

# Estudio de Miel de Abeja Mercado de Japón



**Diciembre, 2012**

# INDICE

I.	INTRODUCCION.....	1
II.	METODOLOGIA .....	2
III.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	3
3.1	GENERAL .....	3
3.2	ESPECÍFICOS .....	3
IV.	GENERALIDADES DEL PRODUCTO .....	4
4.1	DEFINICIÓN.....	4
4.2	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	4
4.3	CLASIFICACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO.....	6
4.3.1	<i>Por su origen botánico.....</i>	6
4.3.2	<i>Según el procedimiento de cosecha .....</i>	6
4.3.3	<i>Según su Presentación.....</i>	6
4.3.4	<i>Según su forma de producción.....</i>	6
4.3.5	<i>Según su destino .....</i>	7
4.4	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.....	7
4.5	COMPOSICIÓN DE LA MIEL DE ABEJA.....	7
4.6	NIVELES TECNOLÓGICOS .....	8
4.6.1	<i>Apicultura de Tecnología Intermedia .....</i>	8
4.6.2	<i>Apicultura de Tecnología Alta.....</i>	9
V.	ANÁLISIS DEL MERCADO NICARAGÜENSE.....	9
5.1	DESCRIPCIÓN DEL SECTOR APÍCOLA NICARAGÜENSE.....	9
5.2	PRODUCTORES .....	11
5.3	LABORATORIOS EN NICARAGUA PARA MEDIR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS .....	18
5.3.1	<i>Laboratorios ISNAYA .....</i>	18
5.3.2	<i>Fundación Nicaragüense de Promotores de Salud Comunitaria (CECALLI) .....</i>	19
5.3.3	<i>Laboratorio Químico, S.A. (LAQUISA).....</i>	20
5.4	COMERCIALIZADORES.....	20
5.4.1	<i>Comercializadores en el Mercado Interno.....</i>	20
5.4.2	<i>Exportadores.....</i>	22
5.5	PROVEEDORES DE SERVICIOS .....	24
5.6	ENTIDADES GUBERNAMENTALES .....	24
5.7	ENTIDADES NO GUBERNAMENTALES.....	26
5.8	ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA MIEL NICARAGÜENSE .....	28
5.9	PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE MIEL NICARAGÜENSE.....	29
5.10	PRECIOS DE EXPORTACIÓN NICARAGÜENSE DE MIEL NATURAL .....	30
VI.	ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL .....	31
6.1	ESTÁNDARES MUNDIALES DE CALIDAD DE LA MIEL .....	31
6.1.1	<i>Contenido de humedad .....</i>	32
6.1.2	<i>Contenido de azúcares .....</i>	32
6.1.3	<i>Contenido de sólidos insolubles en agua .....</i>	32
6.1.4	<i>Acidez.....</i>	32
6.1.5	<i>Actividad de la diastas .....</i>	32
6.1.6	<i>Contenido de hidroximetilfurfural.....</i>	32
6.2	PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES A NIVEL MUNDIAL.....	33
6.3	PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES A NIVEL MUNDIAL .....	34
6.4	PRECIOS INTERNACIONALES .....	34

<b>VII.</b>	<b>MERCADO META – JAPÓN .....</b>	<b>35</b>
7.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA JAPONESA .....	35
7.2	VARIEDAD DEL PRODUCTO IMPORTADO .....	36
7.3	REQUISITOS Y TRÁMITES DE EXPORTACIÓN DE NICARAGUA A JAPÓN .....	37
7.3.1	<i>Inscripción en el Registro Único del Contribuyente .....</i>	<i>37</i>
7.3.2	<i>Inscribirse como exportador en el Centro de Trámite de las Exportaciones (CETREX) .....</i>	<i>37</i>
7.3.3	<i>Autorización y Entrega de Documentos de Exportación en CETREX .....</i>	<i>38</i>
7.4	REQUISITOS DE ACCESO .....	38
7.4.1	<i>Requisitos Arancelarios .....</i>	<i>38</i>
7.4.2	<i>Requisitos No Arancelarios .....</i>	<i>39</i>
7.4.2.1	<i>Requisitos Generales -Importación Bajo la Ley de Sanidad de Alimentos .....</i>	<i>39</i>
7.4.2.2	<i>Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios .....</i>	<i>40</i>
7.4.2.2.1	<i>Normas JAS -Japanese Agricultural Standards .....</i>	<i>40</i>
7.4.2.2.2	<i>Envasado .....</i>	<i>40</i>
7.4.2.2.3	<i>Etiquetado .....</i>	<i>41</i>
7.4.2.2.4	<i>Aditivos Alimentarios .....</i>	<i>42</i>
7.4.2.2.5	<i>Niveles Máximos Permitidos de Productos Químicos y Contaminantes .....</i>	<i>43</i>
7.4.2.2.6	<i>Alimentos en Conserva.....</i>	<i>43</i>
7.5	TRANSPORTE .....	44
7.5.1	<i>Consideraciones Generales .....</i>	<i>44</i>
7.5.2	<i>Análisis de la Logística de Exportación hacia el Mercado Japonés .....</i>	<i>44</i>
7.6	CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO .....	45
7.7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	46
7.8	CULTURA JAPONESA Y CONTACTOS COMERCIALES .....	47
7.8.1	<i>Conocer la Cultura Japonesa .....</i>	<i>47</i>
7.8.2	<i>Contactos Personales .....</i>	<i>47</i>
7.8.3	<i>Constancia y Perseverancia .....</i>	<i>47</i>
7.8.4	<i>Adecuación a las Prácticas Comerciales Locales .....</i>	<i>48</i>
7.8.5	<i>Contactos Comerciales .....</i>	<i>48</i>
<b>VIII.</b>	<b>FERIAS INTERNACIONALES .....</b>	<b>49</b>
8.1	FOODEX JAPAN .....	49
<b>IX.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>50</b>
9.1	CONCLUSIONES .....	50
9.2	RECOMENDACIONES .....	51
<b>X.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>52</b>
<b>XI.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>59</b>

## I. INTRODUCCION

El objetivo del presente estudio es brindar información relevante para acceder al mercado japonés a las empresas nicaragüenses productoras y exportadoras de miel natural.

Japón es el primer país importador de alimentos y bebidas, con una tasa de autoabastecimiento de solamente el 30%. Posee una población aproximadamente de más de 128 mil millones de habitantes con un ingreso promedio superior a los 35 mil dólares.

Los consumidores japoneses priorizan los alimentos seguros y buenos para la salud. Es importante que las características de calidad de los alimentos, tales como el sabor, aroma, textura y apariencia, sean consistentes.

Para los japoneses es importante la marca de un producto como una garantía de calidad, seguridad, estilo de vida; pagaran precios altos si las razones justifican dicho precio. Esto los hace disfrutar de los alimentos como si fuese un símbolo de su propio estilo de vida.

Se estima que el promedio anual de un consumidor de miel en el Japón es de 300grs, es decir, un aproximado de 40,000 Toneladas anuales en todo el país.

La producción de miel en el Japón está disminuyendo cada año debido al envejecimiento de los apicultores, falta de sucesores, residencialización de los campos de flores, competencia con la importación y los altos costos de producción, entre otros.

A pesar del poco volumen de producción de miel, Japón exporta parte de dicho producto a China, mayor productor mundial de miel, esto se debe a una alta tendencia que se registra en el consumo de la población japonesa de altos ingresos, la cual busca productos extranjeros que muestren más seguridad que los de su propio país.

El presente documento es un estudio de la producción y comercialización de la miel de abeja en Nicaragua. El propósito es ofrecer una vista general de la apicultura y las posibilidades que ofrece para desarrollarse como un producto líder de la oferta agro-exportadora de Nicaragua.

En Nicaragua la producción nacional de miel es superior a la demanda interna, siendo las exportaciones una alternativa viable que contribuye al crecimiento económico del país.

En este documento se presentan una semblanza de las actividades apícolas en el país, iniciando con la descripción del producto, análisis del producto y la comercialización en el mercado interno y externo de Nicaragua, al igual que un análisis de el mercado japonés, los precios internacionales de la miel y referencia de la Feria Foodex Japan, para promocionar el producto, finalizando con las conclusiones y las recomendaciones para la miel natural.

## II. METODOLOGIA

Para el cumplimiento de los objetivos, la metodología empleada implicó la definición del estudio de los mercados de miel en ambos países, Nicaragua y Japón, enlaces y otras fuentes vinculadas; así como, el uso de información proveniente de fuentes secundarias.

Los productores nicaragüenses entrevistados están conformados por los grupos atendidos por Swisscontact en su proyecto<sup>1</sup> de apoyo al sector, el que abarca casi la totalidad de los apicultores de las regiones donde se concentra la mayor producción de miel del país:

- i. Zona La Segovia
- ii. Zona Norte
- iii. Zona Occidente
- iv. Boaco

Se contempló recolectar información relacionada al estudio en el Departamento de Managua, donde se identificaron importantes volúmenes de producción y donde se localizan importantes empresas productoras y acopiadoras de miel del país, encargadas a su vez, de la comercialización del producto.

Se hizo uso de Bases de Datos del Centro de exportaciones e Inversiones (CEI), de Comercio Exterior Especializadas para la obtención de información clave, referente a precios, estadísticas de comercio, contactos comerciales en el mercado meta y demás información sobre miel.

Se consultaron otros estudios nacionales facilitados por instituciones gubernamentales, ONG's, y otras instituciones vinculadas al sector apícola, que constituyen documentos propios o información de dominio público.

---

<sup>1</sup> SwissContact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas

### **III. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

#### **3.1 General**

Facilitar a los productores y exportadores de miel de abejas de Nicaragua una guía para incrementar presencia participación y penetración con éxito en el mercado de Japón.

#### **3.2 Específicos**

- i. Conocer la demanda de miel en el mercado japonés que permita tomar decisiones acertadas a los productores y exportadores de miel de abeja.
- ii. Identificar las normas estándares certificaciones requisitos técnicos y sanitarios requeridos en el mercado japonés.
- iii. Conocer las Ferias Internacionales en el mercado japonés.
- iv. Conocer los requisitos de empaque y embalaje y etiquetado requerido por el mercado japonés.

## IV. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

### 4.1 Definición

Se entiende por miel la sustancia dulce natural producida por abejas *Apis mellifera* a partir del néctar de las plantas, de secreciones de partes vivas de éstas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de las mismas y que las abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias, y depositan, deshidratan, almacenan y dejan en el panal para que madure y añeje.<sup>2</sup>



### 4.2 Características del producto<sup>3</sup>

La miel está compuesta mayormente por agua, azúcares, ácidos orgánicos y minerales. El azúcar representa de 95 a 99% de la materia seca. La mayoría de los azúcares son simple glucosa y fructuosa. El agua es el segundo elemento en importancia y se debe tener siempre en consideración que solo mieles con un contenido inferior a 18% de agua no tienen riesgo de fermentarse.

Las características físicas relevantes de la miel son las siguientes:

- i. Viscosidad
- ii. Densidad
- iii. Higroscopia (capacidad de absorber o ceder humedad al medio ambiente)
- iv. Tensión superficial
- v. Propiedades Caloríficas
- vi. Color
- vii. Cristalización

La miel recién extraída es un líquido viscoso, siendo la viscosidad un parámetro técnico de gran importancia en su procesamiento, ya que reduce el flujo de ésta durante la extracción, bombeo, reposo, filtrado, mezclado y embotellado.

La miel es un producto de carácter higroscópico que absorbe agua del medio ambiente, lo que representa una ventaja en productos terminados, pero a su vez esto podría ser una desventaja en el almacenamiento. A mayor humedad relativa, mayor será la absorción de agua del ambiente de la miel.

La densidad de la miel es mayor que la del agua, a menor contenido de agua mayor la densidad de la miel.

La baja tensión superficial la convierte en un excelente compuesto para productos cosméticos. La tensión superficial varía con el origen de la miel, probablemente debido a su carácter coloidal. La alta viscosidad y la baja tensión superficial son las responsables de las características espumosas de la miel.

<sup>2</sup> Fuente: Codex Norma para la Miel CODEX STAN 12-1981

<sup>3</sup> Fuente: Centro de AgroNegocios, Honduras. "Perfil de Mercado de la Miel de Abeja".

El color en la miel líquida varía desde clara como el agua hasta el color negro. Éste varía con el origen botánico, edad y condiciones de almacenamiento, pero la claridad o transparencia dependen del polen superficial. Los colores menos comunes son amarillo brillante, rojizo o verde.

El sabor también depende de las fuentes nectaríferas. Por eso la miel de diferentes regiones y de diferentes períodos de la afluencia de néctar, tiene variaciones de sabor y color. Generalmente la miel más oscura tiene un sabor más fuerte.<sup>4</sup>

La cristalización de la miel, es resultado de la formación de cristales mono hidratos de glucosa, que varían en tamaño y forma dependiendo de la calidad de la miel. Esto último es otro aspecto a considerar en el mercadeo, no para propósitos de precio, pero sí como un índice de calidad.

La mayoría de las mieles se cristalizan a temperaturas ambientes (la cristalización no ocurre con temperaturas superiores a 25°C y menores de 5°C), tornando más clara la miel debido a la presencia de los cristales de glucosa, de color blanco.

La cristalización no es atractiva para el consumidor, en cuanto la asocian con descomposición de la miel, la perciben como adición de agua y azúcar. Esta apreciación obedece a la falta de conocimiento del consumidor, lo cual puede ser subsanado a través de una campaña publicitaria, que manifieste las bondades y características que debe contener una miel de calidad.

En el aspecto nutricional, la miel constituye un dulce natural. Su componente nutritivo es carbohidrato en su totalidad. La propiedad nutritiva más importante consiste de azúcares simples, los que no necesitan ser digeridos, sino que se asimilan directamente por el cuerpo, convirtiéndola en una fuente de energía rápida.<sup>5</sup>

La miel se puede comer en su estado natural, usarse en cualquier método de cocinar, para endulzar bebidas, como ingrediente de medicinas populares (como ungüento para heridas, para controlar infecciones), para hacer bebidas alcohólicas como vino de miel y aguamiel, como cosmético (como champú, cremas para el cuerpo y la cara, labiales, jabones). En algunas regiones de África, la cerveza de miel es una bebida tradicional y popular.<sup>6</sup>

Además de la miel, existen otros productos del colmenar que también juegan un importante papel en el mantenimiento de la salud y la prevención y tratamiento de gran número de afecciones, constituyendo así alternativas de diversificación de la producción. Entre los subproductos de la colmena se pueden mencionar: cera, polen, jalea real y propóleos.

---

<sup>4</sup> Fuente: La Apicultura en Pequeña Escala. Curtis Gentry elaborado para el Cuerpo de Paz. Manual 0025. Diciembre, 1982.

<sup>5</sup> Fuente: Ídem.

<sup>6</sup> Fuente: La Apicultura en Pequeña Escala. Op. Cit.



### **4.3 Clasificación General del Producto<sup>7</sup>**

#### **4.3.1 Por su origen botánico**

- i. Miel de flores: aquella obtenida principalmente de los néctares de las flores y se distinguen:
  - Mieles uniflorales o monoflorales.
  - Mieles multiflorales, poliflorales, mil flores o cien flores
- ii. Miel de mielada (o de mielato): se obtienen primordialmente a partir de secreciones de las partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que se encuentran sobre ellas.

#### **4.3.2 Según el procedimiento de cosecha**

- i. Miel escurrida: su obtención es por escurrimiento de los panales desoperculados.
- ii. Miel prensada: es la obtenida por prensado de los panales sin larvas.
- iii. Miel centrifugada: obtenida por centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas.

#### **4.3.3 Según su Presentación**

- i. Miel: la que se encuentra en estado líquido, cristalizado o una mezcla de ambas.
- ii. Miel en panales: es la almacenada por las abejas en celdas operculadas de panales nuevos, construidos por ellas mismas que no contengan larvas y comercializada en panal entero o secciones de tales panales.
- iii. Miel con trozos de panal: aquella que contiene uno o más trozos de panales con miel, exentos de larvas.
- iv. Miel cristalizada o granulada: tipo de miel que ha experimentado un proceso de solidificación como consecuencia de la cristalización de la glucosa que puede ser natural o inducido.
- v. Miel cremosa o cremada: tiene una estructura cristalina fina y que puede haber sido sometida a un proceso físico que le confiera esa estructura y que la haga fácil de untar.

#### **4.3.4 Según su forma de producción**

- i. Miel convencional: la obtenida por métodos tradicionales de producción.
- ii. Miel ecológica: la procedente de apiarios certificados como amigables con el medio ambiente.
- iii. Miel orgánica: la que en toda su fase de producción y procesamiento cumplen los requisitos de certificación orgánica.

---

<sup>7</sup> Fuente: Comisión Nacional Apícola, "Manual de Buenas Prácticas Agrícolas para la Producción de Miel", Septiembre, 2004.

#### 4.3.5 Según su destino

- i. Miel para consumo directo
- ii. Miel para utilización en la industria (miel para uso industrial)

#### 4.4 Clasificación Arancelaria

La descripción o código arancelario es la estructura numérica asignada para la clasificación de las mercancías, utilizada universalmente con fines de facilitar la identificación de éstas en el comercio internacional.

Cabe señalar que la clasificación universal de productos para códigos arancelarios, abarca una especificidad máxima de seis dígitos. Las descripciones más específicas (hasta diez dígitos) se asignan a nivel de cada país.

La miel de abejas está clasificada de la siguiente manera:

**Tabla 1: Clasificación Arancelaria de la Miel**

Partida Arancelaria	Descripción
0409.00.00.00	Miel natural

Fuente: Sistema Arancelario Centroamericano, 2010.

#### 4.5 Composición de la Miel de Abeja

La Composición de la miel depende de las flores de las cuales procede, aunque lo más común se describe a continuación:

**Tabla 2: Componentes de la miel natural**

Componentes	mg
Nutrientes	100 g
Agua	17,1 g
Carbohidratos (Totales)	82,4 g
Fructuosa	38,5 g
Glucosa	31,0 g
Maltosa	7,20 g
Sucrosa	1,50 g
Proteínas, Aminoácidos, Vitaminas y Minerales	,50 g
Energía	304 Kcal
Grasas (Lípidos)	0,0 g
Colesterol	0,0 g
Vitaminas	100 mg
Vitaminas Tiamina	< 0,00 mg
Riboflavina	< 0,06 mg

Componentes	mg
Niacina	< 0,36 mg
Ácido Pantoténico	< 0,11 mg
Piridoxina (B6)	< 0,32 mg
Ácido Ascórbico	2,2 - 2,4 mg
Minerales	100 mg
Calcio	4,4 - 9,20 mg
Cobre	0,003 - 0,10 mg
Fierro	0,06 - 1,5 mg
Magnesio	1,2 - 3,50 mg
Manganeso	0,02 - 0,4 mg
Fósforo	1,9 - 6,30 mg
Potasio	13,2 - 16,8 mg

Fuente: PROFECO

#### 4.6 Niveles Tecnológicos

Los niveles tecnológicos en la Apicultura están determinados por los medios y recursos con que se cuenta para el manejo del Apiario. Se distinguen dos tecnologías: tecnología intermedia y alta.

