAPIS, ONG's	Julio de 2013
		Giras de intercambio a proyectos con éxito nacionales e internacionales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Apicultores, ONG's, CONAPIS	Mediano

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Fortalecimiento de las organizaciones y fomento de la Asociatividad	fortalecer las asociaciones actualmente funcionando con éxito y fortalecer la relación con otros actores de la cadena.	Capacitación de las organizaciones actuales en temas empresariales y de gestión comercial	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2012
		Coordinar con instituciones y facilitar los procesos para organizar a los productores que operan individualmente y legalizarlos	IICA/PAF/CP, Asociaciones agropecuaria, CDMYPES,	Diciembre de 2012
		Coordinación y desarrollo de alianzas con instituciones que operan centros de acopio y procesamiento para vincular organizaciones de productores y productores individuales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS DEL MINEC, ONG's	Julio de 2013
		Fomento a la participación de las organizaciones en eventos comerciales y ruedas de negocios	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG	Diciembre de 2013
		Desarrollo de una base de datos oferta de miel y otros productos a nivel nacional (Plazas, Compradores, transportistas, etc.) a nivel local, regional y nacional	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE, MINEC, DIGESTYC	Diciembre de 2012
		Vinculación de las organizaciones para la compra de insumos de forma colectiva	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Proveedores de insumos, CONAPIS	Diciembre de 2013
		Vinculación de las organizaciones de productores con otros programas de apoyo a la apicultura	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Cámara de Comercio, PRODEMORO, Amanecer Rural, ONG's	Diciembre de 2013
		Giras de intercambio nacionales e internacionales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG	Diciembre de 2013
		Desarrollo de normas de calidad y Normas de comercialización para las organizaciones	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAPIS; Dirección de Ganadería	Diciembre de 2013

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Apoyo en la gestión comercial	Acompañar a los productores en su consolidación en los mercados actuales y la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado	Acompañamiento a los productores y organizaciones en la gestión de comercialización en los mercados formales	IICA/PAF/CP, MAG, MINEC	Julio de 2013
		Facilitación en los proceso de registro de las organizaciones en el mercado de compras gubernamentales	IICA/PAF/CP, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2012
		Programa de Capacitaciones en Gestión de negocios	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2013
		Desarrollo de nuevos productos de la colmena y nuevas presentaciones de la miel	IICA/PAF/CP, MAG, CONAMYPE, FIAGRO, Proinnova	Diciembre de 2013
		Desarrollo de una plataforma virtual para promocionar los productos de las organizaciones de productores	IICA/PAF/CP	Diciembre de 2012

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros	Acompañar a los productores y organizaciones con los intermediarios financieros en la búsqueda de las alternativas financieras más adecuadas	Gestionar el desarrollo de una línea especial de crédito para el sector apícola	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2012
		Capacitación a organizaciones y productores en temas financieros	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2012
		Acompañamiento a las organizaciones en gestiones crediticias en el sistema financiero nacional	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2013
		Gestión de alternativas financieras para organizaciones con compradores y ONG's	IICA/PAF/CP	Julio de 2013

Anexos

Anexo 1. Proceso Metodológico

Anexo 2. FODA de la Cadena

Anexo 3. Listados de Asistentes a Talleres

Anexo 1.- Proceso Metodológico.

El proceso de caracterización de la cadena de miel siguió la ruta definida en los Términos de Referencia: Esta Ruta comprendió las siguientes etapas:

1.- Revisión de Información Secundaria.

La institución contratante proporcionó al consultor alguna información secundaria previamente recopilada y relacionada con el producto miel definido para este estudio de cadena. Esta documentación fue complementada con información propia del consultor sobre estudios anteriores realizados sobre la cadena apícola tanto en el país como en otras latitudes.

El análisis de la información recopilada permitió establecer un panorama sobre la situación del producto y la cadena para establecer una hipótesis que permitiera elaborar una guía de trabajo para recopilar la información a obtener de los actores directos e indirectos de la cadena.

2.- Talleres de Consulta.

Se programaron inicialmente dos Talleres de Consulta con los diferentes actores de la cadena. Uno de estos Talleres fue el denominado Taller de competitividad que tenía su enfoque principal en el eslabón de producción y su situación actual; el segundo con los actores de toda la cadena, llamado Taller de Caracterización, se enfocaba en complementar la información recopilada en el primer taller.

Cada taller estuvo organizado por el Coordinador y el equipo técnico de la cadena de miel del IICA/ PAF-CP, en colaboración con el consultor. Los participantes fueron seleccionados por el equipo técnico de la cadena.

Los objetivos de los talleres fueron:

- Identificar los actores principales dentro del eslabón primario de la cadena y sus relaciones dentro del eslabón y con los otros eslabones de la cadena.
- Identificar los factores que limitan la competitividad de la cadena, y principalmente del eslabón primario.
- Identificar los puntos críticos que restan competitividad a la cadena.
- Conocer el papel de los proveedores de bienes y servicios y sus relaciones con los productores, así como sus relaciones.
- Conocer la visión de futuro de la cadena de los participantes en el Taller

El desarrollo de cada Taller incluyó una exposición por parte del Consultor sobre resultados de estudios anteriores y las descripciones publicadas sobre la cadena y su funcionamiento. La presentación inicial tenía como propósito situar a los participantes dentro del contexto global de la cadena y propiciar la participación activa de los asistentes en las discusiones.

Posteriormente el grupo asistente se separaba en mesas de trabajo de acuerdo a los intereses y ubicación geográfica de los participantes. Cada mesa estuvo presidida por un moderador cuya función era orientar las discusiones, de acuerdo a una guía de preguntas previamente elaborada por el consultor y administrar el tiempo dedicado a cada tema. El moderador era apoyado por un secretario encargado de tomar nota de lo discutido y preparar una corta presentación a ser expuesta por uno de los actores de la cadena participantes en cada mesa.

3.- Análisis de la información recopilada.

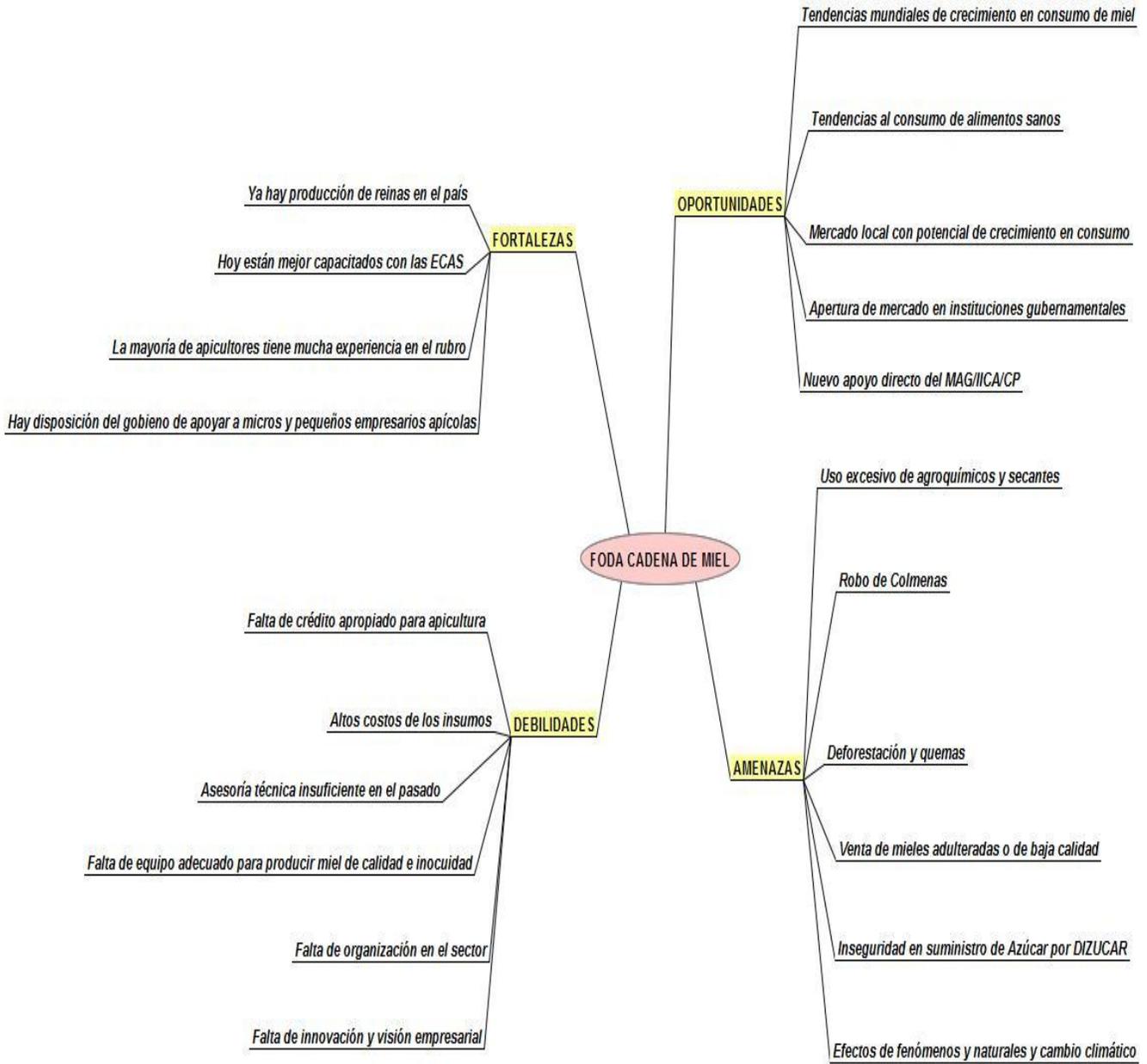
Toda la información recopilada en los diferentes talleres y entrevistas realizados fue sistematizada y analizada a fin de construir una imagen sobre la situación actual de la cadena, sus puntos críticos y definir las potenciales áreas de intervención a ser incluidas en el Plan estratégico que será el punto final del proceso.

5.- Elaboración de informes.

De cada uno de los primeros dos talleres se elaboraron informes y se hizo un análisis preliminar de la cadena. Posteriormente se definieron las líneas estratégicas a priorizar y se establecieron las acciones puntuales a seguir de cada una de ellas.

Al final se entregarán los productos establecidos en los TDR.

