



**VALORIZAR LA MIEL DE COSECHA PROPIA**  
**VALORITZAR LA MEL DE COLLITA PROPIA**

Urbano González Escapa  
*Miel Ecológica URZAPA*

# OBJETIVOS DE LA JORNADA

- Hacer reflexionar sobre algunos aspectos: la apicultura no es sólo extraer miel.
- La mayoría sois apicultores, pero no todos estáis con el mismo recorrido: unos empezáis, otros sois veteranos, etc.
- Nos imaginamos una explotación con 50 colmenas en su segundo año productivo
- **ESPERO AYUDAROS**

# MUCHOS PROBLEMAS APÍCOLAS



- Enfermedades
- Velutina
- Resistencias  
tratamientos
- Mieles importadas
- Precios bajos
- Etiquetado Claro
- Pesticidas
- .....

# NO SOLUCIONES EXTERNAS

- La apicultura es una ganadería muy pequeña
- Poco volumen económico
- Poco poder frente a las Administraciones
- ¿Cómo solucionamos nuestros problemas?



# SOLUCIONES INTERNAS



- La solución está en nosotros: no hay varitas mágicas.
- Unidos que no unificados
- Formados que no sólo informados
- Cambio de malas dinámicas apícolas
- Copiando modelos y manejos de éxito.
- La solución eres tú, la solución está en ti.

# La generadora de riqueza económica

Colmena de hace 2000 años



Colmena moderna actual



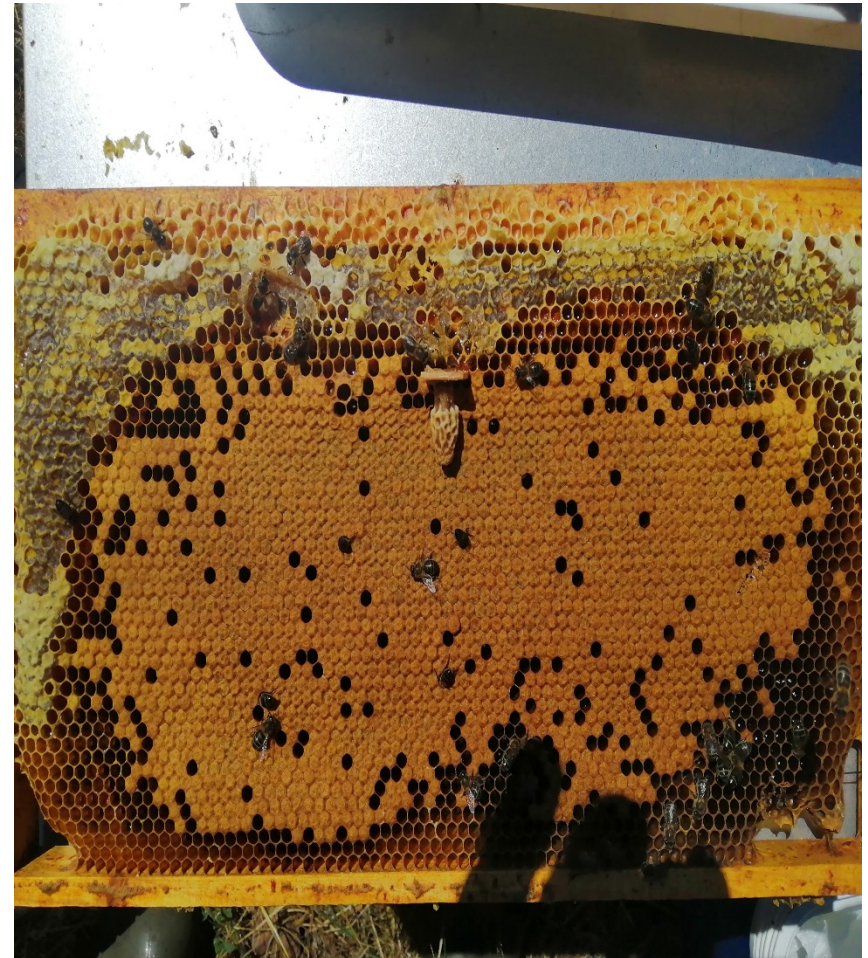
# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?



