

## Producción de alimentos de elaboración tradicional: Mel de Galicia

\* TERRITORIO CONSO FRIEIRAS VIANA

103\*



<http://guias.bicgalicia.es>

## Índice:

1. INTRODUCCIÓN .....	3
1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis .....	3
2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO.....	5
3. MERCADO .....	6
3.1. Mercado potencial .....	7
3.2. Orientación sobre el estudio de la competencia .....	8
3.3. Proveedores .....	11
3.4. Análisis DAFO .....	12
4. ÁREAS DE LA EMPRESA .....	15
4.1. Cartera de productos .....	15
4.2. Otras variables de marketing .....	19
4.3. Ubicación.....	20
4.4. Viabilidad económica.....	21
5. PECULIARIDADES DE LA ACTIVIDAD .....	25
6. RECOMENDACIONES .....	26
7. NOTA DE LOS AUTORES.....	28

# 1. INTRODUCCIÓN

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividad a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Dirección Xeral de Promoción do Emprego y con la Axencia Galega de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Este proyecto surge con el objetivo de mostrar, a los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo, la metodología necesaria para analizar la potencialidad de las distintas actividades en sus respectivas zonas de actuación a través de las Guías de Actividad Empresarial, ya que ellos son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social (es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social), y, por otra parte, las Guías de Actividad se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

## 1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis

El objetivo fundamental de las micro-guías de actividad es el de proporcionar al emprendedor, en base a la información contenida en la guía o guías de actividad más genéricas que haya consultado, una información específica a partir de la cual concretar aspectos fundamentales para su empresa.

En cada una de las micro-guías se hará hincapié en aspectos determinados que puedan resultar interesantes para el emprendedor como son: su mercado potencial, el tipo de competidores a los que se enfrentará, sus proveedores, los recursos de los que deba disponer para hacer efectivo su plan de empresa, etc

El objetivo de este documento es adaptar la información contenida en la guía de **Producción de alimentos de elaboración tradicional (Miel de Galicia)** a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

El siguiente documento es el resultado del trabajo realizado por los técnicos locales de empleo de los municipios de la Comarca de Conso – Frietas – Viana que forman parte de la Rede de Técnicos de Empleo coordinada por la Dirección Xeral de Promoción do Emprego de la Consellería de Traballo, así como de los técnicos de los Grupos de Acción Local que en la actualidad están desarrollando las iniciativas comunitarias: AGADER.

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Producción de alimentos de elaboración tradicional realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

El espacio que ocupa el territorio de esta Zona está formado por 4 ayuntamientos: Viana do Bolo, Vilariño de Conso, A Gudiña, A Mezquita e o Riós.



## 2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO

La miel es un producto elaborado por las abejas a través del néctar y secreciones dulces de las plantas. Las abejas recolectan ese néctar, lo modifican y lo almacenan en los panales de sus colmenas.

Según su origen, la miel puede ser clasificada de la siguiente forma:

**Origen Floral :** Indica las flores de las cuales las abejas han recolectado el néctar para producir la miel.

**Origen Estacional :** Mezclas naturales que ocurren en la colmena, pueden ser indicadas por estación Ej. Miel de primavera, verano u otoño. Aunque esta clasificación no es muy utilizada, sobre todo en Galicia.

**Origen Geográfico:** Debe ser incluido el nombre del área de producción y la miel debe haber sido producida enteramente dentro de dicha área. Mezclas conteniendo miel de otras regiones debe indicar en la etiqueta esos orígenes.

Según su presentación, la miel puede tener diversas clasificaciones:

**Miel en panal:** miel presentada en sus panales originales o porciones de éstos.

**Miel extractada:** miel removida de los panales y presentada en diferentes formas (Líquida, Cristalizada o Parcialmente cristalizada).

La actividad que vamos a analizar abarca a todas las empresas dedicadas a la elaboración de miel de la Indicación Geográfica Protegida Miel de Galicia y relacionados estrechamente con un proceso de elaboración propio del territorio Conso Frieiras Viana.

Los alimentos de elaboración artesanal en España gozan de protección por parte de los poderes públicos, para lo cual se han creado registros que se regulan por cada comunidad autónoma. En Galicia existe el Consello Regulador da Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia, que certifica su calidad desde la producción hasta la llegada al punto de venta, y que está regulado por la Consellería de Medio Rural. Las empresas que constan en este registro son las únicas que pueden presentar su producto con la contraetiqueta identificativa de la marca Miel de Galicia, aunque existan muchas otras que fabriquen miel usando métodos tradicionales.

La producción de miel se limita a la recogida de la misma de las colmenas, donde la elaboración es realizada por las abejas. Por tanto, el apicultor no fabrica la miel, sino que la recoge y envasa entre los meses de julio a septiembre para poder presentarla a los consumidores. Estos trabajos son realizados todos a mano, de forma artesanal, desde la construcción de las colmenas hasta la venta de la miel.

Desde el punto de vista estadístico, las actividades económicas se clasifican siguiendo la Clasificación de Actividades económicas (CNAE-93). Dependiendo del

tipo de actividad, este tendrá un código diferente. Adicionalmente, existe otro sistema de clasificación llamado SIC (Standard Industrial Classification).

En el siguiente cuadro aparece la clasificación de la actividad considerada.

CNAE-93	SIC
0125 Otras explotaciones de ganado	0279 Especialidades animales

El cuadro siguiente recoge cuatro aspectos clave, identificados por los emprendedores entrevistados para la realización de esta guía, y que pueden ayudarte a reflexionar sobre las condiciones que debe reunir tu idea de negocio.

LA IDEA	
<b>1. Origen de la idea</b>	<i>La gran mayoría de los emprendedores se iniciaron en el negocio dando continuidad a la tradición familiar.</i>
<b>2. Concepto de negocio</b>	<i>Elaboración de modo tradicional de miel.</i>
<b>3. Claves competitivas</b>	<i>Imagen de calidad con la que cuentan los productos gallegos de alimentación. Gran tradición en las técnicas de elaboración y saber hacer.</i>
<b>4. Aspectos críticos</b>	<i>Posicionamiento en canales tradicionales de distribución en declive. Estructuras empresariales poco desarrolladas.</i>

A continuación se presentan las características básicas de la empresa de elaboración de miel más habitual.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA TIPO DE PRODUCCIÓN DE MIEL DE GALICIA	
CNAE/SIC	0125/ 0279
IAE	062
CONDICIÓN JURÍDICA	Autónomo, SL, SA o COOP.
FACTURACIÓN	50.250 euros
LOCALIZACIÓN	Ámbito rural
PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	1 emprendedor y dos personas temporales.
INSTALACIONES	200 m <sup>2</sup>
CLIENTES	Particulares principalmente, hipermercados y tiendas especializadas.
CARTERA DE PRODUCTOS	Miel de la Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia.
HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN	Boca a boca, labor comercial.
VALOR DEL INMOVILIZADO /INVERSIÓN	129.870 euros
IMPORTE DE LOS GASTOS	46.220 euros
RESULTADO BRUTO	8,02%

## 3. MERCADO

### 3.1. Mercado potencial

Según el Panel de Consumo en España 2005, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el consumo medio de miel en España es de 500 gramos por persona y año, de los cuales, el 93,7% es consumo en hogares y el 6,3% en restauración y hostelería. En Galicia, sin embargo, el consumo de miel es algo superior, 540 gramos por persona y año.