Anexo 2. FODA de la Cadena de Miel



Anexo 3. Asistentes a Talleres

CADENA DE MIEL IICA/PAF/CP			
TALLER DE COMPETITIVIDAD			
FECHA: ABRIL 20, 2012			
LISTA DE ASISTENCIA			
N°	NOMBRE	CATEGORIA	GÉNERO
1	Alexander Ernesto Flores Navas	Productor	Masculino
2	Carlos Alberto Laínez Jiménez	Productor	Masculino
3	Carlos Evelio Santos García	Productor	Masculino
4	Carmen Herrera	Productor	Femenino
5	César Pacheco	Productor	Masculino
6	Cristina Elizabeth Figueroa Martínez	Productor	Masculino
7	Cruz Ovidio Flores Iraheta	Productor	Masculino
8	Ernaldo Salvador Funes H.	Productor	Masculino
9	Francisca Benítez Alvarez	Productor	Femenino
10	Francisco Javier Barrera Paredes	Productor	Masculino
11	German Antonio Escobar	Productor	Masculino
12	Isabel Hortensia Hernández de Navarro	Productor	Femenino
13	Jesús Adalberto Grande	Productor	Masculino
14	José Agustín Colato quintanilla	Productor	Masculino
15	José Antono Erazo Flores	Productor	Masculino
16	José Joel Orellana Alfaro	Productor	Masculino
17	José Luis Flores Flores	Productor	Masculino
18	José Mariano Juárez Beltrán	Productor	Masculino
19	José Mauricio Mejía	Productor	Masculino
20	José Nefthalí Machado Guzmán	Productor	Masculino
21	José Obdulio López Guerrero	Productor	Masculino
22	José Victor López Córdova	Productor	Masculino
23	Juan Nicolás Aguilar Martínez	Productor	Masculino
24	Lucía Antonia Huevo de Grande	Productor	Femenino
25	Luis Antonio Olmedo	Productor	Masculino
26	Manuel de Jesús Grande Díaz	Productor	Masculino
27	Marco Tuio Vaquero Luna	Productor	Masculino
28	María Ester Martínez de Figueroa	Productor	Femenino
29	María Lilian Muñoz de C.	Productor	Femenino
30	María Marta Henríquez de Larios	Productor	Femenino
31	Mario Antonio Chicas Ramos	Productor	Masculino
32	Nazario Tula Sánchez	Productor	Masculino
33	Nicolás Agustín Rosales	Productor	Masculino
34	Norberto Antonio Reyes García	Productor	Masculino
35	Omar Ortéz	Productor	Masculino
36	Orlando Isabel Méndez Hernández	Productor	Masculino
37	Oscar Larios	Productor	Masculino
38	Oscar Napoleón Barahona	Productor	Masculino
39	Pablo Mauricio Valladares Orellana	Productor	Masculino
40	Pedro Remberto Morales	Productor	Masculino
41	Ramón Ernesto Cabrera Palacios	Productor	Masculino
42	Reina Erlinda Gutiérrez de Reina	Productor	Femenino
43	Ricardo Antonio Abarca Ayala	Productor	Masculino
44	Sergio Alvaro Díaz Calderón	Productor	Masculino
45	Juan Francisco Valladares Rodríguez	Productor/Envasador	Masculino
46	Ricardo Castaneda Castro	Directivo ACAPIL	Masculino
47	Miguel Baltazar Molina Rivera	Directivo ACAPIL	Masculino
48	Eduardo Sigarán	CENTA	Masculino
49	Rafael Antonio Quijada Huevo	CENTA	Masculino
50	Arnulfo Reyna	Envasador	Masculino
51	Oscar Armando Villalobos	CENTA	Masculino
52	Juan Orlando Salas	CENTA	Masculino
53	Vilma Landaverde P.	Técnico	Femenino
54	Fernando Enrique Núñez Granados	Técnico	Masculino
55	Merlin A. Barrera	Especialista Mercadeo	Femenino
56	Hector Hernández	Digitador	Masculino
57	William Stanley Lucha	Digitador	Masculino
58	Mario Obed Magaña V.	Técnico	Masculino
59	José Victor Santos	Técnico	Masculino
60	José Vides	Coordinador Cadena	Masculino
61	Glenda Edelmira Díaz Argueta	Digitador	Femenino
62	Reina Ibarra	Técnico	Femenino
63	Maximiliano Navarro	Empleado Apícola	Masculino
64	Kevin Orlando Manzanares Velado	Técnico	Masculino
65	José Mario Lenarduzzi Mendoza	Técnico	Masculino
66	Adilmar Flamenco	Técnico	Masculino
67	Hugo Joel Menjivar	Técnico	Masculino
68	Roberto Guatemala O.	Técnico	Masculino
69	Katherine Adriana Chiquillo	Técnico	Femenino
70	José Leonel Henríquez	Técnico	Masculino

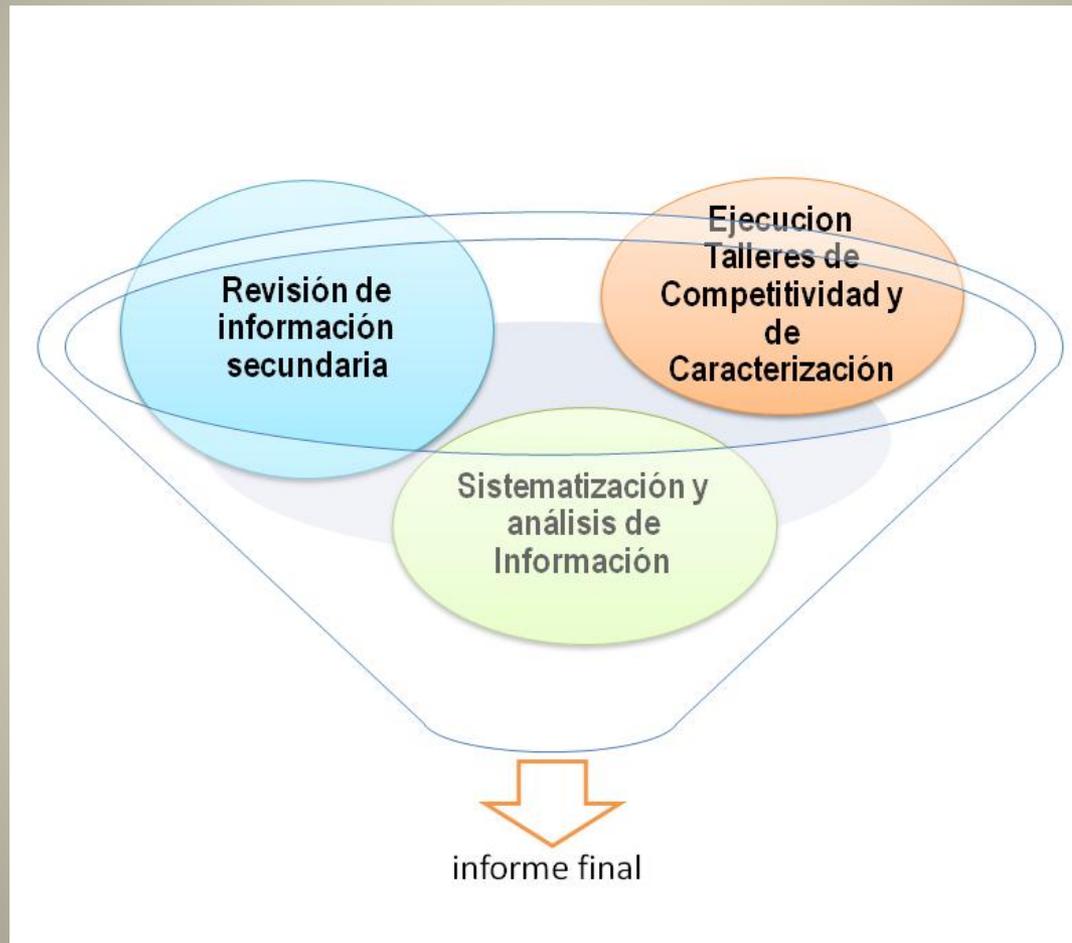
CADENA DE MIEL IICA/PAF/CP			
TALLER DE CARACTERIZACION			
FECHA: ABRIL 20, 2012			
LISTA DE ASISTENCIA			
N°	NOMBRE	CATEGORIA	GENERO
1	Adilmar Flamenco	Técnico	Masculino
2	Amilcar Antonio Menjivar Díaz	Productor	Masculino
3	Arnulfo Reyna	Envasador	Masculino
4	Carlos Ernesto Vargas	Técnico	Masculino
5	Carlos Sosa	Exportador (VAPE)	Masculino
6	César Pacheco	Productor	Masculino
7	Claudia Lissette Espinoaz B.	Productor	Femenino
8	Cruz Ovidio Flores Iraheta	Productor	Masculino
9	Daisy Aracely H. G.	Productor	Femenino
10	Diana Carolina Rodas	Exportador	Femenino
11	Eduardo Antonio Sigarán Araujo	CENTA	Masculino
12	Eli Alfonso Menjivar Escobar	Productor	Masculino
13	Ernaldo Salvador Funes Hernández	Productor	Masculino
14	Ernesto Retana Díaz	Productor	Masculino
15	Ernesto Rodas	Exportador SCAES	Masculino
16	Fernando Enrique Núñez Granados	Técnico	Masculino
17	Francisca Benítez Alvarez	Productor	Femenino
18	Francisco Javier Barrera Paredes	Productor	Masculino
19	Glenda Edelmira Díaz Argueta	Digitador	Femenino
20	Gumerindo Ramirez Morales	Productor	Masculino
21	Héctor David Grijalva	Productor	Masculino
22	Héctor Ernesto Hernández Ramos	Productor	Masculino
23	Hercilia Abigail Santos Suchite	ONG	Femenino
24	Israel Antonio Sorto Ventura	Productor	Masculino
25	Jeremías Alberto Erazo Flores	Productor	Masculino
26	Joaquín Antonio Portillo Hernández	Productor	Masculino
27	Jorge Guillermo Herrera Nosthas	Productor	Masculino
28	José Antono Erazo Flores	Productor	Masculino
29	José Arnulfo Almenar	Productor	Masculino
30	José Héctor Mayorga Cerón	Consultor	Masculino
31	José Joel Orellana Alfaro	Productor	Masculino
32	José Luis Flores Flores	Productor	Masculino
33	José Mario Lenarduzzi Mendoza	Técnico	Masculino
34	José Neftalí Machado Guzmán	Productor	Masculino
35	José Obdulio López Guerrero	Productor	Masculino
36	José Victor Santos	Técnico	Masculino
37	José Vides	Coordinador Cadena	Masculino
38	Juan Antonio Olmedo Barillas	Productor	Masculino
39	Juan Francisco Valladares	Envasador	Masculino
40	Juan Leonel Henríquez Chavarría	Técnico	Masculino
41	Juan Nicolás Aguilar Martínez	Productor	Masculino
42	Juan Orlando Salas	CENTA	Masculino
43	Juan Ramón Serrano	CAS (ACOPIDECHA)	Masculino
44	Julián Guevara Fuentes	Productor	Masculino
45	Luis Antonio Olmedo	Productor	Masculino
46	Manuel Martínez Rodezno	Productor	Masculino
47	María Lilian Muñoz de C.	Productor	Femenino
48	María Marta Henríquez de Larios	Productor	Femenino
49	Mario Antonio Chicas Ramos	Productor	Masculino
50	Mario Antonio Hidalgo	Exportador (ACAPIL)	Masculino
51	Mario Obed Magaña Valencia	Técnico	Masculino
52	Maximiliano Navarro	Empleado Apícola	Masculino
53	Miguel Baltazar Molina Rivera	Directivo ACAPIL	Masculino
54	Nicolás Agustín Rosales Vásquez	Productor	Masculino
55	Noé Santos Andrés	Productor	Masculino
56	Omar Ortéz	Productor	Masculino
57	Orlando Guillén Acosta	Productor	Masculino
58	Oscar Armando Villalobos	CENTA	Masculino
59	Oscar Larios	Productor	Masculino
60	Oscar Napoleón Barahona	Productor	Masculino
61	Reina del Carmen Ibarra	Técnico	Femenino
62	Reina Erlinda Gutiérrez	Productor	Femenino
63	Ricardo Aguilera	Productor	Masculino
64	Ricardo Antonio Abarca Ayala	Productor	Masculino
65	Ricardo Castaneda Castro	Directivo ACAPIL	Masculino
66	Roberto Guatemala O.	Técnico	Masculino
67	Rosa Amalia Benítez de Rivas	Productor	Femenino
68	Santos del Carmen Herrera de Burgos	Productor	Masculino
69	Victor Manuel Hernández	Productor	Masculino
70	Vilma Landaverde Parada	Técnico	Femenino

CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA DE MIEL EN EL SALVADOR



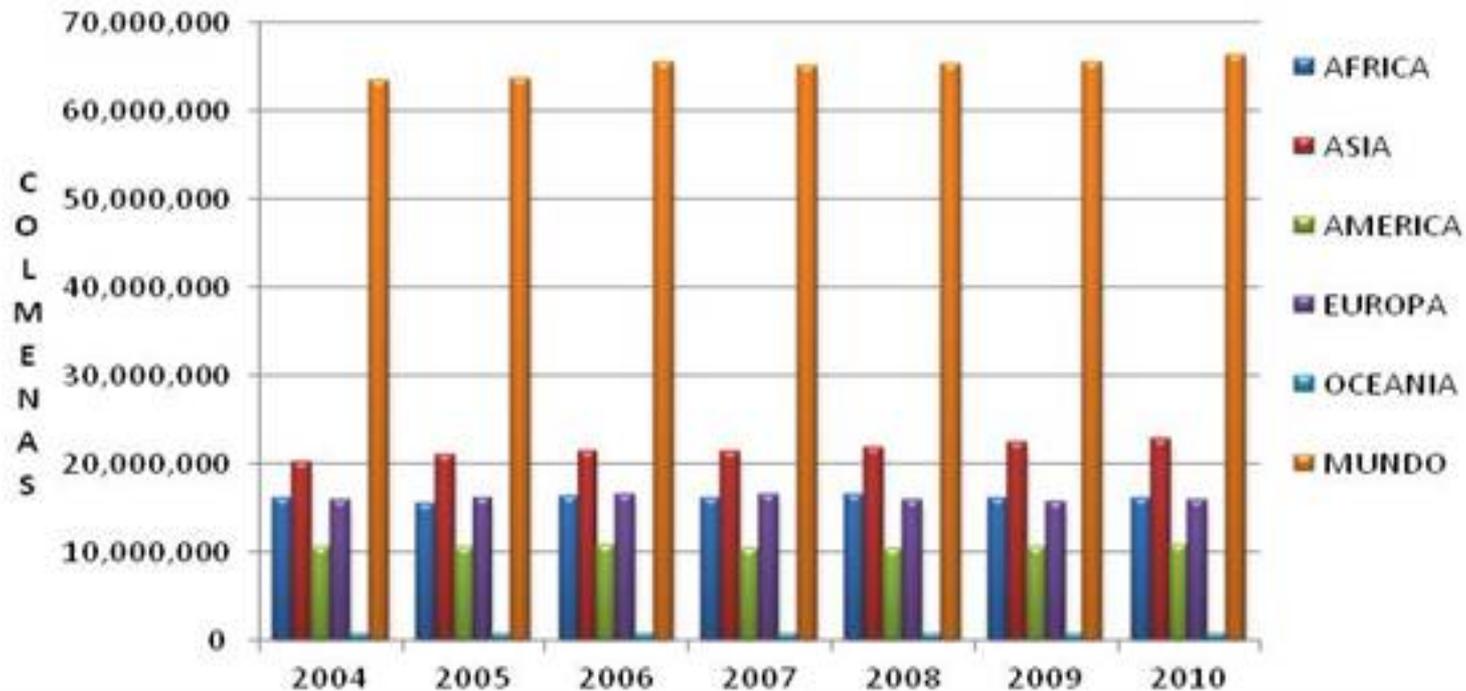
Julio de 2012

PROCESO DE CARACTERIZACION DE LA CADENA DE MIEL



CONTEXTO MUNDIAL DE LA MIEL

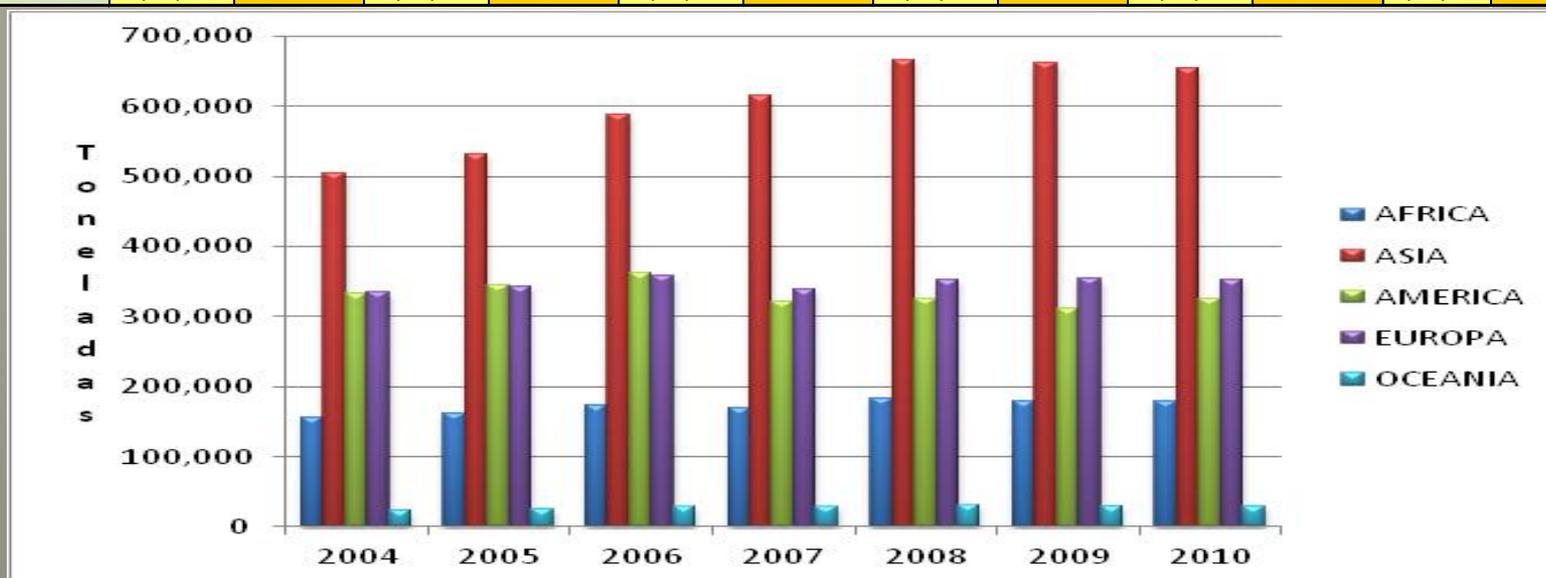
Existencias de Colmenas por continente



PRODUCCION Y PRODUCTIVIDAD DE MIEL POR CONTINENTE

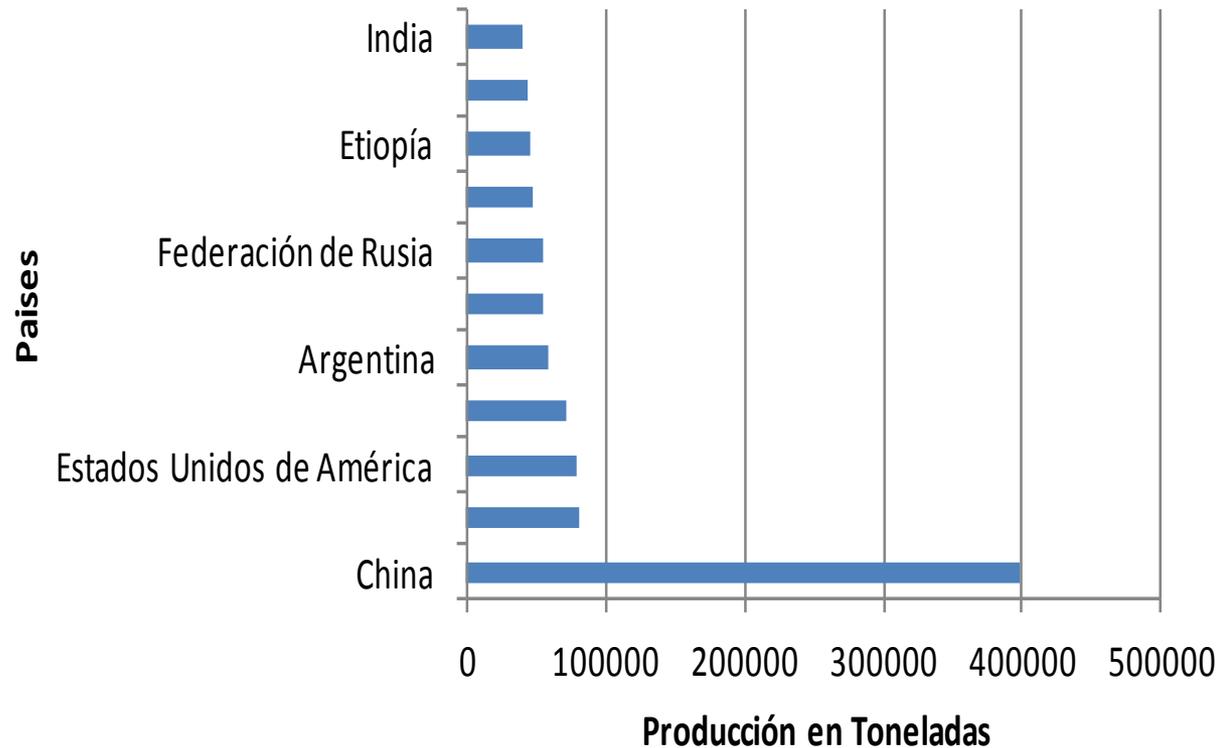
Producción (Toneladas) y productividad (Kg/colmena) por continente