- Valorizar es dar valor.
- Al dar valor positivo a los productos apícolas, posiblemente aumentará el precio y aumentarán nuestros ingresos.
- No es una regla directa
- **Mayor rentabilidad de nuestras explotaciones**

# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?

- Conociendo todos los productos y todas las posibilidades de las colmenas.
- No quiere decir que los explotemos, si hay que conocer los métodos de extracción
- Un apicultor debería extraer miel, polen, propóleos, jalea. Al menos para consumo propio.
- Países del Este de Europa





# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?

- **IMPORTANTE**
- ***Autotest***: Qué tipo de apicultor soy: profesional, aficionado; voy aumentar las colmenas, tengo un proyecto, si tengo un socio, si tengo una subvención, etc
- Pleno conocimiento de nosotros mismos y ***sobre todo de nuestras carencias***.
- ***Ser críticos con nosotros mismos***.
- ***Tomaros vuestro tiempo***



# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?



- **IMPORTANTE**
- Nuestras explotaciones al margen del número de colmenas y del número de empleados son *empresas*
- **PLAN DE EMPRESA:** trabajo de campo, trabajo de obrador y comercialización.

# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?

- **MÁXIMA INFORMACIÓN**
- **¿A dónde quiero vender?**
- Venta directa
- Venta a tiendas de alimentación
- Venta supermercados
- Venta a hipermercados
- Venta a herbolarios
- Venta a ferias y mercados
- ***Venta a granel***
- Venta a distribuidores
- Venta al canal HORECA
- Venta a exportación
- Venta a marca blanca
- ***Venta online***
- **PREGUNTA**



# ¿Cómo valorizar nuestro colmenar?



- **IMPORTANTE:**
- *Perfil del consumidor* diferente en función del tipo de mercado.
- Qué tipo de producto demanda ese mercado, qué tipo de información pide, qué tipo de bote.
- No es lo mismo vender miel directamente al consumidor que vender tu miel al dueño de una tienda.
- El enfoque es totalmente distinto
- Exportación o tienda de barrio

# Exportación

- U.E.
- Idiomas
- Sábana de exportación veterinaria
- Código TARIC
- Agente aduanero
- EXWORK e Incoterms
- ROI
- Países terceros
- Convenios de colaboración
- Laboratorios de análisis
- Crédito Bancario Documentado
- Confirming
- Diferentes formas de pago



# VISITA A TIENDA DE BARRIO



- Concertar la cita con el dueño o gerente
- Información sobre el propietario: si tiene empleados, si está casado, si tiene hijos. Toda información es poca.
- Información sobre la tienda: Si vende otra miel, si nunca ha vendido miel, cuántos años lleva con la tienda
- Si tiene mucho escaparate, si no tiene apenas escaparate.
- El tipo de clientela que tiene.
- Forma de pago habitual.

# En función de dónde venda

- Botes de diferentes tamaños: botes de 50 gramos para restaurantes
- Diferentes etiquetas: mieles monoflorales con diferentes colores
- Diferentes presentaciones: miel en panal para un restaurante Michelin o miel en bote para una tienda



# FORMATO DEL PRODUCTO

- Miel líquida
- Miel en crema
- Miel en panal
- Miel sin filtrar, sólo decantada
- Miel monofloral
- Miel Milflores





# MAS PRODUCTOS



- **NO TODOS LOS HUEVOS EN LA MISMA CESTA**
  - Polen fresco
  - Polen seco
  - Polen triturado
  - Propóleos y productos: tintura, spray, miel con propóleos
  - Jalea real: técnica de cría de reinas
  - Bebidas fermentadas: Hidromiel, cerveza con miel, vinagre
  - Apitoxina
  - Sin olvidar: núcleos, paquetes de abejas, reinas, colmenas completas, etc
- **POLINIZACIÓN**

# POLINIZACIÓN

- Es responsabilidad de los apicultores hacer llegar a la sociedad y a la administración, lo importante que son las abejas en los ecosistemas.
- Esta importancia en algún momento, revertirá para todo el sector.
- **NO DEJAR DE REPETIRLO**



# VALORIZAR CON MÁS PRODUCTOS



- Salir al mercado con un solo producto es más difícil que con varios
- El colmenar se valoriza al aumentar el número de productos.
- La colmena nos da muchas posibilidades
- No es necesario producto elaborado.
- Por ejemplo, juntar mieles de 2 colmenares o no; juntar mieladas o no; juntar extracciones de diferentes pólenes.