Teniendo en cuenta que Galicia contaba con una población de 2.762.198 personas en 2005, el mercado de la miel en Galicia sería de 1.491.587 kg de miel. Debes tener en cuenta, sin embargo, que este dato es una mera estimación, ya que puede haber zonas en las que haya un consumo más alto de este producto.

Según los datos de Consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, los canales de comercialización más habituales para la miel España son los supermercados (41,1%), las tiendas tradicionales (15,18%) y los hipermercados (12,19%) en el caso de la miel destinada al consumo en los hogares. Además, el 16,97% de la miel es destinada a autoconsumo, lo que supone una cantidad importante, y el 14,52% restante se comercializa en otro tipo de formas comerciales (mercadillos, etc). Por otra parte, los establecimientos de hostelería y restauración adquieren el 59,93% de este producto a distribuidores, el 15,02% a los supermercados, el 10,86% a hipermercados, el 10,3% a los mayoristas, el 3,88% en tiendas tradicionales y el 6% restante en otras formas comerciales.

Otro dato que aporta este estudio es que la miel en España se consume más en los municipios de tamaño intermedio, seguidos de los pequeños núcleos rurales y su consumo varía en función de la estructura del núcleo familiar: es mayor entre los jubilados, las parejas mayores sin hijos y en las viviendas habitadas por un adulto independiente. Concretamente, las amas de casa que no trabajan fuera del hogar y los mayores de 65 años son los más aficionados al producto.

Según el Consello Regulador de la Indicación Geográfica Protegida, el comercio mayoritario de Miel de Galicia se hace en los mercados locales, ya que los clientes de las empresas productoras son, en mayor proporción, particulares de la propia zona y de toda la comunidad autónoma, aunque cada vez se extiende más a nivel nacional gracias a las tiendas de delicatessen y, sobre todo, a los grandes centros comerciales. Además, este comercio también se extiende a mercados internacionales como Alemania, Países Árabes, Japón, Francia y Estados Unidos.

El cliente que adquiere Miel de Galicia valora todas las propiedades del producto: calidad, presentación, conocimiento y marca. Pero también valora el buen estado de salud que le proporciona su consumo.

## 3.2. Orientación sobre el estudio de la competencia

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
<b>INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA</b>	<p><b>Media</b></p> <p>Bajo número de empresas, concentradas en zonas concretas.</p> <p>Existencia de gran número de productores no acogidos a la Indicación Xeográfica Mel de Galicia.</p>
<b>AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES</b>	<p><b>Barreras a la entrada: Baja</b></p> <p>Requisitos de capital relativamente bajos.</p> <p>Necesidad de contar con terreno en condiciones ambientales adecuadas (vegetación, orientación, humedad, etc).</p> <p><b>Barreras a la salida: Baja</b></p> <p>Las inversiones iniciales no frenan la salida del mercado.</p> <p>Mercado de segunda mano.</p>
<b>PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS</b>	<p><b>Media</b></p> <p>Competencia con productos tradicionales de elaboración industrial.</p>
<b>PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES</b>	<p><b>Media</b></p> <p>Empresas de pequeño tamaño.</p> <p>Importancia de la calidad de los productos.</p>
<b>PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES</b>	<p><b>Bajo</b></p> <p>Creciente demanda de calidad en los productos.</p> <p>Escasa oferta donde elegir.</p>

En la actualidad, en el Consello Regulador Mel de Galicia están inscritas 39 envasadoras y 406 apicultores con 30.005 colmenas repartidas en 1.075 colmenares.

En la provincia de Ourense están inscritos 10 empresas envasadoras, que en el año 2005 certificaron un total de 20.312 Kg de miel y 45 apicultores con 11.829 colmenas repartidas por comarcas de la siguiente forma:

**Cuadro 1: Número de colmenas, provincia de Ourense, 2006 (unidades)**

Comarca	Nº Colmenas
A Limia	864
Allariz-Maceda	355
Baixa Limia	891
Manzaneda	270
O Carballiño	1.290
O Ribeiro	276
Ourense	664
Terra de Caldelas	335
Terra de Celanova	561
Terra de Lemos	18
Terra de Trives	50
Valdeorras	2.092
Verín	1.745
<b>Viana</b>	<b>2.418</b>
<b>Total Ourense</b>	<b>11.829</b>

Fuente: Consello Regulador da Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia

Como puedes comprobar, el territorio de estudio es el que presenta mayor número de colmenas, con casi del 20,5% del total de la provincia.

En cuanto a la **producción y facturación** de las colmenas, hay que señalar que dependerá de factores tales como el número de colmenas que tenga, los precios que fije por kg, las condiciones ambientales de la zona (lluvias, calor, fenomenología, incendios) etc.

Según datos del Consello Regulador, en Galicia, el apicultor medio es pequeño, ya que la producción de miel es básicamente para autoconsumo, por lo que cuentan con una media de 20 colmenas por apicultor (la media española es de 416). Si tenemos en cuenta los datos de la tabla, esta media es algo mayor en la provincia de Ourense, donde la media de colmenas por apicultor asciende a 26.

Si tomamos como referencia los datos de MERCASA sobre producción de miel, en España la producción de una colmena movilista es del orden de los 15-16kg anuales, la mitad si se trata de colmenas fijas. Sin embargo, si observamos los datos de producción certificada y comercializada con la contraetiqueta identificativa de Mel de Galicia en el año 2005, 250.382 kg y el número de colmenas existentes (30.005) la media de producción certificada como Mel de Galicia por colmena es de 8,3kg, lo que denota una gran cantidad de miel que no se certifica.

En cuanto a las **instalaciones y materiales** requeridos para el desarrollo de la actividad, lo principal es la adquisición de colmenas y terreno donde situarlas.

Una colmena es un espacio construido o dispuesto por el hombre como albergue del enjambre de abejas. Son viviendas artificiales que pueden ser de paja trenzada, madera, corcho, cerámica o plástico.