##### 4.6.1 Apicultura de Tecnología Intermedia

Se mantiene usando sólo medios locales de la comunidad. Esta tecnología intermedia tiene sus orígenes en las grandes familias de abejas no venenosas, endémicas de toda la zona tropical de América. Estas abejas producen una miel altamente apreciada. Aunque este tipo de explotación conocida como "jicote" produce menos miel (5 kilogramos por colonia), no requiere tratamiento sanitario.

Esta miel se vende a un precio tres veces mayor que el ordinario en algunas regiones en temporadas especiales según tradiciones.

Se utilizan colmenas de panal movable. Estas colmenas son de cestos con los lados inclinados a veces cubiertos con barro. Barras superiores cortadas de un ancho que permite el espacio de tránsito de la abeja entre panales se colocan en la abertura del cesto. Tales colmenas son las antecedentes de la colmena moderna de cuadros movibles.

El distanciamiento de las colmenas dentro del apiario es una consideración importante. Las colmenas deben estar separadas lo menos 45 cm. de distancia, e inclinadas un poco hacia la entrada para ayudar que la colonia saque residuos que caen a la base. Esta inclinación también sirve a que se salga el agua de lluvia. La colocación de las colmenas debe permitir que el Apicultor maneje la colonia por detrás de la colmena. Esto provoca menos interferencia con el vuelo de las obreras y permite al apicultor ahumar la colonia antes de que se alerten las abejas guardianas de la entrada.

El Apiario: En casi todos los lugares de los trópicos es necesario poner las colmenas sobre plataformas, para proteger las abejas de las hormigas y las ranas. Sin embargo, con la llegada de la abeja africanizada, la Apicultura dio un giro tecnológico alentado por la alta demanda de miel en los mercados.

#### **4.6.2 Apicultura de Tecnología Alta**

Esta tecnología utiliza el sistema de cuadros móviles en varias cajas. Este sistema ofrece la fácil manipulación de panales. Tanto los cuadros (que contienen panales) y cajas, pueden intercambiarse sin ninguna dificultad para el manejo. Los cuadros que contienen panal de miel se sacan de la colmena, los opérculos de las celdas se cortan con un cuchillo y la miel se extrae con una máquina centrifugadora. Los panales vacíos se devuelven a la colonia para que las abejas los vuelvan a llenar.

Las abejas necesitan producir ocho kilogramos de miel para producir uno de cera. La producción de miel aumenta cuando los panales o enjambres se devuelven relativamente vacíos, ya que las abejas africanizadas necesitan que se les deje cierta reserva de miel, de otro modo, abandonan el panal.

Como los panales están pegados al cuadro en los cuatro extremos, y el cuadro tiene varios alambres que refuerzan el panal, las colmenas se pueden mover sin riesgo de quebradura. Esta característica de las colmenas de cuadros movibles facilita la apicultura migratoria.

El sistema de cuadros movibles también le ofrece al Apicultor la opción de producir grandes volúmenes de polen, jalea real o abejas reinas.

Los principios de manejo del Apiario son iguales tanto para la apicultura de alta tecnología como para la intermedia. La alta tecnología ofrece más facilidad de manipulaciones para el manejo y más opciones al Apicultor. Pero también requiere más inversión de fondos.

## **V. ANÁLISIS DEL MERCADO NICARAGÜENSE**

### **5.1 Descripción del Sector Apícola Nicaragüense**

La agroindustria apícola en Nicaragua ha sido practicada por décadas utilizando métodos tradicionales, no muy complejos, ya que de la naturalidad de la actividad depende la calidad del producto final<sup>8</sup>.

En el país, existen tres épocas de producción de miel:

- i. En invierno, durante los meses de agosto y septiembre, se produce miel de flor amarilla con un alto porcentaje de humedad. Esta miel es utilizada por los apicultores para el establecimiento de nuevas colmenas.
- ii. En la zona semi-húmeda se da la producción de verano que abarca los meses de febrero, marzo y abril.

---

<sup>8</sup> Fuente: IICA. “Cadena Agroindustrial Miel de Abeja”. Nicaragua, 2008.

- iii. En la zona seca, la cosecha abarca los meses de noviembre y diciembre, bajo el período conocido como ‘floración campanita’.<sup>9</sup>

Los niveles tecnológicos en la apicultura están determinados por los medios y recursos con que se cuenta para el manejo del apiario. La producción nacional se lleva a cabo de una manera simple y poco tecnificada; para aumentar la cantidad y calidad de la misma es imprescindible adquirir equipos, tanto en el campo como en el acopio, mejorar la genética de las abejas, asociarla a un cultivo y capacitar a los productores en la producción y comercialización.<sup>10</sup>

Actualmente en Nicaragua la actividad apícola está en desarrollo. Los productores se han capacitado en el manejo y crianza de reinas y explotación algunos productos como propóleos, polen, jalea real y cera, que esperan aprender a industrializar por medio de la Federación de Apicultores Centroamericana<sup>11</sup>.

A nivel nacional, la cadena típica de la miel está compuesta por cuatro eslabones principales:

- i. Producción
- ii. Acopio
- iii. Transformación
- iv. Comercialización, a su vez, se divide en dos sub cadenas:
  - a) cadena de valor de miel orgánica (destinada a la exportación)
  - b) cadena de valor de miel convencional (destinada principalmente al consumo nacional)<sup>12</sup>.

La apicultura orgánica es la más practicada en el país, sin embargo, del total de la producción nacional, solamente el 31% se encuentra certificada debido a los altos costos que esto implica.<sup>13</sup>

Otra figura esencial, ligada a la cadena, son los proveedores de servicio, dentro de los cuales se encuentran: organismos estatales, de cooperación y financieros.

En este apartado se explica la función de cada uno de los eslabones de la cadena, incluyendo a los proveedores de servicio que participan en éste, a fin de brindar un panorama de su funcionamiento, como lo muestra la siguiente imagen:

---

<sup>9</sup> Fuente: Ídem

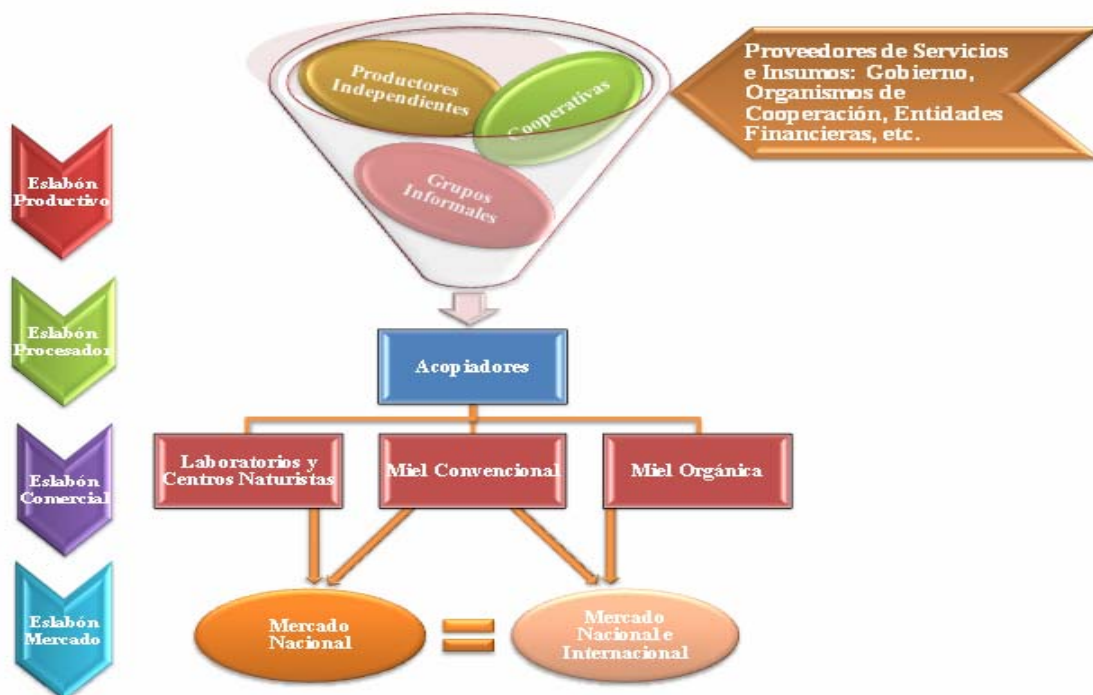
<sup>10</sup> Fuente: Ídem.

<sup>11</sup> Fuente: Manual de Buenas Prácticas Apícolas Centroamericano. El Salvador. Septiembre 2004

<sup>12</sup> Fuente: Swisscontact, “Análisis de la Cadena de Valor de la Miel”. Marzo, 2010.

<sup>13</sup> Fuente: MAGFOR, Censo Nacional Apícola de Nicaragua, 2006.

**Imagen 1: Cadena de Miel de Nicaragua**



## 5.2 Productores

En el Censo Nacional Apícola de Nicaragua (2006), realizado por el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR) en el territorio nacional, se contabilizó un total de 980 apicultores activos, que desarrollaban su labor en 22,656 colmenas, distribuidas principalmente en los departamentos de León, Chinandega, Boaco, Matagalpa y Managua. Esta sección, sin embargo, se basa en datos recopilados mediante visitas de campo en las zonas de interés, estando dirigida principalmente a grupos y/o empresas, y no abordando el total de apicultores independientes, lo que explica la diferencia de datos en comparación con el Censo Nacional.

Los productores de miel a nivel nacional en su mayoría son pequeños apicultores, generalmente agrupados, ya sea a través de cooperativas o asociaciones, o bien a través de redes/grupos sin personería jurídica o “informales”, organizados geográficamente, a nivel municipal. Existen, asimismo, algunos productores independientes (PYMES).

Algunos de estos pequeños productores se han iniciado en la apicultura como un rubro alternativo para diversificar su producción. Un aspecto común entre ellos es la poca disponibilidad de colmenas, dedicándose, hasta la fecha, a comercializar en sus localidades y teniendo rendimientos relativamente bajos, mismos que se ven afectados por las condiciones climáticas y la escasez de recursos (capital), que les permita pasar de una actividad apícola incipiente a una más desarrollada.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Fuente: CEI (antes NICAEXPORT), “Estudio de Inteligencia de Mercados: Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Italia”. Octubre, 2007.

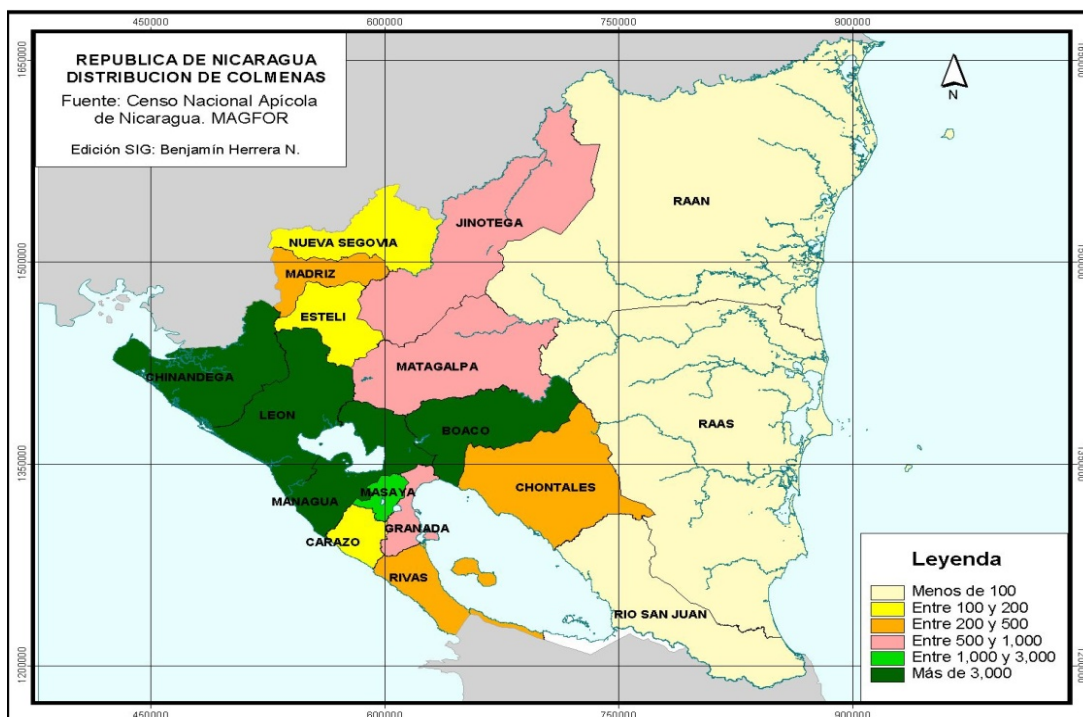
La actividad productiva se concentra en determinadas zonas a nivel nacional, de las que en el estudio se abordan las cuatro zonas de intervención del Proyecto Apícola Swisscontact-BID en Nicaragua: Zona Central (Boaco), Zona Norte (Jinotega y Matagalpa), Zona La Segovia (Estelí, Nueva Segovia y Madriz), Zona Occidente (León y Chinandega). Adicionalmente, se incluye Managua y la Región Suroeste de Nicaragua, donde se aglutina 93% del total de apicultores registrados en el Censo Nacional Apícola y que se describen en mayor detalle en el desarrollo del presente estudio.

**Tabla 3: Resumen de Principales Zonas de Producción Apícola en Nicaragua y Rendimiento**

Zona	No. Apicultores	No. Colmenas	Producción anual KG
Central	143	6,250	260,550
Norte	123	1,462	28,284
La Segovia	147	1,073	14,693
Occidente	215	9,291	343,680
Managua	22	6,710	199,640
Región Suroeste Nicaragua	83	117	3,744
<b>TOTAL</b>	<b>733</b>	<b>24,903</b>	<b>850,591</b>

Fuente: Swisscontact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas y Estrategias de Comercialización Nicaragua y Honduras.

**Imagen 2: Distribución de la Población de Colmenas en Nicaragua**



Fuente: Ministerio Agropecuario y Forestal, MAGFOR.

**i. Zona Central<sup>15</sup>**

Registros señalan la existencia de 6,250 colmenas, 25% del total de colmenas a nivel nacional. En dicha zona se encuentran 143 apicultores (20% del universo total del país), siendo los rendimientos productivos promedios entre 30 y 40 Kg. /colmena al año.

**ii. Zona Norte**

En esta zona se encuentran 123 apicultores con 1,462 colmenas, con rendimientos productivos promedios en la zona son de 30 Kg miel/año.

**iii. Zona La Segovia**

La información recopilada en el grupo focal señala el crecimiento en el número de colmenas de la zona en relación a los registros de 2006, totalizando 1,073 colmenas y 147 productores apícolas, quienes en promedio tienen un total de 10 colmenas, y producen anualmente 25 Kg de miel.

**iv. Zona Occidente**

Es la zona conformada por los departamentos de León y Chinandega, que presenta el mayor número de apicultores a nivel nacional, con un total de 215 productores apícolas y 9,291 colmenas. El rendimiento productivo anual es de 30 Kg miel.

**Tabla 4: Cantidad de Apicultores y Distribuidores por Zona Geográfica**

Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Municipio
AJAMF	La Segovia	Madriz	San Lucas
APINOR	La Segovia	Madriz	San Juan Río Coco
COOSAE	La Segovia	Estelí	Estelí
CPIL RL	La Segovia	Estelí	Pueblo Nuevo
APISAM	La Segovia	Nueva Segovia	Santa María
Grupo La Trinidad – Estelí	La Segovia	Estelí	La Trinidad
Grupo Sub-cuenca Aguas Calientes	La Segovia	Madriz	Somoto
Obreras Unidas del Norte	La Segovia	Nueva Segovia	Jalapa
Cooperativa José Alfredo Zeledón – JAZ RL	La Segovia	Madriz	San Juan de Río Coco
<b>Sub Total La Segovia</b>			<b>9</b>
Cooperativa Flores del Campo	Zona Norte	Jinotega	El Cuá
COOPROAPIS “La Obrerita”	Zona Norte	Matagalpa	San Ramón
COPAPIN	Zona Norte	Matagalpa	Darío
Cooperativa de Apicultores Quirragua	Zona Norte	Matagalpa	Matiguás
Cooperativa Ecológica 9 de noviembre	Zona Norte	Matagalpa	Tuma
Mario Artola Urcuyo	Zona Norte	Matagalpa	Matagalpa
<b>Sub Total Zona Norte</b>			<b>16</b>
Miel del Bosque	Boaco	Boaco	Boaco
Grupo Flor del Bosque	Boaco	Boaco	Camoapa

<sup>15</sup> Fuente: Swisscosntact. “Análisis de la Cadena de Valor de Miel. Informe Final”, marzo, 2010.



Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Municipio
COMUNSEN	Boaco	Boaco	Boaco
Cooperativa Nuevo Amanecer	Boaco	Boaco	Santa Lucía
Cooperativa Mujeres Apícolas de Tecolostote	Boaco	Boaco	San Lorenzo
<b>Sub Total Boaco</b>			<b>5</b>
APIELSA	Zona Occidente	León	El Sauce
ASODEPA	Zona Occidente	León	Achuapa
Abejones de Nagarote	Zona Occidente	León	Nagarote
Fabricio Mendoza	Zona Occidente	León	León
COMOAS RL	Zona Occidente	Chinandega	Villa Nueva
Cooperativa La Leonesa	Zona Occidente	León	León
Cooperativa Las Flores	Zona Occidente	León	El Sauce
UCASA	Zona Occidente	León	León
Marcial Mejía	Zona Occidente	Chinandega	El Naranjo
Carlos Jerez	Zona Occidente	León	León
CAP RL	Zona Occidente	Chinandega	Chinandega
<b>Sub Total Zona Occidente</b>			<b>12</b>
Apícola El Milagro	Managua	Managua	Tipitapa
Asoc. Productores Apícolas Orgánicos San Fco. Libre	Managua	Managua	Managua
Ingemann	Managua	Managua	Managua
APIDOSA	Managua	Managua	Managua
El Panal	Managua	Managua	Managua
<b>Sub Total Managua</b>			<b>5</b>
<b>Totales</b>			<b>47</b>

Fuente: Swisscontact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas y Estrategias de Comercialización Nicaragua y Honduras

De los 733 apicultores, en orden de importancia las zonas con mayor número de socios son: Occidente (29% de apicultores), La Segovia (20%), Boaco (20%), Z. Norte (17%), Región Suroeste Nicaragua (11%) y Managua (3%).