	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010
	PRODUCCION	RENDIMIENTO	PRODUCCION										
AFRICA	155,391	9.72	161,300	10.38	172,426	10.5	168,402	10.49	183,080	11.09	178,633	11.16	179,405
ASIA	503,629	24.99	530,524	25.39	587,019	27.6	614,728	28.72	665,045	30.54	660,643	29.38	653,479
AMERICA	331,828	31.29	344,020	32.89	361,210	33.7	320,794	30.80	324,142	31.14	312,065	29.53	325,914
EUROPA	335,226	21.04	343,296	21.32	358,295	21.8	338,567	20.68	351,809	22.32	353,771	22.65	353,139
OCEANIA	24,212	35.78	25,699	38.05	28,558	41.6	28,700	40.36	30,624	42.92	30,074	42.41	29,611
MUNDO	1,350,286	21.31	1,404,838	22.07	1,507,508	23.0	1,471,191	22.65	1,554,700	23.86	1,535,186	23.48	1,541,548



PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE MIEL EN 2010

Principales productores de miel de abeja en el año 2010



PRECIOS PROMEDIO AL PRODUCTOR POR TONELADA 2000- 2010

Países	Promedio
Turquía	\$ 9,710.66
Irán (República Islámica del)	\$ 5,023.58
Argentina	\$ 6,916.96
Estados Unidos de América	\$ 2,588.40
Brasil	\$ 2,415.78
India	\$ 2,289.60
México	\$ 2,225.46
Ucrania	\$ 1,962.26
China	\$ 1,046.28

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FAO STAT

LA MIEL EN EL CONTEXTO CENTROAMERICANO

Producción en toneladas de Miel de abeja en Países de Centro América

Periodo: Año 2000- 2010

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Guatemala	1,445	1,450	1,500	1,900	1,650	1,500	1,459	3,443	3,446	3,505	3,500
El Salvador	1,070	1,212	1,660	1,799	2,362	2,508	2,026	2,128	2,234	2,237	2,200
Costa Rica	1,462	1,260	1,298	1,270	1,243	1,176	1,300	1,162	1,139	1,149	1,100
Nicaragua	370	380	385	390	385	400	470	449	471	490	460
Honduras	167	170	120	119	118	117	120	118	115	122	130
Belice	78	43	47	53	38	31	49	48	29	59	60
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	4,592	4,515	5,010	5,531	5,796	5,732	5,424	7,348	7,434	7,562	7,450

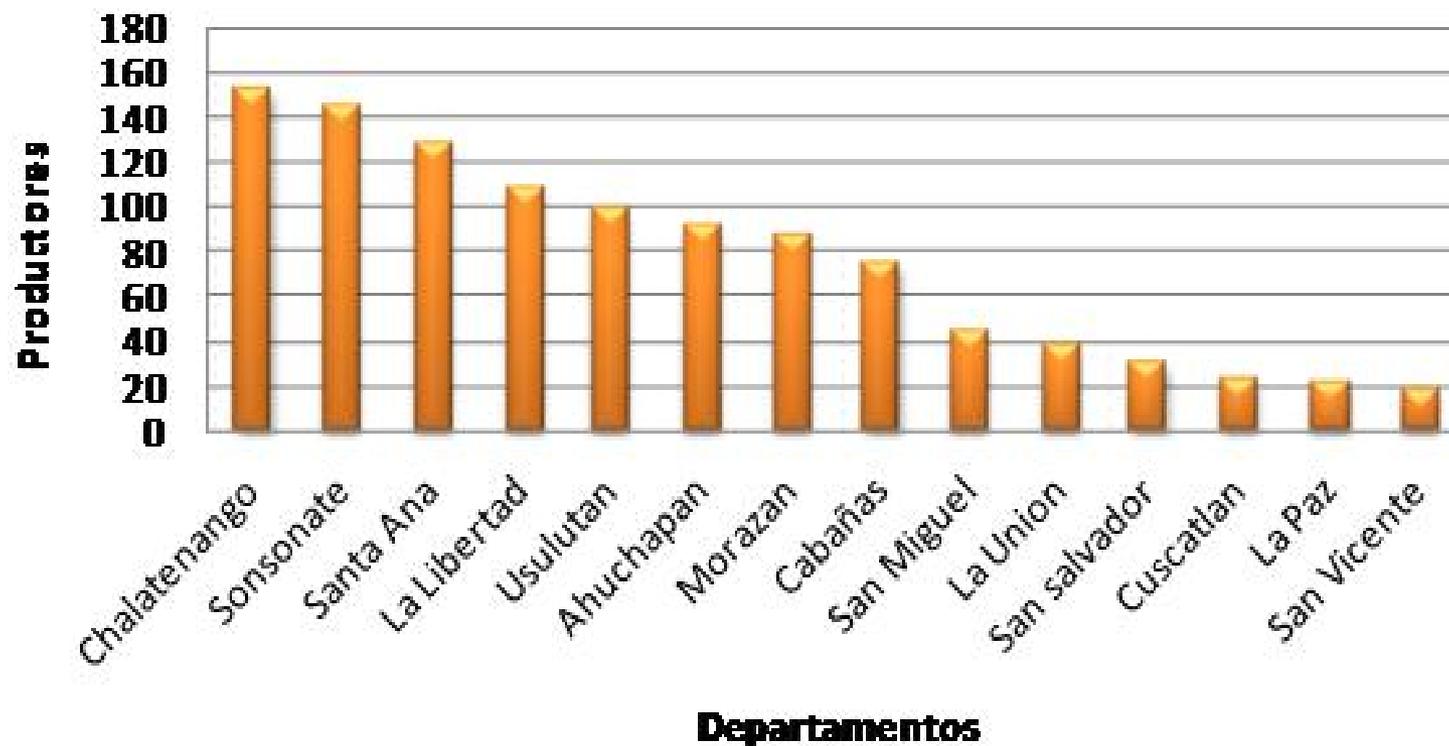
COMERCIO INTRAREGIONAL DE MIEL

Balanza Comercial de miel entre países centroamericanos

País	Actividad	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
Costa Rica	Importaciones promedio		\$296,800	\$75,500		\$41,000	\$65,000
	Exportaciones Promedio						\$3,000
	Saldo		\$296,800	\$75,500		\$41,000	\$62,000
El Salvador	Importaciones promedio			\$69,400	\$8,000	\$129,000	
	Exportaciones Promedio	\$278,300		\$3,333	\$73,500		
	Saldo	\$278,300		\$66,067	\$65,500	\$129,000	
Guatemala	Importaciones promedio	\$3,000	\$3,000				
	Exportaciones Promedio	\$96,000	\$77,767		\$148,500	\$4,000	
	Saldo	\$93,000	\$74,767		\$148,500	\$4,000	
Honduras	Importaciones promedio		\$58,333	\$203,167		\$11,000	
	Exportaciones Promedio		\$6,000	\$1,000			
	Saldo		-\$52,333	-\$202,167		\$11,000	
Nicaragua	Importaciones promedio			\$7,000	\$1,000		
	Exportaciones Promedio	\$45,000	\$47,667		\$20,000		
	Saldo	\$45,000	\$47,667	\$7,000	\$19,000		
Panamá	Importaciones promedio	\$3,000			\$1,000		
	Exportaciones Promedio						
	Saldo	\$3,000			\$1,000		