Dentro de una colmena se distinguen varias partes:

- Base o fondo. Constituye la parte baja de la colmena, se pueden situar la piquera (apertura por la cual salen y entran las abejas) y el tablero de vuelo.

- Cámara de cría. Es un cajón donde se sitúan los cuadros, se coloca la reina y los estados inmaduros (huevo, larva y pupa).
- Alzas. Son cajones rellenos con cuadros o panales donde se va a situar la miel elaborada por las abejas.
- Entretapa y tapa. Techo que cierra la colmena.

Se distinguen dos tipos de colmenas:

1) **Colmenas fijistas o corchos.** Los panales están hechos por las abejas dentro de la colmena y pegados o fuertemente adheridos a las paredes de la colmena. Actualmente no se emplean. Presentan dos inconvenientes:

- > No se puede inspeccionar la colonia, por lo que no se sabe el estado sanitario de la misma.
- > Provocan un estrés cuando se extrae la miel, porque hay que cortar los panales y las abejas tienen que reponerlos.

2) **Colmenas movilistas.** Son aquellas que presentan unos cuadros móviles de madera, en el interior de la colmena, sobre los que se sitúan los panales. Sobre ellos se coloca una capa de cera estampada (lámina de cera). Las abejas construyen el panal, estirándola y añadiendo más cera, se conoce como cera estirada.

Además, la empresa necesita un local de procesado donde se realizarán todas las operaciones de manipulación de la miel (extracción, manipulación y envasado) y además de un almacén donde guardar todo el material apícola.

Has de tener en cuenta que las instalaciones deben estar acondicionadas según especifica la normativa vigente para los centros de elaboración de productos alimenticios, y que puedes consultar en esta guía en el apartado 7.1 Normas sectoriales de aplicación.

### 3.3. Proveedores

Los proveedores pueden ejercer su poder de negociación sobre las empresas participantes en la actividad: amenazando con elevar los precios, o reducir la calidad de los productos o servicios; con la consiguiente repercusión en la rentabilidad de la actividad o en la calidad que prestarás a tus clientes.

El poder de negociación de los proveedores en este tipo de actividad se considera medio, principalmente debido al pequeño tamaño que suelen tener estas empresas elaboradoras, y a la calidad de las materias primas que comercializan los proveedores.

Según se desprende de las entrevistas realizadas, la búsqueda inicial de los proveedores se realiza básicamente a través de contactos, ya que suele tratarse de productores de explotaciones localizadas en la misma zona donde se ubica la empresa de elaboración. Otros medios usuales de localización de proveedores son las ferias especializadas del sector y los directorios comerciales.

Los aspectos más valorados en este tipo de proveedores, según los profesionales consultados, son, sobre todo, la calidad de los productos y la confianza, lo que explica que frecuentemente se trate de productores cercanos.

Los principales proveedores de las empresas productoras de Miel de Galicia son los suministradores de materias primas.

Las formas más frecuentes de realización de las compras son la llamada telefónica, y la visita periódica del proveedor. En casos en los que la explotación de la que se surte la empresa elaboradora esté en la zona puede hacerse a la inversa, siendo el elaborador quien acuda a proveerse de la materia prima que precise a la propia explotación.

Los medios de pago más habituales son en efectivo y mediante transferencias bancarias. Los plazos de pago a proveedores se aplazan de forma habitual 30 días.

Puedes buscar información en las siguientes páginas web:

**[www.meldegalicia.org](http://www.meldegalicia.org)**: Consello Regulador Indicación Xeográfica Protexida "Mel de Galicia"

**[www.apiculturagalega.org](http://www.apiculturagalega.org)**: Asociación galega de apicultores

**[www.planapicola.com](http://www.planapicola.com)**: Agrupación apícola de Galicia

**[www.agrodigital.com](http://www.agrodigital.com)**: Información sectorial

**[www.neptuno.net](http://www.neptuno.net)**: Información sectorial

**[www.infoagro.com](http://www.infoagro.com)**: Información sectorial

**[www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)**: Información alimentación en España

### 3.4. Análisis DAFO

El Análisis DAFO es una herramienta analítica que te permite conocer el entorno del mercado actual y previsiones futuras de la evolución de un negocio. A través del DAFO obtenemos una visión interna y externa de nuestra actividad respecto al mercado en el vamos a operar. Además facilita la toma de decisiones futuras de carácter estratégico.

Se basa en cuatro puntos fundamentales: en el nivel externo a la empresa, es decir, el entorno socioeconómico en el que opera, se analizan las posibilidades futuras de la empresa (Oportunidades) y handicaps actuales y futuros (Amenazas). Por otro lado, en el nivel interno de la empresa existen ventajas competitivas (Fortalezas) y carencias esenciales (Debilidades).

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>&gt;Caída de precios de la miel.</li><li>&gt;Aumento de las importaciones.</li><li>&gt;Miel negra.</li><li>&gt;Cambio climático e incidencias ambientales.</li><li>&gt;Síndrome de desabajamiento.</li><li>&gt;Existencia de sucedáneos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt;Importancia de la salud</li><li>&gt; Buena imagen de los productos tradicionales gallegos</li><li>&gt;Producto con certificado de calidad</li><li>&gt;Campañas de promoción.</li><li>&gt;Buenas oportunidades de exportación</li></ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"><li>&gt;Calidad y exclusividad de los productos.</li><li>&gt;Tradición y buen saber hacer en el sector.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt;Negocios pequeños con pocos recursos.</li><li>&gt;Estructuras empresariales poco desarrolladas.</li><li>&gt;Baja productividad.</li><li>&gt; Sistemas de distribución tradicionales.</li></ul>

Como principal amenaza con que cuentan las empresas de producción de Mel de Galicia es la caída de precios en origen desde hace 10 años, lo que supone una amenaza seria a la rentabilidad del sector apícola. Según MERCASA, la importación de miel de baja calidad a precios por debajo de los costes de producción europeos ejerce una presión continua en los precios del mercado interior. Estas importaciones siguen aumentando, mientras el mercado no absorbe la miel producida en nuestro territorio.

Desde hace varios años, en España se está importando miel de bajo coste y dudosa calidad, lo que genera una competencia desleal frente a las producciones de calidad

españolas y una presión a la baja en los precios en el mercado interior, poniendo en peligro la rentabilidad de las explotaciones apícolas.

Además de la miel importada, otra amenaza a nuestro producto de calidad es toda aquella miel de tipo "casera" que en la mayoría de las ocasiones no se elabora de forma correcta, ya que no existe control sobre este tema, por lo que en muchos casos resulta un fraude.

Además cabe señalar como una amenaza creciente el cambio climático y las incidencias ambientales, como los incendios, ya que inciden de manera muy directa sobre el sector, no sólo por la cantidad de colmenas que arrasa el fuego, sino por la destrucción que suponen de vegetación y de pasto necesarios para el trabajo de las abejas.