En relación a la concentración de colmenas, la zona de Occidente, concentra el 37% de las colmenas del grupo, Boaco el 25%, mientras que La Segovia con igual número de socios que Boaco, concentra solamente el 4.3% de las colmenas. Por su parte la zona norte concentra el 6% de las colmenas, Managua el 27% y la Región Suroeste de Nicaragua el 0.5%.

De igual manera, a continuación se muestra que el rendimiento promedio de miel de abeja por colmena es de 20 a 30 kilogramos, anualmente, el cual varía en dependencia del nivel de tecnificación de los apicultores y del manejo de la colmena. Los menores rendimientos promedios percibidos anualmente por los grupos asociados se ubican en el rango de rendimiento de 7 a 15 Kg por colmena.

**Tabla 5: Cantidad de Colmenas por Sector y Rendimiento Anual**

Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Municipio	No. de Colmenas	Rendim. Unit anual KG
AJAMF	La Segovia	Madriz	San Lucas	80	15
APINOR	La Segovia	Madriz	San Juan Río Coco	450	28
COOSAES	La Segovia	Estelí	Estelí	170	25
CPIL RL	La Segovia	Estelí	Pueblo Nuevo	50	25
APISAM	La Segovia	Nueva Segovia	Santa María	117	20
Grupo La Trinidad – Estelí	La Segovia	Estelí	La Trinidad	5	-
Grupo Sub-cuenca Aguas Calientes	La Segovia	Madriz	Somoto	3	7
Obreras Unidas del Norte	La Segovia	Nueva Segovia	Jalapa	30	20
Cooperativa José Alfredo Zeledón – JAZ RL	La Segovia	Madriz	San Juan de Río Coco	168	32.2
<b>Sub Total La Segovia</b>				<b>1,073</b>	
Cooperativa Flores del Campo	Zona Norte	Jinotega	El Cuá	350	25
COOPROAPIS “La Obrerita”	Zona Norte	Matagalpa	San Ramón	100	28
COPAPIN	Zona Norte	Matagalpa	Darío	300	37
Cooperativa de Apicultores Quirragua	Zona Norte	Matagalpa	Matiguás	600	25
Cooperativa Ecológica 9 de noviembre	Zona Norte	Matagalpa	Tuma	100	15
Mario Artola Urcuyo	Zona Norte	Matagalpa	Matagalpa	12	42
<b>Sub Total Zona Norte</b>				<b>1,462</b>	
Miel del Bosque (COSATÍN)	Boaco	Boaco	Boaco	4,700	43
Grupo Flor del Bosque	Boaco	Boaco	Camoapa	200	25
COMUNSEN	Boaco	Boaco	Boaco	400	25
Cooperativa Nuevo Amanecer	Boaco	Boaco	Santa Lucía	700	25
Cooperativa Mujeres Apícolas de Tecolostote	Boaco	Boaco	San Lorenzo	250	25
<b>Sub Total Boaco</b>				<b>6,250</b>	
APIELSA	Zona Occidente	León	El Sauce	3,000	40
ASODEPA	Zona Occidente	León	Achuapa	20	23

Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Municipio	No. de Colmenas	Rendim. Unit anual KG
Abejones de Nagarote	Zona Occidente	León	Nagarote	120	30
Fabricio Mendoza	Zona Occidente	León	León	55	18
COMOAS RL	Zona Occidente	Chinandega	Villa Nueva	1,800	40
Cooperativa La Leonesa	Zona Occidente	León	León	300	30
Cooperativa Las Flores	Zona Occidente	León	El Sauce	380	30
UCASA (NICARAOCOOP)	Zona Occidente	León	León	2,160	35
Marcial Mejía	Zona Occidente	Chinandega	El Naranjo	600	41
Carlos Jerez	Zona Occidente	León	León	100	24
CAP RL	Zona Occidente	Chinandega		756	30
<b>Sub Total Zona Occidente</b>				<b>9,291</b>	
Apícola El Milagro	Managua	Managua	Tipitapa	300	44.8
Asoc. Productores Apícolas Orgánicos San Francisco Libre	Managua	Managua	Managua	180	30
INGEMANN	Managua	Managua	Managua	5000	30
APIDOSA	Managua	Managua	Managua	900	23
El Panal	Managua	Managua	Managua	330	40
<b>Sub Total Managua</b>				<b>6,710</b>	
Región Suroeste Nicaragua (Rivas – Carazo)				117	32
<b>Total</b>				<b>24,903</b>	

Fuente: Swisscontact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas y Estrategias de Comercialización: Nicaragua y Honduras

En relación a los niveles de producción, las seis zonas productivas abordadas (La Segovia, Norte, Boaco, Occidente, Managua y Región Suroeste Nicaragua (Rivas – Carazo) producen un total de 850,591 kg., siendo las zonas de mayor producción: Occidente, Boaco y Managua, que en conjunto produjeron 803,870 kg., 95% de las seis zonas.

En la región Occidente, que cuenta con el mayor número de apicultores de las cinco regiones (215 de 733), es donde se concentra la mayor producción: 343,680 Kg. (40%).

Por su parte, a pesar que en Managua se contabiliza el menor número de apicultores (22 de 733), en dicha región se concentra el 24% de la producción total de las zonas, con una producción anual de 199,640 kg., en el año.

Contrario a esto, en la Zona La Segovia y Zona Norte, donde existe un considerable número de apicultores: 147 y 123, respectivamente, su capacidad productiva es reducida,

siendo actualmente de 42,977 kg., conjuntamente, lo que representa apenas 5% del total producido en las seis zonas.

Las proyecciones para el 2011, muestran un mejor comportamiento productivo de La Segovia, cuyas expectativas productivas de los apicultores apuntan a un crecimiento de 230%, como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 6: Producción Actual y Rendimiento Esperado**

Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Producción actual anual KG	Producción esperada a un año KG
AJAMF	La Segovia	Madriz	450	2,800
APINOR	La Segovia	Madriz	3,360	4,500
COOSAES	La Segovia	Estelí	4,250	5,100
CPIL RL	La Segovia	Estelí	1,400	22,400
APISAM	La Segovia	Nueva Segovia	2,293	4,586
Grupo La Trinidad – Estelí	La Segovia	Estelí	-	-
Grupo Sub-cuenca Aguas Calientes	La Segovia	Madriz	420	4,060
Obreras Unidas del Norte	La Segovia	Nueva Segovia	1,120	2,240
Coop. José Alfredo Zeledón – JAZ RL	La Segovia	Madriz	1,400	2,800
<b>Sub Total La Segovia</b>			<b>14,693</b>	<b>48,486</b>
Cooperativa Flores del Campo	Zona Norte	Jinotega	3,300	3,300
COOPROAPIS “La Obrerita”	Zona Norte	Matagalpa	420	840
COPAPIN	Zona Norte	Matagalpa	6,060	9,090
Coop. de Apicultores Quirragua	Zona Norte	Matagalpa	15,000	21,250
Cooperativa Ecológica 9 de noviembre	Zona Norte	Matagalpa	3,000	6,000
Mario Artola Urcuyo	Zona Norte	Matagalpa	504	1,638
<b>Sub Total Zona Norte</b>			<b>28,284</b>	<b>42,118</b>
Miel del Bosque	Boaco	Boaco	202,100	230,480
Grupo Flor del Bosque	Boaco	Boaco	3,000	6,000
COMUNSEN	Boaco	Boaco	36,000	43,200
Cooperativa Nuevo Amanecer	Boaco	Boaco	15,400	30,800
Coop. Mujeres Apícolas de Tecolostote	Boaco	Boaco	4,050	13,500
<b>Sub Total Boaco</b>			<b>260,550</b>	<b>323,980</b>
APIELSA	Zona Occidente	León	150,000	169,500
ASODEPA	Zona Occidente	León	3,920	4,920
Abejones de Nagarote	Zona Occidente	León	900	7,500
Fabricio Mendoza	Zona Occidente	León	3,080	5,600
COMOAS RL	Zona Occidente	Chinandega	46,800	72,000
Cooperativa La Leonesa	Zona Occidente	León	9,000	15,000
Cooperativa Las Flores	Zona Occidente	León	2,100	3,500
UCASA	Zona Occidente	León	75,600	85,750
Marcial Mejía	Zona Occidente	Chinandega	24,600	32,800
Carlos Jerez	Zona Occidente	León	5,000	7,000
CAP	Zona Occidente	Chinandega	22,680	22,680
<b>Sub Total Zona Occidente</b>			<b>343,680</b>	<b>426,250</b>
Apícola El Milagro	Managua	Managua	13,440	22,400
Asociación de Productores Apícolas Orgánicos San Francisco Libre	Managua	Managua	3,000	10,000
Ingemann	Managua	Managua	150,000	150,000

Nombre de la Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Producción actual anual KG	Producción esperada a un año KG
APIDOSA	Managua	Managua	20,000	25,000
El Panal	Managua	Managua	13,200	40,000
<b>Sub Total Managua</b>			<b>199,640</b>	<b>247,400</b>
Región Suroeste Nicaragua (Rivas – Carazo)			3,744	3,744
<b>Total</b>			<b>850,591</b>	<b>1,091,978</b>

Fuente: Swisscontact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas y Estrategias de Comercialización: Nicaragua y Honduras

Analizando el tipo de miel, convencional u orgánica, de los 37 grupos y/o empresas, solamente 9, equivalente al 24%, indicaron tener certificación orgánica en su producción. Los restantes 28 grupos, a pesar de que en la práctica se cumplen con procesos productivos de miel orgánica, éstos no han logrado certificarse debido a la falta de recursos financieros.

La tabla siguiente muestra la lista de empresa y cooperativas que cuentan con certificación orgánica:

**Tabla 7: Producción de Miel Orgánica Certificada**

Nombre de la Cooperativa/Grupo	Zona	Vol. producción miel orgánica certificada Kg./Año
Miel del Bosque (COSATIN)	Boaco	202,100
Cooperativa Nuevo Amanecer	Boaco	15,400
APIELSA	Zona Occidente	210,000
CAP RL	Zona Occidente	22,680
COOMAS	Zona Occidente	46,800
Cooperativa Las Flores	Zona Occidente	2,100
UCASA (NICARAOOCOOP)	Zona Occidente	75,600
Asociación de Productores Apícolas Orgánicos San Francisco Libre	Managua	3,000
Ingemann	Managua	150,000
<b>TOTAL</b>		<b>727,680</b>

Fuente: Swisscontact: Estudio de Mercado de Miel de Abejas y Estrategias de Comercialización: Nicaragua y Honduras.

### 5.3 Laboratorios en Nicaragua para Medir la Calidad de los Productos Alimenticios

#### 5.3.1 Laboratorios ISNAYA

El área de Laboratorios ISNAYA® tiene como finalidad desarrollar acciones y servicios de investigación, producción y comercialización de productos fitofarmacéuticos con excelente calidad, funciona como un laboratorio de referencia a nivel nacional para el control de la calidad de productos medicinales; además sirve como un área educativa para la transferencia de conocimientos a estudiantes de Farmacia de la Universidad de

León y capacitación en desarrollo de productos fitoterapéuticos con estudiantes de la Universidad de Ingeniería (UNI) Estelí.

La miel mayormente es utilizada para la elaboración de jarabes contra la tos para niños y adultos o para la venta como producto natural, sin transformación. Productos y Servicios que ofrece:

- i. Servicio de Control de Calidad de Alimentos y Medicamentos (análisis microbiológicos y físico-químicos).
- ii. Análisis de Agua (bacteriológico y físico químico).
- iii. Análisis de Miel (pH, organoléptico, HMF, % agua).
- iv. Determinación de Aceites Esenciales (Método de destilación por arrastre de vapor) acreditado por la ONA-MIFIC.
- v. Capacitación en Control de Calidad Físico-Químico.
- vi. Capacitación en Control de Calidad Microbiológico.
- vii. Pasantía de Estudiantes Universitarios.
- viii. Prácticas de Laboratorio en Química General.
- ix. Capacitación en uso y Aplicación de Plantas Medicinales.
- x. Capacitación de desarrollo de productos

Para contacto:

Telefax: (505) 2713 -4841

Dirección: Costado sur escuela Anexa, 1/2 Calle al Oeste. Estelí, Nicaragua.

Página Web es: [www.isnaya.org.ni](http://www.isnaya.org.ni)

E-mail: [laboratorios@isnaya.org.ni](mailto:laboratorios@isnaya.org.ni),

Contacto: Lic. Marvín Antonio Palma Arauz --Gerente

### **5.3.2 Fundación Nicaragüense de Promotores de Salud Comunitaria (CECALLI)**

CECALLI es una fundación civil, sin fines de lucro, que apoya a las comunidades/municipios prioritariamente rurales en su desarrollo sanitario. Sirve como catalizador en el proceso de movilización social comunitario, ofreciendo servicios que tienden a mejorar las condiciones de salud de la población más pobre y desposeída, a través de:

- i. Asistencia técnica.
- ii. Acciones investigativas.
- iii. Docencia y gestión de proyectos, priorizando la autogestión femenina.
- iv. Huertos integrales de producción.
- v. Elaboración de medicamentos herbolarios.
- vi. Laboratorio de control de calidad.

Esta empresa es también una de las más reconocidas en producción y comercialización de productos naturales, cuenta con acopiadores y promotores, y elaboran productos como: tintes, jarabes, cápsulas, jaleas y té.

Para Contacto:

Teléfono: (505) 2713-4048 / 7078

Dirección: Km. 144 Carretera Panamericana, 1/2 cuadra al Este. Estelí, Nicaragua.

Página Web: [cecalli85@yahoo.com](mailto:cecalli85@yahoo.com); [cecalli@ibw.com.ni](mailto:cecalli@ibw.com.ni)

Contacto: Alejandro Floripe Fajardo – Presidente  
Alejandra Floripe Parrales – Comercialización

### **5.3.3 Laboratorio Químico, S.A. (LAQUISA)**

**LAQUISA** tiene dentro de sus clientes empresas de diversos fines, por lo que en estos años las constantes demandas han hecho que nuestros análisis hayan aumentando para satisfacer las crecientes necesidades de nuestro país, dentro nuestros clientes se encuentran: licoreras, ONG, empresas formuladoras de alimentos, universidades, productores, minas, etc.

En Nicaragua hay diversas empresas dedicadas a la producción de alimentos para animales y de consumo humano, para efectos de control de calidad de cada uno de sus productos, constantemente envían muestras con el fin de comprobar el contenido nutricional de cada una de las muestras, de tal manera garantizar la calidad de sus productos, o bien se realizan análisis a materias primas de estos alimentos. De esta manera LAQUISA contribuye al control de calidad de estos alimentos garantizando resultados confiables.

Para Contacto:

Teléfono: (505) Teléfonos: Planta Celular: 8854-2550 /Móvil: 8854-2644

Dirección: Km. 83 carretera León – Managua

E-mail: benito.zapata@laquisa.com

Contacto: Lic. Benito Gregorio Zapata Amaya – Gerencia

## **5.4 Comercializadores**

Se identifican dos figuras principales encargadas de la comercialización de la miel:

- a) Comercializadores en el mercado interno
- b) Exportadores

Los resultados de las entrevistas realizadas reflejan que los exportadores son los actores de este eslabón que comercializan la mayor parte de la miel que se produce en el país, de producción propia y acopio, utilizándose en el mercado nacional, canales de distribución institucional como los supermercados.

### **5.4.1 Comercializadores en el Mercado Interno**

Existen cooperativas o PYMES productoras y procesadoras de miel que cuentan con su propio centro de acopio y procesamiento, así como marca propia. Sin embargo, no exportan debido a que todavía no cumplen con las exigencias del mercado internacional, sea en términos de volúmenes, calidad y en certificación orgánica.

A continuación se presenta (Tabla N°8), un resumen de organizaciones apícolas que cuentan con certificaciones orgánicas y la zona geográfica en que se sitúan.

**Tabla N° 8: Apicultores según Certificación Orgánica**

Cooperativa/ Grupo	Zona	Departamento	Municipio	Certificado Orgánica
Miel del Bosque (COSATÍN)	Boaco	Boaco	Boaco	sí
Cooperativa Nuevo Amanecer	Boaco	Boaco	Santa Lucía	sí
APIELSA	Zona Occidente	León	El Sauce	sí
COMOAS RL	Zona Occidente	Chinandega	Villa Nueva	sí
Cooperativa Las Flores	Zona Occidente	León	El Sauce	sí
UCASA (NICARAOCOOP)	Zona Occidente	León	León	sí

Fuente: Swisscontact, perfil de miel año 2010.

Para la comercialización nacional no es exigido contar con certificación orgánica, sin embargo, pocos comercializadores en este ámbito poseen una certificación como un medio de reflejar calidad y por disponer de recursos (capital) para obtenerla.

Estas comercializadoras realizan ventas fraccionadas a supermercados y farmacias, así como ventas a granel en mercados menos formales o con menos exigencias.

Cabe señalar que en Nicaragua hay 733 socios productores de miel, agrupados en 26 Cooperativas o Asociaciones, 6 Grupos Organizados y 5 Pymes.