CONTEXTO DE LA MIEL EN EL SALVADOR

**Gráfico 1: Número de productores por departamento
Mayo 2006- Abril 2007**



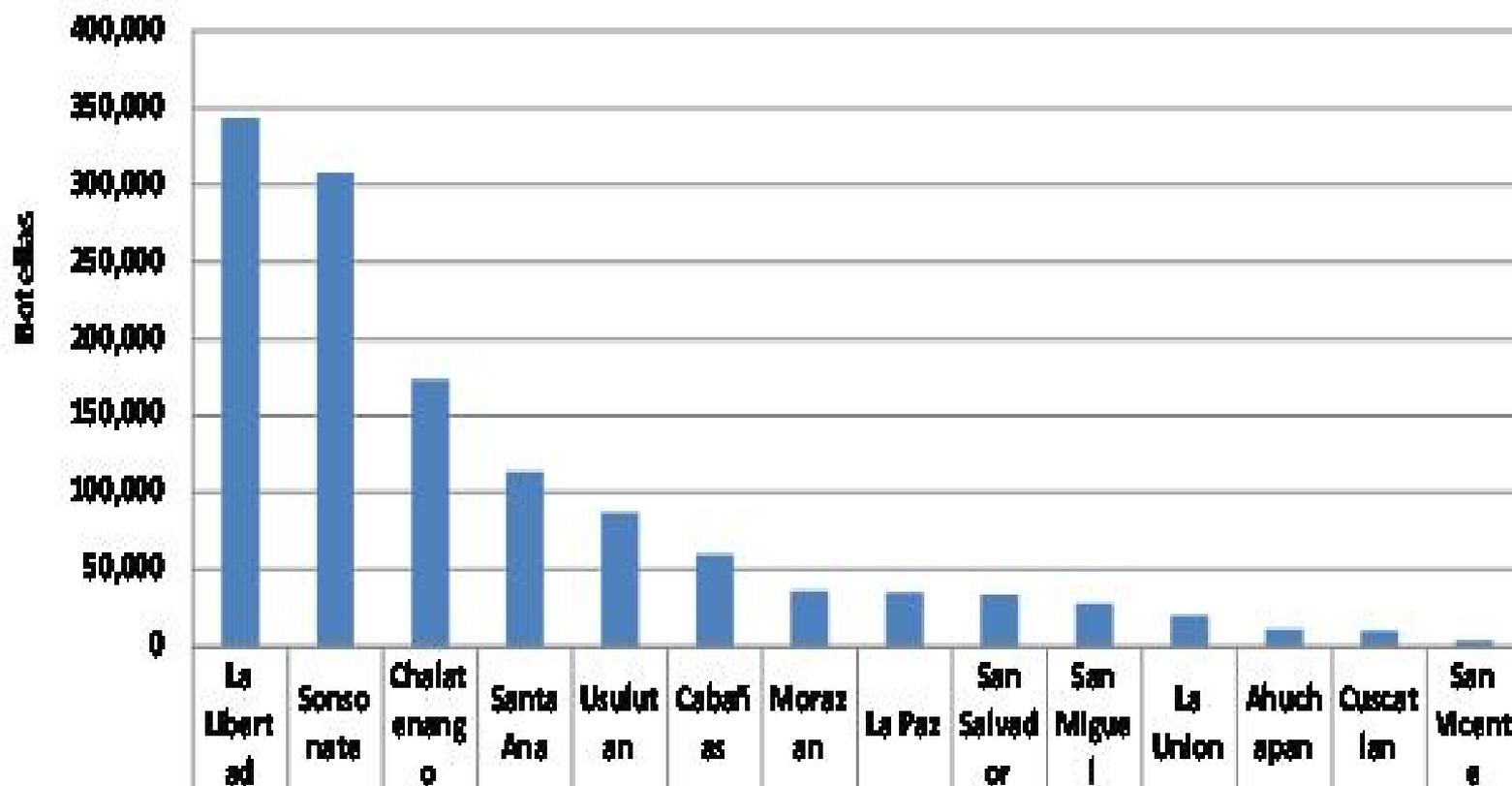
INVENTARIO APICOLA 2006-2007

Inventario apicola por numero de apiarios y colmenas por departamentos .

Departamentos	Inventario Apicola		
	Apiarios	Colmenas	Colmenas/apiario
Chalatenango	366	9,561	26
Sonsonate	293	11,402	39
Santa Ana	237	12,129	51
Ahuchapan	197	6,668	34
Usulután	175	5,401	31
La Libertad	161	6,449	40
Morazan	139	2,874	21
Cabañas	136	3,284	24
San Vicente	89	4,111	46
San Miguel	79	2,003	25
La Unión	55	1,104	20
San Salvador	51	1,582	31
La Paz	40	1,417	35
Cuscatlán	33	918	28
TOTAL	2,050	68,902	32

PRODUCCION DE MIEL POR DEPARTAMENTO

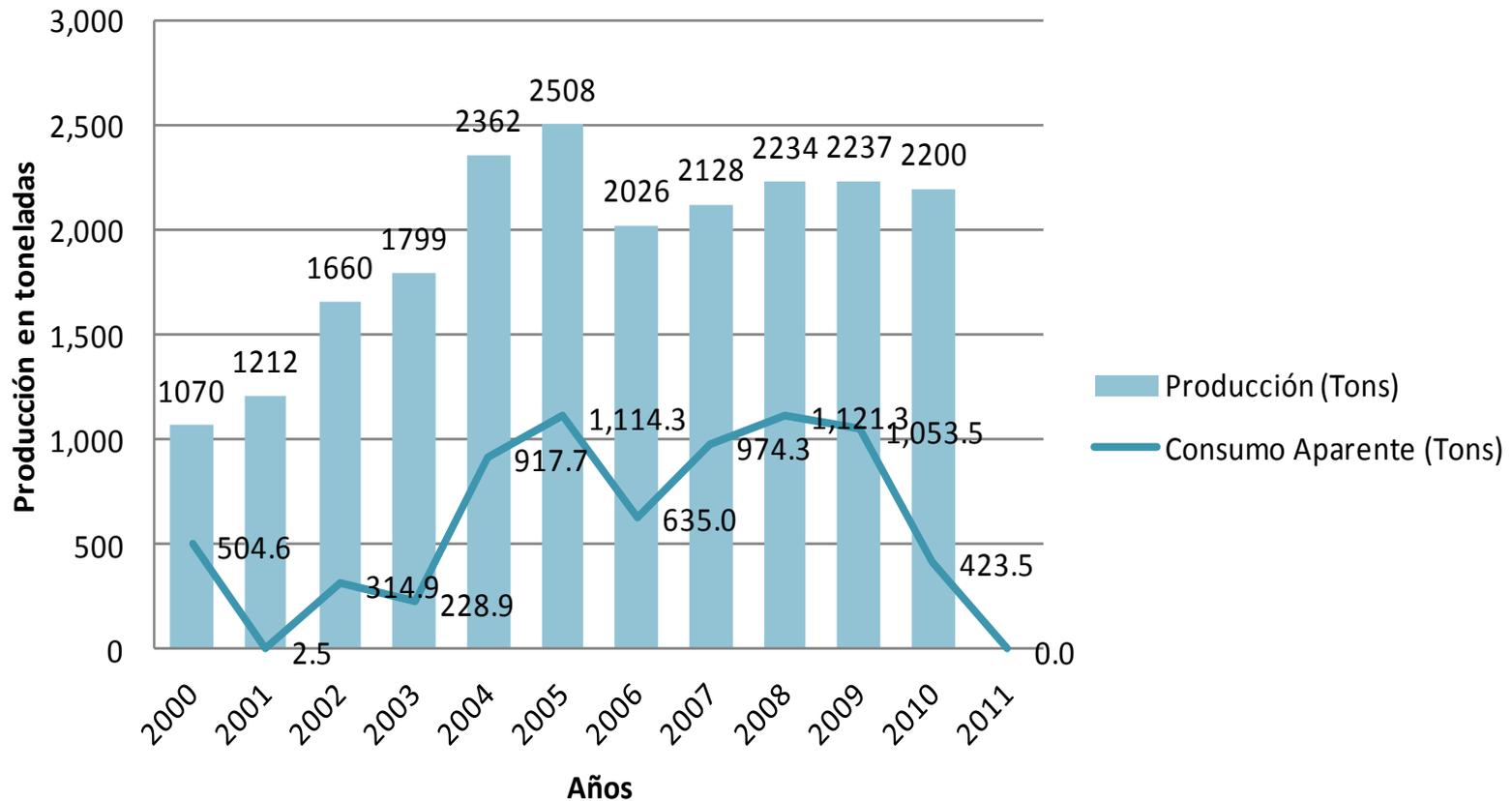
Producción de miel por departamento. Años 2007/2008



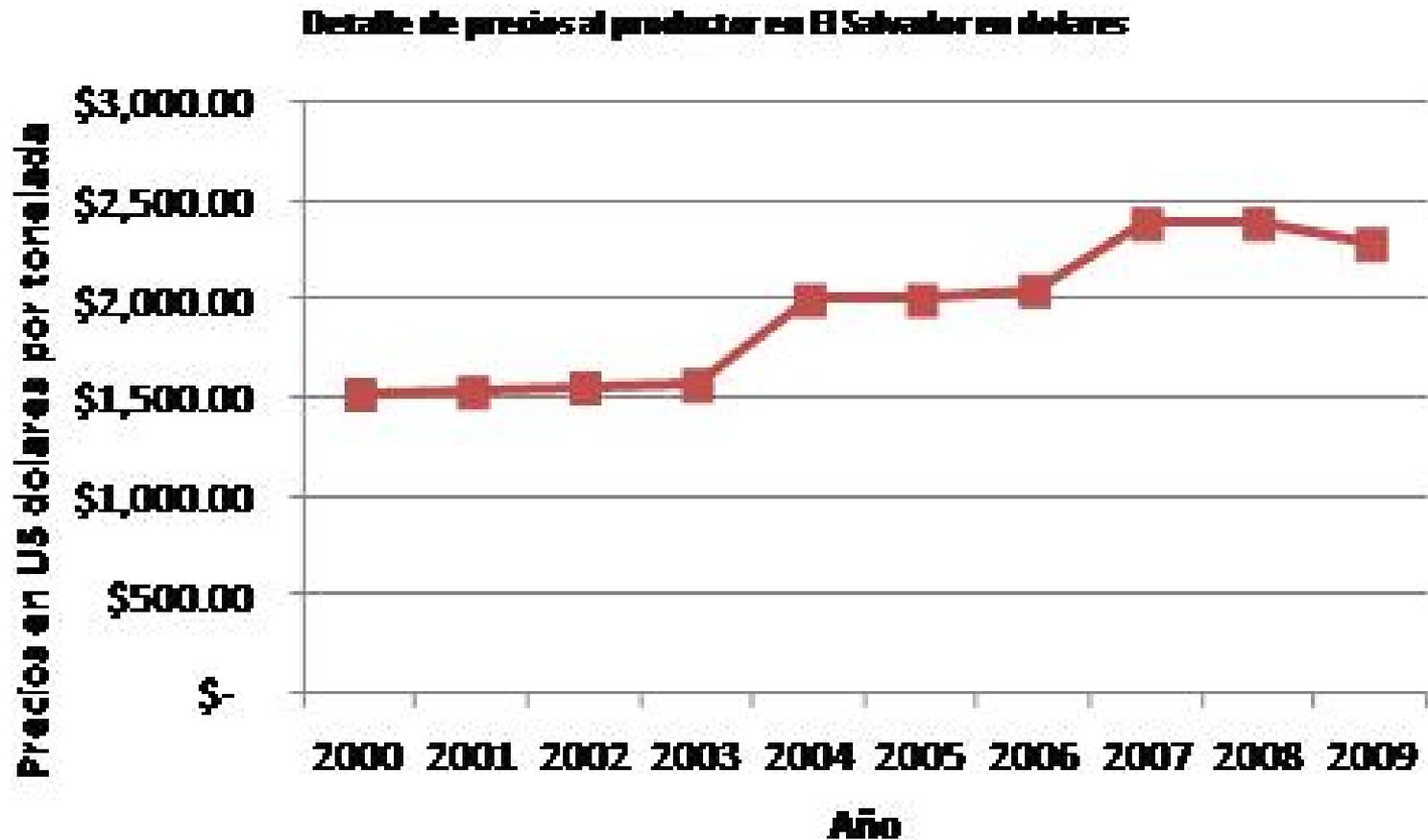
■ Miel (botellas)	343,48	307,96	173,27	114,00	87,077	59,866	36,361	35,083	33,951	28,220	20,087	11,389	10,468	4,067
-------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