# VALORIZAR ELABORANDO NUEVOS PRODUCTOS



- Cata-encuesta entre familiares
- Cata-encuesta en tiendas
- Cata-encuesta entre alumnos de la Universidad (Tecnología de los alimentos)
- Miel con Canela, con Propóleos, con Jengibre, con Trufa.

# RESUMEN PARA VALORIZAR

- **IMPORTANTE**
- No colmeneros, si apicultores
- Tus abejas necesitan que seas muy eficaz económicamente. El ecosistema necesita apicultores eficientes:
- **Autotest apícola**
- **Pensar en formato empresa**
- **Dónde quiero vender**
- **Intentar aumentar productos**
- **Conocer el perfil de ese tipo de cliente**



# Coneixement de les mels del país: conec realment la meva mel?



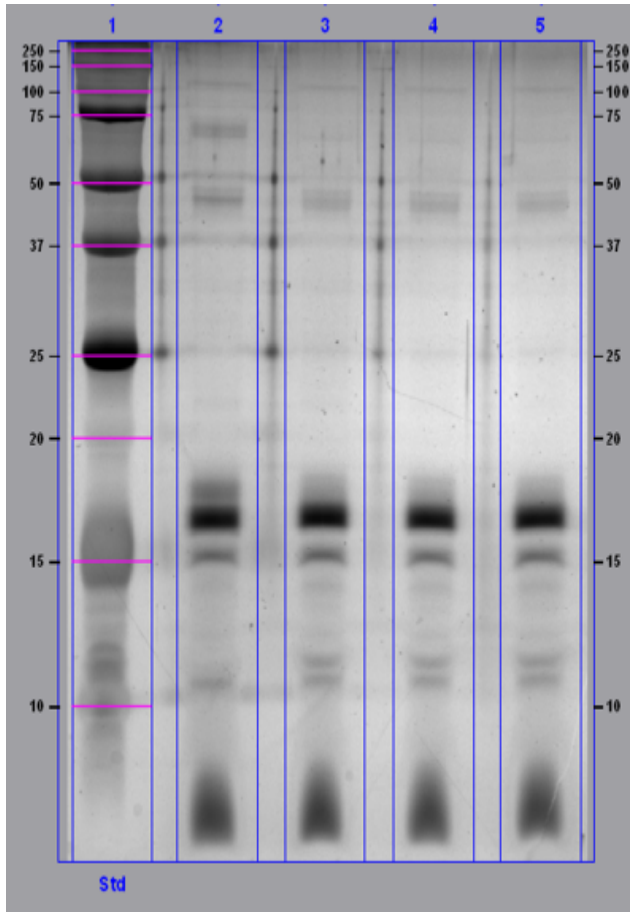
- Cada territori produce mieles, polen y propóleos muy diferentes.
- Algunos de estos productos incluso cambian profundamente cada año.
- ¿Cómo llegar a conocer estas modificaciones?
- **Objetivo:** *seguir valorizando nuestras mieles*

# CLIMATOLOGÍA Y BOTÁNICA APÍCOLA

- El apicultor debe ser un gran observador con los 5 sentidos
- Conocedor de su clima: régimen de heladas, lluvias, horas de sol, etc
- De cómo influye el clima en sus productos: entrada de néctar, de polen
- Calendario de floraciones
- Conocedor de su botánica particular: llamar a las plantas por su nombre científico no por el nombre vulgar
- Erica sp. en vez de Bruc.
- Taraxacum en vez de Dent de León



# GRAN CONOCIMIENTO APÍCOLA



- Los apicultores tenemos que conocer muy bien todo lo referente al sector.
- Intentar ser unos expertos apícolas en nuestro entorno
- No sirve sólo extraer miel.