Una tercera amenaza que se presenta en este sector es el síndrome de desabejamiento que está padeciendo la cabaña apícola desde hace dos años y que suponen la despoblación de las colmenas sin causa conocida por ahora.

Por último, se señala como una importante amenaza el progresivo incremento en el mercado de los productos sucedáneos de la miel etiquetados de manera engañosa para el consumidor.

Como principal oportunidad para el desarrollo de estos negocios aparece la creciente preocupación de las personas por la salud, lo que genera a su vez una gran demanda por los consumidores de alimentos de calidad, provocando el consiguiente crecimiento de la cuota de mercado de este tipo de productos.

A lo anterior hay que añadir la buena imagen que tienen estos productos, debido a la tradición existente en la elaboración tradicional de alimentos en Galicia, lo que genera una gran confianza del consumidor hacia la calidad de los mismos.

Asimismo, es importante la labor de certificación de la calidad de estos productos, ya sea por los Consejos Reguladores de las distintas Denominaciones de Origen o los distintos registros administrativos, como el Registro europeo de Indicaciones Geográficas Protegidas, lo que ofrece una garantía de la calidad de los productos, e incentiva la demanda de los consumidores finales.

Como cuarta oportunidad cabe señalar la promoción de la miel por parte de diferentes organismos. En el caso del Consello Regulador de Mel de Galicia, premia la fidelidad de los consumidores de Miel de Galicia participando en sorteos de turismo rural (casas de turismo rural, balnearios, pazos de Galicia, etc) y potencian el consumo entre los niños organizando certámenes de cuentos ilustrados o carteles donde el tema principal es la Miel de Galicia, con el objetivo de darles a conocer el producto. Además, existen concursos gastronómicos dirigidos a los alumnos de Escuelas de Hostelería, por ser los futuros profesionales que introducirán la miel en la cocina. Por parte de la unión Europea, existen ayudas para la promoción de productos agrícolas comunitarios tanto en el mercado interior como fuera en el exterior.

Una última oportunidad proviene de la buena imagen que tienen estos productos. Esto puede suponer una importante oportunidad de ampliar el negocio de este tipo de empresas en el mercado internacional, ya que existe una creciente demanda de alimentos de calidad provenientes de nuestra región fuera de España.

Como principal fortaleza de este tipo de empresas hay que citar la calidad y exclusividad de los productos que elaboran, lo que genera una gran demanda concentrada en el reducido número de empresas del sector.

Es preciso destacar, asimismo, el alto grado de conocimiento sobre la elaboración del producto que tienen las personas que desarrollan esta actividad, que en muchas ocasiones cuentan con una amplia tradición familiar en la elaboración de estos productos, lo que favorece su imagen frente a otros alimentos.

Como puntos débiles, el primero se refiere al tamaño de las unidades productivas, puesto que la mayoría de las empresas presentan cuadros de personal reducidos, estructuras empresariales simples y escasos recursos, lo que les proporciona pocas posibilidades de acometer mejoras en el negocio y evolucionar.

Asimismo, la escasez de estructuras empresariales avanzadas se debe en gran medida a la tradición familiar existente en esta actividad, que favorece la presencia de unidades de producción y venta con sistemas de gestión poco desarrollados y escasa presencia de nuevas tecnologías. Se recomienda que, dentro de lo posible, intentes ampliar tu estructura empresarial para hacerla más operativa. Un sistema de gestión desarrollado, con un personal debidamente cualificado, así como el uso de nuevas tecnologías, pueden hacer más operativo tu servicio, además de que te permitirán evolucionar con más facilidad y competir en mercados más amplios.

Todos estos factores ocasionan una baja productividad en estos negocios, puesto que el reducido número de empleados y la escasa diversificación entre las unidades productivas de la empresa dificultan la asunción de un mayor volumen de trabajo, lo que impide a estas empresas competir en mercados más amplios.

Además, predomina en las empresas de este tipo la utilización de sistemas de distribución tradicionales, así como la baja presencia de nuevas tecnologías y formas de venta, lo que les impide llegar a segmentos de mercado más amplios. Es importante que adaptes tu empresa a los requerimientos de la distribución moderna, introduciendo nuevas modalidades de venta (por ejemplo, venta por Internet), así como reorganizando y profesionalizando las estructuras comerciales, para hacer el producto accesible a la mayor cuota de mercado posible, lo que te permitirá mejorar el acceso a mercados exteriores.

## 4. ÁREAS DE LA EMPRESA

### 4.1. Cartera de productos

Los productos que se pueden obtener de las colmenas son los siguientes:

#### 1 LA MIEL.

La miel es definida por el código alimentario como la sustancia dulce, no fermentada, producida por las abejas del néctar de las flores o de las secreciones sobre o de las plantas vivas; que ellas recolectan, transforman y combinan con sustancias específicas y que finalmente almacenan y maduran en panales. Los tipos y variedades de miel vienen regulados por la legislación española. Según su origen podemos encontrar dos tipos de mieles:

- Miel de origen vegetal: miel y mieladas. Según el tipo de flores se puede distinguir entre la miel unifloral o monofloral, en las que predomina el néctar de una sola especie botánica y la miel multifloral, polifloral o milfloral, que proviene de la miel de néctar de distintas especies botánicas.
- Miel de origen animal: mielatos. Son excreciones de insectos y no se pueden comercializar ya que no son aptos para el consumo humano. No se aconseja dejarlos en la colonia debido a su rápida degradación y producen disentería en la colonia.

La miel de Galicia presenta diferentes sabores, texturas y paladares, dependiendo de las flores que le den su origen. Una gran mayoría de la miel gallega es de milflores. En su elaboración no predomina un origen concreto y procede de las diversas flores de los alrededores de la colmena. Pero, además, en Galicia se producen algunos sabrosos tipos de miel monofloral.

**Miel de milflores:** Procede de un amplio repertorio de especies, como aquellas que tienen capacidad para la producción de mieles monoflorales, a las que se le suman otras muchas que mejoran y redondean el producto. No todo la miel de milflores tienen la misma textura o el mismo paladar. La miel de las zonas costeras procede, por ejemplo, de la flor del eucalipto y de otras especies como el sauce o plantas de la familia de las boragináceas, de las compuestas (diente de león, lechuga silvestre, cardos...), de las crucíferas, de las leguminosas y de las rosáceas. En las zonas del interior, además del castaño, la zarza y las brezos, plantas leguminosas y campanuláceas y, en menor medida, labiadas y crucíferas, condicionan la producción de una miel netamente diferente a la de la franja costera.

