



2023 ESTUDIO TRANSVERSAL COLOMBIA MIEL





1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Generalidades del mercado Colombiano

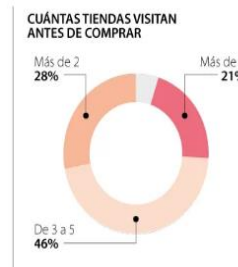
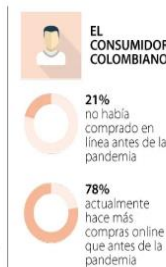
Población: Colombia es el segundo país en población de Sudamérica, con más 50 millones de habitantes, lo que representa un alto potencial de demanda de bienes y servicios. El 82% de la población vive en zonas urbanas (Banco Mundial), la mayor parte de los habitantes (68.3%) están entre los 15 y los 64 años, con una tendencia al aumento de las personas mayores. Un aspecto a destacar es la disminución en la densidad de los hogares los cuales en el 2008 eran en promedio de 3 personas y se espera que para el 2042, sea de 2,6 personas por hogar¹.

Consumo: Respecto al consumo de los hogares colombianos, los analistas indican que el consumidor local se caracteriza por buscar los mejores precios y la mejor calidad posible. Según el estudio 'Pregunta al Panel de Hogares 2022' que realizó la firma Kantar, el 26% de los consumidores ha cambiado a preferencias o sustitutos más económicos si los compara con lo que consumía en los meses anteriores. Adicionalmente, el 10% de los consumidores ahora prefiere comprar productos en presentaciones más grandes. Según los datos del panel mencionado, los productos de tamaño grande están ganando terreno, impulsados por cambios de hábitos después de la pandemia.

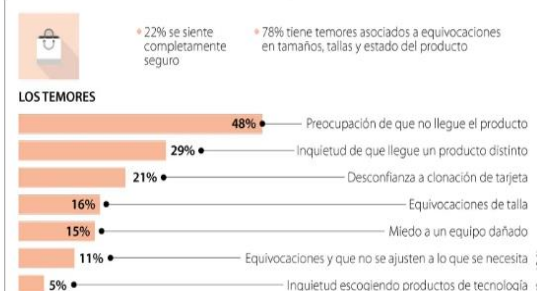
Compras On Line: El estudio también revela que el cambio no solo ha sido en lo que se consume sino también en cómo se consume. Si bien solo el 13% de la población compra a través de canales digitales, las ventas a través de estas plataformas crecieron un 36% en el 2022, alcanzando los US\$ 11 mil millones.

En el cuadro adjunto aparecen aspectos relevantes del consumo que realizan los compradores colombianos.

EL CONSUMIDOR COLOMBIANO ONLINE EN 2022



- LA CONFIANZA**
- 87% revisa detenidamente reviews y comentarios de otros compradores
 - Los e-commerce con visibilidad de comentarios y calificación de compradores aumentan tasas de conversión en 38%
 - 64% de compradores aseguran solo comprar a marcas reconocidas
 - 26% confía en una marca con punto de venta físicos
 - 31% en marcas que dan la posibilidad de pago contraentrega
 - 44% en las marcas que dan reembolsos
 - 17% al ver pasarelas de pago reconocidas



Fuente: Kantar, Censal de Comercio Electrónico / Gafesa S.A.



Producción local de miel: Tomando como base datos del 2020, se estima que existen alrededor de 3.500 apicultores, manejando 150.000 colmenas, beneficiando a más de 12.000 familias y produciendo 4.500 ton de miel al año. El número de colmenas ha crecido en un 30%, mientras que la producción de miel el 60%. El 90% de la apicultura colombiana está representada por pequeños apicultores que en promedio no manejan más de 20 colmenas.

A nivel regional, Colombia es líder en la producción apícola, con un promedio cercano a los 30 kilos por colmena al año, lo que ubica a este país por encima de Ecuador, Perú y Venezuela. Colombia ocupa el séptimo lugar en producción de miel en Latinoamérica y el noveno en el continente.

Hasta el año pasado el departamento (región) de Córdoba era líder en producción de miel, pero a partir del 2022, Antioquia se ha venido consolidando en el sector, por lo que estos dos departamentos ya representan el 20% de la producción total de este producto en el país. De igual forma, en los Llanos orientales se ha incrementado el desarrollo de proyectos apícolas, dada la oferta de la *Acasia mangium*, un árbol que produce néctar extrafloral más de la mitad del año, apto para las abejas.