# CONOCIMIENTO DE LAS MIELES DE NUESTRO ENTORNO



- Catas en asociaciones con diferentes apicultores y mieles
- Organizar concursos de mieles internos o externos
- En URZAPA organizamos 3 concursos de mieles
- ¿Concurso en Cataluña? Podéis contar con nuestra experiencia
- Histórico de mieles: más de 900 de León y más de 250 ecológicas de Portugal y España.
- Todas esas mieles nos hacen conocer profundamente las mieles de nuestro entorno y hasta de los propios ecosistemas.

# TRADICIÓN APÍCOLA

- **La gran olvidada**
- Un apicultor de un territorio es fruto de su tradición apícola más el conocimiento adquirido.
- Es muy importante CONOCER la tradición de vuestra zona: historia, materiales, etc.
- Diferentes manejos, tipos de colmenas, tipos de ahumadores, tipos de mieles, etc
- Los apicultores veteranos pueden aportar mucho más de lo que creemos. Estamos muy equivocados. Incluso algunas de sus técnicas pueden ser novedosas.
- Cuadro cruzado leonés.
- “Homenaje URZAPA a apicultores veteranos”



# INNOVACIÓN APÍCOLA



- Innovar es muy difícil. Lo mejor, copiar y mejorarlo.
- Hay muchas posibilidades de diferentes productos, de diferentes líneas de negocio alrededor de la apicultura.
- Programas europeos de investigación
- **Aprovechamiento e implantación de las nuevas tecnologías en las explotaciones: programas apícolas.**
- Colaboraciones con las universidades: tesinas, trabajos fin de carrera, tesis doctorales.
- Aprovechar la “Transferencia del conocimiento”
- Aprovechar las Fundaciones de las Universidades para asumir becarios en vuestras explotaciones.
- **La apicultura no es sólo extraer miel**

# CONOCER NUESTRA MIEL

- Analizando el polínico durante al menos 3-5 años
- Siendo expertos catadores de nuestra miel.
- Hacer catas a ciegas con otras mieles, con mieles de otros años
- De esta manera, conociendo mejor la miel podremos dar más información y dar más valor añadido.
- En la Consultora URZAPA analizamos todas las mieles, todos los años y todos los pólenes.



# RESUMEN PARA CONOCIMIENTO

- Conocer nuestras mieles para valorizar la explotación.
- Conocer nuestro clima y como influye en nuestros productos
- Conocer nuestra botánica apícola
- Conocer nuestra tradición
- “Intentar” innovar y aprovechar sinergias con la Universidad
- Copiar y mejorarlo



# Crear el meu segell de qualitat



- Objetivo: crear que tu marca “ X ” sea un propio sello de calidad.
- Que tu marca exprese valores propios demandados por los clientes de tu perfil de consumidor (Viene del estudio de mercado anterior)
- **OBJETIVO: DIFERENCIARSE**
- Todas las mieles son parecidas, pero hay que resaltar las diferencias
- **SIEMPRE CON ETIQUETA**
- Un bote vendido sin etiqueta es un anuncio perdido

# CREACIÓN DE TU MARCA



- **IMPORTANTE**
- Elección del nombre y el logo (registro de marcas y patentes)
- Ponte en manos de profesionales para esta elección
- Hacer ruido
- RRSS
- Haz notas de prensa de tus acciones (periódicos digitales)
- **MUY COMPLICADO, PERO MUY ATRACTIVO**

# CREACION DE TU MARCA

- **Acciones ya con tu marca**
- Barrio (cata gratuita)
- Pueblo (jornada abierta en el colmenar)
- Municipio (patrocina el Cross Popular)
- Provincia (charlas sobre la Vespa Velutina, sobre el polen, etc)
- **SIN APENAS GASTO DE DINERO, AUNQUE SI DE TIEMPO**





# SELLOS DE CALIDAD OFICIALES

- Ayudan a crear marca
- ***No crean marca***
- Te posicionan y te distinguen
- Sello Demeter
- Sello Artesano
- Mel del Perelló
- **Pros y contras**