CONSUMO DE MIEL EN EL SALVADOR

Consumo aparente de miel de abeja en El Salvador

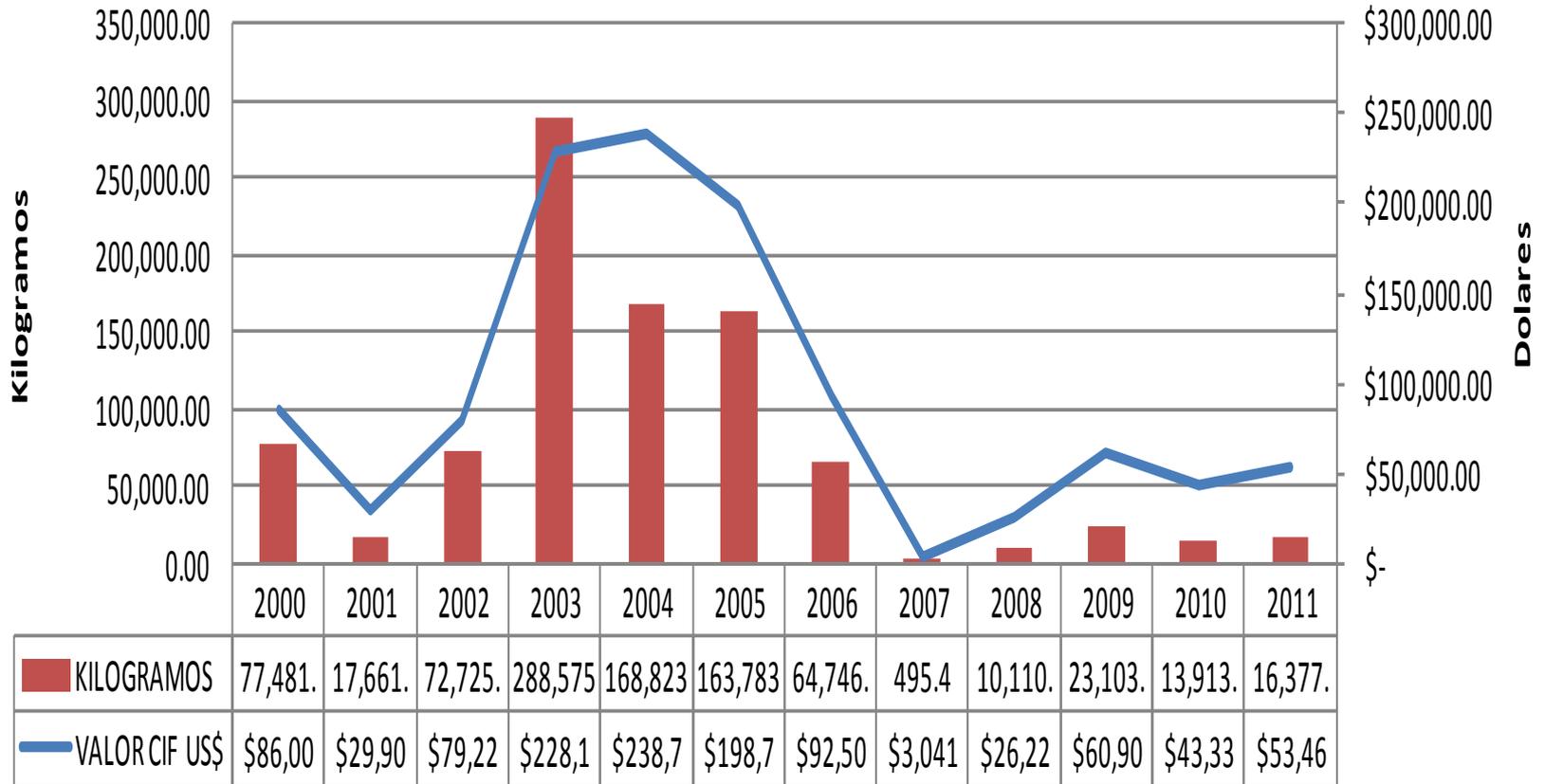


PRECIOS AL PRODUCTOR POR TONELADA EN EL SALVADOR

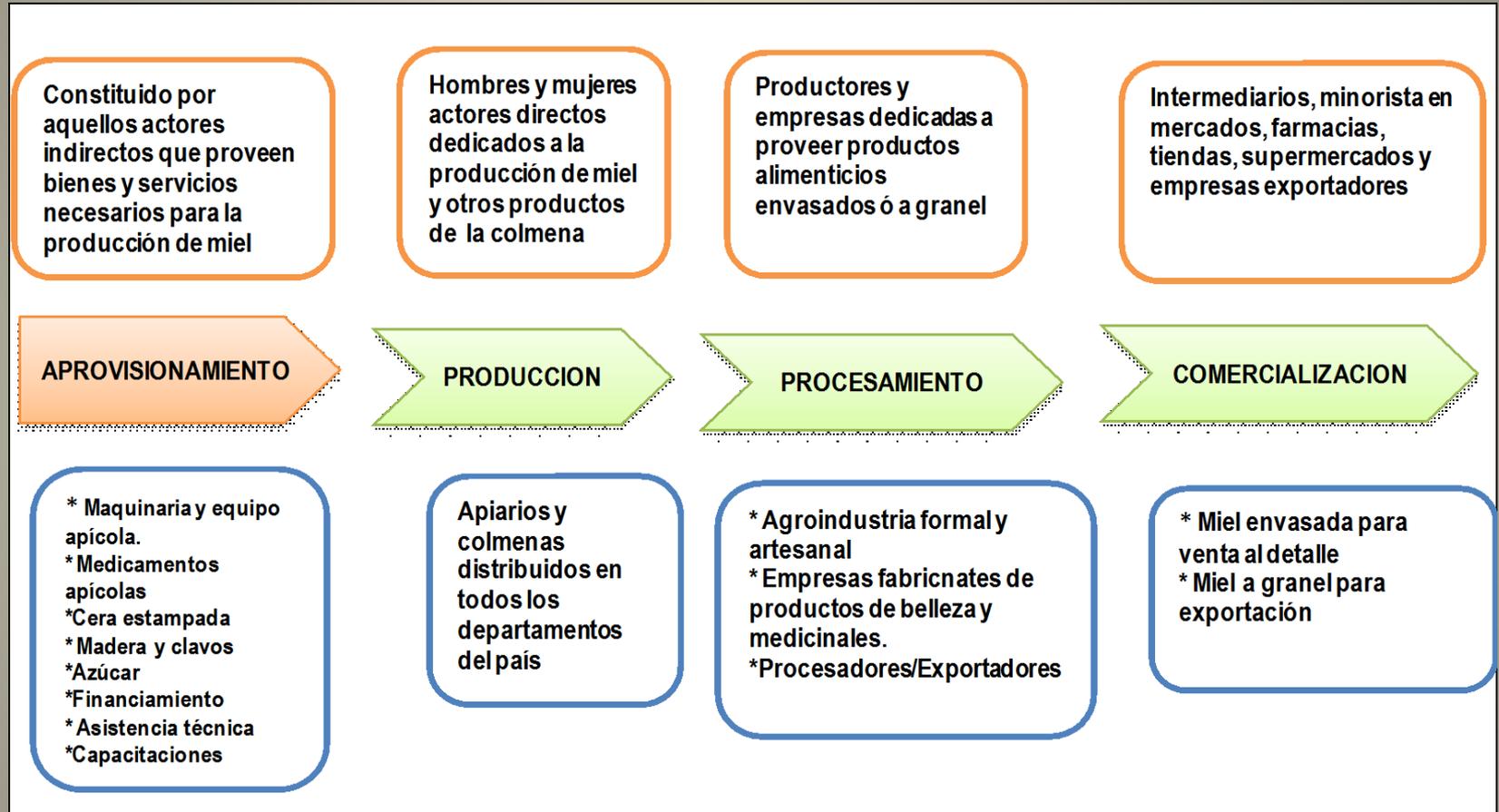


IMPORTACIONES DE MIEL

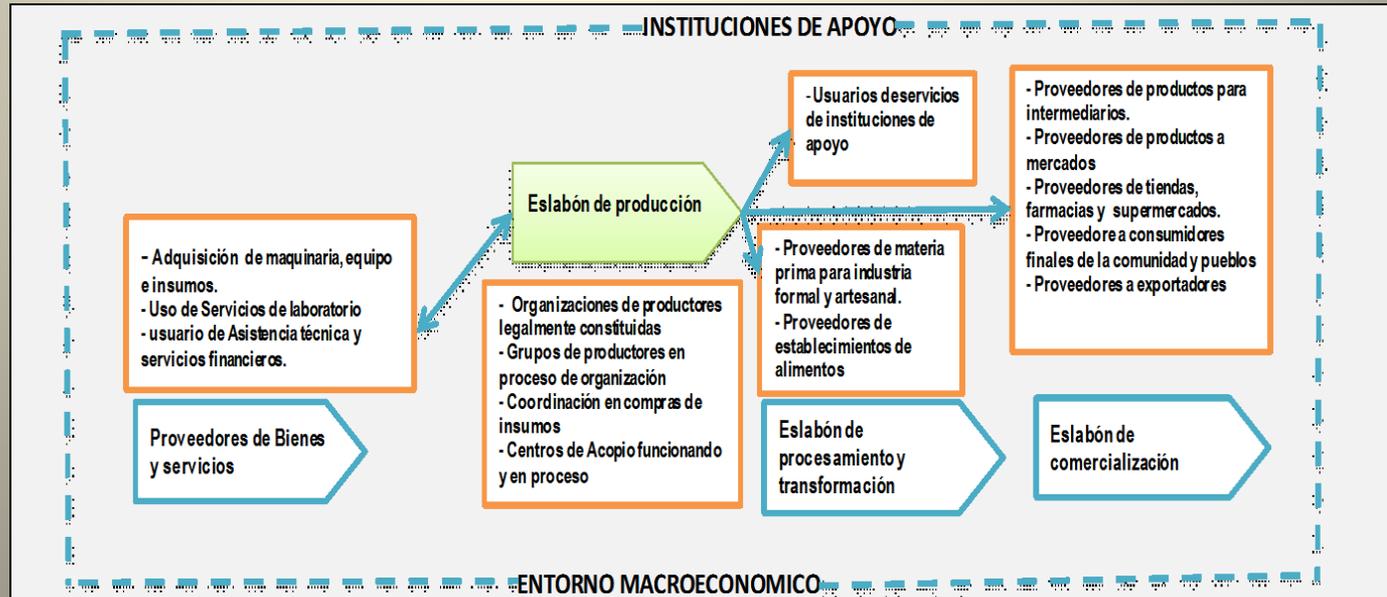
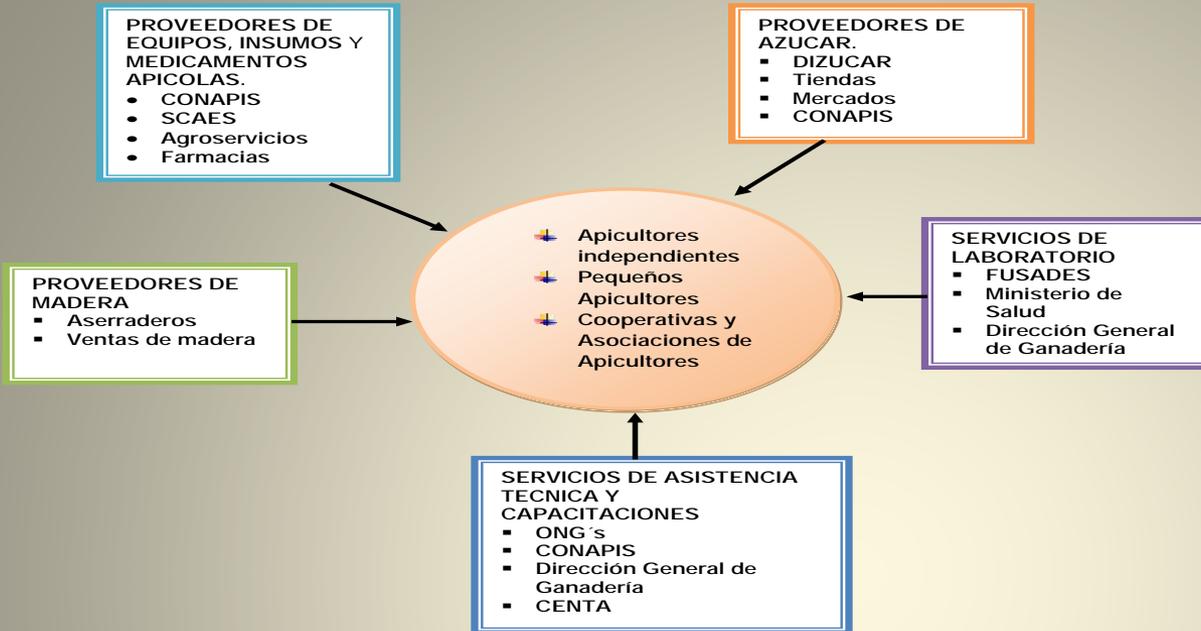
Importaciones de miel de El Salvador en Kgs y Valor CIF