Los comercializadores de miel en el mercado interno se clasifican de la siguiente manera:

#### **i. Cooperativas/Asociaciones**

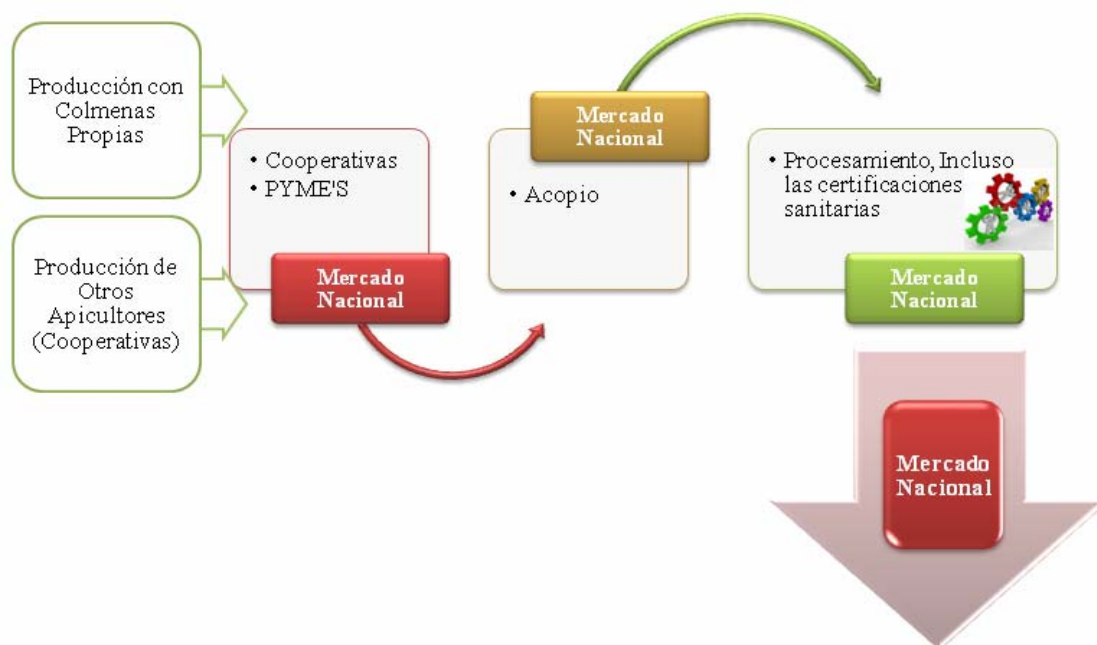
Acopian, procesan y comercializan la miel, de sus asociados y de otros productores no asociados. Ejemplo: “Cooperativa Flores del Campo” (61 socios), quien acopia la miel que producen sus asociados, procesa (fracciona) anualmente 3,300 kg. de miel, además de otros sub productos (cera laminada, confites, polen, champús, propóleos y multi-vitamínicos) y comercializa, principalmente a través de ventas directas en farmacias locales, disponiendo de marca propia, registro sanitario y certificación orgánica.

#### **ii. Empresarios individuales o PYMES**

Son empresas independientes, no asociadas con otros productores. Cuentan con su propio sistema de acopio, procesamiento y comercialización. Dentro de esta categoría, por ejemplo, se encuentra la PYME El Panal, ubicada en Managua, productora, acopiadora y comercializadora de miel convencional (no posee certificación orgánica).

Actualmente, cuenta con 330 colmenas propias y una producción anual aproximada de 13,200 kg. A su vez, comercializa miel de otros productores de la zona. Para fines comerciales, dispone de registro sanitario y utiliza los supermercados como canales de distribución para llegar a los consumidores finales



**Imagen 3: Cadena de Comercializadores de Miel en el Mercado Interno**

#### 5.4.2 Exportadores

Este sector está conformado por cooperativas o asociaciones y/o empresas privadas, sólidas financieramente y con facilidades instaladas, como centros de acopio y centros de procesamiento, para darle valor agregado a la miel, conforme los requerimientos de los mercados exteriores.

Una de las características particulares de este eslabón es que estos exportadores a su vez, son empresas productoras de miel, contando con colmenas propias; y acopiadoras, comprando cantidades significativas de otros productores nacionales, que cumplan con exigencias de calidad conforme las normativas de los mercados de exportación, verificable a través de exámenes del producto ante el MAGFOR<sup>16</sup>.

De manera que, estos proveedores adicionales, en general, son pequeños productores organizados que cumplen con la calidad de la miel, pero no cumplen con las formalidades requeridas por el mercado (registro sanitario, certificación orgánica, entre otras) para realizar las exportaciones por sí solos.

Uno de los aspectos positivos de la miel de exportación nicaragüense es que en su mayoría consta con certificaciones orgánicas como lo exigen los mercados destino, emitidas por agencias certificadoras regionales o internacionales, como BIO LATINA, Eco-Lógica, Mayacert y Aimcopop<sup>17</sup>.

Los exportadores de miel a nivel nacional pueden clasificarse de dos formas:

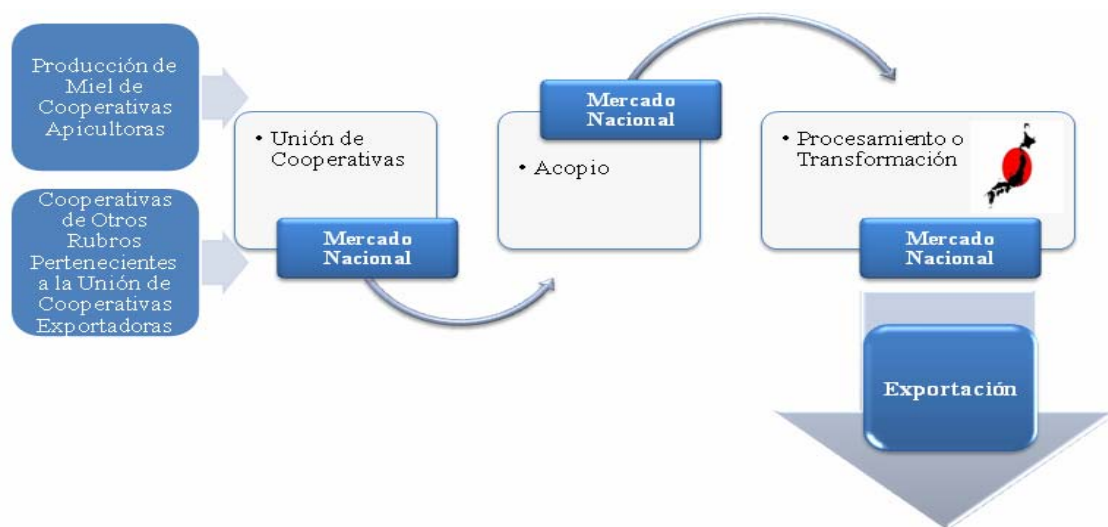
<sup>16</sup> Para la miel con destino de exportación, el MAGFOR realiza pruebas en el Laboratorio de Diagnóstico Veterinario, determinando características físico-químicas como azúcares no reductores, reductores, humedad, PH, acidez e Hidroximetilfurfural (HMF), entre otras. Fuente: Swisscontact, "Análisis de la Cadena de Valor de Miel, Informe Final", marzo, 2010"

<sup>17</sup> Fuente: Swisscontact, "Análisis de la Cadena de Valor de Miel, Informe Final", marzo, 2010"

### i. Cooperativas/Asociaciones

En esta categoría se ubican la Unión de Cooperativas “NICARAOCOOP”, y la Unión de Cooperativas de Tierra Nueva (COSATIN), las que tienen una estructura organizativa y operativa similar, aglutinando a otras cooperativas y/o uniones de cooperativas, encargándose del acopio, transformación y comercialización de los productos desarrollados, entre los que se encuentra la miel.

**Imagen 4: Cadena de las Cooperativas Exportadoras de Miel en Nicaragua.**

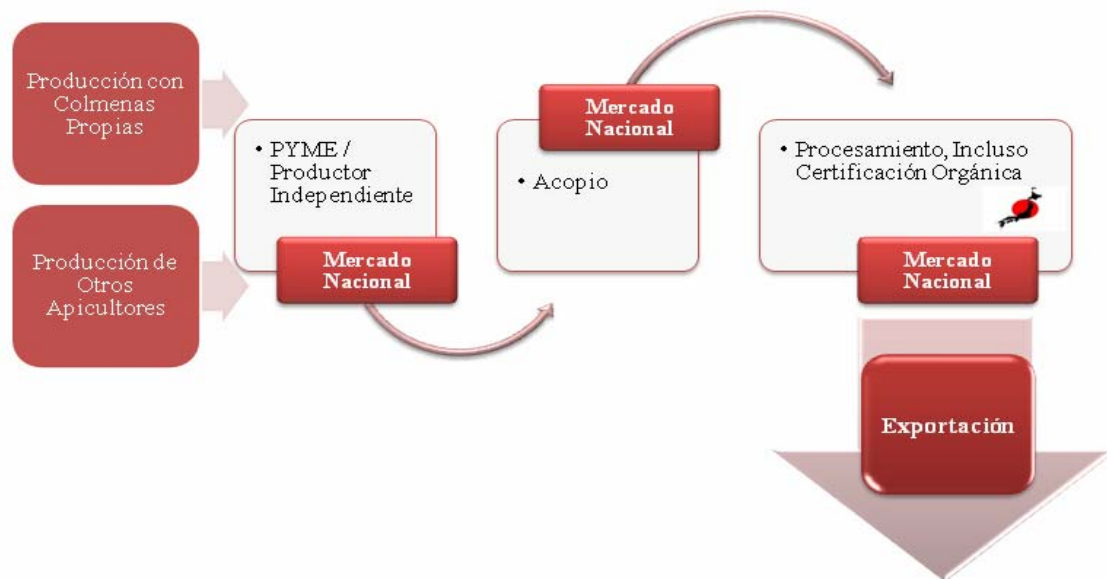


### ii. Empresa privada – PYME.

Son empresas privadas (PYMES), que cuentan con recursos propios para producción de miel, infraestructura para acopio y procesamiento. Como una estrategia para incrementar sus volúmenes de producción y cumplir con volúmenes demandados, adicionalmente compran y procesan miel de terceros productores, quienes deben de cumplir con los requisitos de calidad que les estipulan, en dependencia del mercado destino.

Empresas que sobresalen en esta clasificación son:

- INGEMANN, empresa extranjera que opera en Managua bajo el régimen de zona franca de Nicaragua.
- Apícola de Oriente (APIDOSA), también ubicada en Managua.

**Imagen 5: Cadena de las Pymes Exportadoras de Miel en Nicaragua**

En términos globales, en el país actualmente existen cuatro exportadores de miel:

- i. Unión de Cooperativas Tierra Nueva, COSATIN (a través de su asociada: Cooperativa Miel del Bosque), ubicada en Boaco.
- ii. INGEMANN, ubicada en Tipitapa, Managua.
- iii. Unión de Cooperativas NICARAOCOOP, ubicada en Managua.
- iv. Apícola de Oriente, S.A., APIDOSA, ubicada en Managua.

### 5.5 Proveedores de Servicios

Este apartado aborda aquellos actores bajo la figura gubernamental, organismos de apoyo o programas, proyectos de la cooperación que brindan algún aporte o servicio que influye en el sector apícola nacional.

### 5.6 Entidades Gubernamentales

- i. Ministerio Agropecuario Forestal (MAGFOR)

Este actor ha tenido una influencia directa creando en el año 2002 una instancia directa de comunicación con el sector productivo apícola, la Comisión Nacional Apícola de Nicaragua (CNAN), que ha permitido al gobierno acercarse al sub sector apícola y consensuar propuestas de apoyo, a fin de fomentar la apicultura en Nicaragua, incorporándose otros miembros de la cadena productiva, tales como instituciones gubernamentales (Dirección de Políticas de Fomento a las PYMEs (DPYMEIMIFIC). y organismos de cooperación (PYMERURAL), con el fin de formular conjuntamente estrategias de desarrollo sostenible, articular acciones que fortalezcan y contribuyan al mejoramiento del nivel competitivo del sector.

La particularidad de la CNAN es la elaboración de propuestas, proyectos e iniciativas que fortalezcan al sector apícola y la consecución de financiamiento para estas

actividades, entre ellas: Censo Nacional Apícola de Nicaragua (2006), mismo que se logró con el apoyo de Swisscontact, OIRSA, IICA y PNUD.

Plan Nacional Sanitario Apícola, desarrollándose con el apoyo del Programa PYMERURAL, ejecutado por Swisscontact.<sup>18</sup>

Programa Nacional de Fomento y Desarrollo del Sector Apícola (PRONAFODESA) que incluye 8 sub-programas y 10 proyectos sujetos a financiamiento, y además, se sustenta en cuatro pilares fundamentales: producción, organización, comercialización y desarrollo empresarial.

Las principales funciones del Área Apícola del MAGFOR para las exportaciones son: emisión de certificados para exportación (laboratorio); control de epidemia y enfermedades; buscar vínculos para financiamiento de sus actividades.

Así mismo, se ocupa de vincular al sector apícola nacional con los sectores de la región, a través de la participación en el Congreso Centroamericano y del Caribe de Integración y Actualización Apícola, realizado anualmente para intercambiar información sobre la situación del sector y promover la venta de productos apícolas.

Otra de las unidades operativas del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR) es el Fondo de Desarrollo Agropecuario (Fondeagro), concebido para apoyar el desarrollo a largo plazo de pequeños y medianos productores en los departamentos de Matagalpa y Jinotega y tiene proyectos en las siguientes áreas: Crédito, legislación, comercialización, asistencia técnica y apoyo institucional.

La apicultura es una de las actividades destacadas de labor de asistencia técnica que ejecuta el fondo. Han promovido la participación de nuevos productores apícolas, además de la conformación de la Cooperativa Apícola Flores del Campo de Plan de Grama, que consta de 22 asociados; así como la Cooperativa Multisectorial Nueva Esperanza de Mujeres, con 25 asociadas que trabajan con meliponas (abejas nativas).

Otras entidades no gubernamentales que apoyan la apicultura a nivel local son: Asociación de Educación y Comunicación La Cuculmeca, de Jinotega, Cooperativa 20 de Abril y Nitlapán (Instituto especializado investigación, creación y difusión de nuevos modelos y metodologías de desarrollo local rural y urbano, del que forma parte la Universidad Centroamericana, UCA), ambas de El Cua<sup>19</sup>.

## ii. Instituto de Desarrollo Rural (IDR)

Cuenta con programas especiales para el sector apícola en el país, incluidos en su estrategia de desarrollo agropecuario, entre ellos:

Programa de Desarrollo Económico de la Región Seca de Nicaragua. (PRODESEC), Estelí, La Trinidad, Condega, San Juan de Limay, Pueblo Nuevo, Yalagüina, Palacagüina, Telpaneca, San Juan de Río Coco, San Nicolás de Oriente, San José de

---

<sup>18</sup> Fuente: Las intervenciones de Swisscontact son a nivel macro y de cobertura nacional.

<sup>19</sup> Fuente: Swisscontact.

Cusmapa, San Lucas, Somoto, Totogalpa, Ciudad Antigua, San Fernando, Macuelizo, Mozonte y Santa María. Apicultura es uno de los 12 rubros priorizados por ellos.

Proyecto de Desarrollo Rural local en el departamento de Rivas (DECOSUR) en 10 Municipios del Departamento. Apicultura es uno de los 10 rubros priorizados por ellos. Apoyo financiero para construcción de centros de acopio y salas de extracción para grupos asociativos, en Boaco, Matagalpa y Estelí.

## 5.7 Entidades No Gubernamentales

### i. Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua (FUNICA)

Esta institución a través del Fondo de Asistencia Técnica (FAT) en Occidente y La Segovia, ha financiado una serie de proyectos de apoyo a la apicultora, entre otros rubros como<sup>20</sup>:

Proyecto de Apoyo a la Transformación y la Comercialización de los productos Apícola. Comunidades beneficiadas: San Lucas, San Antonio Abajo (San Juan del Río Coco), Aguas Calientes (Somoto), en la zona La Segovia.

Producción y comercialización de miel, polen, propóleos y cera de abejas en la comunidad de Villanueva”. Chinandega.

Mejoramiento tecnológico en los procesos de producción y comercialización de la apicultura en el municipio de El Viejo”. Chinandega.

Mejoramiento tecnológico en los procesos de producción, agregación de valor y comercialización de café orgánico, miel orgánica y plantas aromáticas. El Sauce, León.

Fortalecimiento de las capacidades organizativas, productivas, acopio y comercialización de miel de abeja con valor agregado de pequeños apicultores del municipio de Mateare. Managua.

Producción, Acopio y comercialización de productos apícolas orgánicos de San Francisco Libre. Managua

### ii. Swisscontact

Ejecuta el proyecto regional “Desarrollo de micros y pequeños productores rurales del sector apícola” (RG-M1130). Iniciativa ejecutada por la Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico - Swisscontact (SC) por medio de su oficina en Nicaragua, con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) - Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), PymeRural (Cooperación Suiza en América Central).

<sup>20</sup> Fuente: FUNICA, Cartera de Proyectos.

El proyecto está enfocado en:

Mejorar la competitividad del sector apícola bajo un enfoque de cadena de valor como estrategia novedosa para el desarrollo sectorial y rural.

Contribuir a la reducción de la pobreza rural mediante el incremento de ingresos de los grupos menos favorecidos del sector a través del mejoramiento de productividad, calidad, generación de valor agregado y comercialización.

Atender al menos 380 micros y pequeños productores (as) apícolas, contribuyendo a la generación de 400 nuevos empleos a lo largo de toda la cadena. Esto a través de la formación de 30 profesionales técnicos pertenecientes a instituciones del sector público y privado (Programa de formación de formadores).

Apoyar la implementación del sistema Nacional de Calidad e Inocuidad Apícola facilitando así el acceso a mercados cada vez más exigentes y competitivos; promover el desarrollo de nuevos productos, y el mejoramiento genético (técnica promotora del incremento de productividad). Así, se pretende incrementar la productividad de 30 Kg a 39 Kg de miel por colmena. Para un productor promedio, que cuenta con unas 23 colmenas, esto significa un ingreso incremental anual de al menos USD 400.00 por cosecha.<sup>21</sup>

Por otro lado, Swisscontact ha apoyado la organización del sector en el país, a través de la creación de mesas apícolas en las principales zonas de producción (Zona Norte, Zona La Segovia, Zona Occidente y Boaco).

### iii. Organización Inter eclesiástica para Cooperación al Desarrollo (ICCO)

Constituye una de las cuatro organizaciones de cofinanciamiento holandés, con fondos del Ministerio de Cooperación al Desarrollo y de la Unión Europea que apoya, proyectos y programas en el Sur, en nombre de un gran número de iglesias protestantes y organizaciones cristianas protestantes.

Invierte en agricultura, desarrollo rural, salud, enseñanza, creación de organizaciones y derechos humanos, teniendo en cuenta la posición de la mujer y los efectos para el medioambiente

ICCO apoya la mesa apícola de Occidente. Es un programa que facilita procesos y proyectos que surgen de las mesas de trabajo y que benefician a la cadena apícola de Occidente, generando un beneficio común.

### iv. Asociación para la Diversificación y el Desarrollo Agrícola Comunal (ADDAC)

Asociación civil sin fines de lucro de carácter nacional que promueve, en el norte de Nicaragua, el desarrollo agropecuario, productivo, comercial y asociativo sustentable, en alianza con sus grupos contrapartes (hombres, mujeres y jóvenes) que están en condiciones de desventaja socioeconómica, propiciando el desarrollo asociativo con

---

<sup>21</sup> Fuente: Swisscontact.

eficiencia en su gestión empresarial y gerencial, sentido de equidad y desde la perspectiva e incidencia en el desarrollo humano y local.

Entre las asociaciones y grupos que conformaron, a través de la organización comunitaria, y que actualmente funcionan, se encuentra la Asociación de Apicultores, que cuenta con alrededor de 167 colmenas productivas.

