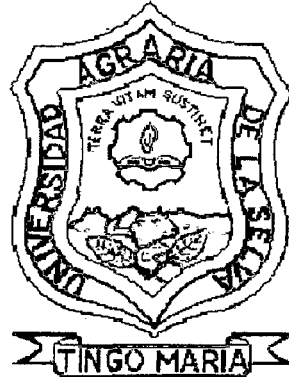


UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN



**FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA
MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

ADA JOSEFINA ALBÚJAR PINCHI

TINGO MARIA- PERÚ

2011



E70

C14

Albújar Pinchi, Ada J.

Factores que Determinan el Consumo de la Miel de Abeja en el Huallaga Central.
Tingo María, 2011

107 h.; 12 cuadros; 16 tbls.; 22 graf.; 4 fgrs 20 ref.; 30 cm.

Tesis (Licenciado en Administración) Universidad Nacional Agraria de la Selva,
Tingo María (Perú). Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

**1. COMERCIALIZACION ALIMENTOS 2. MIEL DE ABEJA 3. CARACTERIZACION
- CONSUMO 4. DESARROLLO ECONOMICO 5. HUALLAGA CENTRAL 6. PERU.**

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO ACADEMICO DE ADMINISTRACION.

INFORMACION BASICA

TITULO : Factores que Determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

AREA : Marketing.

PROGRAMA DE INVESTIGACION : Marketing

LINEA DE INVESTIGACION : Estrategia de mercadotecnia.

EJECUTOR : Ada Josefina Albújar Pinchi.

ASESOR : Dr. Jaime Peña Camarena.

LUGAR DE EJECUCION : Huallaga Central.



UNAS PRIMER LUGAR EN LA AMAZONÍA PERUANA
"Año del Centenario de Machu Picchu para el Mundo"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad universitaria a los 06 días del mes de diciembre del 2011, siendo las 4:45 pm, reunidos en la Sala de Grados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, se instaló el Jurado Evaluador nombrado mediante Resolución Nro. 114-2011/CFCEA de fecha 16 de junio del 2011 a fin de dar inicio a la sustentación de la tesis para optar el título de Licenciado en Administración denominado:

FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL.

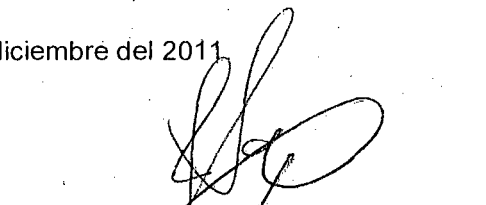
Presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas **Ada Josefina, ALBUJAR PJNCHJ** luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Art. 26° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : UNANIMIDAD.
CALIFICATIVO BUENO

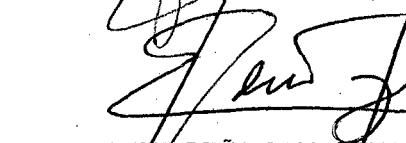
Siendo las 5:50 pm se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 06 de diciembre del 2011.


Mag. Adm. VICTOR CHACON LOPEZ
Presidente del Jurado


Lic. Adm. MSc. Inocente SALAZAR ROJAS
Miembro


Dr. MIGUEL ANGULO CÁRDENAS
Miembro


Dr. Adm. JAIME PEÑA CAMARENA
Asesor



UNAS PRIMER LUGAR EN LA AMAZONÍA PERUANA

"Año del Centenario de Machu Picchu para el Mundo"

RESOLUCIÓN Nro. 114-2011/CFCEA



Tingo María, 16 de junio del 2011.

VISTO:

El Acuerdo Nro. 017-11-CGYT-FCEA de fecha 14 de junio 2011, donde la Comisión Permanente de Grados y Títulos de la FCEA sugiere al Consejo de Facultad el cambio del presidente de jurado de tesis de la egresada de la especialidad de Ciencias Administrativas ALBUJAR PINCHI, Ada Josefina; quien a la fecha el Lic. Adm. Antonio SIMEON NUÑEZ, está haciendo uso de su licencia con goce de haber por año sabático.

CONSIDERANDO:

Que, mediante **Resolución Nro. 067-2009/CFCEA** se aprueba la designación de jurado de tesis del proyecto de tesis titulado: FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL.

El Reglamento de otorgamiento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

El Consejo de Facultad en su sesión extraordinaria de fecha 16 de junio del 2011; y estando en uso de sus atribuciones

RESUELVE

Artículo único: Aprobar y aceptar el cambio de designación de jurado calificador del proyecto de tesis quedando de la siguiente manera:

- | | | | |
|----------|---|--|------------|
| EGRESADA | : | Ada Josefina ALBUJAR PINCHI | |
| TITULO | : | FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL | |
| ASESOR | : | Lic. Adm. MSc. Jaime PEÑA CAMARENA | |
| JURADOS | : | Lic. Adm. MSc. VICTOR CHACÓN LOPEZ | Presidente |
| | | Lic. Adm. MSc. Inocente SALAZAR ROJAS | Miembro |
| | | Lic. Adm. MSc. Miguel ANGULO CARDENAS | Miembro |

Regístrese y Comuníquese

Regístrese y Comuníquese



Mag. Adm. *VICTOR CHACÓN LOPEZ*
 Decano FCEA



V. INFANTAS BENDEZU
 Secretaria Académica

20/06/11
[Handwritten signatures and notes]

DEDICATORIA

A mis padres; Próspero Ricardo y Rosa Elena, mis queridos padres con cariño, amor y eterno agradecimiento por el sacrificio incomparable para forjar a su pequeña traviesa.

A mi hermano; Juan Carlos, por creer y confiar en mí, por motivarme y apoyarme en todas mis decisiones.

A mis tías; Inés y Rosario, por sus buenos consejos que me motivaron a seguir adelante en esta ardua y difícil carrera de la vida.

A la memoria de mis abuelos; Josefa y Ricardo, mi hermano; José Luís, siempre estarán en mi corazón y en mi recuerdo.

AGRADECIMIENTO

Al Dr. Jaime Peña Camarena, por su constante orientación en la realización y ejecución del trabajo. Asesor técnico y metodológico de la presente tesis.

Al gerente propietario de productos apícolas ALPIMIÉL-JUANJUI Ricardo Albújar Benites, por el asesoramiento y facilitar los datos para el procesamiento de la información.

A todos los apicultores de la zona del Huallaga Central, por su gran colaboración en las entrevistas realizadas.

A los profesores del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, en especial a Lic. Adm. Leonor Huamán Camacho, al Mg. Víctor Chacón López, al Mag. Inocente Salazar Rojas por brindar una enseñanza de calidad porque me demostraron a lo largo de toda mi carrera que son excelentes profesores.

A Mao Rodríguez Pinedo, por su apoyo incondicional durante este agradable y difícil periodo de mi carrera que culmine con éxito; mil gracias por ser parte muy importante en el logro de mis metas.

Al Ing. Diofanto Sánchez Macedo y Prof. Mervyn Quevedo Gronerth por su apoyo incondicional en la organización y soporte técnico instrumental del informe final de la tesis.

A mis amigos(as) Taky, Darinka, Maby, Katy, Saud, Marino, quienes con sus sabios consejos, motivación, me enseñaron lo importante que significa el valor la amistad.

A la Lic. Meche Soplín, Ing. Alisa Soplín, Ing. Pedro Soplín, Prof. Mercedes Ramírez, Enf. Rosa Juárez, Enf. Dorita Daza, Sra. Lina Cárdenas, Sra. Clotilde, Anita Cortez, que me dieron el impulso permanente en las diferentes etapas de la consecución de mi carrera.

INDICE

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen.....	15
Summary/abstrac.....	16
CAPITULO I: INTRODUCCION.....	17
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	21
2.1 Planteamiento del problema.....	21
2.2 Objetivos de la investigación.....	27
2.3 Metodología de la investigación.....	28
2.3.1 Hipótesis, población y muestra.....	28
2.3.2 Tipo de investigación.....	32
2.3.3 Diseño de investigación.....	33
2.3.4 Instrumento.....	35
2.3.5 Procedimiento.....	35
CAPITULO III: MARCO TEORICO SOBRE EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA.....	36
3.1 Antecedentes del estudio.....	36
3.2 Base teóricas.....	40
3.3 Definición de términos.....	48

CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS...	51
4.1 Descripción de resultados.....	51
4.1.1 Base de datos.....	51
4.1.2 Resultado en tablas y gráficos.....	61
4.1.3 Consolidación de resultados.....	84
4.2 Prueba estadística: prueba de independencia utilizando la prueba estadística chi cuadrado.....	92
 CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	 98
5.1 Discusión de resultados.....	98
 CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	 101
6.1 Conclusión.....	101
6.2 Recomendación.....	103

Bibliografía

Anexo

INDICE DE CUADROS

N°		Pág.
1.	Distribución de la población a nivel regional y el área del Huallaga central. Octubre 2010.....	30
2.	Fines de consumo de la miel de abeja e el Huallaga central. Enero 2010.....	51
3.	Preferencia en el color de la miel que consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	52
4.	Frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.	53
5.	Preferencia en el tipo de miel de abeja que se consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	54
6.	Presentación de miel de abeja que prefiere el consumidor en el Huallaga central. Enero 2011.....	55
7.	Disposición de pago por el producto (miel de abeja) en el Huallaga central. Enero 2011.....	56
8.	Accesibilidad de pago por el consumo de miel de abeja que se consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	57
9.	Consumo (en kg) de miel de abeja en el Huallaga central. 2010.....	58
10.	Grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	59
11.	Lugares de compra de miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	60
12.	Consumo de miel de abeja en el Huallaga central durante el año 2010.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

N°		Pág.
1.	Fines de consumo de la miel de abeja e el Huallaga central. Enero 2011.....	62
2.	Frecuencia en el color de miel de abeja que se consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	64
3.	Frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	66
4.	Preferencia en el tipo de miel de abeja que se consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	69
5.	Presentación de miel de abeja que prefiere el consumidor en el Huallaga central. Enero 2011.....	71
6.	Disposición de pago por el producto (miel de abeja) en el Huallaga central. Enero 2011.....	74
7.	Accesibilidad de pago por el consumo de miel de abeja que se consume en el Huallaga central. Enero 2011.....	77
8.	Consumo (en kg) de miel de abeja en el Huallaga central. Diciembre 2010.....	79
9.	Grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	81
10.	Lugares de compra en el Huallaga central. Enero 2011.....	84
11.	Consumo de la miel de abeja en el Huallaga central durante el año. 2010.....	86
12.	Factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central 2010 – 2011.....	88
12 A.	Factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central 2010 – 2011.....	89
13	Contingencia de frecuencias de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central Diciembre 2010.....	92

14.	Contingencia de frecuencias en el color de la miel de abeja en el Huallaga Central Enero 2010.....	93
15.	Contingencia de frecuencias en el tipo de miel de abeja en el Huallaga Central Enero 2011.....	94
16.	Contingencia de frecuencias de accesibilidad pago en el Huallaga Central Enero 2011.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Pág.
1. Distribución de la población a nivel regional y el área del Huallaga central. Octubre 2010.....	29
2. Distribución de la muestra de estudio a nivel regional y el área del Huallaga central. Octubre 2010.....	32
3. Población relativa del Huallaga central según fines de consumo en cada una de las provincias. Enero 2011.....	62
4. Población relativa del Huallaga central según fines de consumo. Diciembre 2010.....	63
5. Tipo de miel de preferencia al consumidor según productores, vendedores y consumidores directos. Enero 2011.....	64
6. Tipo de miel de preferencia al consumidor según productores, vendedores y consumidores directos en el ámbito del Huallaga central. Enero 2011.....	66
7. Frecuencia de consumo de la miel de abeja según productores, vendedores y consumidores directos. Diciembre 2010.....	67
8. Frecuencia de consumo de la miel de abeja en el ámbito del Huallaga central. Diciembre 2010.....	68
9. Tipo de miel de preferencia del consumidor en cada una de la provincia del Huallaga central. Enero 2011.....	69
10. Tipo de miel de preferencia del consumidor a nivel Huallaga central. Enero 2011.....	71
11. Presentación de miel de abeja que prefiere el consumidor en cada una de las provincias del Huallaga central. Enero 2011.....	72
12. Presentación de la miel de abeja que prefiere el consumidor a nivel del Huallaga central. Enero 2011.....	74
13. Disposición en el pago del producto (miel de abeja) en cada una de las provincias del Huallaga central. Enero 2011.....	75