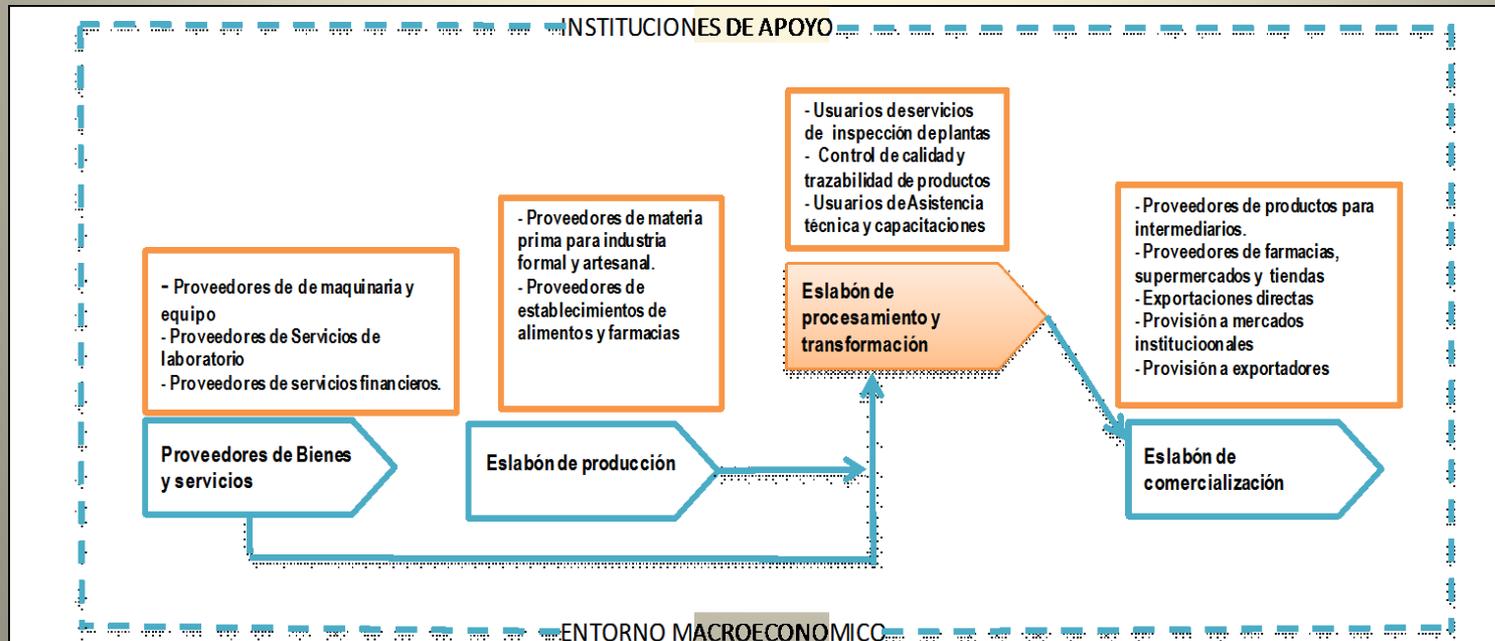
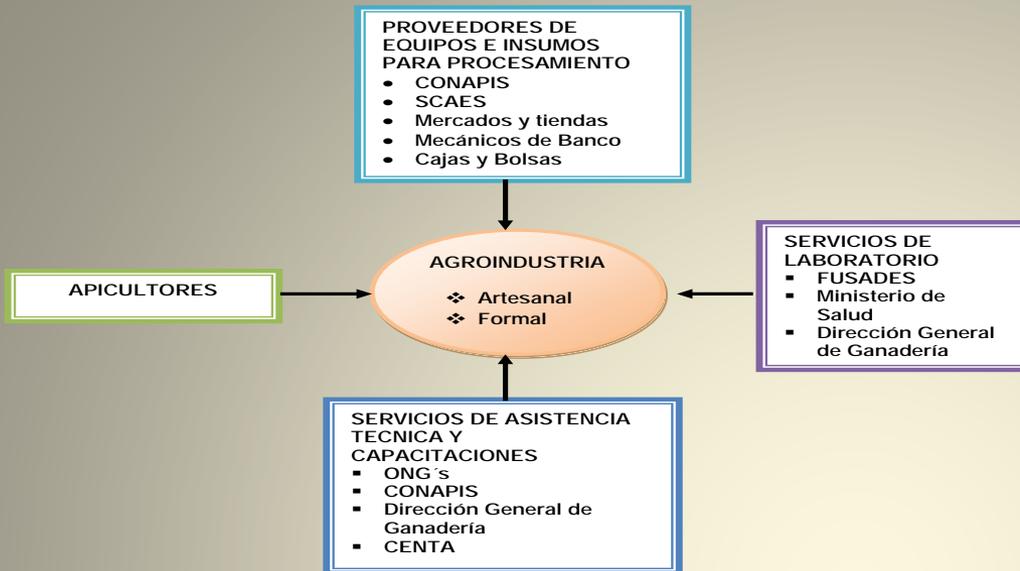
CARACTERIZACION DE LA CADENA DE MIEL



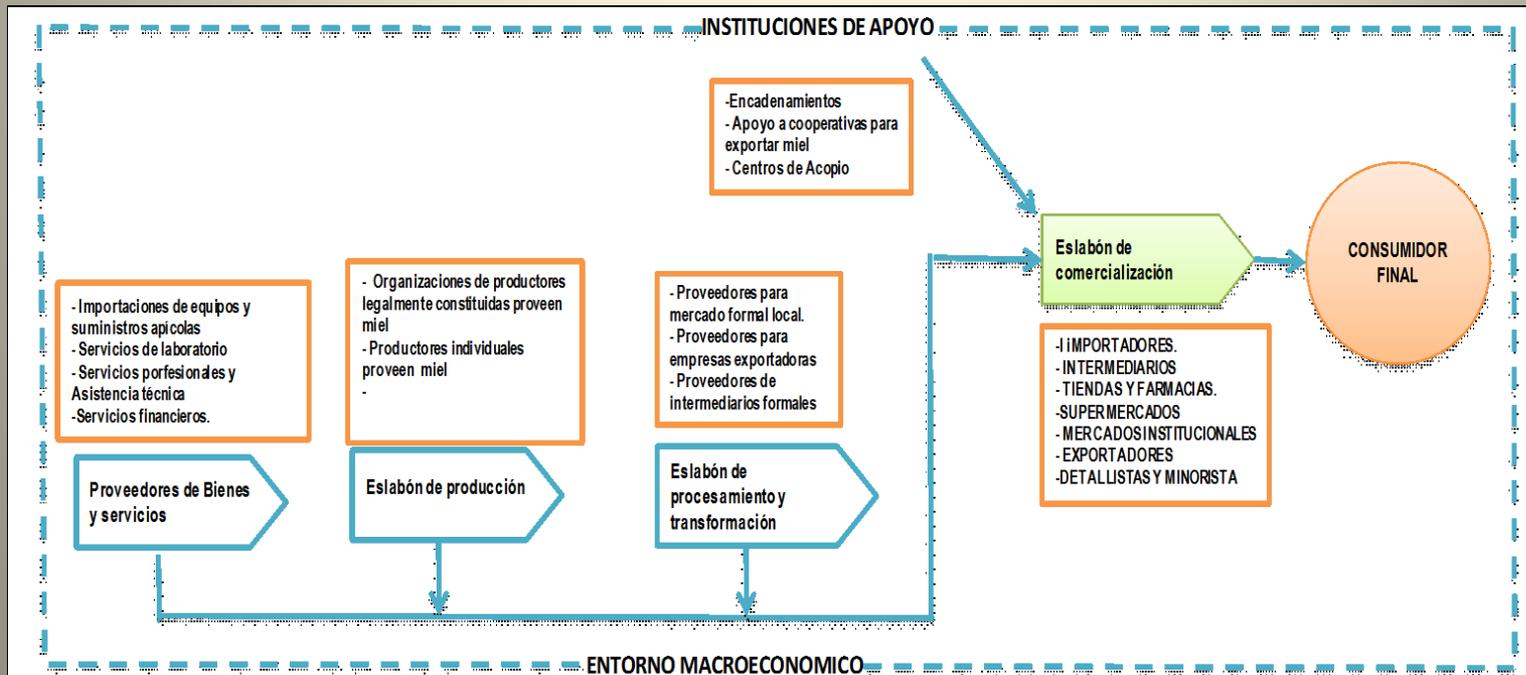
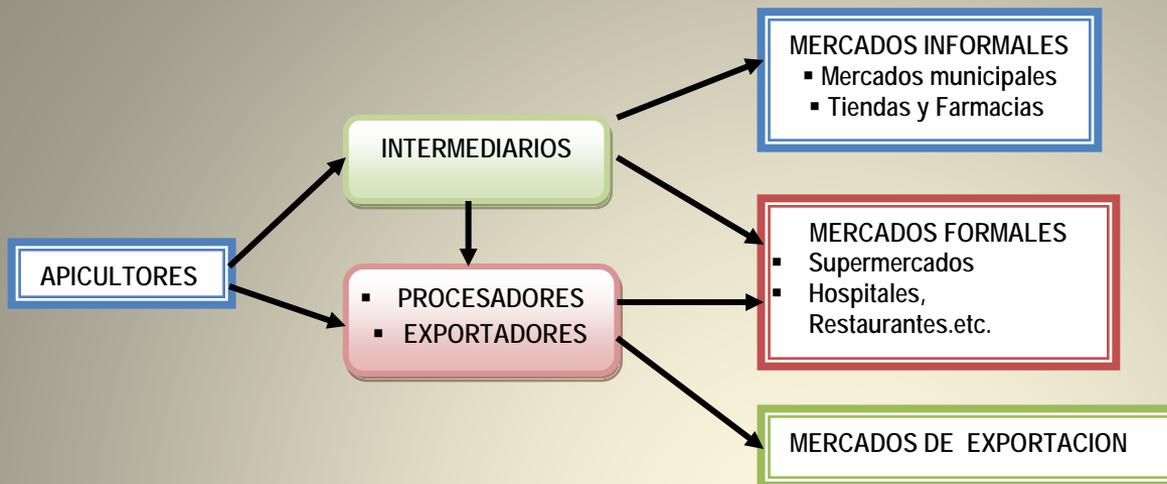
ESLABON DE PRODUCCION Y SUS RELACIONES