El proyecto cuenta, asimismo, con un componente de crédito, que consiste en un fondo revolvente comunitario, administrado por las juntas directivas de las comunidades.<sup>22</sup>

v. Otras instituciones presentes en el mercado y que con influencia al sector apícola.

➤ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

IICA en Nicaragua brinda capacitaciones al sector agrícola, incluyendo al sector apícola, a través del Proyecto Orgánico IICA/Austria. Este programa brindó apoyo financiero para la certificación orgánica a través de la empresa internacional Biolatina, en los sectores de León, Chinandega, Boaco y Managua.

➤ Asociación para la Promoción y el Desarrollo Integral Comunitario (ASPRODIC)

Ubicada en la zona central, facilita a las cooperativas apícolas de Boaco un fondo revolvente para tecnificación productiva y brinda capacitación y asistencia técnica a los apicultores.

## 5.8 Estándares de Calidad de la Miel Nicaragüense

En Nicaragua, los estándares nacionales de calidad de miel de abeja se rigen por la “Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense 03 030-00, “Norma Técnica de Miel de Abeja” (adjunta en anexos), cuyo objeto es establecer los requisitos que debe cumplir la miel de abeja a nivel nacional.

La norma regula también la miel en envases no destinados a la venta al por menor (a granel) y destinada al re-embasado, en envases para la venta al por menor.

Dicha ley se aplica a todas las mieles producidas por abejas obreras, regulando los tipos de normas de presentación de la miel que se ofrecen para el consumo directo.

Entre las exigencias más relevantes incluidas en esta norma, sobresalen:

La miel no deberá tener ningún sabor, aroma, contaminación inaceptable que haya sido absorbido de una materia extraña durante su elaboración y almacenamiento. La miel no deberá haber comenzado a fermentar o producir efervescencia.

---

<sup>22</sup> Fuente: ADDAC

**Tabla 9: Factores de Calidad de la Miel “Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense 03 030-00”**

<b>Contenido aparente de azúcar reductor, calculado como azúcar invertido:</b>	
- Mieles no indicadas a continuación	65% como Mínimo
- Miel de Mielada	60% como Mínimo
- “Blackboy” (xanthorrhoea preissii)	53% como Mínimo
<b>Contenido de humedad:</b>	
-Mieles no Indicada a continuación	21% como Máximo
-Miel de Brezo (calluna)	23 % como Máximo
-Miel de Trébol (trifolium)	23 % como Máximo
<b>Contenido aparente de sacarosa:</b>	
-Mieles no Indicadas	5 % como Máximo
-Miel de Mielada, mezclas de miel de mielada y Miel de Flores, Robinia, Espliego, Citrus, Alfalfa, Meliloto “Red Gum” (Eucalyptus) (Camaldulensis). Acacia, Leatherwood” (Eucryphia Lucinda) Menzies Backsi” Baksia menziesii)	10 % como Máximo
- Red Bell”(calothamnus sanguineus), White stringy Bark” Eucalyptus scabra), grand Banksia”Banksia grandis), Black boy”Xanthorrhoea preisii)	15% Como Máximo
<b>Contenidos de sólidos insolubles en agua:</b>	
-Mieles Distintas de las Mieles prensadas	0,1 % como Máximo
- Miel Prensada	0,5 % como Máximo
<b>Contenido de sustancias Minerales (Cenizas):</b>	
Mieles Indicadas a continuación:	
- Miel de Mielada o una mezcla de miel de Mielada y miel de flores	0,6% como Máximo
- Acidez	1,0 % como Máximo
- Actividad de la diastasa	40 Mil equivalentes de ácido por 1000 gr como máximo.
- Contenido de Hidroximetilfurfural	3 como mínimo 40 mg/kg como máximo.

Fuente: Normas Técnicas Obligatoria Nicaragüense

### 5.9 Principales Destinos de las Exportaciones de Miel Nicaragüense

En general, podemos decir que el principal país de destino de las exportaciones nicaragüenses es Alemania, mostrando una participación del 68.35% equivalente a 162,914.84 kg, volumen exportado en el año 2011. Por otro lado, las exportaciones de miel hacia Bélgica fueron de 38,432.60 kg en el mismo periodo, el cual representa el



16.12%. Asimismo, el volumen de las exportaciones hacia Costa Rica es significativo en miel natural y orgánica

**Tabla 10: Exportaciones Nicaragüenses de Miel Natural para el Período 2011**

Código SAC del Producto	Descripción del Producto	Volumen (Kg)	%
<b>País de Destino:</b>	<b>Alemania</b>		
04090000000000	Miel Natural	49,917.31	
04090000000003	Miel Orgánica	102,600.00	
04090000000004	Miel Orgánica Certificada por Biolatina	10,397.53	
	<b>Total Alemania</b>	<b>162,914.84</b>	<b>68.35%</b>
<b>País de Destino:</b>	<b>Bélgica</b>		
04090000000003	Miel Orgánica	38,432.60	
	<b>Total Bélgica</b>	<b>38,432.60</b>	<b>16.12%</b>
<b>País de Destino:</b>	<b>Costa Rica</b>		
04090000000000	Miel Natural	11,091.65	
04090000000003	Miel Orgánica	16,816.00	
	<b>Total Costa Rica</b>	<b>27,907.65</b>	<b>11.71%</b>
<b>País de Destino:</b>	<b>Estados Unidos</b>		
04090000000000	Miel Natural	1,102.00	
04090000000003	Miel Orgánica	8,000.00	
	<b>Total Estados Unidos</b>	<b>9,102.00</b>	<b>3.82%</b>
		<b>238,357.09</b>	<b>100%</b>

Fuente: CETREX

### 5.10 Precios de Exportación Nicaragüense de Miel Natural

La miel natural y orgánica es un producto con alta demanda en los mercados internacionales, especialmente a los principales mercados que va dirigido la miel nicaragüense (Alemania, Bélgica, Costa Rica y Estados Unidos). El precio que ofrecen estos países es la mayor motivación que impulsa a la Apicultura a producir miel orgánica y certificada.

A como se puede observar (Tabla N°11), el mejor precio pagado en miel orgánica lo ofrece Alemania, Bélgica y Estados Unidos que se ubican en un rango entre \$3.33 y \$3.55 el kilogramo.

**Tabla 11: Precios de Exportación de Miel Nicaragüense para el Período 2011**

Código SAC del Producto	Descripción del Producto	Precio Mínimo	Precio Máximo (US\$/kg)	Precio Promedio
	<b>Alemania</b>			
04090000000000	Miel Natural	3.15	3.4	3.26
04090000000003	Miel Orgánica	3.3	3.4	<b>3.33</b>
04090000000004	Miel Orgánica Certificada por Biolatina	3.65	3.65	3.65
	Total Alemania	3.15	3.65	3.41
	<b>Bélgica</b>			
04090000000003	Miel Orgánica	3.5	3.6	3.55
	Total Bélgica	3.5	3.6	<b>3.55</b>
	<b>Costa Rica</b>			
04090000000000	Miel Natural	2.79	3.1	2.94
04090000000003	Miel Orgánica	2.53	3.08	2.71
	Total Costa Rica	2.53	3.1	2.83
	<b>Estados Unidos</b>			
04090000000000	Miel Natural	0.99	2.39	1.27
04090000000003	Miel Orgánica	3.55	3.55	<b>3.55</b>
	Total Estados Unidos	0.99	3.55	2.41

Fuente: CETREX

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL

### 6.1 Estándares Mundiales de Calidad de la Miel

Los estándares presentados a continuación, sirven como referencia y son utilizados a nivel mundial para el comercio de la miel y su envasado (a granel y re-ensado para la venta al por menor). Sin embargo, es preciso, señalar que aparte de éstos, cada comprador puede establecer sus propios criterios o parámetros de calidad, al momento de la compra.

Los estándares de calidad de la miel de abeja, mundialmente, se rigen por lo establecido en el Codex Alimentarius, en el que se establecen estándares válidos y reconocidos por los países (FAO, 1995, Rev. 2001), mismos que están en constante revisión por parte de la Comisión Internacional de la Miel (IHC, por sus siglas en inglés).

A continuación se señalan algunos aspectos relevantes sobre calidad señalados en el Codex Alimentarius<sup>23</sup>:

- i. La miel vendida como tal no deberá contener ningún ingrediente adicional, incluidos los aditivos alimentarios, ni tampoco adición alguna que no sea miel.

<sup>23</sup> Fuente: Codex Alimentarius "CODEX STAN 12-1981", Rev. 2001.

- ii. La miel no deberá contener ninguna materia, sabor, aroma o mancha objetables que hayan sido absorbidas en materias extrañas durante su procesamiento y almacenamiento.
- iii. La miel no deberá haber comenzado a fermentar o producir efervescencia.
- iv. No se podrá extraer polen ni ningún constituyente particular de la miel excepto cuando sea imposible evitarlo para garantizar la ausencia de materias extrañas, inorgánicas u orgánicas.
- v. No deberá calentarse la miel en medida tal que se modifique su composición esencial y/o se menoscabe su calidad.
- vi. No se deberán utilizar tratamientos químicos o bioquímicos para influir en la cristalización de la miel.

#### 6.1.1 Contenido de humedad

- i. Mieles no indicadas a continuación - no más del 20%
- ii. Miel de brezo (*Calluna*) - no más del 23%

#### 6.1.2 Contenido de azúcares

- i. Contenido de fructosa y glucosa (suma de ambas)

a) Mieles no enumeradas a continuación	- no menos de 60 g/100g
b) Miel de mielada, mezclas de miel de mielada con miel de flores	- no menos de 45 g/100g

- ii. Contenido de sacarosa

Mieles no enumeradas a continuación: no más de 5 g/100g Alfalfa (*Medicago sativa*), Citrus spp., Falsa acacia (*Robinia pseudoacacia*), Madreselva francesa (*Hedysarum*), Menzies Banksia (*Banksia menziesii*), “Red Gum” (*Eucalyptus camaldulensis*), “Leatherwood” (*Eucryphia lucida*), *Eucryphia milligani*: no más de 10 g/100g, Espliego (*Lavandula* spp.), borraja (*Borago officinalis*): no más de 15g/100g.

#### 6.1.3 Contenido de sólidos insolubles en agua

- i. Mieles distintas de la miel prensada: no más de 0.1 g/100g
- ii. Miel prensada: no más de 0.5g/100g.

#### 6.1.4 Acidez

- i. 40 ml equivalentes de ácido por 1000 gramos como máximo

#### 6.1.5 Actividad de la diastas

- i. 3 como mínimo

#### 6.1.6 Contenido de hidroximetilfurfural

- i. 80mg/kg como máximo.

## 6.2 Principales Países Importadores a Nivel Mundial

A nivel mundial Estados Unidos es el mayor importador de miel natural de abeja con una tasa de participación en volúmenes importados al 2011 del 26%, así mismo el país presenta una tasa de crecimiento del 14% con respecto al año anterior lo cual viene a representar una oportunidad de mercado debido a que el país está aumentando su demanda interna, orientada al consumo directo y como materia prima para otros procesos productivos con mayor grado de procesamiento.

Por otro lado el mercado Japonés tiene una tasa de participación del 8% del consumo total al 2011 y es un mercado bastante estable en cuanto a consumo se refiere ya que la tasa de crecimiento en volúmenes importados ha crecido un 2% respecto al año anterior.

**Tabla 12: Principales Países Importadores a Nivel Mundial**

Lista de Principales Países Importadores a Nivel Mundial de Miel Natural de Abeja (0409.00)			
Importadores	Toneladas		
	2009	2010	2011
Mundo	436,766	497,067	495,883
Estados Unidos	95,473	114,128	130,495
Alemania	82,588	89,550	78,554
<b>Japón</b>	<b>36,919</b>	<b>39,950</b>	<b>40,584</b>
Reino Unido	30,429	31,937	35,361
Francia	23,513	25,308	26,964
Bélgica	18,582	21,964	21,047
España	15,252	17,712	17,962
Italia	15,261	14,560	15,154
Polonia	7,342	11,551	13,708
Holanda	10,244	9,580	13,526
Arabia Saudita	8,220	12,809	10,790
Suiza	7,549	7,893	7,434
Austria	6,313	6,944	6,254
Rusia	2,361	5,375	5,403
Dinamarca	4,122	4,263	5,210
Tailandia	605	2,974	5,070
Suecia	3,586	3,979	4,064
Australia	4,744	3,324	3,536
Hong Kong (China)	2,527	2,900	3,381

Fuente: TRADEMAP

### 6.3 Principales Países Exportadores a Nivel Mundial

Los principales países exportadores de miel natural de abeja al 2011 son: China con una tasa de participación del 20%, Argentina con 15%, México con 5%, entre otros con una participación menor ha como lo muestra la siguiente tabla. Cabe mencionar que, aunque China es el principal productor y exportador, Argentina es el país que mostro durante el período 2011 respecto al año anterior una mejor tasa de crecimiento en sus exportaciones de miel teniendo como principal mercado destino Estados Unidos.

**Tabla 13: Principales Países Exportadores a Nivel Mundial**

Lista de Principales Países Exportadores a Nivel Mundial de Miel Natural de Abeja (0409.00)			
Exportadores	Toneladas		
	2009	2010	2011
Mundo	411,856	473,058	493,573
China	71,831	101,138	99,988
Argentina	57,969	57,317	72,356
India	10,055	18,706	28,940
Viet Nam	8,143	16,947	28,107
México	26,984	26,512	26,888
Brasil	25,987	18,629	22,399
Alemania	22,033	20,529	20,093
España	16,232	21,756	18,733
Bélgica	13,303	18,480	16,860
Uruguay	6,129	8,266	14,392
Hungría	14,239	13,856	12,415
Rumania	10,654	11,017	9,899
Ucrania	7,363	7,048	9,874
Canadá	12,162	15,145	9,569
Tailandia	5,857	6,855	8,771
Nueva Zelandia	8,878	6,555	8,411
Chile	9,848	8,623	7,533
Bulgaria	6,116	8,540	6,853
Italia	3,454	6,960	6,444

Fuente: TRADEMAP

### 6.4 Precios Internacionales

Nicaragua no posee un registro histórico exacto de precios de miel de abeja en el mercado internacional. Según el Centro de Trámite de las Exportaciones (CETREX), el precio de venta promedio para el año 2011 en el mercado Centroamericano se encontró en US\$2.83/Kg, para el mercado de Estados Unidos fue de US\$2.41/Kg y para el mercado Europeo en promedio fue de US\$3.45/Kg.

En lo que va del año 2012, los precios pagados a los principales productores mundiales de miel en el caso de China, son considerablemente bajos debido al alto nivel de producción, con lo que se relaciona a la baja calidad de la miel. Con respecto al precio promedio pagado a México en el año 2012, es de \$3,436 dólares y Argentina \$3,242 dólares, países productores de miel de alta calidad, que tienen entre los principales destinos de exportación a Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Italia, Canadá, Japón y Australia.

A continuación se presentan los precios promedio de Miel Natural de Abeja de los principales países productores:

**Tabla 14: Precios Internacionales de la Miel**

Producto	Mercado		Precio - US\$		
	Origen	Destino	Bajo	Alto	Promedio
Miel	México (Yucatán)	Europa	3,407	3,465	3,436
	Argentina	Europa	3,190	3,295	3,242
	China	Europa	2,165	2,270	2,218

Fuente: The Public Lodger

Nota: Los precios están dados en Toneladas Métricas y la forma de cotización es CIF

## VII. MERCADO META – JAPÓN

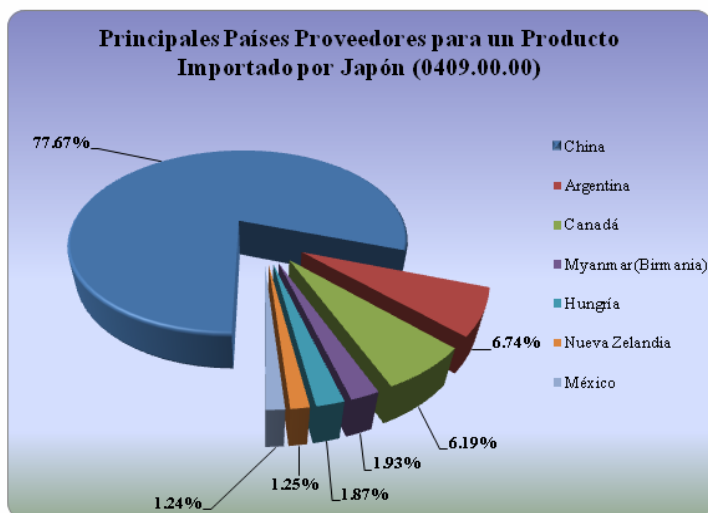
### 7.1 Análisis de la Demanda Japonesa

La miel natural en Japón es utilizada a nivel industrial, sin embargo, su consumo directo también es de relevancia en el mercado Nipón. Cabe mencionar que Japón no es un gran productor de miel y la cantidad producida ha sufrido grandes bajas a lo largo del tiempo por diferentes razones que afectan directamente al sector, entre ellas podemos mencionar la disminución de las áreas destinadas a esta actividad productiva y el daño causado a la flora y colmenares por diferentes insectos.

La producción nacional de miel en Japón para el año 2011 rondó las 2,300 toneladas y representaron un 5.36% del total consumido, de esta manera, el restante 94.63% debe ser proveído por importaciones provenientes de terceros países.

Respecto al volumen importado de miel natural en los últimos tres años (2009-2011), las cifras muestran un promedio de 117,453 toneladas<sup>24</sup>. El volumen importado durante el año 2011 fue de 40,584 toneladas y muestra que en dicho período ocurrió un leve aumento del 1.59% en las importaciones totales respecto al año anterior, a continuación se presenta una gráfica que describe el comportamiento de las importaciones de miel por los principales países proveedores:

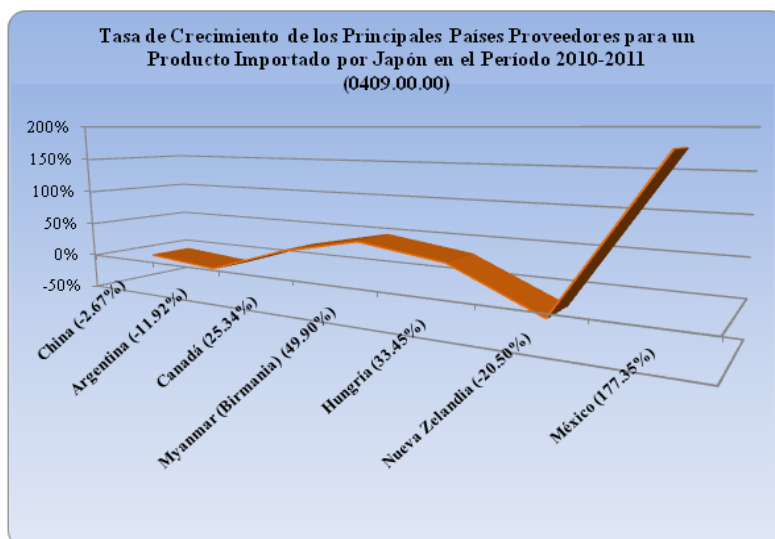
<sup>24</sup> Fuente: TradeMap



El principal país proveedor de miel a Japón es China, quien posee grandes volúmenes de oferta y un precio muy competitivo en el mercado internacional. Este país representa el 77.67% de participación en las importaciones Japonesas al 2011, luego se encuentra Argentina con un 6.74% de participación seguido de otros cinco países, a como lo muestra la gráfica. En su totalidad estos países

representan el 96.89% de la miel importada por el país Asiático.