14. Disposición del pago del producto (miel de abeja) a nivel del Huallaga central. Enero 2011.....	76
15. Accesibilidad de pago del producto (miel de abeja) en cada una de las provincias del Huallaga central. Enero 2011.....	77
16. Accesibilidad de pago del producto (miel de abeja) en el ámbito del Huallaga central. Enero 2011.....	78
17. Consumo (en kg) de miel de abeja en las provincias que conforman el Huallaga central. Diciembre 2010.....	79
18. Consumo (en kg) de miel de abeja en el Huallaga central. 2010.....	81
19. Grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	82
20. Grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga central. Enero 2011.....	83
21. Lugares de compra de miel de abeja en el Huallaga central (por provincias) Enero 2011.....	84
22. Consumo de la miel de abeja en el Huallaga central durante el año 2010.....	87

INDICE DE FIGURAS

N°		Pág.
1.	La miel de abeja.....	40
2.	Como producen miel las abejas.....	41
3.	Transfiriendo el néctar a otra obrera.....	42
4.	Operculacion de la cera.....	43

RESUMEN

El objetivo del estudio fue determinar la frecuencia de los factores determinantes para el consumo de la miel de abeja en el ámbito de El Huallaga Central (San Martín, Perú), que abarcan las provincias de Picota, Bellavista, El Huallaga y Mariscal Cáceres. Habiéndose empleado un cuestionario de encuesta y entrevista (n=240 consumidores, productores, vendedores), para su procesamiento se empleó el MS Excel V.2010. Según la relación práctica, el estudio es de tipo básico, en tanto que los resultados contribuirán a mejorar el conocimiento sobre los factores vinculados al consumo de la miel de abeja. El nivel de investigación es descriptivo con diseño transversal. Los resultados según la prueba de frecuencias (Chi-cuadrado), indican que el consumo predominante del producto es por fines medicinales (73,4%). En relación a las características del mismo, se tiene como preferencia significativa al color ámbar y oscuro (36,3%), esto porque los entrevistados asocian con las propiedades curativas. Las recomendaciones están centradas a mejorar estilos de vida saludables, elevar el consumo de la miel de abeja, por ser alimento energético por excelencia, que contribuye a prevenir diversas enfermedades, por su riqueza y variedad de sus componentes y se muestra como actividad comercial rentable y sustentable.

Palabras clave: Comercialización de alimentos. Características de consumo, Frecuencia de consumo. Miel de abeja, Huallaga Central.

ABSTRACT/SUMMARY

The objective of the study was to determine the frequency of the decisive factors for the consumption of the bee honey in the environment of the Huallaga central (San Martín, Peru) that embrace the counties of Picota, Bellavista, the Huallaga and Mariscal Cáceres. There being you employee a survey questionnaire and he/she interviews (n=240 consumers, producers, salespersons), for their prosecution the MS Excel V.2010 was used. According to the practical relationship, the study is of basic type, as long as the results will contribute to improve the knowledge about the factors linked to the consumption of the bee honey. The investigation level is descriptive with traverse design. The results according to the test of frequencies (Chi-square), they indicate that the predominant consumption of the product is for medicinal ends (73, 4%). in relation to the characteristics of the same one, one has as significant preference to the color amber and dark (36,3%), this because the interviewees associate with the healing properties. The recommendations are centered to improve healthy lifestyles, to elevate the consumption of the bee honey, to par excellence be energy food that contributes to prevent diverse illnesses, for their wealth and variety of their components and it is shown as profitable and sustainable commercial activity.

Words key: Commercialization of foods, Characteristic of consumption, consumption Frequency, Bee honey, Huallaga central.

I. INTRODUCCION

Dentro de la gestión empresarial, la comercialización competitiva y sostenible de productos alimenticios no tradicionales requieren de la identificación de potenciales centros de producción y su caracterización sistemática, especialmente sobre los factores que tienen influencia al consumo de la miel de abeja; tal es el caso de la región del Huallaga Central, que constituye un área geográfica, abundante en recursos naturales con variado conjunto de microclimas y la múltiple y variada vegetación, que cubren gran parte del área y, la convierten en un lugar atractivo e ideal para propender iniciativas de negocios; fuentes de ingreso viables y lo más importante rentables. Sin embargo, es notoria la pobre visión para los negocios y la falta de decisiones concretas emanadas por la población en general, porque les resulta difícil involucrarse plenamente con aquello, que constituye un potencial económico de progreso y desarrollo a largo plazo. En la actualidad vienen descartándose productos naturales que pueden ser aprovechados para la creación de negocios muy rentables, encontrándose en este grupo la miel de abeja, cuya aceptación en otros países es notoriamente superior.

A pesar que en la región, existen altos índices de desnutrición causados principalmente por malos hábitos de consumo y el uso de dietas de alimentación poco variadas, siendo esto consecuencia del bajo nivel cultural del poblador que van transmitiendo de generación en generación, consecuencias de retraso económico y social. Por ello, la apertura de negocios, la promoción de las bondades para el consumo masivo deben ser en primer lugar, el compromiso de las autoridades para generar las fuentes de ingreso para la región, pero la falta de involucramiento de estos agentes no contribuye a la explotación de este prodigio de la naturaleza. Sin embargo, por desconocimiento de las propiedades de este producto y tratando de encontrar las causas del bajo consumo. Los resultados del estudio permitirán confirmar el alto potencial nutritivo y medicinal de la miel de abeja, sensibilizar el consumo diario para favorecer el

bienestar del usuario, ayudar a generar oportunidades de negocio y a su vez contribuir al desarrollo de la economía de la población.

De lo expuesto, se pretende responder las siguientes interrogantes: ¿cuáles serán los factores demográficos, las exigencias del consumidor y la difusión de las propiedades nutritivas y medicinales que influyen la compra de la miel de abeja? Derivándose por ende, la siguiente hipótesis: Los factores medicinales, nutritivos y económicos determinan significativamente el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

Por tanto los objetivos del estudio fueron, determinar los factores demográficos que inciden en el escaso nivel de consumo de la miel en el Huallaga Central, definir el comportamiento y las exigencias del consumidor, evidenciar de qué manera influye el precio actual de la miel de abeja en la expectativa de compra de los potenciales consumidores; determinar los sectores de producción y la forma de promoción comercial que practican los consumidores de la miel de abeja. Evaluar la influencia que ejerce la desinformación acerca de las propiedades nutricionales y medicinales de la miel de abeja en el comportamiento de la demanda; y, determinar y proponer una cadena productiva para generar valor de la miel de abeja, el cual permita obtener productos en cantidad, calidad y precios, capaces de satisfacer las exigencias de la demanda.

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1. Selección del Problema:

2.1.1.1. Selección general: Factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

A nivel macro, con referencia de la región San Martín es muy claro notar los altos índices de desnutrición por las que atraviesa nuestras comunidades causados principalmente por los malos hábitos de consumo y el uso de dietas poco variadas en la alimentación, siendo esto consecuencia de la baja cultura alimenticia con la que el poblador cuenta y que se va transmitiendo de generación en generación, haciendo que el problema persista, de esto se deduce que el problema de la desnutrición principalmente en nuestra región es fruto de la escasa cultura que ha prevalecido a través de los años. Factores como los antes mencionados ha prolongado el retraso del desarrollo económico y social de nuestros pueblos.

2.1.1.2 Selección específica: El nivel de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central

Comprendiendo que ésta es un área geográfica rica en recursos naturales, con un variado conjunto de microclimas y la fascinante vegetación que cubre gran parte del área la convierte en un lugar atractivo e ideal para propender iniciativas de negocios que se traduzcan en fuentes de ingreso viables y rentables; sin embargo es notoria la pobre visión para los negocios y la falta de decisiones concretas emanadas por la población en general y sus autoridades a quienes les cuesta involucrarse plenamente con aquello que

constituye una potencial fuente económica de progreso y desarrollo a largo plazo. A lo largo del tiempo y hasta la actualidad se descartan productos naturales que muy bien pueden ser aprovechados como base para la creación de negocios muy rentables, entre esto productos encontramos a la miel de abeja, cuya aceptación en otros países por las notables propiedades alimenticias y curativas que ostenta y por el uso que se le da como insumo en la conversión de productos derivados que se generan, es notoriamente superior al nuestro.

La apertura de negocios, la propalación de sus bondades y el fomento de su uso y consumo masivo debe ser en primer lugar el compromiso de las autoridades para generar fuentes de ingreso para la provincia pero la falta de involucramiento de estos agentes no contribuye a la explotación de este prodigio de la naturaleza.

Sin embargo por desconocimiento de las propiedades de este producto y tratando de encontrar las causas del consumo de la miel de abeja nos encontramos con el problema: ¿Qué factores determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central?

2.1.2 . Definición y formulación del Problema

La miel de abeja es una sustancia formada, principalmente, por azúcares (fructosa y glucosa) pero además es una maravillosa fuente de minerales y vitaminas. En su composición pueden encontrarse más de 150 sustancias.

Evidentemente esta característica hace mención del gran valor nutricional y el potencial para la generación de fuentes de trabajo, negocio y desarrollo para la comunidad y hace falta la decisión de involucrarse en el aprovechamiento de las actividades relacionadas a la explotación mensurable teniendo en cuenta el impacto que esto pueda generar con el correr del tiempo en pro de la evolución económica de las comunidades.

La falta de un programa de fomento y el desconocimiento de las propiedades nutritivas ha hecho que la miel de abeja no sea considerada como alimento de prioridad para la comunidad local.

El consumo de miel es relativamente bajo, en comparación al de otras ciudades del país, este comportamiento que se suicita es debido a que muchos de las personas desconocen las virtudes de esta materia. Si bien el consumo local es relativamente reducido, ello no significa que el mercado interno no sea potencialmente atractivo, ello nos conlleva a plantearnos una interrogante ¿Qué factores son en realidad las que determinan el nivel de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central y cómo es que podemos incentivar su consumo?

Es evidente que la miel de abeja es escasamente comercializada en los sectores y establecimientos que naturalmente deben ser expuestos al público y la poca difusión del mismo al segmento objetivo. Por otra parte la reducida existencia de productores, la ausencia de la tecnología para su extracción, puesto que la mayoría de los que se dedican a la actividad de la apicultura formal y los extractores informales lo conciben artesanalmente y posteriormente venden en forma directa al consumidor, esta forma de extracción no garantiza la certificación de higiene ni mucho menos de calidad del producto, motivo por el cual muchos posibles consumidores se cohíben de consumirlo.

Otro factor decisivo que determina el desestimo al consumo de la miel es el precio del mismo, dado que la gran mayoría de la población residente son de escaso recursos económicos, esto determina a que muchas familias prioricen la compra de otras sustitutas de precios más accesibles.

La miel de abeja es un producto que se perfila con grandes proyecciones de ventas anuales. Esta proyección positiva es confirmada por los mismos

pobladores que al ser encuestados afirman su disposición a adquirirlos. Y que los factores como la poca difusión de las bondades, la calidad y los precios excesivos son los que prioritariamente estimulan al desinterés.