ESLABON DE PROCESAMIENTO Y SUS RELACIONES



ESLABON DE COMERCIALIZACION Y SUS RELACIONES



MARGENES EN LA CADENA

			% ventas por canal		Totales
			Venta detalle	Venta procesador	
Colmenas	Producción	Unidad			
12	648	botellas	10%	90%	
			65	583	
Precio de Venta			\$4.00	\$2.50	
Ingresos			\$259.20	\$1,458.00	\$1,717.20
Costos			\$106.05	\$954.45	\$1,060.50
Márgen			41%	65%	62%

INSTITUCIONES DE APOYO

INSTITUCIONES DE APOYO

INSTITUCIONES DE GOBIERNO

- 1.- MAG (Agronegocios, Economía Agropecuaria, Dirección de Ganadería)
- 2.- CENTA
- 3.- MINEC (Exporta, Fondeprou, Encadenamientos productivos, Inventa)
- 4.- Dirección General de Sanidad Vegetal (DGSVA)
- 5.- CONAMYPE
- 6.- SETEFE (Ministerio de Relaciones Exteriores)
- 7.- CONAPIS
- 8.- PRODEMORO ORIENTAL Y CENTRAL
- 9.- MARN
- 10.- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
- 11.- Alcaldía Municipales
- 12.- CENTREX

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

- 1.- IICA-PAF
- 2.- FUSADES
- 3.- FIAGRO
- 4.- FUNDE
- 5.- CORDES
- 6.- COOPERACION SALZBURGO
7. Iglesia Católica
8. Visión Mundial

Proveedores de Bienes y servicios

Eslabón de producción

Eslabón de procesamiento y transformación

Eslabón de comercialización

GREMIALES.

- 1.- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
- 2.- Cámara Agropecuaria y Agroindustrial (CAMAGRO)
- 3.- Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)

ACADEMIA

- 1.- Escuela Nacional de Agricultura (ENA)
- 2.- Universidad Centroamericana
- 3.- Universidad Francisco Gavidia
- 4.- Universidad de Oriente (UNIVO)
- 5.- Universidad Católica (UNICAES)

COOPERANTES.

- 1.- FOMILENIO (MCC)
- 2.- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- 3.- FAO (Food and Agricultural Organization)
- 4.- USDA (United States Department of Agriculture)
- 5.- USAID (United States Agency for International Development)
- 6.- FIDA (Fondo Internacional para el Desarrollo Agropecuario)
- 7.- JICA
- 8.- OIRSA

ASPECTOS DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA

- **Alto costo de los insumos apícolas.**
- **Falta de apoyo de diferentes entidades**
- **La generalizada deforestación en el país**
- **El uso indiscriminado de pesticidas**
- **La falta de organización del sector**
- **Falta de visión empresarial**
- **Falta de innovación en el sector**
- **Falta de financiamiento**
- **El pillaje**

LAS OPORTUNIDADES COMERCIALES

- **Comercialización en el mercado formal al detalle**
- **Comercialización Mercado Informal**
- **Comercialización con la industria artesanal**
- **Participación en compras Gubernamentales**
- **Comercialización en mercado de exportación**

PROPUESTA ESTRATEGICA PARA FOMENTAR LA COMPETITIVIDAD

I- LINEAS ESTRATEGICAS

- ❖ **Fortalecimiento de la capacidad productiva y calidad de la miel.**
- ❖ **Fortalecimiento de las organizaciones y fomento de la Asociatividad**
- ❖ **Apoyo en la gestión comercial**
- ❖ **Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros**

PLAN DE ACCION

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Fortalecimiento de la capacidad productiva y calidad de la miel	implementar las buenas prácticas apícolas, manejo del entorno apícola e implementación de técnicas innovadoras de la calidad de la miel	Asistencia técnica directa a pequeños productores y organizaciones	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAPIS, Apicultores	Enero de 2013
		Desarrollo y establecimiento de viveros con especies adecuadas para la alimentación apícola	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG. Apicultores, MARN	Julio de 2013
		Desarrollo de pequeños equipos para para envasado de miel	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, UCA, Universidad Don Bosco, Instituto Técnico Ricaldone	Julio de 2013
		Ampliación de la cobertura de Asistencia técnica a través de nuevas ECAS y CAS	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Apicultores, ECAS y CAS, ONG's	Enero de 2013
		Creación de Centros de Acopio	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Productores, Cooperación internacional, MINEC, ONG's	Diciembre de 2013
		Desarrollo de un Programa de capacitación en Buenas Prácticas apícolas y producción de miel bajo norma	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Dirección de Ganadería, CONAPIS, ONG's	Julio de 2013
		Giras de intercambio a proyectos con éxito nacionales e internacionales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Apicultores, ONG's, CONAPIS	Mediano

PLAN DE ACCION

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Fortalecimiento de las organizaciones y fomento de la Asociatividad	fortalecer las asociaciones actualmente funcionando con éxito y fortalecer la relación con otros actores de la cadena.	Capacitación de las organizaciones actuales en temas empresariales y de gestión comercial	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2012
		Coordinar con instituciones y facilitar los procesos para organizar a los productores que operan individualmente y legalizarlos	IICA/PAF/CP, Asociaciones agropecuaria, CDMYPES,	Diciembre de 2012
		Coordinación y desarrollo de alianzas con instituciones que operan centros de acopio y procesamiento para vincular organizaciones de productores y productores individuales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS DEL MINEC, ONG's	Julio de 2013
		Fomento a la participación de las organizaciones en eventos comerciales y ruedas de negocios	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG	Diciembre de 2013
		Desarrollo de una base de datos oferta de miel y otros productos a nivel nacional (Plazas, Compradores, transportistas, etc.) a nivel local, regional y nacional	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE, MINEC, DIGESTYC	Diciembre de 2012
		Vinculación de las organizaciones para la compra de insumos de forma colectiva	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Proveedores de insumos, CONAPIS	Diciembre de 2013
		Vinculación de las organizaciones de productores con otros programas de apoyo a la apicultura	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, Cámara de Comercio, PRODEMORO, Amanecer Rural, ONG's	Diciembre de 2013
		Giras de intercambio nacionales e internacionales	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG	Diciembre de 2013
		Desarrollo de normas de calidad y Normas de comercialización para las organizaciones	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAPIS; Dirección de Ganadería	Diciembre de 2013

PLAN DE ACCION

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Apoyo en la gestión comercial	Acompañar a los productores en su consolidación en los mercados actuales y la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado	Acompañamiento a los productores y organizaciones en la gestión de comercialización en los mercados formales	IICA/PAF/CP, MAG, MINEC	Julio de 2013
		Facilitación en los proceso de registro de las organizaciones en el mercado de compras gubernamentales	IICA/PAF/CP, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2012
		Programa de Capacitaciones en Gestión de negocios	IICA/PAF/CP, CENTA, MAG, CONAMYPE	Diciembre de 2013
		Desarrollo de nuevos productos de la colmena y nuevas presentaciones de la miel	IICA/PAF/CP, MAG, CONAMYPE.}, FIAGRO, Proinnova	Diciembre de 2013
		Desarrollo de una plataforma virtual para promocionar los productos de las organizaciones de productores	IICA/PAF/CP	Diciembre de 2012

PLAN DE ACCION

Línea Estratégica	Objetivo Estratégico	Acciones	Responsables	Plazo
Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros	Acompañar a los productores y organizaciones con los intermediarios financieros en la búsqueda de las alternativas financieras más adecuadas	Gestionar el desarrollo de una línea especial de crédito para el sector apícola	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2012
		Capacitación a organizaciones y productores en temas financieros	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2012
		Acompañamiento a las organizaciones en gestiones crediticias en el sistema financiero nacional	IICA/PAF/CP, Bandedal, BFA, Banco Hipotecario, FEDECREDITO	Diciembre de 2013
		Gestión de alternativas financieras para organizaciones con compradores y ONG's	IICA/PAF/CP	Julio de 2013



*¡Juntos
podemos!*

www.mag.gob.sv

Ministerio de Agricultura y Ganadería
República de El Salvador, C.A.

Final 1a. Avenida Norte, 13 Calle Poniente
y Ave. Manuel Gallardo. Santa Tecla,
Departamento de La Libertad.