**Miel de eucalipto:** El eucalipto, como resultado de las intensivas repoblaciones practicadas, marca decisivamente la producción de miel de la costa gallega. La miel de eucalipto es de color ámbar, sabor suave y aromas céreos y debe estar constituida por un 70% de esta floración para ser clasificada como tal. La zona de producción de esta miel se extiende sobre todo en las Rías Baixas, en la comarca de A Coruña, en Ferrolterra y en la Mariña lucense.

**Miel de castaño:** En las comarcas gallegas del interior la especie arborea de mayor interés para la elaboración de la miel es el castaño. Esta miel es oscura, de sabor intenso y fuertes aromas a flor y debe estar constituida por un 70% de esta floración para ser clasificada como tal. Se produce principalmente en los castañales de Lugo y Ourense (destacan las comarcas de A Fonsagrada, A Ulloa, Os Ancares, O

Courel, las sierras de Manzaneda, San Mamede e Invernadeiro, el valle del Sil, O Bolo, Valdeorras y la zona sur de la provincia orensana). Además, en la provincia de Pontevedra la principal zona de producción es el Deza y la Terra de Montes. En la provincia de A Coruña, la zona norte y las comarcas que limitan con la de Lugo son las más apropiadas para la producción de esta miel.

**Miel de brezo:** Una gran parte del territorio gallego está cubierto de matorral. El brezo es precisamente la planta de este tipo de vegetación que permite una mayor producción de miel monofloral. Elaborada en las zonas de montaña, la miel de brezo se caracteriza por su coloración oscura con tonos rojos y su sabor ligeramente amargo y duradero. Debe contener un 45% de esta floración para poder denominarse miel de brezo. Entre las zonas de mayor producción de este tipo de miel destacan A Fonsagrada y O Courel (Lugo), la sierra de A Capelada y la comarca de As Pontes en el este de la provincia de A Coruña, y las comarcas orientales de la provincia de Ourense.

**Miel de zarza:** La abundante aparición de matorral mixto de plantas rosáceas, entre las que sobresalen por su presencia las zarzas, permite la producción de mieles monoflorales. La miel de zarza adquiere en Galicia colores oscuros, sabores fuertes y dulces, y aromas frutales. Debe contener un 45% de esta floración para poder denominarse miel de zarza. Las principales zonas de producción son el sur de la provincia de Lugo (comarcas de Lemos y Sarria), el centro-sur de la provincia de Ourense y ocasionalmente algunos lugares de la provincia de A Coruña.

La Miel de Galicia, etiquetada por el Consejo Regulador de la I.G.P. , debe reunir los requisitos señalados en la Norma de Calidad relativa a la miel (BOE núm. 186 del 5-08-2003) y los propios restrictivos de la I.G.P. Miel de Galicia. Los parámetros que recoge esta normativa de consumo y comercialización son:

- Un máximo de humedad del 18,5%
- Una actividad diastásica superior a 9 en la escala de Gothe, a excepción de las mieles con bajo contenido enzimático, en las que deberá ser superior a 4 (siempre que el hidroximetilfurfural no exceda de 10 mg/kg.)
- Un máximo de 28 mg/kg. de hidroximetilfurfural.
- Un espectro polínico que en su totalidad debe corresponder al propio de Galicia en función de los pólenes mayoritarios y al porcentaje mínimo exigido para la monofloralidad.
- Unas calidades organolépticas que se correspondan con su origen botánico por lo que respeta al color, al aroma y al sabor.

Según su presentación y obtención se distinguen:

- Miel de panal o secciones: miel más cera.
- Miel decantada. Se abren los opérculos y se deja caer por su propio peso.
- Miel centrifugada. Es la más corriente. Se toma el panal de la colmena, se desopercula y se traslada a un extractor centrífugo.
- Miel prensada. Se prensan los panales. esta técnica de extracción no se emplea ya que se obtiene una miel que contiene muchas partículas, restos de cera, etc. que le dan un sabor desagradable.
- Miel cremosa. Miel cristalizada.

Desde hace miles de años la miel se emplea como alimento y como remedio debido a sus propiedades antibacterianas y efectos positivos para el organismo. La miel es un alimento muy energético y rica en elementos minerales que la hacen un producto idóneo para esfuerzos físicos y muy aconsejable en alimentación geriátrica y en niños en edad escolar. También tiene propiedades dermatológicas,

empleándose tópicamente contra quemaduras y úlceras en la piel. Actúa como vasodilatador, diurético y laxante debido a su alto contenido en fructosa.

## **2. EL POLEN.**

El polen o pan de abeja es fundamental en la alimentación de las larvas que van a originar las futuras obreras y en menor medida a los zánganos. Su composición es variada. El polen es un alimento muy proteico y que sirve para preparar antialérgicos.

A la hora de producir polen en cualquier zona de Galicia, debes tener en cuenta el componente de humedad, que suele ser algo, por lo que es recomendable darle un tratamiento de secado para que no se eche a perder y sacarle las limpiarlo de partículas contaminantes.

Para la recolección de polen se sitúa en la piquera un aparato especial llamado "cazapolen" y que está compuesto por una plancha de metal o plástico que tiene taladros de 4.5mm que al ser atravesados por las obreras hacen que las pelotas de polen rocen con los bordes de las perforaciones ocasionando su caída en un cajón situado debajo y que forma parte del aparato. Hay que seleccionar colmenas fuertes y durante un periodo de tiempo de unos 10-15 días para que la producción de la colonia no se vea afectada. Se puede obtener una producción media de 4-5 kg/colmena y año. Su conservación suele ser, preferentemente, en nevera, aunque también se encuentra en botes de cristal, como la miel.

## **3. LA CERA.**

Es una sustancia de composición muy compleja con un elevado número de átomos de carbono. Es segregada en forma líquida solidificándose a la temperatura interior de la colonia en forma de escamas. Es de bajo peso pero resiste tracciones o pesos relativamente importantes. La cera actualmente tiene poca importancia como aprovechamiento apícola. Existen dos tipos de cera:

- Opérculos. De elevada calidad y precio.
- Cera vieja. De menor precio, procede de los panales viejos por reciclado. Se forman unos lingotes y se cambian por cera estampada.

Los apicultores extraen la cera fundiendo en agua hirviendo los panales, restos de cuadros, opérculos, etc. Después de un lento enfriamiento y por diferencia de densidad se extrae un bloque o cerón. También se utilizan para fundir las calderas de vapor de agua y los cerificadores solares. Los bloques o cerones se venden en bruto a las industrias especializadas, que se encargarán de elaborar nuevas láminas estampadas y preparadas para colocar en los cuadros a introducir en la colmena. De este modo se ahorran tiempo y trabajo a las colmenas, permitiendo un aprovechamiento óptimo de las floraciones.