Cabe mencionar que el análisis de la Tasa de Crecimiento tomando como referencia los años 2010-2011 muestran que, aunque China es el principal exportador de miel a Japón, en los períodos de análisis muestra una contracción del (-2.67%) en volumen exportado, por otro lado México siendo uno de los países que menos exporta miel a



Japón en los años en estudio mostró un incremento en la participación del mercado Nipón, lo cual viene a representar una oportunidad para Nicaragua de incursionar en el mercado ya que el país Asiático está abriendo fronteras a nuevas variedades de miel.

## 7.2 Variedad del Producto Importado

En general, el consumidor Japonés prefiere la miel de color claro y sabor suave proveniente de plantas como la flor de loto, *astragalus*, acacia, nueces y trébol, hay que tomar en cuenta que la miel cristalizada no es la preferida por el consumidor Japonés por lo que es conveniente evitar que el producto llegue en este estado al consumidor final. Aunque no existen cifras estadísticas precisas Japón importa jalea real y propóleos *-las propiedades de este producto han ganado reconocimiento en el mercado-*, lo cual viene a ampliar la gama de productos que se pueden ofertar en el mercado Nipón.

Aunque las preferencias del mercado Japonés están dadas a las preferencias de las mieles uniflorales, ya se han ofertado mieles multiflorales a empresas Japonesas, las cuales han tenido aceptación por parte del consumidor por su sabor, constancia y color.

### **7.3 Requisitos y Trámites de Exportación de Nicaragua a Japón**

#### **7.3.1 Inscripción en el Registro Único del Contribuyente**

i. Persona Natural:

- Original y copia de cédula de identidad
- Copia del recibo de agua, luz y teléfono
- Presentación de libros contables debidamente inscritos en el Registro Mercantil
- Inscripción de libros contables en la Administración de Renta

ii. Persona Jurídica (Sociedades Mercantiles)

- Original y copia del acta constitutiva y de los estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Fotocopia de recibo de agua, luz y teléfono
- Fotocopia de cédula del representante legal
- Inscripción de libros contables en la Administración de Renta
- Fotocopia de cédulas de identidad de los socios nicaragüenses y de los pasaportes de los socios extranjeros

#### **7.3.2 Inscribirse como exportador en el Centro de Trámite de las Exportaciones (CETREX)**

i. Persona Natural

- Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Constancia de contribuyente de la Dirección General de Ingresos (DGI)
- Registro de firmas
- Identificación del exportador y representante
- Poder especial notariado para las agencias aduaneras
- Llenado de hoja de solicitud de inscripción<sup>25</sup>, autenticado por un abogado

ii. Persona Jurídica

- Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Constancia de contribuyente de la Dirección General de Ingresos (DGI)
- Registro de firmas
- Escritura de constitución original
- Fotocopia y poder general de administración, debidamente inscrito en el Registro Mercantil

---

<sup>25</sup> Ver formato en Anexos #1



### 7.3.3 Autorización y Entrega de Documentos de Exportación en CETREX

- i. Certificado Fitosanitario de Exportación: Avala la calidad fitosanitaria del producto a exportar. Los requisitos para obtenerlo son:
  - Registrado como exportador ante CETREX
  - Pago de póliza de exportación según tabla progresiva en MAGFOR-DGPSA para el muestreo del producto y emisión del pre-certificado fitosanitario.
  - Pago de C\$ 50 (cincuenta córdobas netos) en los números de cuentas bancarias del CETREX (Número de cuenta BANPRO 1003-22-0-2439-82-5) para la emisión del Certificado Fitosanitario en Firme.
  - Una vez realizado el pago correspondiente, el CETREX tiene a conformidad emitir el certificado fitosanitario a nombre del exportador<sup>26</sup>
- ii. Declaración de Mercancía de Exportación (DME): El formulario se llena cuando se va a exportar fuera del área Centro Americana. El costo del mismo va en dependencia del valor FOB de la factura de exportación.
- iii. Certificado de Origen: Acredita el origen de la mercancía a exportar, con el objetivo de beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias que otorgan los países en el marco de la Organización Mundial de Comercio. Requisitos para obtener el Certificado de Origen:
  - Registrado como exportador ante el CETREX
  - Declaración de Mercancías de Exportación
  - Fotocopia de Factura

## 7.4 Requisitos de Acceso

### 7.4.1 Requisitos Arancelarios

El arancel general de importación al mercado Japonés para el producto en estudio -Miel Natural- corresponde al 30% sujeto al derecho *Ad Valorem*, sin embargo como Japón es miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC) desde el año 1995, brinda los beneficios de reducción de impuestos arancelarios de Nación Más Favorecida -NMF- a todos los países adscritos a este organismo, y del cual Nicaragua es miembro fundador así que se beneficia de un arancel preferencial<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> Ver Formato en Anexo #2

<sup>27</sup> Organización Mundial de Comercio

**Tabla 15: Clasificación Arancelaria de País Destino**

Arancel Destino (Japón)	
País	Japón
Sub partida	0409.00
Descripción de sub partida	Miel Natural
Posición arancelaria	0409.00.00
Descripción de posición arancelaria	Miel Natural
Tipo de derecho	Tasa Actual - NMF -
Gravamen especial	25.50%
Naturaleza	Derecho -Ad Valorem-

Cabe mencionar que todos los productos importados o manufacturados en Japón tienen que pagar el impuesto al consumo equivalente al 5%. Este impuesto es calculado en base al valor del producto en aduanas más los aranceles aduaneros<sup>28</sup>.

## 7.4.2 Requisitos No Arancelarios

### 7.4.2.1 Requisitos Generales -Importación Bajo la Ley de Sanidad de Alimentos

Con la finalidad de garantizar la sanidad de los alimentos importados, el artículo 27° de la Ley de Sanidad de Alimentos de Japón obliga a los importadores a presentar una notificación previa de importación. Según el artículo; *“aquellos que deseen importar alimentos, aditivos alimentarios, aparatos o contenedores/envases para la venta o para su uso en los negocios de alimentos, deberán notificar al Ministerio de Labor, Salud y Bienestar de Japón en cada ocasión”*. Dicha ley indica que estos productos no podrán ser usados posteriormente para la venta si no han contado con esta notificación de importación.

En primer lugar, debe descargarse un Formulario de Notificación para la importación de alimentos<sup>29</sup>, el mismo que, una vez llenado, debe ser enviado a una Estación de Cuarentena del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social de Japón, en la cual los inspectores de sanidad de alimentos lo examinarán junto con los demás documentos<sup>30</sup> para verificar el cumplimiento de la ley.

La notificación de importación deberá ser presentada antes de concluir los procedimientos de despacho aduanero. Si una carga se llegara a presentar sin notificación de importación, no podrá ser de ninguna manera utilizada posteriormente para fines comerciales o profesionales.

<sup>28</sup> Fuente: Aduanas de Japón

<sup>29</sup> Ver Modelo de Formulario de Notificación para la Importación de Alimentos en Anexo #3

<sup>30</sup> Preparación de documentos para la notificación de importación de alimentos: información de los materiales, ingredientes y el método de manufactura, certificado sanitario (si lo requiere) y resultado de la auto inspección (si lo requiere).

### 7.4.2.2 Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

#### 7.4.2.2.1 Normas JAS -*Japanese Agricultural Standards*

Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales provenientes de territorios extranjeros deben contar con una certificación JAS para poder ingresar a territorio Japonés. Esta certificación, que garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japonés, ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales del país.

Esta certificación es exigida a todos los productos, no importando incluso que cuenten con certificados de otros países, garantizando de esta manera al consumidor Japonés la calidad de los productos. Para poder obtener y adherir la marca JAS a los empaques o etiquetas de los productos que quieran ingresar al mercado Japonés las empresas deben ser calificadas, en sus países de origen, por una certificadora acreditada por el gobierno de Japón.

La certificación JAS puede agruparse de la siguiente manera:

- i. Certificación JAS General, garantiza la calidad del producto, refiriéndose a su contenido, composición o desempeño.
- ii. Certificación JAS Específica, norma los procedimientos de producción, tales como los alimentos orgánicos.

Para el caso de la miel de abeja no se requiere la certificación JAS para que el producto pueda entrar a Japón ya que la miel no es considerada orgánica como tal. Cabe mencionar que son los cultivos y plantas de procesos los que pueden aplicar a la certificación y cualquier agencia certificadora que este acreditada puede efectuar la verificación JAS, por poner un ejemplo la certificadora MAYACERT efectúa la certificación mediante el organismo Alemán CERES.

#### 7.4.2.2.2 Envasado

Cada producto fresco, de acuerdo con sus características, requerirá de cuidados especiales, los que se inician desde el proceso de producción, debiéndose tomar desde ahí todas las medidas que contribuyan a su adecuada protección y al cumplimiento de las normas internacionales requeridas. En el caso de la miel, por ejemplo, hay que tomar en cuenta las características relacionadas con el deterioro tales como la acidez libre<sup>31</sup> y el HMF<sup>32</sup>, por lo que los envases tienen que impedir la entrada de agua y no exponer el producto a los rayos solares ya que de lo contrario el mismo sufrirá modificaciones físicas y químicas que afectaran negativamente la calidad.

---

<sup>31</sup> indica el grado de acidez de la miel, un factor que refleja un alto valor de acidez es la fermentación por desarrollo de microorganismos. El parámetro máximo aceptado es de 40 mg/kg.

<sup>32</sup> El *Hidroximetilfurfural* -HMF- indica el grado de frescura de la miel. El parámetro máximo aceptado en mieles de menos de seis meses de cosecha es de 40 mg/kg.

Los aspectos más relevantes y básicos a tener en cuenta en el diseño de envases para exportar productos frescos a Japón pueden ser resumidos en los siguientes puntos:

- i. Prevención de deformaciones, roturas y cualquier otro tipo de daño que pudieran sufrir los productos.
- ii. Protección contra los microorganismos, que pudieran afectar su calidad o niveles de maduración.
- iii. Facilitar información relevante al consumidor y facilidad de uso (trazabilidad).
- iv. Diseño adecuado que resalte las cualidades del producto.
- v. Respetar al medio ambiente, evitar dilapidar recursos naturales y brindar facilidades para el reciclaje del envase.

#### **7.4.2.2.3 Etiquetado**

Japón exige que los productos importados cumplan con los requisitos establecidos en la Ley de Sanidad Alimentaria, la Norma JAS y la Ley de Pesos y Medidas. La inclusión de estas normas y estándares en las etiquetas de los productos tiene por objeto no sólo proporcionar una garantía de calidad, sino también ayudar en la protección del consumidor, ya que las etiquetas deben mostrar claramente la composición de los productos y proporcionar de este modo, la información necesaria para realizar las compras con total seguridad.

Para poder incluir el logo JAS en la etiqueta del producto a comercializar primero debe obtenerse dicha certificación. El logo JAS -verde- es para alimentos orgánicos y el logo JAS se aplica a la calidad del producto, refiriéndose a su contenido, composición o desempeño. En esencia, las normas JAS establecen estándares sobre el producto y su forma de producción, determinados por el gobierno Japonés, especialistas y representantes de la sociedad. Si un producto cumple con los estándares, se le otorga la certificación.

La etiqueta deberá imprimirse de manera que la tinta empleada en las letras contraste con el color de la propia etiqueta. El tamaño de la letra debe tener como mínimo 8 puntos y ser de tipo gótico. Los aditivos de alimentos deben imprimirse en una línea por separado. Cuando la compañía que etiqueta el producto sea diferente del fabricante, la etiqueta debe mostrar el nombre de la empresa que vende y etiqueta el producto.

Para los productos importados, la etiqueta debe expresar el nombre, dirección del importador y país de origen del producto. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales especifica la información mínima que debe contener la etiqueta, y cualquier adición queda a criterio de los fabricantes. Así, por ejemplo, el importador puede desear incluir los usos del producto. Asimismo, la etiqueta debe estar en japonés y debe ser precisa, comprensible y fácilmente visible sin abrir el envase, también debe indicar la fecha sugerida dentro de la cual debe consumirse el producto.

Todos los productos alimenticios que se venden en Japón, independientemente de su origen, están sujetos a las diferentes normativas de etiquetado. Estas normativas exigen

como requisito básico para su comercialización un etiquetado en japonés, que incluya igualmente un listado con los siguientes elementos<sup>33</sup>:

- i. Nombre del producto
- ii. Peso neto del contenido (en gramos)
- iii. Fecha mínima de expiración
- iv. Nombre y dirección del importador/distribuidor
- v. País de origen
- vi. Método de preservación (para productos conservados)
- vii. Información sobre consumo del producto
- viii. Lista de ingredientes
- ix. Sistema de etiquetado de nutrientes<sup>34</sup>
- x. Lista de aditivos
- xi. Método de almacenaje

#### **7.4.2.2.4 Aditivos Alimentarios**

La Ley de Sanidad Alimentaria de Japón define en el primer capítulo<sup>35</sup> a los aditivos como sustancias utilizadas en el proceso de fabricación de alimentos o con fines de transformación o conservación. Se incluyen, en consecuencia, aquellas sustancias que permanecen en los productos alimenticios terminados, como colorantes y preservantes y sustancias que no siguen en los productos finales, tales como la infiltración de agentes de apoyo. En la actualidad, existe una lista de 345 aditivos designados, según lo aprobado por el Ministerio de Labor, Salud y Bienestar, en virtud del artículo 10 de la Ley de Sanidad Alimentaria.

Independientemente de los procesos de designación descritos anteriormente, el ministerio ha decidido comenzar a evaluar determinados aditivos alimentarios con la intención de autorizarlos, a pesar de no haberse presentado ninguna solicitud para su utilización. Estos aditivos alimentarios son aquellos que cumplen con alguna de las normas siguientes:

Los que han pasado por evaluaciones de seguridad que se han determinado por el JECFA (Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios) y cuya seguridad ha sido confirmada en un cierto nivel.

Aquellos que se utilizan ampliamente en EEUU y países de la UE y cuya necesidad se considera alta.

Esta decisión fue tomada dentro del marco de la armonización internacional de las sustancias que han sido internacionalmente probadas como seguras y son ampliamente utilizadas en el mundo. Esta acción se basa en el hecho de que en los últimos años la distribución mundial de alimentos ha ido en aumento y representan alrededor del 60% de los alimentos distribuidos en el mercado Japonés.

---

<sup>33</sup> En general el etiquetado será competencia del importador Japonés que añadirá la contra etiqueta apropiada al envase en Japonés, de acuerdo a la legislación nacional.

<sup>34</sup> Ministry of Health, Labour and Welfare.

<sup>35</sup> Ley N° 233 -Ley de Sanidad Alimentaria-, Capítulo 1, artículo 4, inciso 2.

Partiendo del hecho de que, por lo general, las personas consumen aditivos alimentarios durante toda su vida, en Japón se considera que éstos deben ser sometidos a regulaciones estrictas. Todos los productos químicos designados, con algunas excepciones, y algunos aditivos naturales o ya existentes, están actualmente regulados por estas normas, que incluyen especificaciones relativas a las características químicas/físicas y normas para la fabricación, almacenamiento y el uso. Estas normas, junto con las de etiquetado y de almacenamiento, están publicadas en una recopilación oficial de aditivos alimentarios, titulada "*Especificaciones y normas de uso de los aditivos alimentarios en Japón*"<sup>36</sup>.

#### **7.4.2.2.5 Niveles Máximos Permitidos de Productos Químicos y Contaminantes**

El Ministerio de Labor, Salud y Bienestar de Japón, a través del Departamento de Inocuidad Alimentaria, introdujo en el 2006 un sistema de *lista positiva* de residuos químicos agrícolas que quedan en los alimentos<sup>37</sup>. Los residuos químicos agrícolas incluyen los pesticidas, aditivos para alimentos y medicamentos veterinarios.

Bajo esta normativa se establece lo siguiente:

- i. Un cierto límite que no debería plantear efectos adversos para la salud denominado "el límite uniforme".
- ii. Designar las sustancias que no acarrear efectos adversos para la salud "sustancias prohibidas".
- iii. Niveles máximos de sustancias químicas que pueden permanecer en los alimentos con el fin de proteger la salud pública y una correcta aplicación del sistema de "lista positiva".

#### **Límites Máximos de Residuos (LMR)**

La Fundación para la Investigación de Productos Químicos en los Alimentos de Japón brinda una lista completa de los residuos químicos que están actualmente permitidos, clasificándolos de acuerdo con los siguientes tipos de alimentos en los que pueden estar contenidos:

- i. Cultivos
- ii. Animales, incluidos los peces
- iii. Alimentos procesados
- iv. Aguas minerales

#### **7.4.2.2.6 Alimentos en Conserva**

En estos requerimientos, al igual que en los de aditivos y niveles de productos químicos permitidos, es la Fundación para la Investigación de Productos Químicos en los Alimentos de Japón la entidad encargada de emitir las normas que deben cumplir los alimentos que ingresen y se comercialicen en ese país. Esta entidad fue creada con la finalidad de contribuir a la inocuidad de los alimentos y al mantenimiento y mejora de la salud de las personas a través de diversas actividades.

<sup>36</sup> The Japan Food Chemical Research Foundation

<sup>37</sup> Ministry of Health, Labour and Welfare.

Normas para el envasado:

- Todos los envases que contengan alimentos deberán ser diseñados de tal forma que el cobre, plomo o las aleaciones que contengan no se desprendan.
- El contenido permitido de plomo en la capa metálica de la lata tiene que ser menor del 5%.
- El contenido máximo de metales que pueden ser usados para fabricar envases de alimentos en lata son:
  - i. Plomo: menos del 10%
  - ii. Antimonio: menos del 5%
  - iii. La soldadura utilizada para la fabricación o reparación de los envases y embalajes son:
  - iv. Plomo: menos del 20% cuando se aplica al exterior de las latas de conservas, el 98% o menos para su uso en latas sanitarias, y el 60% o menos en otras latas.
  - v. En el caso de los colores químicos sintéticos, los envases solo pueden contener aquellos listados en el apéndice 2 del reglamento de la ley de sanidad alimentaria.