Es de vital importancia que se tome en cuenta una política de difusión en cada uno de las urbes del Huallaga Central, iniciativa que debe ser promovida por las autoridades competentes para que se pueda estimular su producción en escalas mayores y el consumo cotidiano, de ese modo contribuir con la generación de actividades económicas y el desarrollo de nuestras comunidades.

2.1.3 Delimitaciones

2.1.3.1 Teórica:

Se tomará en cuenta investigaciones y publicaciones sobre la miel de abeja, además tendremos en cuenta destacados libros de estudiosos en la materia que han hecho su aportación acertada, además como es frecuente haremos uso de algunas páginas principales de Internet rescatando de ello todo aquello que pueda ser una ayuda para el desarrollo y mejora de la investigación.

2.1.3.2 Espacial:

El contenido de la investigación se efectuará en la zona del Huallaga Central que abarca las provincias de: Mariscal Cáceres, Huallaga, Bellavista y Picota; los datos obtenidos de los alrededores de esta cuenca nos servirán para definir y plantear mejor nuestros objetivos e hipótesis de investigación

2.1.3.3 Temporal

El tiempo asignado para la presentación del proyecto de tesis se define de la siguiente forma: se iniciará en mayo de 2009 debiendo concluirse en octubre del 2010.

2.1.4. Interrogates

2.1.4.1 Interrogante General:

¿Cuáles son los factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central?

2.1.4.2 Interrogantes Específicos:

- a) ¿Qué factores demográficos influyen en la compra de la miel por parte de la población en el Huallaga Central?
- b) ¿Cuál son las exigencias del consumidor de miel de abeja?
- c) ¿Es el precio excesivo de la miel de abeja la que determina el desánimo de compra de los potenciales consumidores?
- d) ¿Es el sistema de producción y la deficiente promoción comercial de la miel que amenaza la tendencia de consumo masivo?
- e) ¿Cómo influye la falta de información de las propiedades nutritivas y medicinales en el comportamiento de la demanda de la miel de abeja en el Huallaga Central?
- f) ¿Cómo establecer la producción en volúmenes significativos de la miel de manera que el producto sea más accesible al consumidor no solo en el precio sino también en cantidad, calidad y garantía de producto altamente potencial para el mercado local, nacional e internacional?

2.1.5. Justificación de la Investigación

El trabajo de investigación permite:

Difundir el alto potencial nutritivo y medicinal de la miel de abeja, para sensibilizar su consumo diario el cual no solo favorecerá el bienestar del usuario sino que también ayudará a generar oportunidades de negocio y a su vez asistir al desarrollo de la economía de la población.

Por otra parte permitió estudiar a fondo el porqué del consumo poco significativo de la miel de abeja, siendo éste un potencial imperioso de generación de bienestar económico y social se desatienda su explotación racional y provechosa. Así también plantear alternativas de comercialización formal de la miel de abeja asimismo la producción a gran escala generando así el estímulo al consumo que hoy por hoy es insuficiente.

En el desarrollo de la tesis se hizo necesario examinar y plantear opciones de industrialización de la miel de abeja. También determinar cuáles son las causas o razones por el cual la producción y demanda de la miel de abeja es escasa y el posterior descarte del consumidor final.

Asimismo se busca generar la actitud al consumo de este milenar y nutritivo producto de origen de la naturaleza no solo como uso en el cuidado de un sinnúmero de enfermedades sino también su consumo cotidiano como dieta alimentaria.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivos Generales:

Conocer los factores del nivel de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

2.2.2 Objetivos Específicos

- a) Determinar los factores demográficos que inciden en el escaso nivel de consumo de la miel en el Huallaga Central.
- b) Definir el comportamiento y exigencias del consumidor del Huallaga Central, para determinar la probabilidad de consumo de la miel de abeja.
- c) Evidenciar de qué manera influye el precio actual de la miel de abeja en la expectativa de compra de los potenciales consumidores.
- d) Determinar los sectores de producción y la forma de promoción comercial que practican con enfoque al incentivo de consumo de la miel de abeja.
- e) Evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la influencia que ejerce la desinformación acerca de las propiedades nutricionales y medicinales de la miel de abeja en el comportamiento de la demanda.
- f) Determinar y proponer una cadena productiva apropiada para generar una cadena de valor de la miel de abeja el cual permita obtener productos con las bases de cantidad, calidad y precio, capaces de satisfacer las exigencias de la demanda.

2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

2.3.1 HIPÓTESIS, POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1.1 HIPÓTESIS:

H_o : Los factores medicinales, nutritivos y económicos no determinan significativamente el consumo de miel de abeja en el Huallaga Central.

H_a : Son factores medicinales, nutritivos y económicos los que determinan significativamente el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

2.3.1.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1.2.1 *Población de la Investigación.*

Constituida por el número de habitantes registrados en la Región San Martín, cuya población estimada asciende a 743,668 habitantes. La población de estudio se contextualiza en el Huallaga Central – Región San Martín, que representa el 23,42% 174,167 hab, de la población total de la región, distribuidos en cuatro Provincias: Picota (4,15%) 30,761 hab, Bellavista (6,39%) 47,568 hab, El Huallaga (3,29%) 24,481 hab, y, Mariscal Cáceres (9,59%) 71,357hab.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Octubre/2010.

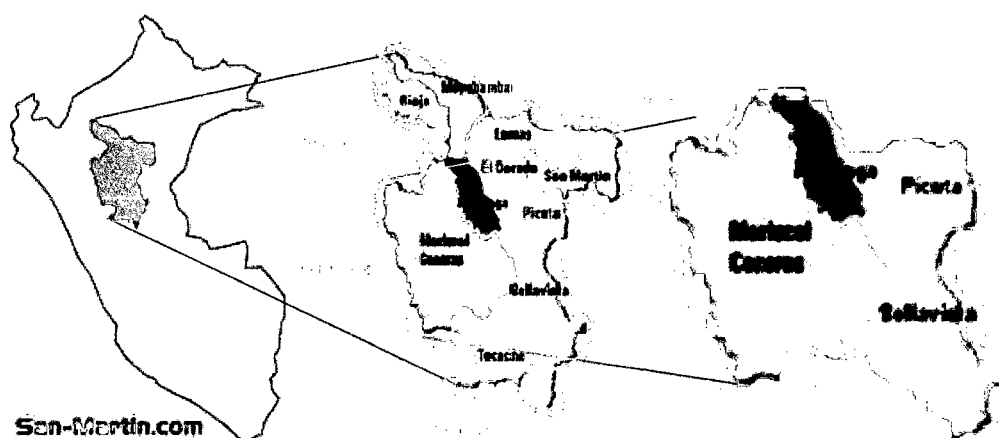
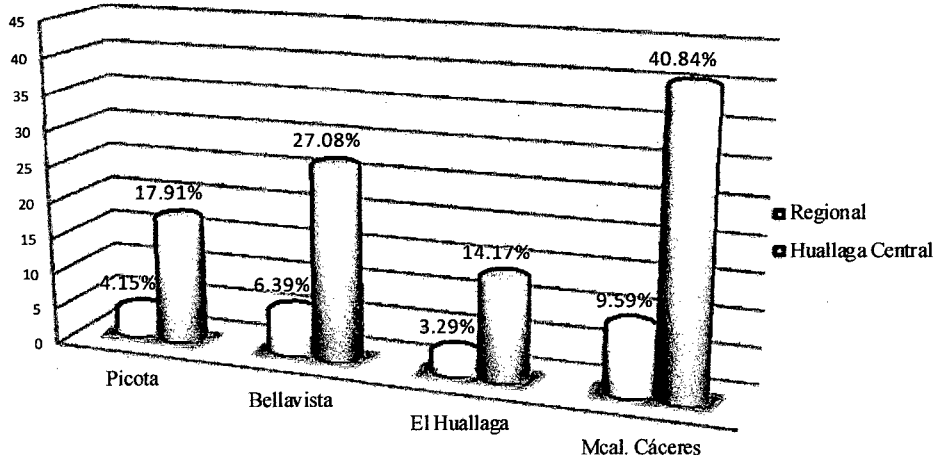


GRÁFICO 01
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN A NIVEL REGIONAL Y EL ÁREA DEL
HUALLAGA CENTRAL OCTUBRE 2010.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Octubre/2010.

2.3.1.2.2 Muestra de la Investigación

La muestra de estudio se obtuvo a partir del total de la población del Huallaga Central que cuenta con 174,167 habitantes, donde se aplicó un total de 240 entrevistas-encuestas (instrumento mixto de recolección de datos) debidamente estructuradas para asegurar la objetividad en las respuestas a las preguntas realizadas a productores, vendedores y consumidores.

La muestra quedó constituido de la siguiente manera en la misma proporcionalidad al porcentaje representativo de cada provincia que conforma la zona.

CUADRO 01
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN A NIVEL REGIONAL Y EL ÁREA DEL
HUALLAGA CENTRAL OCTUBRE 2010.

Área (Huallaga Central)	Población Absoluta	Pob. Relativa Regional (%)	Pob. Relativa Huallaga Central (%)	Muestra f(i)	Productores	Pob. Relativa Productores	Vendedores	Pob. Relativa Vendedores	Consumidores	Pob. Relativa Consumidores
Picota	30 761	4,15	17,9	43	05	2,1	24	10,0	14	5,8
Bellavista	47 568	6,39	27,0	65	10	4,1	18	7,5	37	15,4
El Huallaga	24 481	3,29	14,2	34	09	3,8	12	5,0	13	5,4
Mcal. Cáceres	71 357	9,59	40,9	98	09	3,8	25	10,4	64	26,7
TOTAL	174 167	23,42	100,0	240	30	12,5	74	30,80	136	56,7

Fuente: "Datos de Población en el área del Huallaga Central"-Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)-Ada Josefina Albuja Pinchi. Oct. /2010.

Así tenemos que, la provincia de Picota representa el 17,9% de la población relativa en el ámbito del Huallaga Central y que proporcionalmente, de acuerdo a la cantidad de la muestra de estudio, le corresponde la aplicación de 43 entrevistas-encuestas, número de muestras de estudio extraído a través de la fórmula de la "regla de tres simples".

- **Provincia de Picota**

Muestra de estudio (240 = 100,0%)

Pob. Picota/muestra de estudio (X = 17,9%)

$$X = \frac{(17,9\%)(240\%)}{100,0\%} = 42,96 = 43 \text{ Hab.}$$

- **Provincia de Bellavista**

Muestra de estudio (240 = 100,0%)

Pob. Bellavista/muestra de estudio (X = 27,0%)

$$X = \frac{(27,0\%)(240\%)}{100,0\%} = 64,8 = 65 \text{ Hab.}$$

- **Provincia de El Huallaga**

Muestra de estudio (240 = 100,0%)

Pob. El Huallaga/muestra de estudio (X = 14,2%)

$$X = \frac{(14,2\%)(240\%)}{100,0\%} = 34,08 = 34 \text{ Hab.}$$

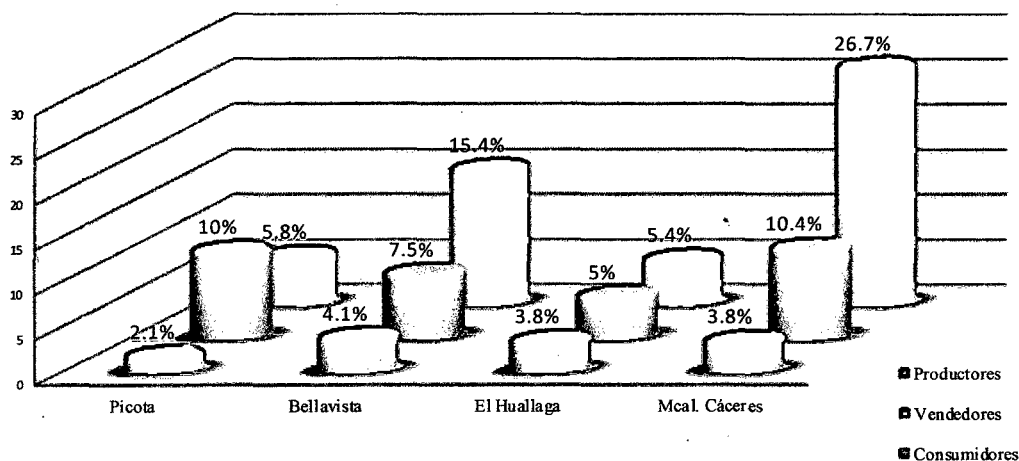
- **Provincia de Mariscal Cáceres**

Muestra de estudio (240 = 100,0%)

Pob. Mariscal Cáceres/muestra de estudio (X = 40,9%)

$$X = \frac{(40,9\%)(240\%)}{100,0\%} = 98,16 = 98 \text{ Hab.}$$

GRÁFICO 02
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA DE ESTUDIO A NIVEL REGIONAL Y EL
ÁREA DEL HUALLAGA CENTRAL OCTUBRE 2010.