Tendencias en el consumo de miel en Colombia

- El consumo de miel en Colombia es muy bajo, se estima que durante el 2020, llegó a los 83 gramos por persona, muy por debajo del promedio mundial de 386 gr. por persona.
- Este producto, pocas veces tiene marca, suelen venderlo por las carreteras en botellas de vidrio, o importado, en los supermercados; muchas veces adulterado y más económico, de acuerdo a lo indicado por Fabio Diazgranados, presidente del gremio de los apicultores.
- De acuerdo con lo indicado por el presidente del gremio entre 70 y 80% de la demanda de miel en el país es insatisfecha, razón por la cual, no se registran exportaciones de miel, teniendo en cuenta que el precio internacional de este producto al apicultor colombiano no le favorece; pues el interno es superior.
- Un aspecto relevante consiste en la presión que están generando mieles foráneas que ingresan de forma ilegal al país, especialmente a través de la frontera con Venezuela las cuales no cuentan con los registros sanitarios requeridos y que ingresan a muy bajo costo.
- Por parte del sector existe interés en capacitar al consumidor, a partir de tres ejes:
 - Mostrar la variedad de mieles que existen en Colombia a partir de las características de las regiones donde se produce, lo que permite encontrar múltiples opciones de producto.
 - Las características del color, sabor, cristalización, todo, lo da la floración, aspecto que también genera múltiples opciones de productos.
 - Las ocasiones de consumo pueden ser múltiples al desarrollar productos como miel con jengibre para endulzar un té, o miel con jalapeño para usar como dip.



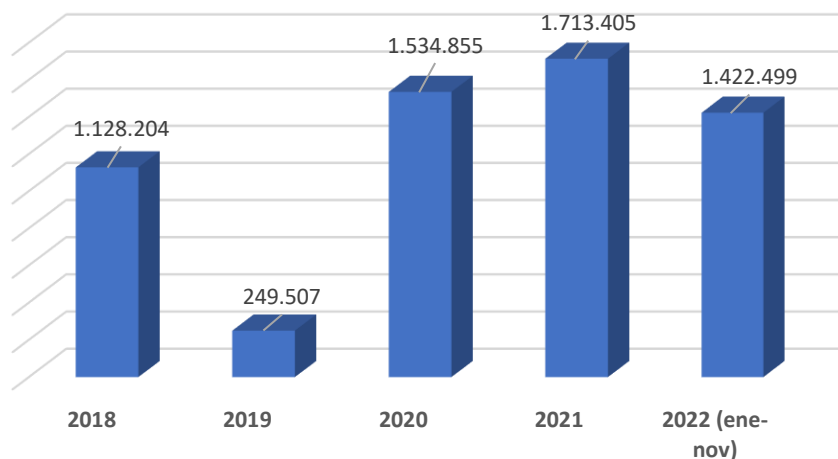
- Una tendencia que buscan impulsar los productores locales es el que se consuma producto colombiano, esto como medida para enfrentar el ingreso de producto importado, el cual en algunos casos es más competitivo en precio.

Importaciones crecientes

Si bien la producción local se enfoca en su totalidad a atender el mercado interno, Colombia importa miel en volúmenes que llegan al 12% de la producción nacional.

Durante los últimos 5 años se registra un comportamiento creciente en las compras de miel, con una disminución importante en el año 2019, pero aumentos constantes en los años 2020 y 2021. Los principales proveedores son Argentina con una participación del 69% en el total importado y México con una participación del 30%; el 1% restante se divide en importaciones de China e Italia.

Importaciones de Miel - US\$





Canales de Distribución

En la distribución de la miel intervienen los siguientes actores:

Productor: Por un lado, están quienes se dedican a la apicultura intensiva, es decir, que tienen más de 500 colmenas; por el otro, están quienes poseen en promedio 20 colmenas. Cerca del 90% de los apicultores colombianos son de este último tipo, y en muchas ocasiones, se trata de campesinos que complementan otras actividades del campo con la apicultura.

Acopiador: Persona que se ocupa de recolectar la producción de varios apicultores a granel y transportarla a los grandes centros urbanos. Allí entrega el producto a los distribuidores minoristas: supermercados o tiendas naturistas. En algunos casos, esta función de acopio y transporte es cumplida por los mismos productores.





Distribuidor Minorista: La función de distribución minorista de la miel es ejercida por tiendas naturistas y supermercados ubicados en los centros urbanos. Reciben el producto a granel, lo fraccionan y lo envasan en frascos de 250 y 375 cc. para su distribución final.





2. OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN DE MIEL

- **Precios:** La primera variable a analizar es la del precio, la cual es fundamental en las compras de los hogares especialmente en un mercado en el que la tasa de inflación llegó a 13,2% en el 2022, siendo la más alta en 21 años.

Al respecto, realizamos un shopping de precios en tres canales diferentes, encontrando lo siguiente:

- Supermercados: El precio es muy disperso y va desde los US\$1,63 el Kg. a los US\$ 33,05 el Kg. En este mismo canal se observa que la mayor oferta de precios de la miel está en productos que se venden al público entre los US\$10 y los US\$15 por Kg.
- Tiendas Especializadas: al igual que en el caso del canal de supermercados también se aprecia una gran dispersión de precios que oscilan entre los US\$4,70 y los US\$ 77,84 el Kg. Sin embargo, en este canal la mayor oferta de precios está en un rango inferior al de los supermercados, entre los US\$7 y los US\$14 por Kg.
- E-commerce: En este canal el precio está entre los US\$0,21 y los US\$80,13 por Kg. La mayor oferta de precios está entre los US\$9 y los US\$15.

En este punto específico hay que establecer una estrategia de precio acorde con el tipo de producto que tenga la compañía chilena, y que sirva para generar volúmenes de ventas en un primer momento (precio competitivo) o para posicionar el producto (precio alto).

- **Presentaciones:** La revisión de la oferta nos permitió percibir que, del total de referencias, en los tres canales, el vidrio tiene una participación del 73%, y el plástico la participación restante del 27%, sin que haya presentaciones de otro tipo. Respecto al peso de los productos, encontramos múltiples opciones que van desde el consumo personal hasta el industrial; sin embargo, la mayor parte de los productos están entre los 240 grs. y los 340 grs.
- **Especialidades:** Con este término nos referimos a características adicionales que tiene la miel, como por ejemplo el ser monofloral o tener algún producto adicional como romero. Para el caso de los productos revisados, encontramos que el 74% se ofrecen como “Miel natural” sin entregar o destacar información que los diferencie y el 26% restante está constituido por productos que incluyen notas de aroma y sabor propios como: maracuyá, frutos rojos, romero, tomillo, eucalipto, anís, canela, frutos amarillos, jengibre, arándanos y chile-chipotle. Además de los productos señalados anteriormente algunas empresas destacan el tipo de abeja que produce la miel (meliponas), o la zona en la que se produjo (Sierra Nevada).

Se puede señalar que la producción y distribución de miel ha ido evolucionando de la venta artesanal en las fincas de los pequeños apicultores, a tiendas y boutiques que ofrecen versiones más premium. Sin embargo, la variedad de mieles no corresponde con las tendencias de consumo masivo, en las que sigue predominando la venta de miel líquida tradicional.



3. ¿CÓMO SE PUEDE ACCEDER AL MERCADO DE MIEL?

Normativa para la importación de alimentos

Ley 2193 de 2022, fortalecimiento de la industria apícola:

A través de esta ley se establece la implementación de políticas públicas y la ejecución de proyectos y programas que buscan garantizar el fomento y la protección de la apicultura, su ambiente y desarrollo, como un componente estratégico para la protección y preservación de la biodiversidad, conservación agrícola y adaptación al cambio climático.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf

Requisitos zoosanitarios para la importación de miel de Origen Chile:

Cada importación que se realice debe estar amparada por un Certificado Expedido por la Autoridad Oficial Sanitaria del país de origen, en el cual conste el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Que proceden de abejas criadas en el país.
- Que el apiario o los apiarios de origen del producto mantienen un programa de control zoosanitario bajo supervisión oficial.
- Que el establecimiento donde fue procesado el producto cuenta con autorización oficial para su funcionamiento y opera bajo supervisión de la Autoridad de Sanidad Animal del país exportador.

https://afrodita.ica.gov.co/IA_VW_CONS_REQ_IMPORT/ShowIA_VW_CONS_REQ_IMPORTTable.aspx

Resolución 2492 del 2022, etiquetado:

Esta medida reglamenta el etiquetado frontal, con la implementación del sello octogonal con fondo negro donde se advierte sobre el exceso de grasas trans y saturadas, calorías y azúcares buscando generar un impacto positivo en la alimentación de ciudadanos.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf



4. RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL

Es esencial considerar que el consumidor colombiano se está enfrentando a cambios importantes en sus decisiones de compra, impulsadas especialmente por la alta inflación, lo que generará cambios en cómo, cuánto, cuándo y dónde adquiere productos. Si bien el tema del consumo de productos saludables y estéticos se mantiene como relevante, la variable de los precios será fundamental en la estrategia de ingreso a este mercado.