# LUGARES EMBLEMÁTICOS DE CATALUÑA



- Cerca de tu colmenar hay algo que ya “vende por tí”
- ***Aprovéchalo en la etiqueta***
- Un monasterio, una montaña, un pueblo, un paraje natural, árboles emblemáticos, etc.
- 17 parques naturales, 150 árboles singulares, 45 pueblos emblemáticos, cientos de monasterios, etc
- ***CUIDADO con los nombres protegidos por el asunto legal***

# CREAR MARCA “PROPIA”



- Colaboración con Asociaciones o con Fundaciones de ámbito privado para incluir en tu etiqueta
- ONG, Asociaciones que trabajan con dependientes, con personas con discapacidad, con síndromes de Down.
- **EJEMPLO SARDONAL**

# EJEMPLO Y EVOLUCIÓN DE URZAPA: Cualquier apicultor/a puede hacerlo

- AÑO 1998
  - Una miel
  - Autónomo
  - 12 tiendas en León
  - Sólo venta en herbolarios.
  - No exportación
- AÑO 2020
  - 37 productos
  - 5 trabajadores
  - Más de 500 en toda España.
  - Herbolarios, panaderías, HORECA, Gourmet, Supermercados
  - Noruega, Francia, Suiza, Singapur, Alemania y posiblemente EEUU y Hong Kong

# PLAN DE EMPRESA URZAPA. AÑO 1998



- **AUTOTEST**
- Año 95: Buena formación?
- Necesidad personal
- CALIDAD ALIMENTARIA
- Consumo responsable con el medio ambiente
- Mieles monoflorales
- Sello ecológico: artesano y sello biodinámico
- ¿Ecológico?

# PLAN DE EMPRESA: AÑO 1998



- 1- Valorizar los productos: *creación de la marca* y intentar obtener sellos de calidad
- 2-Búsqueda del perfil del consumidor ECO (servicio contratado)
- 3-Optimización de un negocio ECO

# MARCA

Año 1998



Año 2012



# PERFIL CONSUMIDOR ECOLÓGICO



- **ESTUDIO DE MERCADO**
- Entre 25 y 55 años
- Medio-alto poder adquisitivo
- Sensible con la naturaleza
- Preocupado por la alimentación
- Prefiere la relación productor-consumidor
- Demanda mucha información de la elaboración del producto



# PERFIL CONSUMIDOR ECOLÓGICO



- **ESTUDIO DE MERCADO**
- Sensibles a los problemas sociales de la mujer
- Aplauden los valores del deporte
- Compran y son fieles a los buenos productos

# DIFERENTES ACCIONES URZAPA

- Patrocinios deportivos: Media Maratón de León, Triatlón de Villameca, Lyoness Basketball (chicas), Kevin Taret (Trialeta mundial); FID Internacional del Deporte, AlaPrimeraInvitoYo.
- Colaboramos con el Banco de Alimentos, Comedor Social.
- Colaboramos con los periódicos digitales
- El 1 % de la facturación va cada año para una ONG

- **IMPORTANTE**



# OPTIMIZAR EL NEGOCIO



- Diversificar productos: miel, polen, propóleo, jalea real, cosmética
- Diversificar mercados: geográficos y por tipo de cliente
- Diversificar el trabajo en la explotación: trabajo de campo, de sala y la comercialización.

# TRABAJO DE CAMPO



- Buscar y preparar asentamientos
- Trashumancia y traslados
- Alimentación y estimulación
- Prevención de enfermedades
- Preparación de esponjas y colocación (no había tratamientos autorizados ECO)
- Enjambres y reposición de reinas

# TRABAJO DE SALA



- Extracción de la miel, filtrado, **cremado** y envasado
- Limpieza y envasado del polen
- Etiquetado
- Limpieza de la cera
- Extracción, maceración, filtrado y envasado del **propóleo**

# TRABAJO DE COMERCIALIZACIÓN



- Búsqueda de clientes: puerta fría
- Promoción en ferias
- Mailings selectivos
- Publicidad en prensa especializada
- Charlas informativas
- Formación en exportación

# RESUMEN: CREAR MI PROPIO SELLO DE CALIDAD

- Diferenciarse: cremado de la miel y propóleos
- Crear tu propia marca (aprovecha tu entorno y tus sinergias del territorio)
- Colaboraciones con fundaciones, ONGs, Plataformas y Asociaciones.