Fuente: "Datos de Población en el área del Huallaga Central"-Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)-Ada Josefina Albuja Pinchi. Octubre/2010.

El gráfico representa la distribución proporcional de la población de estudio del Huallaga Central, muestra de estudio sobre el consumo de la miel de abeja, clasificados en productores, vendedores y consumidores. Así, la Provincia de Bellavista muestra la mayor cantidad de **productores** en comparación a las demás provincias que conforman el área, registrando el 4,1%; mientras que Mariscal Cáceres presenta el 10,4% en **vendedores** y el 26.7% de **consumidores**.

2.3.2 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

2.3.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente es una investigación de **tipo no experimental**, la cual se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de un tipo de investigación donde no se hace variar intencionalmente

las variables independientes. Se observó los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

2.3.2.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Por todo lo anterior, la presente es una investigación de tipo transversal correlacionada, ya que en ella se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único, siendo su propósito describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Transversal, porque estos diseños describen las relaciones entre dos variables en un momento determinado.

De acuerdo con lo anterior la presente investigación mide la relación entre dos variables que se presentan en los factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

2.3.3 MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

2.3.3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

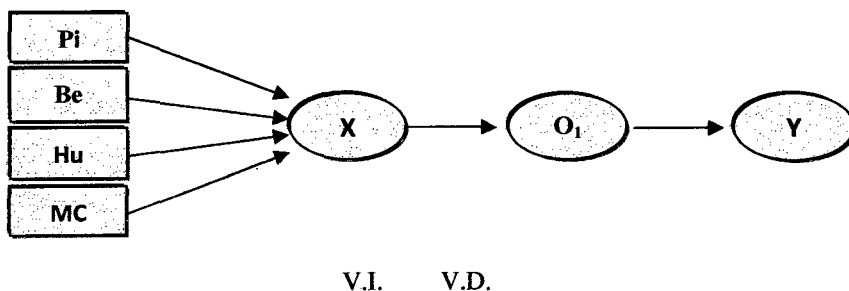
En este estudio se utilizó el método deductivo mediante la muestra probabilística, muestra esencial en los diseños de investigación por cuestionarios en los que se pretende hacer estimaciones de variables en la población, con pruebas estadísticas para el análisis de datos, donde la muestra es probabilística, porque todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos.

En este caso al ser ésta una investigación de campo y utilizar como muestra a un segmento de la población total de los habitantes del Huallaga Central, todos los elementos de nuestra población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, ya que todos poseen las características que se estudian en el presente. El tamaño de la muestra

es de 240 habitantes del Huallaga Central, siendo estos **productores, vendedores o consumidores** potenciales de la miel de abeja.

2.3.3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño no experimental es el transversal correlacional cuyo esquema es el siguiente:



Legenda:

Pi = Muestra de grupo de estudio Picota
 Be = Muestra de grupo de estudio Bellavista
 Hu = Muestra de grupo de estudio El Huallaga
 MC = Muestra de grupo de estudio Mariscal Cáceres

- **Pi, Be, Hu, MC** : Muestras (grupos de estudio)^(*)
- **X** : Variable Independiente de estudio
- X** : Conocimiento de las propiedades de la miel de abeja

Indicadores

- Nivel nutricional.
- Curativo.
- Preventivo de enfermedades.

- **O₁** : Observaciones 1: Resultados
- **Y** : Variable Dependiente.
- Y** : Nivel de consumo de la miel de abeja.

Indicadores

- Consumo.
- Nivel socioeconómico.
- Dieta Alimenticia de los pobladores.
- Escasa difusión y conocimiento de las propiedades de la miel de abeja.

2.3.4 INSTRUMENTO

- Técnica recogida de datos.
 - Se aplicó una encuesta de la siguiente manera.
 - Apicultor con la visita a sus centros de acopio.
 - Vendedor con visita en sus establecimientos.
 - Consumidor con la intervención en la vía pública.
- Técnica para análisis estadísticos.

2.3.5 PROCEDIMIENTOS

Para la concreción de la investigación concluyente en sus resultados y conclusiones, se ha tenido que aplicar un conjunto de estrategias de acción por etapas, las que se describen a continuación:

Primera Etapa : Diagnóstico situacional sobre la realidad apícola en la zona del Huallaga Central.

Segunda Etapa : Determinación del grupo muestral de estudio de investigación

Tercera Etapa : Aplicación de instrumentos de recolección de datos (encuestas-entrevistas) al grupo muestral de manera proporcional a la población registrada en la zona del Huallaga Central.

Cuarta Etapa : Procesamiento de datos, empleando el conteo de frecuencias, para luego emplear escalas multidimensionales como el análisis factorial (AF) para determinar los factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

Quinta Etapa : Análisis e interpretación de resultados.

Sexta Etapa : Determinación de conclusiones y sugerencias.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO SOBRE EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA.

3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.

Las investigaciones realizadas en el ámbito del área del Huallaga Central sobre el consumo de la miel de abeja son escasas; sin embargo el interés mostrado por investigadores en temas apícolas se ha extendido más allá de la circunscripción geográfica que se detalla a continuación:

Werthein I, (1995), en su investigación sobre el “Apicultor futuro privilegiado de la industria” manifiesta que: “... en gran parte del mundo la gran mayoría de los habitantes demandan a la miel como medicamento. Pero son pocos los que la ingieren a lo largo de todo el año, incorporándola como alimento o edulcorante en la mesa familiar. Indudablemente en la mayoría de los casos, por desconocimiento de sus propiedades... El consumo de la miel en Latinoamérica es relativamente bajo, aproximadamente 250 gramos por habitante/año, en comparación al de los países industrializados del primer mundo, que en varios de ellos alcanza a los 2kg./hab./año. Si bien el consumo es relativamente reducido, ello no significa que el mercado interno no sea potencialmente atractivo... Sería muy importante que los organismos e instituciones orienten y promuevan acciones para mejorar el consumo de miel en el país, como por ejemplo, desarrollar campañas publicitarias, reducción de impuestos para el mercado interno, sugerir la incorporación en los menús alimenticios en los comedores públicos (escuelas, hospitales, centros comunitarios, etc.”)

Kastel, (1996), en su trabajo sobre “La Influencia de la Cultura Tradicional de la Miel de Abeja en el Consumo Humano” hace una amplia exposición sobre el consumo a través de la historia y concluye que “La miel es uno de los alimentos más antiguos de la humanidad, es natural y sabrosa por sus propiedades organolépticas para la alimentación diaria. Es uno de los alimentos que no solo contiene azúcares sino que también vitaminas, enzimas proteínas”.

Según la FAO, el consumo mundial per cápita de miel se sitúa en 1 kilogramo por persona para el año 1999. Alemania tiene el mayor consumo per cápita de miel: 1,800 gramos en el año 1999. En las preferencias del consumidor, los tipos de miel de color translucido obtienen mayores precios y los más oscuros se destinan al consumo industrial. Se prefieren mieles de sabor suave, aunque en algunos países tienen precios más altos las mieles que tienen un sabor especial.

Manrique, (2000), en su investigación sobre el “Rezago de la Apicultura en Venezuela, Causas, Efectos y posibles soluciones” manifiesta que “...existe una marcada preferencia en adquirir la miel a vendedores ambulantes, tiendas naturistas y directamente a los productores, dada la gran desconfianza contra las mieles que se expenden en supermercados, hipermercados y otros puntos de ventas, debido al temor de comprar miel adulterada. El consumidor prefiere más, las mieles claras que las oscuras, sin embargo, quienes adquieren estas últimas son generalmente personas conocedoras del mayor contenidos de vitaminas y minerales de las mieles oscuras, las cuales erróneamente están asociadas con adulteración con papelón (un tipo de azúcar oscura en forma de bloques) quemado. El consumo de miel tiene cierta estacionalidad, con preponderancia en el periodo Diciembre – Abril, influenciado por las fiestas navideñas y la semana santa, sumado al hecho de ser la época de mayor cosecha. La miel es usada principalmente, para preparar remedios contra la gripe y resfriados, de allí que el consumo per-cápita sea tan bajo, acrecentando también por su elevado precio”.

Castillo Rivera, Ana Margarita (2001), en su “Análisis de los factores demográficos en el consumo de miel de abeja en las familias de Aguas Calientes” comprobó que “...el consumo de miel de abeja en la ciudad de Aguas Calientes es alto, que el nivel de estudios, la clase social y las edades de los hijos, no son factores demográficos relevantes para la compra de miel de abeja. Así también por el tipo de producto, es la ama de casa la que detecta la necesidad, busca información, evalúa y escoge la

marca, decide dónde, cuándo y cuánto comprar miel de abeja, aunque el rol evaluador lo realiza toda la familia”.

Parral, (2002), en un estudio sobre el aumento del consumo nacional de la miel en el país de Chile concluye que “en países como Alemania el consumo es de 2 kilos por habitantes. En Europa, el promedio es de 500 gramos por habitante. Solo 150gramos de miel por año es el consumo de miel por habitante en Chile”.

El Estudio de Mercado Nacional para productos de la Apicultura, preparado por J.E. Austin Associates, Arlington, Virginia Corporation CEA, Bogotá, Colombia para la Chemonics International (enero, 2002) sostiene que “La miel se consume en forma líquida, cristalizada o directamente en el panal y lo mismo se toma como alimento que como medicina o se incorpora como ingrediente en la preparación de recetas de cocina. Sin embargo se toma como alimento en pocas sociedades del mundo. En países desarrollados como Europa Occidental y Norteamérica, Latinoamérica, África del Norte, Cercano Oriente y Japón, se ha incrementado su uso como alimento.

En la mayoría de países asiáticos, la miel se emplea más como medicina que como dulce. El alto consumo per cápita en las naciones industrializadas no refleja el consumo personal de la miel sin procesar, pero incluye una gran cantidad de miel empleada en la producción industrial de comidas.

Orzáez Villanueva, A. et. Al (2002) en su artículo sobre “Hábitos de consumo de productos apícolas en el colectivo de ancianos” nos demuestran que un porcentaje muy elevado de encuestados toman habitualmente miel, y tienen un grado de conocimiento aceptable sobre este producto, tanto en cuanto a su valor nutritivo, como a sus cualidades medicinales”.

Camargo Obando, Juan Manuel (2002), en el “Estudio del Mercado Nacional para productos de la Apicultura”, pág. 4 refiere que “...la apicultura, tanto a nivel mundial como en Colombia se caracteriza por ser una actividad con muy escasa

información estadística sobre el mercado, por eso es difícil hacer diagnósticos muy certeros sobre el comportamiento de este. El producto que cuenta con mayor información es la miel de abeja”

ADEX (2003) dijo que, “Consumo per cápita de la miel de abeja en otros países como Estados Unidos, Japón y Alemania los niveles del consumo anual fluctúan entre 1 y 2 kg. Per cápita, mientras que en Perú apenas alcanzan los 150 gramos al año...”