Por lo señalado en los puntos que conforman este informe, aspectos como la oferta de productos considerados adulterados, y una oferta local poco desarrollada, abren un espacio para ofrecer productos que se diferencien y que, con un trabajo adecuado de marketing de mediano plazo, les permita posicionarse con una marca.

Los supermercados y grandes superficies se han ido constituyendo en el principal canal de comercialización, por lo que se deben tener como referente para el ingreso al mercado colombiano, pensando que el ingreso a través de este canal genera visibilidad para el producto, pero también tiene exigencias como: inversiones para generar la rotación que piden los supermercados y presencia en puntos de venta que pueden estar en zonas muy alejadas del centro del país, lo que requiere una logística que permita llegar a ellos.

En la comercialización de alimentos se destacan los E-Commerce de las cadenas de supermercados, así como algunos marketplaces que dentro de sus categorías ofrecen alimentos no perecederos como aceites, frutos secos, proteínas, conservas, entre otros. Los principales e-Commerce en Colombia, especialmente para alimentos, de acuerdo con el número de visitas son:

- Mercado Libre <https://www.mercadolibre.com.co/>
- Alkosto <https://www.alkosto.com/>
- Éxito <https://www.exito.com/>
- Olímpica <https://www.olimpica.com/>
- D1 <https://domicilios.tiendasd1.com/>

Otras plataformas importantes para la comercialización de alimentos online es Merqueo (<https://merqueo.com/bogota/super-ahorro>) y Superfuds (<https://superfuds.com/>).



Señalar que empresas como Ciblu (<https://www.ciiblu.com/>) tienen un modelo que consiste en ser un centro de distribución reduciendo la intermediación al comprar a productores directamente, aunque también funcionan como Marketplace.

5. OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS DEL SECTOR

Festivales y/o eventos gastronómicos de interés:

Alimentec:

Fecha : 18 al 21 de junio de 2024
Lugar : Bogotá
Web : <https://feriaalimentec.com/>

Congreso Nacional de Apicultores:

Fecha : Septiembre de 2023
Lugar : Bogotá
Web : www.asoapicun.com

Otras actividades relacionadas con el tema de alimentos que se realizan de manera periódica son los siguientes:

- *Alimentarte*: suele ocupar dos fines de semana, uno con énfasis en sabores colombianos y otro con tono más internacional. Se realiza generalmente en abril en Bogotá.
- *Congreso Gastronómico de Popayán*: se realiza entre 5 al 7 de noviembre. Su fortaleza siempre ha sido el tema académico, muestras de cocina nacional y demostraciones internacionales con países invitados.
- *Sabor Barranquilla*: Se caracteriza por realizar shows de cocina y muestras gastronómicas. Congrega buenas charlas en torno a la cocina tradicional e invitados internacionales. Tradicionalmente se realiza entre noviembre y diciembre.
- *Festival gastronómico de Bogotá “Sabores del jardín”*: liderado por la alcaldía Mayor de Bogotá, el evento tendrá lugar en septiembre en el Jardín Botánico de Bogotá, con muestras de comida sana, divertida y con valor agregado.



Bibliografía

- Portafolio, <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/como-cambio-el-consumo-de-los-colombianos-durante-el-2022-574626>
- Caracol, Apicultores: Colombia tiene potencial para más de un millón de colmenas
https://caracol.com.co/programa/2021/12/17/al_campo/1639780805_443945.html
- Ministerio de Agricultura: Cadena de las abejas y la apicultura
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Apicola/Documentos/2020-09-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Abejas en la agricultura: La apicultura crece en Colombia
<https://abejasenagricultura.org/la-apicultura-crece-en-colombia/>
- Abejas en la agricultura: La miel de abejas, por su versatilidad y propiedades, se ha convertido en un negocio fashion.
<https://abejasenagricultura.org/la-miel-de-abejas-por-su-versatilidad-y-propiedades-se-ha-convertido-en-un-negocio-fashion/>
- Portafolio: La importancia de la apicultura en el sector agro, según Fedeebejas
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/sector-agro-la-importancia-de-la-apicultura-fedeebejas-responde-577169>
- Revista Biodiversidad: abeja de la miel en Colombia
<http://reporte.humboldt.org.co/biodiversidad/2020/cap4/408/#seccion3>
- Navarro P., Ochoa D., Tabares D., (2010), Estudio de Comercialización de Miel de Abejas Natural desde Antioquia, Colombia