## **7.5 Transporte**

### **7.5.1 Consideraciones Generales**

Con la finalidad de que el producto mantenga la calidad al momento de transportarlo se deben de tener en cuenta los siguientes parámetros:

- i. Se debe tener cuidado en manejar los depósitos primarios y evitar que se golpeen.
- ii. No se debe exponer la miel a condiciones adversas de temperatura y humedad por largos períodos de tiempo, por lo que se recomienda su transporte en días frescos y secos.
- iii. El vehículo utilizado para transportar la miel debe ser adecuado para conservar la inocuidad de la misma, por lo que es importante establecer un programa de limpieza y desinfección del vehículo con la finalidad que no sea una fuente de contaminación.
- iv. Se debe implementar el uso de Buenas Prácticas de Higiene a todas las personas que tengan acceso al medio de transporte.
- v. Se debe evitar usar un medio de transporte que movilizó productos propensos a ser contaminantes de la miel, sin haber sido previamente lavado y desinfectado.

### **7.5.2 Análisis de la Logística de Exportación hacia el Mercado Japonés**

Japón cuenta con aproximadamente 20 puertos marítimos distribuidos en todo el territorio nacional, el que está formado principalmente por cuatro grandes islas (Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu). Los puertos marítimos considerados como los principales puntos de acceso hacia el territorio Japonés son: Kobe, Osaka, Tokyo, Yokohama y Nagoya, por lo que se debe de tener muy presente el puerto específico de desembarque en Japón.

Para el caso de la miel de abeja se puede exportar en contenedores secos de 20 y 40 pies, según el volumen al enviar. El tiempo de tránsito y el costo del flete pueden variar en

dependencia de la línea de vapores, escalas que realiza y el puerto destino en Japón, pero en promedio ronda los 33 días de tránsito y el costo promedio del flete es de U\$ 3,860 y U\$ 5,860 para contenedores secos de 20 y 40 pies respectivamente. Hay que mencionar que estos datos están bajo el supuesto de que el puerto de embarque es Puerto Corinto y el puerto de desembarque es Tokyo.

**Tabla 16: Costo de Flete Nicaragua - Japón**

<b>Costos Integrales Vía Marítima</b>	
<b>FOB Puerto Corinto hasta Tokyo, Japón FCL (20 STD - DRY)</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Costo (U\$)</b>
Flete Internacional	2,000
Bunker Adjustment Cargo (BAF)	300
TIC@FEE	100
Inland Mga / Corinto	800
<b><u>Costos en Nicaragua</u></b>	
Manejo de Documentos	150
Terminal Handling Charges	140
B/L	60
<b><u>Acarreo Interno</u></b>	
Bodega Exportador / Puerto Corinto	100
Seguro (opcional)	
0.5 % / Valor a Asegurar	210
<b>Total</b>	<b>3,860</b>

Fuente: Transcarga

## 7.6 Condiciones de Almacenamiento

Las condiciones de almacenamiento son un punto crítico en la cadena de producción, proceso de envasado y comercialización de la miel, si no se cuenta con un local resguardado de los rayos solares y la lluvia; con piso de cemento y una correcta manipulación de los depósitos primarios<sup>38</sup>, la miel envasada sufrirá modificaciones físicas y químicas que afectaran negativamente su calidad, entre las alteraciones por mal manejo de la miel podemos mencionar; modificación de las concentraciones de enzimas *-claro indicador de que la miel a estado expuesta al calor-*, proceso de fermentación *-debido a la alta capacidad del producto de retener agua-*, entre otras.

Los depósitos primarios deberán permitir una adecuada conservación de la miel, cuando se utilicen barriles metálicos de 300 Kg como depósito primario, estos deberán tener un recubrimiento interno de: resina fenólica horneada, pintura epóxica o cera de abeja. Por otro lado, no se pueden emplear como depósitos primarios, barriles u otros depósitos

<sup>38</sup> En Nicaragua es común usar como depósito primario barriles metálicos con una capacidad de 300 kg.



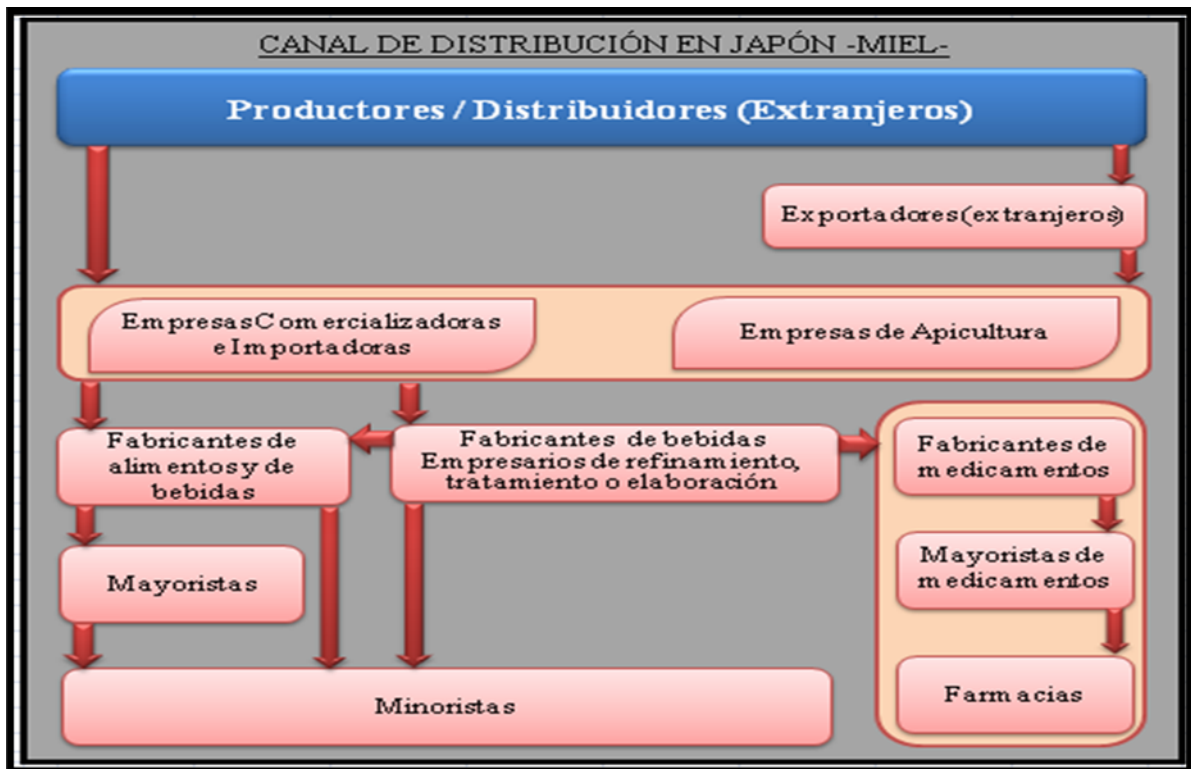
que hayan contenido aceites industriales, sustancias químicas, plaguicidas o que presenten signos de oxidación.

Por tanto, la miel una vez decantada debe almacenarse en locales cerrados que impidan la entrada de agua y no exponerlos a los rayos solares *-el calor a una temperatura superior a los 45°C por más de 9 horas continuas provocan alteraciones en el producto-*, ya que la acción del sol eleva los valores de *hidroximetilfurfural (HMF)* y disminuye la actividad *diastásica* de la miel, para que la miel mantenga la calidad de sus propiedades debe conservarse a una temperatura entre 15-28 °C y la humedad relativa debe de permanecer debajo del 60%.

### 7.7 Canales de Distribución

La mayoría de la miel comercializada en Japón es importada, por lo que hay canales de distribución bien establecidos, una vez el producto es importado es re-empacado por los proveedores del mercado nacional y posteriormente distribuida a través de toda la cadena de comercialización abajo descrita. Los puntos de venta abarcan mayoristas, supermercados, tiendas departamentales y otros puntos de minoristas.

**Imagen 6: Canal de Distribución de la Miel en el Mercado Japonés.**



Fuente: JETRO

## **7.8 Cultura Japonesa y Contactos Comerciales**

Con la finalidad de llevar a cabo un acercamiento exitoso con los empresarios Japoneses es necesario tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

### **7.8.1 Conocer la Cultura Japonesa**

Esta sociedad es compleja, estructurada, jerárquica, corporativa y existe una fuerte tendencia a evitar el conflicto directo y a mantener relaciones armónicas. Como bien es sabido el idioma es una barrera a superar en la negociación y en algunos casos puede ser sostenida en Inglés, pero no significa que las costumbres de negociación de los Japoneses vayan a dejarse de lado, el cual es el caso por la preferencia del idioma Japonés. Buena parte de las ventas en Japón dependen de una buena capacidad negociadora y de saber mantener relaciones cordiales con los Japoneses. Habitualmente es bien recibido por esta cultura Asiática el uso de algunas palabras o saludos en su idioma. Otro elemento que puede contribuir a lograr contactos personales más estrechos es el conocimiento, o al menos interés, en algún aspecto de la cultura Japonesa.

### **7.8.2 Contactos Personales**

En Japón los contactos personales son sumamente importantes. Esto es así tanto para entablar una relación con un distribuidor Japonés, como en etapas subsiguientes. Las visitas y contacto permanente son interpretados como una demostración de compromiso con el mercado Japonés, además resulta un excelente modo de obtener información sobre la operatoria del mercado. Teniendo esto en cuenta, cabe advertir que presentaciones vía correo electrónico generalmente no son respondidas. Los Japoneses se sienten más cómodos si las contrapartes son debidamente presentadas, en especial por otro conocido (empresa, embajada, etc.)

En general los empresarios Japoneses no poseen buen nivel de inglés, por lo que llevar un traductor no solo es fundamental sino que también demuestra el grado de interés y seriedad que tiene la empresa para hacer negocios en Japón.

### **7.8.3 Constancia y Perseverancia**

En Japón, difícilmente una operación puede ser cerrada como consecuencia de una primera visita o un primer contacto. Entablar relaciones en Japón puede exigir un esfuerzo inicial superior al que pueden demandar otros mercados. Por ello, resulta fundamental encarar el mercado Japonés con clara visión de largo plazo. Como contrapartida, una vez establecida una relación, esta tiende a ser sumamente estable.

#### 7.8.4 Adecuación a las Prácticas Comerciales Locales

Los contactos iniciales con empresas Japonesas habitualmente son formales y se realizan a los niveles ejecutivos de las empresas. Las negociaciones más detalladas, con frecuencia se llevan a cabo en los niveles operativos de la empresa. Generalmente, la primera reunión se lleva a cabo para que las contrapartes se conozcan, se expliquen los intereses y lineamientos generales de la parte visitante. Las negociaciones habitualmente proceden en forma lenta ya que la parte Japonesa puede preferir que no haya un acuerdo a ser posteriormente criticado por un error.

#### 7.8.5 Contactos Comerciales

<b>Empresa<sub>1</sub></b>	Mikoya Kosho Co. Ltd.
<b>Ubicación</b>	
<b>País</b>	Japón
<b>Ciudad</b>	Shibuya-Ku
<b>Contacto</b>	
<b>Sitio Web</b>	www.mikoya.co.jp
<b>Teléfono</b>	81 3 3377 3377
<b>Ejecutivo</b>	Toshizumi Mizuno (Presidente)
<b>Producto</b>	Miel

<b>Empresa<sub>2</sub></b>	GPR Service Inc.
<b>Ubicación</b>	
<b>País</b>	Japón
<b>Ciudad</b>	Yokohama
<b>Contacto</b>	
<b>Sitio Web</b>	www.gprservice-australia.com
<b>Teléfono</b>	81 4 5628 6535
<b>Ejecutivo</b>	Oxana Ogiwara (Presidente)
<b>Producto</b>	Miel

<b>Empresa<sub>2</sub></b>	Tasman Corporation
<b>Ubicación</b>	
<b>País</b>	Japón
<b>Ciudad</b>	Chiyoda-Ku
<b>Contacto</b>	
<b>Sitio Web</b>	www.tasmancorp.co.jp
<b>Teléfono</b>	81 3 3295 1321
<b>Ejecutivo</b>	Hiromu Tada (Presidente)
<b>Producto</b>	Miel

<b>Empresa<sub>2</sub></b>	Camanchaca, Co Ltd.
<b>Ubicación</b>	
<b>País</b>	Japón
<b>Ciudad</b>	Chuo-Ku
<b>Contacto</b>	
<b>Sitio Web</b>	www.camanchaca.jp
<b>Teléfono</b>	81 3 5550 8638
<b>Ejecutivo</b>	Hiranori Mitsuhashi (Presidente)
<b>Producto</b>	Miel

Fuente: TradeMap

## VIII. FERIAS INTERNACIONALES

### 8.1 Foodex Japan

Es la feria más grande de Asia Pacífico en agro alimentos de periodicidad anual, con la participación de más de 70 países. Constituye un importante escaparate para las empresas participantes que deseen penetrar en el mercado japonés y asiático.

FOODEX está dirigida exclusivamente a un público profesional. Atrae a un sin número de compradores líderes de la alimentación, abarcando desde mayoristas a minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restaurante, etc. Es uno de los eventos más importantes de Japón en el sector de la bebida y alimentos.



Es importante destacar que la industria de la miel en Japón está en fase de crecimiento y se complementa con el “boom” orgánico. Por ejemplo, la proporción de uso de miel en la preparación de bebidas es menor que en la confitería, lo que resalta las posibilidades de crecimiento y diversificación en ambos sectores. Para el año 2013, se esperan más de 75,000 visitantes profesionales comerciales y más de 3,355 adquisiciones de stand del sector alimentos y bebidas, en su Edición N°38.

La participación de una empresa nicaragüense en esta feria japonesa puede ser de dos formas: la primera, es a través de la participación directa por medio de la compra de un stand en el recinto ferial<sup>39</sup>, cubrir los costos del pasaje aéreo, hospedaje, transporte interno, alimentación, costos de envío de muestra, entre otros.

La segunda forma de participar es a través de la Organización de Comercio Exterior de Japón JETRO (por sus siglas en inglés), cuya institución promueve la industria alimentaria de los países en desarrollo, ofrece una oportunidad para que las empresas de estos países puedan introducir sus productos potenciales al mercado japonés. Cabe mencionar que para poder aplicar a los beneficios brindados por JETRO se tienen que cumplir una serie de requisitos, entre los que podemos mencionar: requisitos de elegibilidad, categoría de productos aceptados para participar en la feria, llenado de formulario de pre-aplicación<sup>40</sup>, entre otros requisitos<sup>41</sup>.

<sup>39</sup> Para mayor información sobre los costos de participación visite el sitio web de FOODEX

<sup>40</sup> Ver formato en Anexo #4

<sup>41</sup> Para más información visite JETRO Costa Rica

## IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 9.1 Conclusiones

- Japón constituye un mercado en el que puede conseguirse estabilidad en términos de venta e ingresos, así como la oportunidad para diversificar las exportaciones y mejorar la presentación de miel nicaragüense.
- Las empresas japonesas se toman el tiempo necesario para el análisis y proceso de decisión. Una vez aceptada la negociación, la ejecución se realiza de manera rápida y efectiva. Algo muy importante para tener éxito en Japón se debe ofrecer un producto competitivo, de alta calidad y demandado por el consumidor japonés. Esto significa que el producto debe poseer un diseño atractivo y precio adecuado aunque los japoneses sean un pueblo nacionalista, se sienten muy atraídos por los productos provenientes del extranjero.
- Japón es un mercado homogéneo en el sentido de que sus habitantes tienen un poder adquisitivo similar y más del 80% de los japoneses se considera de clase media. Esto significa que al vender en el mercado japonés se puede apuntar a un mercado grande con características homogéneas de sus consumidores. A esto también ayuda el hecho de ser un país de una sola raza, cultura, idioma e historia.
- Japón posee un excelente sistema de distribución interno, donde los productos se comercializan con rapidez y los precios tienden a ser los mismos en todo el país. Los importadores y distribuidores japoneses exigen de sus proveedores aparte de calidad, puntualidad en la entrega de sus productos.
- Se considera que el mercado nacional de miel tiene un gran potencial para poder comercializar este producto en el mercado japonés. A nivel nacional, la cadena típica de la miel está compuesta por cuatro eslabones principales: Producción, Acopio, Transformación, Comercialización.
- Las cinco zonas productivas abordadas en el estudio (La Segovia, Norte, Boaco, Occidente y Managua) producen un total de 850,591 kg, siendo las zonas de mayor producción la región de Occidente: 343,680 Kg.
- El 31 % de los productores de la totalidad de los apicultores nicaragüenses cuentan con certificación orgánica en su producción de miel. A pesar de que en la práctica se cumple con procesos productivos de miel orgánica, la mayoría de los apicultores no han logrado certificarse debido a la falta de recursos financieros.
- Pese lo anterior, 80% de la producción total de miel a nivel nacional está certificada, debido a que los productores más grandes (por ejemplo “Miel del Bosque/COSATIN”) compran miel a otros productores y se encargan del proceso de certificación.

- La certificación orgánica disponible en Nicaragua (Biolatina) para la miel de abejas no es avalada en Estados Unidos, pero sí en Centroamérica y la Unión Europea, para el Japón no se requiere la certificación de JAS para que el producto de la Miel puede entrar al mercado, ya que no es considerada orgánica. En relación a los requisitos de calidad, todas las marcas están debidamente etiquetadas, presentando registro sanitario, código de barra, fecha de empaque y caducidad.

## 9.2 Recomendaciones

- En Japón la relación personal es muy importante para hacer negocios, se debe respetar las costumbres de los japoneses. Con ellos estaremos enviando un mensaje de amistad, compromiso y servicio al cliente japonés. Otra manera de establecer contactos en Japón es a través de un tercero, es decir, la Oficina Comercial de la Embajada Si lo quiere realizar personalmente, averigüe la persona de contacto y diríjale una carta incluyendo una tarjeta personal y un catálogo o breve descripción de sus productos. Las cartas siempre son mejor recibidas que el fax, ya que implica un mayor esfuerzo en su preparación.
- Las Ferias Internacionales son una manera importante de capturar clientes y de exponer su producto para que lo conozcan en el mercado japonés, por tanto le recomendamos Foodex Japan, es la feria más grande no sólo en la región asiática sino en el círculo del Pacífico, y la tercera más grande del mundo, es un evento donde se agrupa todo el sector alimenticio para la región del japonesa, es el primer paso para el ingreso del mercado asiático, la pagina web de contacto es [http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id\\_feria=26](http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=26)
- Es necesario establecer una campaña de promoción y concientización del productor y comercializador nicaragüense del potencial del mercado japonés y la demanda en términos de calidad (certificación) así como mejoras en la presentación del producto, valor agregado y esquemas de integración.
- Capacitar a los productores sobre sistema de control de calidad en los procesos de producción, procesamiento, envasado y almacenado. Esto permitirá a los productores definir de venta que garanticen márgenes de rentabilidad razonables para ellos, a la vez recomendamos elaborar registros permanentes de la producción y la venta de la miel.
- Para la venta de un mercado nuevo en este caso el japonés es importante tomar en cuenta los siguientes factores: Marca, envase y etiqueta adecuados al país de destino, ofrecer el producto en forma constante y en los volúmenes requeridos por el importador, cumplimiento en el tiempo de entrega, cumplir con los estándares de calidad aplicados para el mercado internacional.