Además refiere que, “el consumo per cápita de miel en el año 2006 fue de aproximadamente 0,42 kg, implicando un crecimiento durante los últimos cinco años en el orden del 121%. Dicho consumo resulta sumamente bajo si se le compara con los principales consumidores mundiales y, desde esa perspectiva, presenta una importante oportunidad para su desarrollo. En este sentido, los cambios de los hábitos alimentarios de la población, privilegiando una alimentación más sana y natural, contribuyen a aumentar las expectativas sobre el crecimiento de la demanda interna”.

La Dirección de la Industria Alimentaria en su “Diagnóstico de la Cadena Alimentaria de la Miel” (2003), referente al consumo mundial señala: “el consumo promedio en el mundo ronda los 220 gr. per cápita... El consumo total de miel presenta una tendencia levemente creciente. Este incremento está asociado al tipo de producto y a los cambios en los hábitos de consumo que se manifestaron, principalmente, en los países industrializados. La miel es un producto natural que presenta numerosas propiedades y características que benefician a la salud... Las expectativas de los consumidores actuales relacionan al alimento con un producto de relativo bajo costo, nutritivo (que mantenga a los consumidores saludables), seguro (que no enferme a los consumidores ni contenga niveles inaceptables de residuos químicos derivados de la producción y el procesamiento), de buen gusto, convenientes (fácil de preparar) y consistente (calidad semejante, sino idéntica cada vez que el artículo se compra y es consumidor o usado). Muchos consumidores

asumen que si un producto alimentario no reúne las expectativas, puede encontrar sustituto, aunque signifique cambiar de marca, producto o importar de otros de alimentos se dan cuenta de que si un producto se considera inaceptable, es probable que el consumidor busque un sustituto... Consecuentemente nos hallamos en un ambiente de negocios altamente competitivo para la industria alimentaria”.

Según la Organización de Agricultura y Alimentos (FAO, 2005), el consumo mundial de miel fue de 1,345 miles/TM del cual la UE cuenta con aproximadamente con el 24% del consumo mundial de miel. El promedio de EU25, consumo per cápita/miel es de 0.8 kg es igual a menos de un kilo.

Solamente entre el 2001-2005 El consumo se incrementó 1.5% anual. Un factor determinante para el crecimiento del mercado fue la preocupación por la salud. Los europeos tienen una tendencia más clara por su estilo de vida más saludable.

3.2. BASES TEÓRICA

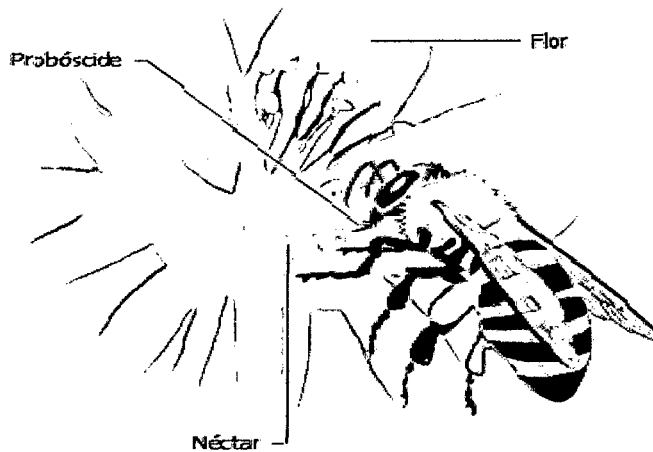
Al igual que la mayoría de los productos agrícolas, la miel constituye uno de los rubros del comercio mundial. Los precios, la producción y la demanda de un país, afectan los precios y mercados de otros países. La miel de abeja, un producto natural, es exóticamente codiciado ya preciado por el consumidor por ser un producto de alta nutrición, usado como un complemento alimenticio en las comidas diarias de las familias; “la miel es un fluido dulce y viscoso recogido de los nectarios de las flores y transformado en alimento por varias especies de insectos, especialmente por la abeja melífera”

FIGURA 01

LA MIEL DE ABEJA

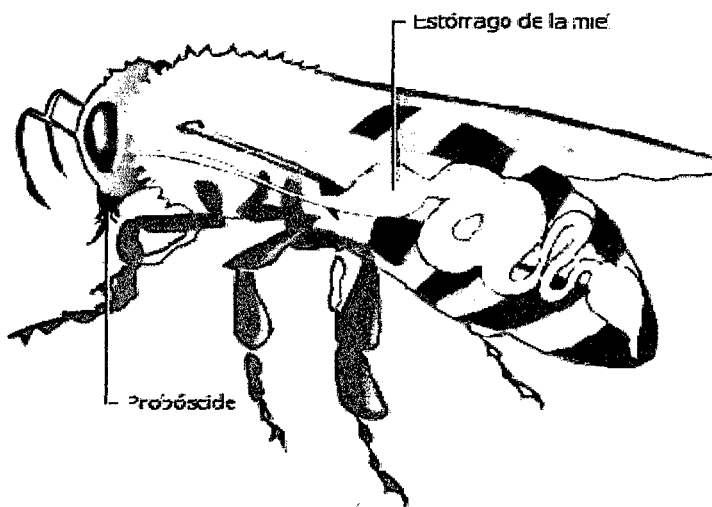


FIGURA 02
CÓMO PRODUCEN MIEL LAS ABEJAS.



Una obrera recoge el néctar

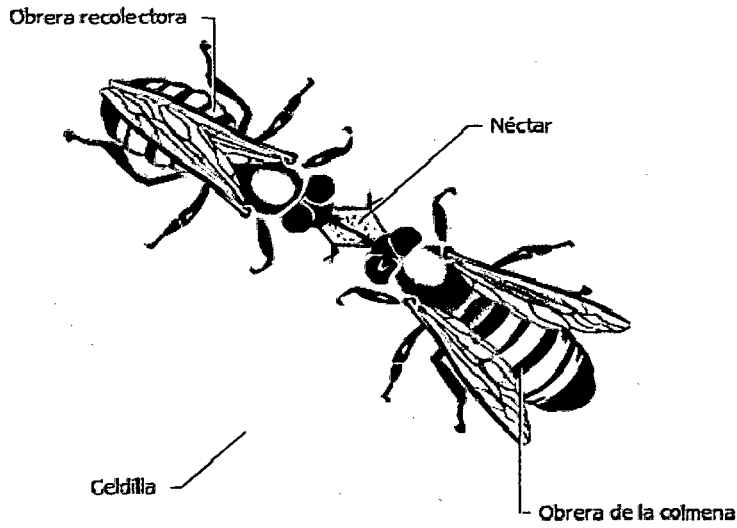
Una abeja obrera es atraída por los pétalos coloreados de la flor y por su agradable perfume. La obrera utiliza su larga lengua o probóscide para sorber el néctar azucarado de la base de la flor.



Estómago de la miel

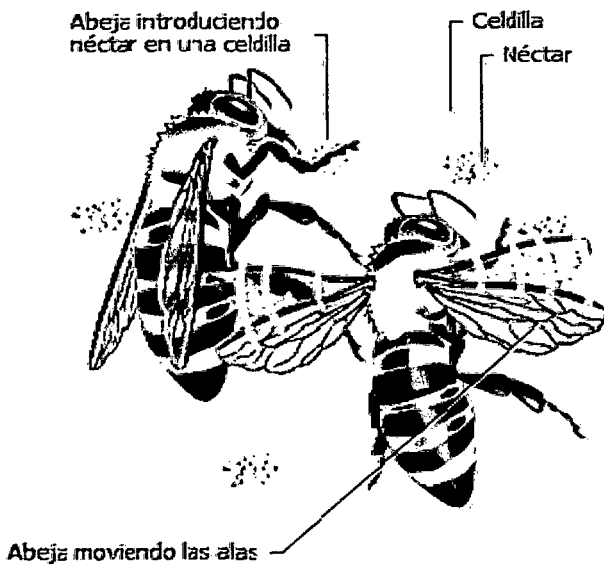
La abeja almacena el néctar en su estómago. Las abejas obreras visitan unas 1.500 flores para llenar sus estómagos. Cuando el estómago está lleno pesa tanto como la abeja. En el estómago comienzan a digerirse los azúcares del néctar para formar un néctar más fácil de digerir.

FIGURA 3
TRANSFIRIENDO EL NECTAR A OTRA OBRERA



Transfiriendo el néctar a otra obrera

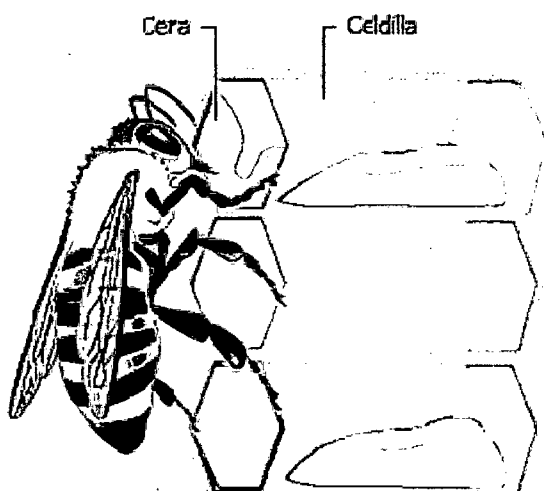
La obrera recolectora regresa a la colmena con el estómago lleno. Una vez allí, regurgita el néctar y lo transfiere a una obrera de la colmena utilizando la probóscide. La obrera mastica el néctar durante unos 30 minutos para romper todavía más los azúcares presentes.



Las obreras abanicán la miel

La abeja introduce el néctar en una celdilla. En ese momento, el néctar contiene principalmente azúcar. Durante los siguientes días las abejas mueven rápidamente sus alas encima de las celdillas para que se evapore parte del agua. Al perder agua, el néctar se convierte en la miel densa y pegajosa.

FIGURA 04
OPERCULACION DE LA CERA



Las abejas tapan las celdillas

Las abejas ponen cera para tapar o sellar la miel dentro de las celdillas. La miel se almacena en las celdillas hasta que se va a utilizar. En un año, una colonia de abejas puede utilizar para comer entre 54 y 90 kg de miel.

Cuando se hace referencia sobre la miel de abeja, podemos distinguir las siguientes características: el color y el sabor. “El color varía desde los tonos blancos hasta los pardos oscuros, existiendo mieles rojizas, amarillentas o verdosas, aunque predominan los tonos castaños-claros o ambarinos”. Miel de color claro es más rica en vitamina A. Las oscuras son más ricas en vitaminas B y C.

“El sabor de las mieles de color claro es más suave que las de color oscuro. La miel posee la mayoría de los elementos minerales esenciales para el organismo humano. Posee fósforo, hierro (para anémicos), cobre y calcio (para afecciones de los huesos y de los pulmones). El complejo vitamínico se centra en las vitaminas A (antixerofálmica), E (de la fertilidad) y K (antihemorrágica).”

Como observadora del proceso de elaboración de la miel de abeja, manifiesto que esta característica forman parte inalienable de todo tipo de miel; por lo que

recomiendo que al tomar la importante decisión de qué consumir, piense en las propiedades y en los beneficios con los que cuenta este antiguo y dulce producto.

También se elaboran otros productos de la colmena tales como jalea real, polen y propóleos que se utilizan tanto en la industria de alimentos como en la industria medicinal y cosmetología. “Las clases de miel dependen de ciertos factores; pero que lo más relevante se debe al tipo de flor de donde recolectan las abejas”.

Este investigador clasifica a la miel de la siguiente manera: es importante saber que existen distintos tipos de miel de acuerdo a la flora de la cual proviene. Cada miel posee características distintivas que las diferencia unas de otras: pueden ser claras u oscuras; líquidas o sólidas. La miel de abeja es un alimento excepcional podemos asegurar que este noble producto posee 3395 calorías por cada kilogramo (...)