Antiguamente la cera se empleaba en la fabricación de velas, pero actualmente es la propia industria apícola la principal consumidora de cera de abejas, otros usos son como ingrediente o soporte en productos específicos para la industria cosmética, la farmacéutica, en medicina, en fabricación de pinturas, etc.

#### **4. PROPÓLEOS.**

Está formado por las propias abejas por la recolección de resinas de especies arbóreas y su mezcla con cera en la colmena. Los propóleos evitan pérdidas de calor durante el invierno al depositarse sobre las grietas del nido o colmena. Reducen la piquera y aíslan las partículas extrañas que se depositan dentro de la colonia para evitar su descomposición.

Para recoger el propóleo de una colmena se suelen colocar unas rejillas encima de los cuadros para que las abejas lo vayan depositando. Las aplicaciones de los propóleos son diversas. Se emplean en la fabricación de cosméticos, barnices, pinturas, medicamentos, etc. Tiene propiedades antisépticas especialmente en infecciones de ojos, eczemas, infecciones de garganta, úlceras, enfermedades del tracto urinario, dermatología, odontología, etc.

#### **5. EL VENENO DE ABEJA (APITOXINA).**

La apitoxina es un producto que se emplea en medicina por su poder antiartrítico y en la preparación de antialérgicos. Se produce en las glándulas situadas en la parte posterior del último segmento abdominal de la abeja.

El veneno de abeja tiene propiedades bactericidas, hemolíticas, anticoagulantes y tónicas. Es el mayor vasodilatador conocido, fluidifica la sangre al ser anticoagulante, se le reconocen propiedades en casos de reumatismo y actualmente el veneno es utilizado de forma racional en algunos países.

#### **6. LA JALEA REAL.**

Es un alimento fundamental para todas las abejas: para las obreras hasta el tercer día de larva y para la reina durante toda la vida. La jalea real es fundamentalmente un alimento proteico (12 %), aunque también es rica en azúcares (9 %), vitaminas, etc.

En la producción de jalea real se debe disponer las colonias de una forma especial, existen útiles especiales para esta producción y requiere cuidados, un control de tiempos y visitas continuas a las colonias, así como una climatología adecuada.

La jalea real tiene una actividad antiinflamatoria y regeneradora, presenta efectos hipercolesterolémicos, vasodilatadores, antiinflamatorios. Es empleada por las industrias dietéticas y cosméticas y se conserva, preferentemente, en la nevera.

## 4.2. Otras variables de marketing

A la hora de considerar el precio del producto se suele tener en cuenta un margen sobre los costes; es decir, es conveniente que fijes el precio por encima de tus costes. A través de las entrevistas realizadas, se estima que el margen medio sobre costes es del 100%, aunque este dato puede variar de una actividad a otra.

Otros elementos que deben considerarse a la hora de fijar el precio de un producto son:

- Los precios de la competencia.
- El precio que están dispuestos a pagar los clientes.

En el 2006, el apicultor está vendiendo el kilo de miel milflores a 1,5 euros, sin embargo, el precio que tiene que pagar el consumidor final por el producto suele estar entre 5,5 y 6,5 euros el kilo. La cera sigue un comportamiento similar, con un precio percibido por el apicultor de 1,9-2,5 euros el kilo y un precio final de entre 5 y 7 euros el kilo.

En cuanto al resto de productos de la colmena, la jalea real se está comercializando a un precio entre 45 y 60 euros el litro, el polen a 25-35 euros el kilo y el propóleo a 100 euros el kilo.

En cuanto a la comercialización, la venta de los productos suele ser directa a los particulares por lo que el emprendedor debería utilizar técnicas de comunicación que sean accesibles al público, fomentando el consumo de miel de producción interna a través de la diferenciación de las distintas mieles existentes en el mercado. Además, el rótulo comercial debe ser visible y puede utilizar el anuncio en las páginas amarillas. Otra forma de comercialización es la el asociacionismo, que logra acercar a los centros de demanda la oferta existente y reducir la cadena.

El primer paso para la estrategia de promoción es la creación de imagen corporativa, con la que darás a conocer tu empresa. Con esta imagen definirás lo que va a ser el aspecto interior y exterior del negocio, los procedimientos de trabajo, las herramientas de promoción, etc. Este tipo de trabajos puedes contratarlos a profesionales que se encargan de hacer el diseño de tu imagen, o bien puedes hacerlo tú.

A la hora de dar a conocer los servicios, el factor más importante es el boca a boca, que además de su efectividad resulta muy económico para la empresa. Por lo tanto, debes procurar que todos tus clientes se sientan satisfechos con el trato y los productos y servicios recibidos, ya que si el cliente está satisfecho te ayudará en la captación de otros nuevos.

## 4.3. Ubicación

Las empresas de apicultura suelen estar instaladas en zonas rurales, principalmente por la necesidad de ubicación de las colmenas.

Según un estudio de Infoagro, la instalación de los colmenares depende de factores varios tales como:

- **Vegetación:** Capacidad melífera de la vegetación de nuestra área geográfica. Se establece una carga apícola según las condiciones de vegetación. Aquella zona con una buena flor melífera se recomienda una carga de 4 colonias/ha, en apiario de 20-30 colmenas. Cuando la zona es pobre en flora melífera, se recomienda una carga de 2 colonias/ha en apiarios de 12-15 colmenas. Estos valores están limitados porque se recomienda que no estén juntas más de 50 colmenas/apiario. La distancia entre apiarios está relacionada con la distancia de vuelo de las abejas.
- **Orientación de las colonias.** La orientación más frecuente es Sur, SE, SO en función de los vientos dominantes. El viento excesivo dificulta la salida y entrada de abejas a la colonia. Una colmena aireada en exceso puede afectar a las crías provocando su muerte o la incidencia de patógenos.
- **Colocación.** Las colmenas se disponen horizontalmente respecto al suelo con una cierta inclinación hacia la piquera. De esta forma se favorece la salida de agua y ayuda a las abejas limpiadoras a arrojar partículas extrañas fuera de la colonia. La colonia se debe aislar del suelo para evitar humedad y limpiar zonas de malas hierbas para evitar los posibles enemigos. La separación entre apiarios será entre 3 y 4 Km. y estarán agrupados en filas.
- **Disponibilidad de agua.** Hay que tener en cuenta la disponibilidad de agua en las cercanías, si no existe agua hay que disponer de bebederos. Las necesidades medias de agua son 45 cc/colmena y día en invierno y 1000 cc de agua/colmena y día en verano.

## 4.4. Viabilidad económica

Hay que tener en cuenta que para el desarrollo de una explotación apícola es necesario disponer de un terreno donde situar las colmenas. La extensión del terreno es relativa y va a depender principalmente del número de colmenas que se posean.