# Estrategias de comercialització per petits i mitjans productors

- La estrategia de la comercialización, junto con el control de la varroa, posiblemente es la parte más importante en una explotación de abejas en la actualidad.





# ESTRATEGIAS

- **ERRORES**
  - + No tener aproximadamente el mismo precio PVP para todos los puntos de venta
  - + No respetar márgenes de venta con tiendas, etc
  - + Tener puntos de venta muy cercanos
  - + Dar exclusividad en algún pueblo a alguna tienda
  - + Cuidado, no tener un seguro de RC
  - + No controlar la logística en la venta online



# ESTRATEGIA INICIAL



- **TRANSPARENCIA**
- En la producción, en el envasado, en todos los procesos.
- **INFORMACIÓN**
- Trípticos informativos de producto, de formas de consumir, de publicidad

# ESTRATEGIA INICIAL

- **IMPORTANTE**
- Cuidar el producto
- Bote
- Etiqueta
- Caja
- Fotografía
- Un magnífico producto en origen hay que cuidarlo hasta el consumidor



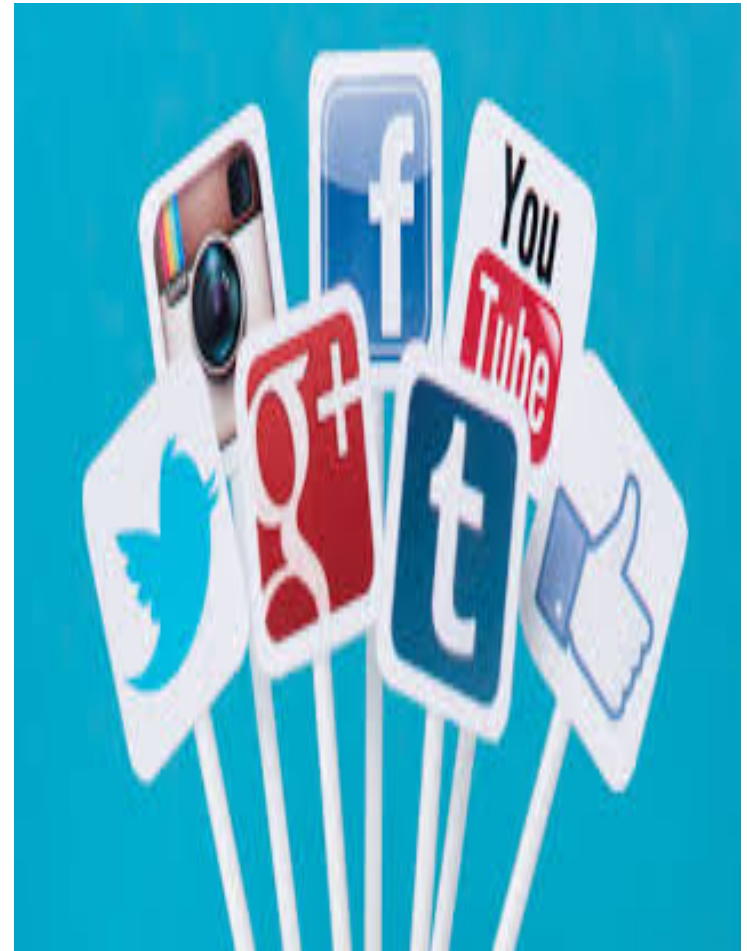
# ESTRATEGIA INICIAL



- Los apicultores estamos bien valorados en la sociedad
- Las abejas son imprescindibles en el ecosistema por la polinización
- Si juntamos estos argumentos, podemos vincular al consumidor la necesidad de comprar productos apícolas para mantener biodiversidad.
- **HAY QUE TRABAJARLO**

# REDES SOCIALES

- Importantes pero no fundamentales
- Hay cursos de “community manager” gratuitos
- Cuidado con ser muy “abiertos”
- Si creces mucho, es mejor contratar