“Las propiedades tanto terapéuticas como nutricionales que posee la miel de abeja, se utiliza para el tratamiento de faringitis, laringitis, rinitis, gripes, estados depresivos menores, úlceras, gastritis, quemaduras, entre otras”

El consumo de miel reduce la secreción de ácidos gástricos. Pruebas realizadas en personas y animales demostraron una tasa de restablecimiento del 80% de 600 úlceras gástricas y en los exámenes radiológicos se observó que las úlceras desaparecieron en un 59% de los casos. Un estudio reciente en animales demostró que el uso de fructuosa (azúcar abundante en la miel) previa a la ingesta de etanol brinda protección contra el daño gástrico e invierte los cambios en el PH inducidos por el etanol. En tratamientos clínicos posteriores se concluyó que la fructuosa podría ser beneficiosa para disminuir la duración de la intoxicación alcohólica. “La miel es alimento, medicina y cosmético, tomando en cuenta esto puede ser utilizada de infinidad de maneras en el hogar. Acostumbrar a la familia a endulzar sus alimentos con miel en lugar de azúcar, es una decisión muy sabia, ya que la miel por sus propiedades germicidas y bactericidas, previene enfermedades proporcionando al organismo energía al instante, con la ventaja de ser muy dirigible, ya que es un alimento pre digerido por las abejas”.

Las abejas y la miel han acompañado al hombre a lo largo de la historia. Se ha establecido que su aparición en la tierra data del período terciario, hace aproximadamente sesenta millones de años.

En nuestro continente americano, la miel fue el recurso principalmente utilizado por los Mayas para la fabricación en el papiro de Ebers se dice que la miel ayuda a curar heridas, enfermedades gástricas e intestinales, así como de los riñones, de los ojos y otras y puede emplearse en forma de ungüentos, emplastos, fomentos, compresas, infusiones, píldoras. Este papiro contiene una descripción de graves enfermedades tales como el cáncer del estómago y varios tumores.

Para el tratamiento de la primera se recomendaban bebidas y lavativas a base de miel, para los segundos, la aplicación de compresas de miel.

La miel es un producto que cuenta con importantes atributos naturales, que no necesita de tratamientos para ser mejorada y que es, sin lugar a dudas, uno de los alimentos más completos del cual la sociedad actual cuenta para enriquecer la dieta diaria.

La miel es, ante todo, un alimento de gran energía, uso medicinal, útil para las personas que deben realizar un trabajo físico o mental extenuante. En pequeñas cantidades, actúa como fuente de nutrición directa de la sangre, el corazón, los músculos y el cerebro.

La persona media quema unos 25 gr. de azúcar por hora. Como para su funcionamiento óptimo el sistema nervioso depende del suministro constante de azúcar, el contenido de la sangre se debe mantener siempre a un nivel superior a una décima parte para que funcione el cerebro y el sistema nervioso.

El cuerpo transforma el azúcar en glucosa. La miel es una solución súper saturada de azúcares pre digerido que es fácilmente absorbida por el cuerpo y utilizada como

energía. La parte de glucosa de la miel es rápidamente absorbida por el torrente sanguíneo, esto da un efecto energizante, amplio e inmediato.

Cada miel posee características distintivas que las diferencia unas de otras: pueden ser claras u oscuras; líquidas o sólidas.

En general, en casi todas las mieles ocurre naturalmente un fenómeno que se denomina cristalización. Depende, entre otros factores, del porcentaje de azúcar presente: cuanto mayor es el porcentaje de glucosa más rápido cristaliza.

La cristalización se puede visualizar como pequeños cristales o como miel que ha solidificado. En general, todas las mieles cristalizan con el tiempo. Son muy pocas las que no llegan a alcanzar dicho estado.

Con el tiempo se cristaliza o granula tornándose compacta y dura, adquiriendo un color blanquecino entre 10°C y 20°C cristaliza mejor. Por encima de los 27°C no cristaliza como tampoco lo hace en temperaturas muy bajas.

La cristalización de la miel es un proceso natural de la misma y representa una garantía de pureza y madurez.

La coloración de la miel de abeja se debe única y exclusivamente a sustancias colorantes procedentes del néctar de las flores.

Los sabores de la miel de abeja son variables y diferentes de acuerdo con la plancha de la cual proviene el néctar”.

La miel de abeja debe ser promocionada apropiadamente y un sistema de promoción adecuado es a través de un “sistema de comercialización eficaz, destinando el producto final a los sitios estratégicos para que en el mercado pueda ser apreciado y conocido más a menudo”

Existen muchas formas de poder sacar el producto al mercado de una u otra manera estas son formas de promocionar el consumo, los productores pueden a menudo vender la miel que producen a sus vecinos y amigos sin tener dificultad para su colocación, si quedan satisfechos los clientes volverán a adquirir más, pero es preciso que el apicultor maneje su negocio y la miel de forma tal que este magnífico alimento goce de la jerarquía que merece.

La comercialización de la miel es hasta nuestros días un problema por solucionar, un problema que quizás nunca será resuelto si no se toma conciencia de la problemática, por ello es necesario introducir mejoras por medio de programas concertados y conscientes para promover la miel que abarque no solo al mercado local, sino al mercado a nivel nacional.

“Para poder industrializar la miel y así como para promocionar mejor su consumo es necesario producirlo bajo estrictas normas de calidad que se exigen para productos alimenticios”. Ya sea que la miel se destine a usos industriales o a ser envasado para uso del consumidor, debe tenerse el mayor cuidado en relación con su calidad.

El usuario industrial exigirá calidad, dado que el control de calidad final de su producto dependerá directamente de la calidad inicial de cada ingrediente que se le sea entregado en su fábrica.

Si encuentra que la calidad es inferior a sus precisas normas de fabricación puede elegir entre una vasta gama de sustitutos que están esperando su oportunidad de comercialización.

3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- a) **Abeja melífera.** (*Apis melífera*), también conocida como abeja doméstica o abeja melífera, Es la especie de abeja con mayor distribución en el mundo. Originaria de Europa, África y parte de Asia, fue introducida en América y Oceanía.
- b) **Acido Fénico.** Sustancia química que se emplea como repelente para las abejas. Su uso está prohibido en la apicultura porque deja residuos tóxicos.
- c) **Acido Tartárico.** Sustancia química que se emplea para evitar la cristalización del alimento artificial de las abejas.
- d) **Ácidos gástricos.** El ácido gástrico es una de las principales secreciones del estómago, junto con varias enzimas y el factor intrínseco. Químicamente, es una solución ácida que consiste principalmente de ácido clorhídrico (HCl) y pequeñas cantidades de cloruro de potasio (KCl) y cloruro de sodio (NaCl).
- e) **Apiario.** Es el conjunto de colmenas pobladas instaladas en un determinado lugar.
- f) **Apicultor.** Persona que se dedica a la apicultura o cría de abejas.
- g) **Buenas Prácticas de Producción.** Conjunto de recomendaciones generales enfocadas a garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos reduciendo los riesgos físicos, químicos y microbiológicos durante el proceso de obtención cosecha.
- h) **Calidad.** Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.
- i) **Cera.** Es una secreción a partir de cuatro glándulas en el superficie inferior de un abdomen de las abejas.

- j) **Ciente potencial.** son los posibles clientes que puedan adquirir un producto si es que se logra convencer a través del marketing.
- k) **Colmena.** Soporte natural donde viven las abejas, puede ser preparada por el hombre o puede ser un hueco natural.
- l) **Consumidor.** Es la persona dispuesta con liquides monetaria para hacer uso o consumo de los productos que se ofrece en una determinada empresa.
- m) **Consumo per-cápita.** Éste es uno de los indicadores que se utilizan para estimar la cantidad promedio de consumo anual, de cualquier bien, producto o servicio en la población de un país; por ejemplo, se puede calcular el consumo per cápita de refrescos, luz, tortillas o agua. Para estimar el consumo per cápita de alcohol se requiere, en primer término, conocer la cantidad de bebidas con alcohol que circulan o se venden cada año en el territorio nacional (incluyendo las bebidas importadas y excluyendo las que se exportan).
- n) **Edulcorante.** Los edulcorantes son sustancias que endulzan los alimentos. Pueden ser naturales o sintéticos. Se clasifican en función de su contenido energético en calóricos y a calóricos.
- o) **Esencia de mirbana.** Sustancia química que se emplea como repelente para las abejas. Su uso está prohibido en la apicultura porque deja residuos tóxicos.
- p) **Jalea real.** Es una secreción de las glándulas de las abejas, es un color lechoso-blanco cremoso, fuertemente ácido, tiene un olor prudente.
- q) **Miel.** La miel es un producto que las abejas de la miel hacen.
- r) **Necesidades.** Son aquellos requerimientos que necesitan ser satisfechas por las mismas personas.

- s) **Néctar.** El néctar es una solución acuosa más o menos concentrada de azúcares, aminoácidos, iones minerales y sustancias aromáticas. Es producido por la flor como atrayente y recompensa para los animales que realizan el servicio de la polinización (transporte involuntario de polen de unas flores a otras de la misma o distinta planta).
- t) **Panal.** Es construido dentro de un marco móvil de madera, para que la abeja mantenga una línea de construcción determinada con antelación por los apicultores.
- u) **Pecorear.** Extracción del néctar de las flores que llevan a cabo las abejas
- v) **Polen.** Es el gameto masculino de las flores, una especie de polvo finísimo de color amarillo.
- w) **Posicionamiento.** Es la referencia del lugar que en la percepción mental de un de un cliente o consumidor tiene una marca lo que constituye la principal diferencia que existe entre una esta y su competencia.
- x) **Propiedades organolépticas.** Las propiedades organolépticas son el conjunto de descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir nuestros sentidos, como por ejemplo su sabor, textura, olor, color. Su estudio es importante en las ramas de la ciencia en que es habitual evaluar inicialmente las características de la materia sin instrumentos científicos.
- y) **Propóleos.** El propóleos (gr. própolis) es una resina que obtienen las abejas de las yemas de los árboles y que luego procesan en la colmena, convirtiéndola en un potente antibiótico con el que cubren las paredes de la colmena, con el fin de combatir las bacterias, virus y hongos que puedan afectarla.

CAPITULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL “BASE DE DATOS”

CUADRO 02
FINES DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES		VENDEDORES		CONSUMIDORES				
		FINES DE CONSUMO		FINES DE CONSUMO		FINES DE CONSUMO				
		Muestra proporcional	Medicinales	Alimenticios	Muestra proporcional	Medicinales	Alimenticios	Muestra proporcional	Medicinales	Alimenticios
Picota	43	05	02	03	18	14	04	20	19	01
Bellavista	65	10	03	07	18	12	06	37	30	07
El Huallaga	34	09	07	02	12	09	03	13	11	02
Mcal. Cáceres	98	09	01	08	25	18	07	64	50	14
TOTAL	240	33	13	20	73	53	20	134	100	28

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central- Ene/2011

En el área del Huallaga Central, la miel de abeja es consumida con fines medicinales, tal como registran los datos del cuadro, teniendo en proporcionalidad 166 consumidores con estos fines medicinales que equivale en un (69,2%) frente a 74 consumidores que lo hacen con fines alimenticios que equivale en un (30,8%). Por lo tanto los fines de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central con mayor aceptación medicinal.