Para una explotación pequeña, de 500 colmenas, se precisan al menos 2.000 m<sup>2</sup> para las instalaciones, de los cuales 200 m<sup>2</sup> corresponderían a la construcción de la nave.

En cuanto a los apiarios, la extensión de terreno necesaria va a depender del tipo de superficie donde se instalen, e irá desde los 1.000 m<sup>2</sup> necesarios en terrenos forestales hasta los 10.000 si la superficie linda con otros terrenos.

El precio de una colmena con abejas está entre los 75-90 € y su mantenimiento anual entre 6 y 10 € por colmena. Además, si se alquilan los terrenos para establecer los apiarios, entonces este importe se incrementa 2 ó 3 euros por unidad.

Las instalaciones necesarias para el trabajo apícola van a depender de las fases productivas que se realicen, ya que lo fundamental es disponer de una nave almacén con un pequeño taller para las reparaciones de material, pero, si además vas a realizar la extracción de la miel, entonces es obligatorio disponer de un local acondicionado con buenas condiciones de higiene en el que se realizarán todas las operaciones de manejo de la miel.

En cuanto al material necesario, te describimos el material básico necesario en función del uso:

### 1. Material apícola para el manejo de colmenas:

- Ahumador. Recipiente que permite echar humo para que las abejas se vuelvan menos agresivas y poder trabajar en la colmena con mayor comodidad.
- Alzacuadros. Pinzas para levantar los cuadros de la colmena.
- Espátula.
- Cepillo. Sirve para cepillar o apartar a las abejas de los cuadros extraídos.
- Vestimenta especial: mono, careta y guantes.
- Excluidor de reinas.
- Rejilla de propóleo

### 2. Material empleado en la extracción:

- Cuchillo de desopercular.
- Banco de desopercular.
- Extractor de miel.
- Tanques de maduración.
- Caza polen.
- Extractor de veneno.

### 3. Otros materiales.

- Espuela de apicultor o fijador eléctrico.
- Cera estampada.

- Alambre.
- Alimentadores.
- Material para la cría artificial de abejas.

**Cuadro 2: Inversiones estimadas (euros)**

CONCEPTO	IMPORTE
Construcciones	60.000
Local de procesado	12.000
Colmenas	37.500
Equipamiento	6.000
Elementos de transporte	12.000
Equipos para proceso de información	1.500
Gastos de constitución e primer establecimiento	870
<b>Total</b>	<b>129.870</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

La partida de construcciones contiene el valor de la construcción de una nave de 200 metros cuadrados destinada a almacén y manipulación de herramientas y productos.

En la partida de local de procesado se recoge la adquisición del equipamiento necesario para la sala de extracción.

Dentro de la partida de colmenas se incluye el coste de adquirir 500 colmenas dotadas de enjambre.

Dentro de la partida de equipamiento se recoge el importe por la adquisición de un extractor de tipo medio y de una envasadora.

La inversión en equipos para proceso de información incluye el coste de un ordenador personal y de la máquina registradora.

Dentro de la partida de elementos de transporte se recoge el importe de la compra de una vehículo 4x4 de segunda mano para el transporte de los productos.

En gastos de constitución y primer establecimiento se incluye el importe necesario para la tramitación que haga efectiva la creación de la empresa (notaría, registro y otros).

**Cuadro 3: Gastos fijos anuales estimados (euros)**

CONCEPTO	IMPORTE
Gastos de personal (sueldo + SS)	25.000
Mantenimiento	4.000
Comunicaciones	800
Publicidad	500
Servicios de profesionales independientes	1.200
Gastos financieros*	3.896
Seguros	600
Amortizaciones	10.224
<b>Total</b>	<b>46.220</b>

*\*\*EL emprendedor financia el 50% de la inversión con un préstamo de 64.935 euros al 6% Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas, ARDAN*

En cuanto a los gastos de personal, tenemos en cuenta el sueldo de un emprendedor de 1.100 euros en 14 pagas. Lo que resta de la cifra que aparece en la tabla son las cantidades a pagar a la Seguridad Social más el importe necesario para pagar 2 trabajadores en temporada de recolección.

En la partida de mantenimiento se tiene en cuenta un coste por colmena de 8 euros al año. Ten en cuenta que, si optas por solicitar las subvenciones relativas a este aspecto, puedes reducir esta partida.

Para la **estimación de ingresos de la empresa**, vamos a suponer que cada colmena produce 16 kg/miel al año:

$$500 \text{ colmenas} \times 16 \text{ kg/miel} = 8.000 \text{ kg/ miel}$$

Por tanto, tenemos que la producción de los colmenares será de 8.000 kg de miel. Debes tener en cuenta que este cálculo es una estimación a partir de valores de producción medios en España. Dependiendo de la zona en la que te sitúes, de la localización de los colmenares, etc. esta producción podrá aumentar o disminuir.

Dado que disponemos de una máquina envasadora, vamos a suponer que se consigue vender el 60% de la miel producida a cliente final, a un precio de 5 €/kg:

$$4800 \text{ kg de miel} \times 5 \text{ €/kg} = 24.000 \text{ euros}$$

El resto de la miel se venderá a otros comercializadores a un precio mucho más bajo:

$$3.200 \text{ kg de miel} \times 2 \text{ €/kg} = 6.400 \text{ euros}$$

$$\text{Total ingresos miel: } 24.000 + 6.400 = 30.400 \text{ euros}$$

Además de la miel, de las colmenas se extraen otros productos:

Vamos a suponer que extraemos unos 5kg de polen de unas 200 colmenas y se vende a 25 €/kg:

1.000 kg de polen x 25 €/kg = 25.000 euros

Además, extraemos 1 kg de cera de cada colmena al año:

500 kg de cera x 2,2 €/kg = 1.100 euros

La cuenta de resultados de la explotación sería la siguiente:

#### Cuadro 4: Cuenta de resultados estimada (euros)

<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>50.250</b>
Producción miel	30.400
Producción polen	18.750
Producción cera	1.100
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>46.220</b>
Gastos de personal (sueldo + SS)	25.000
Mantenimiento	4.000
Comunicaciones	800
Publicidad	500
Servicios de profesionales independientes	1.200
Gastos financieros*	3.896
Seguros	600
Amortizaciones	10.224
<b>RESULTADO BRUTO DE LA EXPLOTACIÓN</b>	<b>4.030</b>
<b>Total</b>	<b>8,02</b>

*\*\*EL emprendedor financia el 50% de la inversión con un préstamo de 64.935 euros al 6% Fuente:  
Elaboración propia a partir de datos de entrevistas, ARDAN*

## 5. PECULIARIDADES DE LA ACTIVIDAD

La inscripción en los registros de la Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia es voluntaria, al igual que la correspondiente baja.