# 1º-ESTRATEGIA FERIAS

- **INVERSION**
- Mercados
- Ferias
- Ferias sectoriales
- Ferias ecológicas
- Todo tipo de eventos agroalimentarios
- Tomar nota de todos los que se interesen para hacer un listado: consumidores y tiendas
- Contratar personal
- **COSTE EN TIEMPO Y DINERO**
- **SUERTE**



# 2º-ESTRATEGIA TIENDAS



- Todos los contactos que tienen tiendas, familiares, amigos, etc
- Pocas tiendas por cada ciudad.
- Repartidas geográficamente.
- Misma forma de trabajar para todas.
- Pago contado, a 30 días, pedido mínimo, etc

# ESTRATEGIA TIENDAS

- Con “puerta fría”: llevar toda la información posible (análisis, muestras, trípticos)
- Con cita previa: mandar información previamente por correo electrónico.
- Una tienda con dos marcas de miel, siempre vende más que sólo con una.
- **Producto anual agotado, da mucha credibilidad.**





# ESTRATEGIAS TIENDAS



- Catas con clientes
- Charlas explicativas
- Degustaciones
- Presentación de nuevos productos
- Mismo precio para todas las mieles
- Subida o bajada de precios con el año natural

# ESTRATEGIA TIENDAS



- **PRODUCTO EXCLUSIVO**
- No ofertas por compras (5 +1)
- No rappels de venta
- No botes de prueba( no me ha funcionado)
- Producto en depósito se vende menos

# 3º-ESTRATEGIA EXPORTACION



- ***INVERSIÓN***
- En ferias internacionales
- Misiones inversas
- Envío de muestras
- Hacerse socio de la Cámara de Comercio para recibir información
- Marca ESPAÑA, en producto agroalimentario es muy potente en el exterior.
- Hay mercados que solicitan producto español

# ESTRATEGIA EXPORTACIÓN

- **FRANCIA**
  - + Cercanía geográfica
  - + Sencillez lingüística
  - + Mercados, ferias, tiendas
  - + Posibilidad de marcas blancas a un precio alto
  - + **Gran oportunidad para apicultores catalanes**



# ESTRATEGIAS: PRECIO



- **PROBLEMA EN CATALUÑA**
- Mercado Libre
- Diferentes apicultores, diferentes márgenes de gasto.
- **TRABAJAR EN ASOCIACIONES**
- Informar que un apicultor que no está en autónomos, debe vender al mismo precio que sus compañeros que si están dados de alta.
- **COMPETENCIA DESLEAL**
- De esa manera tendrán más margen y no competencia en precios.
- **500 gramos = 7,50 €**

# ESTRATEGIAS: agencia tributaria

- **INFORMAR DESDE LAS ASOCIACIONES**
- Puedes darte de alta como apicultor con cualquier número de colmenas.
- Desde ese momento puedes facturar (obligaciones fiscales), pero también puedes deducir gastos e IVA de tu actividad: colmenas, coche, gasoil, tratamientos, etc
- Un apicultor que empiece hasta el segundo o tercer año, la mayoría son gastos, casi sin ingresos.



Agencia Tributaria

# ESTRATEGIAS: agencia tributaria

- **EJEMPLO DE APICULTOR EN 2019 EN LEÓN**
- Un apicultor con 90 colmenas que facturó 7900 € en miel, con 2 hijos a su cargo, hipoteca y unas rentas del trabajo de 29000 €, le devolvió Hacienda 430 € y 680 € de IVA



Agencia Tributaria

# ESTRATEGIAS: Seguridad social



- Es obligatorio darse de alta de autónomo cuando superas 13300 € de facturación y tienes una actividad habitual.
- Muchos apicultores aficionados no cumplen, podrían **FACTURAR SIN ESTAR EN AUTÓNOMOS**



# APADRINAMIENTO DE COLMENAS

- Diferentes formas
- A un año, a dos años, etc
- Fiesta de Madrinas y Padrinos
- **FIDELIZACIÓN**
- Productos ya cobrados
- En la Consultora URZAPA hay más de 15 apicultores.





[www.urzapa.com](http://www.urzapa.com)  
[urzapa@urzapa.com](mailto:urzapa@urzapa.com)

**MUCHAS GRACIAS**