**X. ANEXOS**

**Anexo #1: Formato de Inscripción Como Exportador en CETREX**

**CENTRO DE TRAMITES DE LAS EXPORTACIONES**

REGISTRO NACIONAL DE EXPORTACIONES

**Formulario de Inscripción**

Lugar y fecha de la inscripción: CETREX / 01-06-2012

Productor:  Comercializador:  Ambos:  Numero RUC: J0410000075160

**I. DATOS DEL EXPORTADOR**

Razón Social / Nombre y Apellido del Exportador: \_\_\_\_\_ Si es Persona Natural Sexo Masculino:  Femenino:

Nombre Comercial: \_\_\_\_\_

Dirección exacta del negocio o establecimiento declarado ante la DGI: \_\_\_\_\_

Departamento: \_\_\_\_\_ Municipio: \_\_\_\_\_ Comarca y/o Barrio: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

**II. TIPO DE EXPORTADOR**

Eventual: <input type="checkbox"/>	Personería	Sociedad Anónima: <input type="checkbox"/>	ONG: <input type="checkbox"/>	Cuerpo Diplomático: <input type="checkbox"/>
Formal: <input checked="" type="checkbox"/>	Natural: <input type="checkbox"/>	Responsabilidad Limitada: <input type="checkbox"/>	Cooperativa: <input checked="" type="checkbox"/>	Otro: <input type="checkbox"/>
Zona Franca: <input type="checkbox"/>	Jurídica: <input checked="" type="checkbox"/>	Misiones Internacionales: <input type="checkbox"/>		

**III. IDENTIFICACION**

Cedula:  Pasaporte:  Residencia:  Otro:  Numero de Documento: 564-060642-0000H

**IV. ACTIVIDAD**

Sector Primario		Sector Secundario		Sector Terciario	
Agricultura	Caficultura <input type="checkbox"/> Forestal <input type="checkbox"/> Agro Industrial <input checked="" type="checkbox"/>	Explotación	Minas <input type="checkbox"/> Cantera <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Suministro Eléctrico, Gas y Agua	<input type="checkbox"/>
Ganadería	Lácteos <input type="checkbox"/> Mataderos <input type="checkbox"/>	Industrias Manufactureras	Industrial <input type="checkbox"/> Artesanal <input type="checkbox"/>	Comercio, Hoteles y Restaurantes	<input type="checkbox"/>
Caza <input type="checkbox"/>	Pesca <input type="checkbox"/>	Construcción		Transporte, Almacén y Comunicación	<input type="checkbox"/>
				Establecimientos Financieros	<input type="checkbox"/>
				Servicios Comunales	<input type="checkbox"/>
				Otros	<input type="checkbox"/>

**V. DATOS COMPLEMENTARIOS**

Matadero:  Finca:  Planta Procesadora:  Beneficio:  Plantación:  Industria:  Criaderos:  Bodega de Acopio:

No. de Autorización de Unidad HACCP: \_\_\_\_\_ Nombre del Regente o Inspector Magfor: \_\_\_\_\_

**VI. TIPO DE TRABAJADORES**

Temporales <input checked="" type="checkbox"/>		Permanentes <input type="checkbox"/>	
Cantidad Varones: 4	Cantidad Mujeres: _____	Cantidad Varones: _____	Cantidad Mujeres: _____
Trabajadores Según Edad:			
10 a 15 años	Cantidad Varones: _____	Cantidad Mujeres: _____	Cantidad Varones: _____
16 a 30 años	Cantidad Varones: 4	Cantidad Mujeres: _____	Cantidad Varones: _____
31 a 60 años	Cantidad Varones: _____	Cantidad Mujeres: _____	Cantidad Varones: _____
61 y más años	Cantidad Varones: _____	Cantidad Mujeres: _____	Cantidad Varones: _____

Cantidad de Trabajadores Según Cargo:

Empleado u Obrero: 4      Jornalero o Peón: \_\_\_\_\_      Patrón o Empresario: \_\_\_\_\_      Cuenta Propia: \_\_\_\_\_

Miembros Cooperativa: 11      Trabajadores sin paga o Familiar no remunerado: 4

Marque en que rango esta su empresa en relación a sus Trabajadores:

Microempresa (2 - 10)  Pequeña Empresa (11 - 40)  Mediana Empresa (41 - 100):  Gran Empresa (+ 100):

Capacidad Instalada: 81.818.18 KG/MES      Producción Diaria: 4090.909 KG/DIA

Numero de Cabezas de Ganado: 0      Area de la Finca (mz): 7



CETREX92220992



**VII. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (EMPRESAS) Y/O PROPIETARIO DEL NEGOCIO:**

Representación Legal:

Presidente (Acta de Constitución No.): 805-2007 Administrador (Poder Gral. de Administración No.) 25 Apoderado (Poder Gral. de Apoderado No.):

Poder Especial No. Nombre del Representante Legal Acreditado: C.

Cargo que ocupa en la Empresa: PRESIDENTA Cedula:

Declaración jurada: Yo mayor de edad, cedula No. (Generales de ley)

conforme copia de. 805-2007 Declaro, que los datos en este documento son ciertos y verdaderos, y autorizo al CETREX, para su verificación

En caso de cambio domiciliar, propietario y/o representante Legal, estoy obligado a actualizar datos en un periodo no mayor a treinta días.

Fecha Firma del Exportador y/o Representante Legal

**VIII. AUTORIZACION DE FIRMAS**

Firmas del Personal de la Empresa (Persona Natural) Autorizadas para Firmar Trámites de Exportación.

Nombres y Apellidos	Cedula	cargo	Firma

**IX. PRODUCTOS A EXPORTAR**

Código SAC	Producto	Países a los que Exporta
0910.30.00.00	CURCUMA	SUIZA
0910.10.10.00	JENGIBRE	SUIZA
1211.90.90.00	ZACATE LIMON	SUIZA
1211.90.90.00	ROSA DE JAMAICA	SUIZA

**X. OPCIONAL (AGENCIAS AUTORIZADAS POR EL EXPORTADOR)**

Nombre de la Agencia: Numero RUC

Representante Legal: Cedula: Teléfono:

Dirección:

Personal de la Agencia que firmara los Documentos de Exportación (presentar carta de Autorización por parte del Representante Legal de la Agencia)

Nombre y Apellidos	Cedula	Cargo

**XI. CERTIFICACION**

Yo Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, debidamente autorizado para cartular por la Excelente Corte Suprema de Justicia, en un quinquenio que vencera el día de del año certifico y doy fe que tuve a la vista los documentos arriba mencionados y que la firma que antecede fue expuesta en mi presencia por el Señor y es la que utiliza en todos sus negocios comerciales.

Lugar y fecha Abogado y Notario Público



CETREX92220992





**Anexo #2: Certificado Fitosanitario de Exportación**

 <p>REPUBLICA DE NICARAGUA / REPUBLIC OF NICARAGUA</p> <p>MINISTERIO AGROPECUARIO Y FORESTAL DIRECCION GENERAL DE PROTECCION Y SANIDAD AGROPECUARIA DIRECCION DE SANIDAD VEGETAL DEPARTAMENTO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA</p> 		
<p><b>CERTIFICADO FITOSANITARIO / PHYTOSANITARY CERTIFICATE</b> No. <b>00151023</b></p>		
<p>A las autoridades Fitosanitarias de: To the Plant Protection Organization (s) of:</p>		
<p>Lugar de Expedición/Place of Issue BAGSA</p>		
<p>FAUCA / FUE:</p>		
<p>Fecha de Inspección/Date Inspected 28/02/2012</p>		
<p><b>CERTIFICACION / CERTIFICATION</b></p>		
<p>Se certifica que las plantas o productos vegetales descritos a continuación han sido inspeccionados de acuerdo a los procedimientos apropiados y han sido considerados libres de plagas cuarentenarias y prácticamente libre de otras plagas dañinas y que se ajustan a las regulaciones fitosanitarias del país importador. This is to certify that the plant products described below have been inspected according to appropriate procedures and are considered to be free quarantine pest, and practically free from other injurious pests, and that they are considered to conform with the current phytosanitary regulations of the importing country.</p>		
<p><b>TRATAMIENTO DE DESINFECTACION Y/O DESINFESTACION / DEINFESTATION AND/OR DESINFECTATION TREATMENT</b></p>		
1. Fecha / Date	2. Tratamiento / Treatment	
3. Químico (ingrediente activo) / Chemical (active ingredient)	4. Duración y Temperatura / Duration and temperature	
5. Concentración / Concentration	6. Información Adicional / Additional Information	
<p><b>DESCRIPCION DEL ENVIO / DESCRIPTION OF SHIPMENT</b></p>		
7. Nombre y dirección del exportador / Name and address of the exporter	8. Nombre y dirección del consignatario / Declared name and address of the consignee	
<p>9. Nombre del Producto y cantidad declarada / Name of product and quantity declared</p> <p>1      1801000010      1.00      KG      CACAO EN GRANO ENTERO Y CRUDO.</p> <p style="text-align: center;">==== ULTIMA LINEA ====</p>		
10. Nombre botánico / Botanical name	11. Número y descripción del envío / Number and description of packages	12. Marcas de distinción / Distinguishing marks
1    Theobroma cacao	1.00 KGS.	S/M
13. Lugar de origen / Place of origin	14. Medio de transporte declarado / Declared means of conveyance	15. Puerto y/o puesto de salida / Declared point of exit
NICARAGUA	AEREO	ADUANA CENTRAL AEREA
<p>Cualquier declaración falsa en este certificado o falsificación del mismo, lo invalida y hace acreedores a los culpables de las penas contempladas en la ley. Este documento queda sin validez en caso de presentar manchas o borrones. Any intentional false statement in this certificate or own falsification, is invalidated and done creditors to blame of penalty by the public law. If this document present any rough copy or blot is invalidated.</p>		
<p>Declaración Adicional / Additional declaration</p>		
<p>Net wt.: 1.00 KGS. MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL</p>		
16. Fecha de expedición / Date issued	17. Nombre del funcionario DCF / Name of authorized officer	18. Firma del funcionario / Signature of authorized officer
28/02/2012	JOSE DANIEL CASTRILLO SEVILLA	
<p>El departamento de certificación Fitosanitaria del MAG-FOR, sus funcionarios y representantes, declinan toda la responsabilidad financiera resultante de este certificado. No financial liability shall attach to the Nicaragua Agricultural Ministry or to nay officer or representative of the Ministry with respect to this certificate.</p>		
<p><a href="http://www.cetrex.gob.ni/">http://www.cetrex.gob.ni/</a></p>		



**Anexo #3: Formulario de Notificación Para la Importación de Alimentos en Japón**

**Notification Form for Importation of Foods, etc**

Minister of Health, Labour and Welfare, Esq.

Name and address of Importer (Or name of importing corporation and its address)

Notification Receipt Number <sup>*1</sup>		Prior Notification / Planned Import		Name	
Classification of articles		Code of Importer		Address	
Name and Code of Country of Production		Registration Number of Importer Responsible for Food Sanitation		(Telephone Number)	
Name, Address and Code of Manufacturer		Name, Address and Code of Manufacturing Factory			
Name and Code of Part of Loading		Date of loading		____ (Month) ____ (Day) ____ (Year)	
Name and Code of Part of Discharge		Date of Arrival		____ (Month) ____ (Day) ____ (Year)	
Name and Code of Warehouse		Date of Storage		____ (Month) ____ (Day) ____ (Year)	
		Date of Notification		____ (Month) ____ (Day) ____ (Year)	
Marks and Numbers of Cargo		Accident		Infectious (Yes) / No	
Ship Name or Flight Number of Aircraft		Name and Code of Supplier			
I	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparat. / Container / Package / Etc.	Continuous Import	Y / N	Sanitary Certificate Number
Item Code				If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, containers/packages or tools, describe the raw materials and their codes.	
Description of Article					
Shipped Volume (Number of Units)					
Shipped Volume (Weight)		kg			
Usage and Its Code				*2	
Kind of Package and Its Code				*2	
Registration Number 1					
Registration Number 2					
Registration Number 3					
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.					
Remarks				Stamp for Receiving Notification	

Note:

\*1: Do not write here.

\*2: When the article in the cargo includes food additives that are generally supplied in food or drink and regulated by the relevant statute, describe the name of the substance used. When the article includes manufacturing agents in the additive, excluding flavoring agents or food additives that are generally supplied in food or drink, write the name of the agent.

The seal or importer can be substituted by a signature of importer.

1	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container- Package/ Toy	Continuous Import	Y · N	Sanitary Certificate Number															
Item Code					If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.															
Description of Article																				
Shipped Volume (Number of Units)																				
Shipped Volume (Weight)				kg																
Usage and its Code					If the cargo includes food with additives, describe the names and codes of additives. If the cargo includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives. (Additives used as flavoring agents are excluded for either case.)	*2														
Kind of Package and its Code						*2														
Registration Number 1																				
Registration Number 2																				
Registration Number 3																				
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.																				
Remarks															Stamp for Receiving Notification					

1	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container- Package/ Toy	Continuous Import	Y · N	Sanitary Certificate Number															
Item Code					If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.															
Description of Article																				
Shipped Volume (Number of Units)																				
Shipped Volume (Weight)				kg																
Usage and its Code					If the cargo includes food with additives, describe the names and codes of additives. If the cargo includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives. (Additives used as flavoring agents are excluded for either case.)	*2														
Kind of Package and its Code						*2														
Registration Number 1																				
Registration Number 2																				
Registration Number 3																				
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.																				
Remarks															Stamp for Receiving Notification					

**Anexo #4: Formulario de Pre-Applicación****JETRO ZONE at FOOD EX JAPAN 2013**

<b>Pre-application Form for Central American Companies and Caribbean Companies</b>	
<b>Where to Submit / A quién entrega</b>	<b>JETRO San José CSJ@jetro.go.jp</b>

<b>1. About your company / Sobre su empresa</b>	
(1)	Company name / Nombre de la empresa
(2)	Address / Dirección
(3)	Tel
(4)	Fax
(5)	Website / sitio web
(6)	Your products to exhibit / Sus productos para exponer
(7)	Name of contact person / Nombre de persona de contacto
(8)	E-mail / Correo electrónico
(9)	Your company is / Su empresa es:  <input type="checkbox"/> Food exporter / Exportador de alimentos <input type="checkbox"/> Food manufacturer / Productor de alimento <input type="checkbox"/> Others / Otros
<b>2. Your experience in the JETRO Zone / Experiencia en la Zona de JETRO</b>	
(1)	Have you ever participated in the JETRO Zone at FOOD EX JAPAN before? / Ha participado en la Zona de JETRO de FOOD EX JAPAN?
(2)	If YES, how many times and when? / Si contesta SÍ, cuantas veces y cuando?
	Times / Veces
	When / Cuando:
(3)	Are you capable of making the documentation necessary for export, import and customs clearance? / Tiene capacidad de preparar los documentos de exportación e importación necesarios para realizar
	<input type="checkbox"/> NO / NO <input type="checkbox"/> YES / SÍ

	trámites aduanales?	<input type="checkbox"/> NO / NO
(4)	Do you already have a Sales Agency in Japan? / Ya tiene Agencia o Distribuidor de sus marcas en Japón?	<input type="checkbox"/> YES / SÍ <input type="checkbox"/> NO / NO
(5)	Do you exhibit your products only in JETRO Zone? / Expondrá sus productos sólo en la Zona de JETRO durante la feria?	<input type="checkbox"/> YES / SÍ <input type="checkbox"/> NO / NO
(6)	Do you delegate at least one person to attend the booth at all times? / Va a enviar por lo menos una persona para atender a su stand durante todo el periodo de la feria?	<input type="checkbox"/> YES / SÍ <input type="checkbox"/> NO / NO
(7)	Does this person possess adequate knowledge of the exhibits? / Esta persona, ¿posee suficiente conocimiento sobre sus productos expuestos?	<input type="checkbox"/> YES / SÍ
(8)	Is this person able to communicate in Japanese, English, French or Spanish through an interpreter, and would it be available at the booth for business discussions and inquiries throughout the fair period? / Esta persona puede comunicarse con apoyo de intérpretes de cualquier idioma de los siguientes; inglés, español, francés y japonés; y estará disponible para responder solicitudes y atender discusiones de negocios durante toda la feria?	<input type="checkbox"/> NO / NO <input type="checkbox"/> YES / SÍ

## **XI. BIBLIOGRAFIA**

- ADDAC – Asociación para la Diversificación y el Desarrollo Agrícola.
- Análisis de la Cadena de Valor de la Miel. Marzo 2010.
- Cadena Agro Industrial Miel de Abeja, Nicaragua 2008.
- Cartera de Proyectos. FUNICA. <http://funica.org.ni/index/>
- CEI, “Estudio de Inteligencia de Mercado”, Octubre 2007.
- Centro de Agro Negocios Honduras. “Perfil de Mercado de la Miel de Abejas”.
- Centro de Trasmite de las Exportaciones – CETREX, [www.cetrex.gob.ni](http://www.cetrex.gob.ni)
- Codex, Normar para la Miel, Codex Stan. 12-1981-2001.
- Comisión Nacional Apícola, Manual de Buenas Prácticas Apícolas para la Producción de Miel.
- IICA. “Cadena Agroindustrial Miel de Abejas”, Nicaragua 2008.
- La Apicultura en Pequeña Escala, Curtis Gentry, elaborado por el Cuerpo de Paz, Manual 0025, Dic.
- MAGFOR, Censo Nacional Apícola de Nicaragua, 2006, <http://www.magfor.gob.ni/>
- Manual de Buenas Prácticas Apícolas Centroamericano.
- Ministry of Health, Labour and Welfare. <http://www.mhlw.go.jp/english>
- Organización Mundial de Comercio.
- The Japan Food Chemical Research Foundation. <http://www.ffcr.or.jp/zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/eng.h-page>
- TradeMap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)