Para inscribirse en el Registro de Productores de la Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia es necesario:

1. Que las colmenas estén situadas dentro de la Comunidad Autónoma de Galicia.
2. Que se remita la solicitud de inscripción debidamente cumplimentada donde se incluya:
  - Una fotocopia del DNI del titular de la explotación apícola o del CIF en el caso de empresas.
  - Una copia del Registro de Explotación Apícola.
  - Justificante de pago de la tasa de inscripción.
3. Los titulares inscritos declaren al Consello Regulador el número de kilos obtenidos, tipo de miel estimado, situación del colmenar catado y cuantos datos se consideren oportunos para el adecuado control de las producciones.
4. Cualquier explotación procedente de fuera de la Comunidad Autónoma de Galicia que quiera asentar sus colmenas en la misma y amparar su cosecha por esta Indicación Xeográfica Protexida deberá inscribirse en el presente registro, no pudiendo destinar su producción de miel para ser protegido hasta que transcurra un año desde su inscripción.
5. Aquellas explotaciones que se reubiquen fuera de zona de protección protegida, perderán la inscripción en el registro. En estos casos, para obtener la nueva inscripción los titulares procederán según lo establecido.

Para inscribirse en el Registro de Instalaciones de Extracción, Almacenado y/o Envasado de la Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia es necesario:

1. Que la industria esté situada en el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia y sólo podrá entrar miel procedente de explotaciones inscritas en el Registro de Productores de la Indicación Xeográfica Protexida Mel de Galicia.
2. Que los locales inscritos en los registros deberán reunir los requisitos de carácter técnico y sanitario que establece la legislación vigente.
3. Enviar la solicitud de inscripción debidamente cumplimentada acompañada de la siguiente documentación:
  - Una fotocopia del DNI del titular de la planta o del CIF en el caso de empresas.
  - Documentación acreditativa de la persona responsable de la empresa.
  - Fotocopia del número de Registro de Sanidad.
  - Fotocopia del número de Registro de Industrias Agrarias.
  - Plano y breve descripción de la capacidad de la maquinaria y aparatos de la planta.
  - Justificante de pago de la tasa de inscripción.

## 6. RECOMENDACIONES

A continuación, se incluyen una serie de recomendaciones que puedes considerar previamente al inicio de la actividad y que tienen que ver con la puesta en marcha de la explotación. De todos modos el emprendedor/ a debe tener en cuenta que se trata de sugerencias, nunca instrucciones que se deben seguir de modo estricto.

- Según el Decreto 609/2002, desde que el apicultor tiene una colmena debe darse de alta en el registro de explotaciones agrícolas. Este registro presenta muchas ventajas para los productores, tales como la posibilidad de recibir ayudas públicas, asesoramiento veterinario, etc. Ten en cuenta que, por ejemplo, este año se van a recibir una serie de ayudas para intentar suplir las pérdidas ocasionadas en los enjambres por los incendios estivales, y que a dichas ayudas sólo pueden optar los productores registrados.
- A la hora de calcular el tamaño del mercado de la empresa ten en cuenta el producto que vas a elaborar, su calidad, el número de competidores directos e indirectos y los tipos de clientes a los que te vas a dirigir.
- Es recomendable que cada emprendedor adecue su formación a la actividad concreta que va a desarrollar, y debe informarse de todos los cursos relacionados con su sector.
- Determinar los productos que vas a ofrecer constituye una decisión estratégica de gran importancia, ya que en base a su gama podrás diferenciarte de la competencia.
- La prestación de servicios adicionales al cliente es una forma de diferenciarse de los competidores, por lo que se recomienda que el servicio sea lo más completo posible, incluyendo por ejemplo transporte o la devolución del dinero a cambio del producto.
- Durante los primeros meses el emprendedor deberá dedicar el tiempo necesario para hacer visitas a clientes (tiendas, restaurantes y distribuidores especializados en alimentación). Debes elegir el canal de comercialización adecuado, ya que es una de las formas de hacer llegar el producto al consumidor final.
- Es muy importante también la labor comercial de las personas que desarrollan su actividad en el área de venta. Por eso, es imprescindible que la persona que lleve a cabo las ventas tenga un alto conocimiento del producto y que, además, ofrezca a los clientes un trato correcto y adecuado.
- El local debería presentar un aspecto impecable y debidamente ordenado. Como esto también afecta al personal, éstos deberían llevar siempre uniformes limpios, lo que le da una cierta confianza al cliente de cara al producto que desea comprar.
- La capacidad de generar ingresos depende mucho de la zona de implantación, del tamaño de la explotación, de los productos ofertados, del tipo de cliente, etc. Teniendo en cuenta esto debes analizar las posibilidades de obtener un volumen de facturación que te permita hacer rentable tu negocio.
- A la hora de buscar una localización para los colmenares debes tener en cuenta diversos factores, como la orientación, vegetación, humedad, etc.
- Se recomienda que, dentro de lo posible, intentes ampliar tu estructura empresarial para hacerla más operativa. Un sistema de gestión desarrollado, con un personal debidamente cualificado, así como el uso de nuevas tecnologías, pueden hacer más operativo tu servicio, además de que te permitirán evolucionar con más facilidad y competir en mercados más amplios.
- Deberías tratar de adaptar tu empresa a los requerimientos de la distribución moderna, introduciendo nuevas modalidades de venta (por ejemplo, venta por Internet), así como llevar a cabo una reorganización y profesionalización de las estructuras comerciales, para hacer el producto accesible a la mayor cuota de mercado posible, lo que te permitirá mejorar el acceso a mercados exteriores.

- Debes vencer la resistencia al cambio e instaurar la mentalidad y los Sistemas de Calidad Total.
- Deberías personalizar tu producto, adaptando el producto a las especificaciones del cliente, innovando con nuevos productos adaptados a los nuevos ámbitos y tendencias.
- Para potenciar el consumo de miel es importante dar a conocer a los consumidores las características, propiedades y los distintos tipos de miel existentes (monoflorales y multiflorales) diferenciados por sus características sensoriales, valorando el consumidor la calidad de un producto diferenciado.
- Una buena opción para asegurar la calidad y abastecimiento de las materias primas necesarias para la elaboración de tu producto puede ser la integración entre sectores productor y transformador.
- La prestación de servicios adicionales al cliente es una forma de diferenciarse de los competidores, por lo que se recomienda que el servicio sea lo más completo posible, incluyendo por ejemplo transporte y servicios complementarios.

## 7. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

**Grupo de Acción Local Conso Frieiras.**

**María Valeria Rodríguez Alonso, Técnico de Empleo do Concello de A Mezquita.**

**Elvira Prieto Fernández, Técnico de Empleo do Concello de Riós.**

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, octubre de 2006