CUADRO 03
PREFERENCIA EN EL COLOR DE MIEL QUE SE CONSUME EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES			VENEDORES			CONSUMIDORES					
		Muestra proporcional	PREFERENCIAS			Muestra proporcional	PREFERENCIAS			Muestra proporcional	PREFERENCIAS		
			Clara	Oscura	Ámbar		Clara	Oscura	Ámbar		Clara	Oscura	Ámbar
Picota	43	05	01	02	02	18	05	10	03	20	06	07	07
Bellavista	65	10	04	05	01	18	02	08	08	37	13	15	09
El Huallaga	34	09	02	02	05	12	03	02	07	13	05	05	03
Mcal. Cáceres	98	09	01	04	04	25	07	10	08	64	17	17	30
TOTAL	240	33	08	13	12	73	17	30	26	134	41	44	49

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011

La miel de abeja en el Huallaga Central de mucha aceptación o preferencia del consumidor es el de color oscura y ámbar, tal como se aprecia en el cuadro, donde ambas preferencias comparten el 72,5% con una cantidad de 174 encuestados, frente al 27,5% que es un equivalente a 66 encuestados, un porcentaje bajo de la población prefieren consumir la miel de abeja clara para su uso cotidiano. Por lo tanto la preferencia de consumo de acuerdo al color en el Huallaga central es oscura y ambar.

CUADRO 04
FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA
CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES				VENEDORES				CONSUMIDORES					
		FRECUENCIA DE VENTA - CONSUMO				FRECUENCIA DE VENTA - CONSUMO				FRECUENCIA DE CONSUMO					
		Muestra proporcional	Todos los días	Una vez a la semana	Una vez al mes	De vez en cuando	Muestra proporcional	Todos los días	Una vez a la semana	Una vez al mes	De vez en cuando	Muestra proporcional	Todos los días	Una vez a la semana	Una vez al mes
Picota	43 05	02	03	00	00	18	06	10	01	01	20	07	02	03	08
Bellavista	65 10	02	04	01	03	18	08	09	00	01	37	19	18	00	00
El Huallaga	34 09	01	01	01	06	12	05	06	00	01	13	06	00	00	07
Mcal. Cáceres	98 09	03	02	01	03	25	09	09	02	05	64	35	02	03	24
TOTAL	240 33	08	10	03	12	73	28	34	03	08	134	67	22	06	39

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central- Ene/2001.

El cuadro hace referencia a la frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central. Los datos obtenidos confirman que 42,9% consumen miel de abeja todos los días (103 consumidores), mientras que un 27,5% prefieren consumir la miel de abeja una vez a la semana (66 consumidores), 5% de los consumidores prefieren una vez al mes, y finalmente, 24,6% (59 consumidores) prefieren consumir de vez en cuando. Por lo tanto la frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central es todos los días.

CUADRO 05
PREFERENCIA EN EL TIPO DE MIEL DE ABEJA QUE SE CONSUME EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES		VENEDORES			CONSUMIDORES			
		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL	
			SILVESTRE	COLMENA		SILVESTRE	COLMENA		SILVESTRE	COLMENA
Picota	43	05	01	04	18	06	12	20	08	12
Bellavista	65	10	03	07	18	08	10	37	14	23
El Huallaga	34	09	01	08	12	05	07	13	04	09
Mcal. Cáceres	98	09	01	08	25	07	18	64	08	56
TOTAL	240	33	06	27	73	26	47	134	34	100

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011.

Los datos obtenidos en el Huallaga Central, como vemos en el cuadro reflejan que 174 consumidores prefieren al tipo de miel de abeja que es cosechada de la colmena con un (72,5%) y otros prefieren consumir el tipo de miel de abeja silvestre con un (27,5%) que equivale a unos 66 consumidores. Por lo tanto la miel de abeja de mayor aceptación en el tipo de miel en el Huallaga central según nuestra investigación es la miel de abeja de colmena.

CUADRO 06
PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA QUE PREFERE EL CONSUMIDOR EN
EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES				VENDEDORES				CONSUMIDORES									
		PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA				PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA				PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA									
		Muestra proporcional				Muestra proporcional				Muestra proporcional									
		En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml.	En pote redondo de 500 ml		En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml.	En pote redondo de 500 ml		En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml.	En pote redondo de 500 ml	
Picota	43	05	0	0	2	2	1	18	1	1	7	7	2	20	2	4	6	4	4
Bellavista	65	10	1	1	3	4	1	18	3	1	8	4	2	37	0	7	8	9	3
El Huallaga	34	09	0	1	2	4	2	12	0	1	6	2	3	13	1	0	7	4	1
Mcal. Cáceres	98	09	1	1	2	3	2	25	5	1	8	0	1	64	4	0	6	0	4
TOTAL	240	33	2	3	9	3	6	73	9	4	9	3	8	134	7	1	7	7	2

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011.

La presentación de la miel de abeja es un factor muy importante para que el consumidor adquiera el producto. De acuerdo al cuadro de datos, los consumidores en el Huallaga Central tienden a preferir por la presentación en pote redondo de 1000 ml. Un (34,6%), seguido por la presentación en botella de 625 ml. Un (31,25%). La que menos aceptación tiene en la presentación es la de bolsitas (7,5%). Por lo tanto la presentación de miel de abeja que prefiere el consumidor y tiene mayor aceptación en el mercado es del Huallaga Central es de pote de 1000 ml (kilo) con un 34,6%.

CUADRO 07
DISPOSICIÓN DE PAGO POR EL PRODUCTO (MIEL DE ABEJA) EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra (i)	PRODUCTORES			VENEDORES			CONSUMIDORES					
		Muestra proporcional	DISPOSICIÓN DE PAGO			Muestra proporcional	DISPOSICIÓN DE PAGO			Muestra proporcional	DISPOSICIÓN DE PAGO		
			S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.		S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.		S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.
Picota	43	05	02	02	01	18	09	04	05	20	05	06	09
Bellavista	65	10	04	03	03	18	05	04	09	37	20	08	09
El Huallaga	34	09	04	03	02	12	02	04	06	13	04	02	07
Mcal. Cáceres	98	09	06	02	01	25	13	03	09	64	27	19	18
TOTAL	240	33	16	10	07	73	29	15	29	134	56	35	43

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011.

La disposición de pago por el producto es muy fundamental debido a que depende del nivel adquisitivo del consumidor para saber cuánto está dispuesto a pagar por las diferentes presentaciones del producto. Según el cuadro nos dice que el consumidor final está dispuesto a pagar S/. 15.00 por 1000 ml (kilo). Que equivale un 42,1%, de la población, un 32,9% de la población está dispuesto a pagar S/. 8.00 por 500 ml (1/2 kilo). Y solo un porcentaje reducido de la población adquiere el producto por S/. 12.00 por 625 ml con un 25%. Por lo tanto la disposición de pago con mayor aceptación en el Huallaga Central con un 42,1%, es de 1000 ml (kilo) con un precio de S/. 15.00 nuevos soles.

CUADRO 08
ACCESIBILIDAD DE PAGO POR EL CONSUMO DE MIEL DE ABEJA QUE SE
CONSUME EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES				VENDEDORES			CONSUMIDORES		
		Muestra proporcional	RESPUESTA		Muestra proporcional	RESPUESTA		Muestra proporcional	RESPUESTA		
			SI	NO		SI	NO		SI	NO	
Picota	43	05	05	00	18	17	01	20	15	05	
Bellavista	65	10	10	00	18	16	02	37	35	02	
El Huallaga	34	09	08	01	12	11	01	13	11	02	
Mcal. Cáceres	98	09	08	01	25	21	04	64	64	00	
TOTAL	240	33	31	02	73	65	08	134	125	09	

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011.

La accesibilidad del pago por el producto es muy importante ya que de esta manera podremos medir la cantidad de personas que pueden acceder a la compra del producto. Como vemos en el cuadro la accesibilidad de pago en el Huallaga Central es el 92.1% (221 encuestados), mientras que el 7,9% (19 encuestados) dicen que no es accesible el pago para realizar una compra de miel de abeja imposibilitando al acceso del producto. Por lo tanto según nuestra investigación realizada en el Huallaga Central con mayor accesibilidad de pago es un 92.1% equivalente a 221 encuestados.

CUADRO 09
CONSUMO (en Kg) DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL EN EL
AÑO 2010.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES					VENEDORES					CONSUMIDORES							
		CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA					CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA					CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA							
		Muestra proporcional					Muestra proporcional					Muestra proporcional							
	Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.		Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.		Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.		
Picota	43	05	04	01	00	00	18	05	07	02	02	02	20	05	14	01	00	00	
Bellavista	65	10	04	03	02	00	01	18	04	10	01	01	02	37	12	20	03	02	00
El Huallaga	34	09	02	03	01	01	02	12	03	04	02	01	02	13	04	07	01	01	00
Mcal. Cáceres	98	09	00	02	02	00	05	25	11	13	00	00	01	64	14	24	11	14	01
TOTAL	240	33	10	09	05	01	08	73	23	34	05	04	07	134	35	65	17	18	01

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central - Diciembre/2010.

El consumo per cápita de miel de abeja en el Huallaga Central fluctúa entre 6 a 10 kg; por familia es decir entre 0,50 kg y 0,83 kg al mes. En este indicador se encuentra el mayor porcentaje de encuestados que lo confirman: 45% (108 encuestados).

CUADRO 10
GRUPOS ETARIOS CONSUMIDORES DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA
CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra (i)	PRODUCTORES			VENEDORES			CONSUMIDORES					
		Muestra proporcional	GRUPO ETARIO			Muestra proporcional	GRUPO ETARIO			Muestra proporcional	GRUPO ETARIO		
			Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años		Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años		Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años
Picota	43	05	00	01	04	18	01	01	16	20	02	05	13
Bellavista	65	10	01	01	08	18	01	05	12	37	01	03	33
El Huallaga	34	09	00	01	08	12	01	01	10	13	01	01	11
Mcal. Cáceres	98	09	01	02	06	25	03	02	20	64	02	05	59
TOTAL	240	33	02	05	26	73	06	09	58	134	06	14	116

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Enc/2011.

Es la población cuyos años fluctúan en los 31 a más (198 encuestados) los que confirman el mayor consumo registrando un 82,5%, mientras que entre los 15 a 30 años (28 encuestados) refleja el 11,7%, y solo el 5,8% se ubican entre los 0 a 14 años (14 encuestados). Por lo tanto la población que más consume miel de abeja en el Huallaga Central son de las edades de 31 años a mas con un 82.5%.

CUADRO 11
LUGARES DE COMPRA DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	CONSUMIDORES						
	LUGARES DE COMPRA						
	Muestra proporcional	En Supermercados	En Tiendas	En la calle	En puestos ubicados en Centros Comerciales	Fuera de la ciudad	En tiendas naturistas
Picota	20	01	09	06	03	00	01
Bellavista	37	00	22	08	02	03	02
El Huallaga	13	01	05	06	00	00	01
Mcal. Cáceres	64	00	59	02	01	00	02
TOTAL	134	02	97	22	06	03	06

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Ene/2011.

En el Huallaga Central los lugares donde el consumidor adquiere en mayor cantidad el producto de la miel de abeja por su accesibilidad, costo, seguridad, es en la tiendas (bodegas). Así lo confirman el 72,4% (174 encuestados), mientras en menor proporcionalidad lo hacen en los supermercados (1,5%).

CUADRO 12
CONSUMO DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL DURANTE EL
AÑO 2010.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	CONSUMIDORES													
	Muestra proporcional	MESES												
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	octubre	Noviembre	Diciembre	Todos los meses
Picota	20	01	00	00	00	00	02	01	00	00	00	01	01	14
Bellavista	37	02	00	02	00	00	03	03	01	02	00	02	02	20
El Huallaga	13	00	00	00	00	00	01	00	02	00	00	00	00	10
Mcal. Cáceres	64	09	02	00	00	03	01	06	00	00	00	01	01	41
TOTAL	134	12	02	02	00	03	07	10	03	02	00	04	04	85

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central-Diciembre/2010.

Con referencia al consumo de la miel de abeja, esta se hace relativamente, casi- todos los meses del año en proporciones mínimas de consumo. Así refieren los datos del cuadro donde se observa que de 240 encuestados (100,0%), 85 (35,4%) consumen todos los meses del año. Mientras que la diferencia de 155 encuestados (64,6%) están distribuidos según meses de consumo específicamente, a excepción de los meses de abril y octubre que registra 0 consumo de este producto.

3.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL.

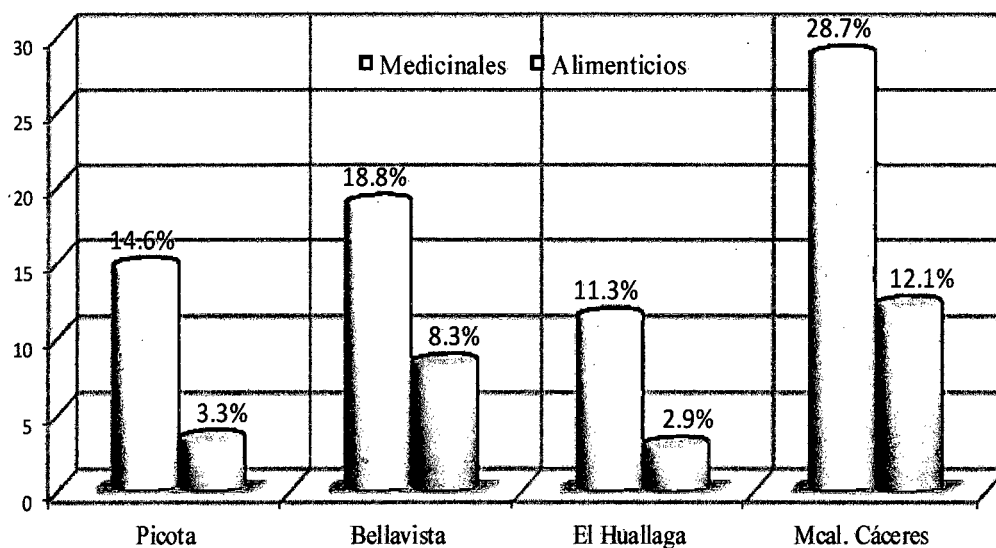
En las siguientes tablas y gráficos se muestra estadísticamente los resultados de la investigación sobre los factores que determinan el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central, para lo cual se tomó como aspecto referencial la base de datos obtenidos a través de la entrevista - encuesta.

TABLA 01
FINES DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra (i)	f. %	FINES DE CONSUMO			
			MEDICINALES		ALIMENTICIOS	
			ABSOLUTO	f. %	ABSOLUTO	f. %
Picota	43	17.9	35	14.6	08	3.3
Bellavista	65	27.1	45	18.8	20	8.3
El Huallaga	34	14.2	27	11.3	07	2.9
Mcal. Cáceres	98	40.8	69	28.7	29	12.1
TOTAL	240	100.0	13	73.4	20	26.6

Fuente: Cuadro 02

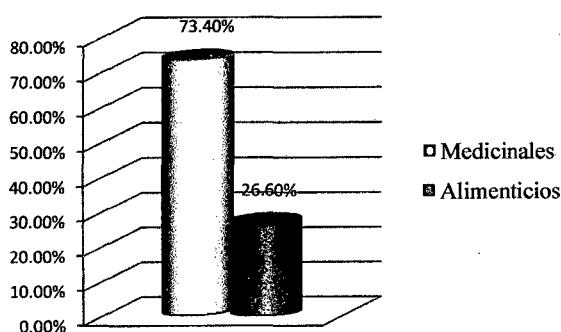
GRÁFICO 03
POBLACIÓN RELATIVA DEL HUALLAGA CENTRAL SEGÚN FINES DE
CONSUMO EN CADA UNA DE LAS PROVINCIAS ENERO 2011.



Fuente: Tabla 1

La **Tabla 1** expresa los **finés de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central**. Así podemos afirmar que, en la zona del Huallaga Central, la provincia de Mariscal Cáceres presenta un 28,7% por **finés medicinales** y 12,1% por **finés alimenticios**. Bellavista registra 18,8% por **finés medicinales** y 8,3% por **finés alimenticios**. Picota refiere 14,67% por **finés medicinales** y 3,3% por **finés alimenticios**, y finalmente El Huallaga registra 11,3% por **finés medicinales** y 2,9% por **finés alimenticios**. Por lo tanto la provincia que consume más miel de abeja con fines medicinales en el Huallaga central es Mariscal Cáceres obteniendo un 28.7% de aceptación.

GRÁFICO 04
POBLACIÓN RELATIVA DEL HUALLAGA CENTRAL SEGÚN FINES DE
CONSUMO DICIEMBRE 2010.



Finalmente se concluye que, en el ámbito del Huallaga Central, son los fines medicinales los que predominan en el consumo de la miel de abeja con 73,40% ante un 26,60% que sostiene que lo hacen por fines alimenticios.

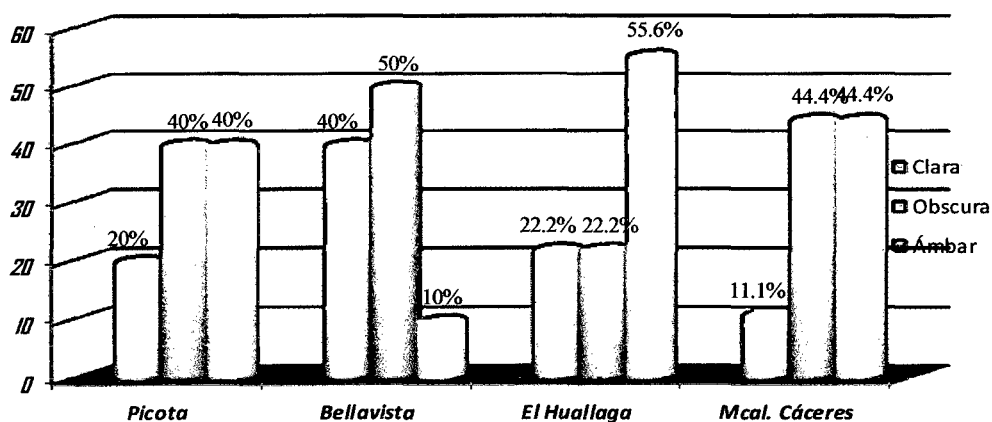
TABLA 02
PREFERENCIA EN EL COLOR DE MIEL QUE SE CONSUME EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES			VENDEDORES			CONSUMIDORES					
		Muestra proporcional	PREFERENCIAS			Muestra proporcional	PREFERENCIAS			Muestra proporcional	PREFERENCIAS		
			Clara	Oscura	Ámbar		Clara	Oscura	Ámbar		Clara	Oscura	Ámbar
Picota	43	05	01	02	18	05	10	03	20	06	07	07	
Bellavista	65	10	04	05	18	02	08	08	37	13	15	09	
El Huallaga	34	09	02	02	12	03	02	07	13	05	05	03	
Mcal. Cáceres	98	09	01	04	25	07	10	08	64	17	17	30	
TOTAL	240	33	08	13	73	17	30	26	134	41	44	49	

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

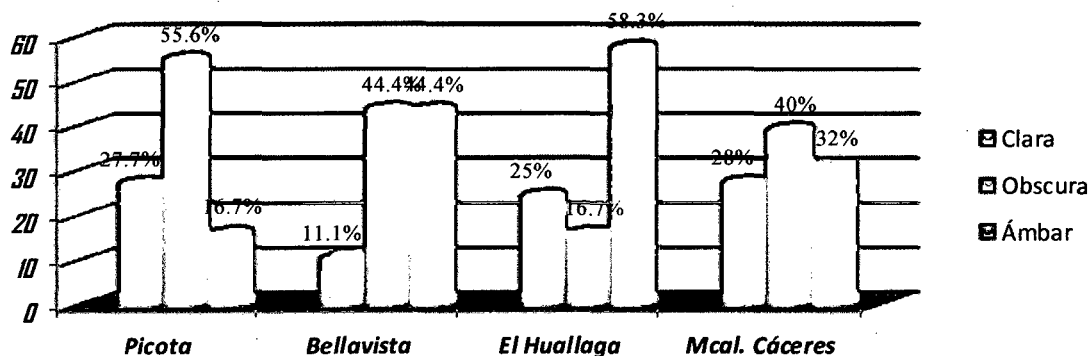
GRÁFICO 05
TIPO DE MIEL DE PREFERENCIA AL CONSUMIDOR SEGÚN
PRODUCTORES, VENDEDORES Y CONSUMIDORES DIRECTOS ENERO 2011.

G₁: Según Productores:



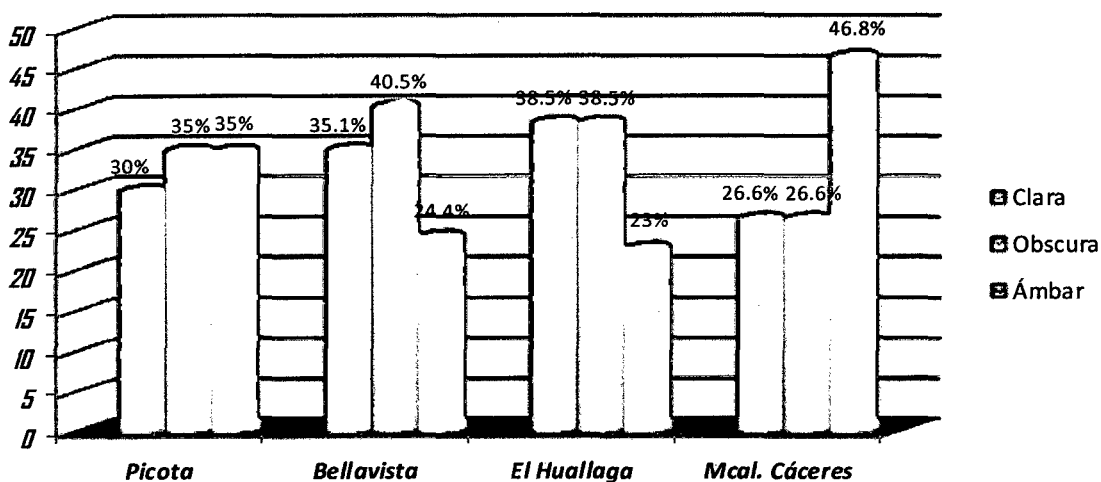
Fuente: Tabla 2

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 2

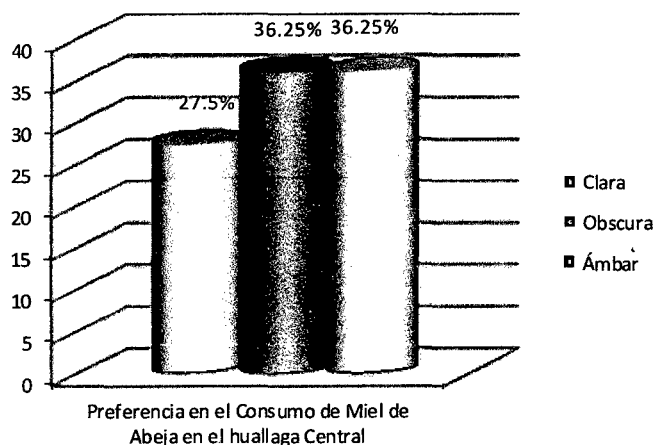
G₃: Según Consumidores:



Fuente: Tabla 2

La Tabla 2 refiere la preferencia en el color de miel que se consume en el Huallaga Central. Así podemos observar en los gráficos siguientes la afirmación de Productores, Vendedores y Consumidores dando una preferencia por la miel de color Oscura y Ámbar (gráficos G₁, G₂ y G₃).

GRÁFICO 06
TIPO DE MIEL DE PREFERENCIA AL CONSUMIDOR SEGÚN
PRODUCTORES, VENDEDORES Y CONSUMIDORES DIRECTOS EN EL
ÁMBITO DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.



El gráfico finalmente consolida lo dicho al afirmar que, el color oscuro y el ámbar son de preferencia al consumir miel de abeja en el Huallaga Central. Ambas registran un 36,25% de aceptación en la zona.

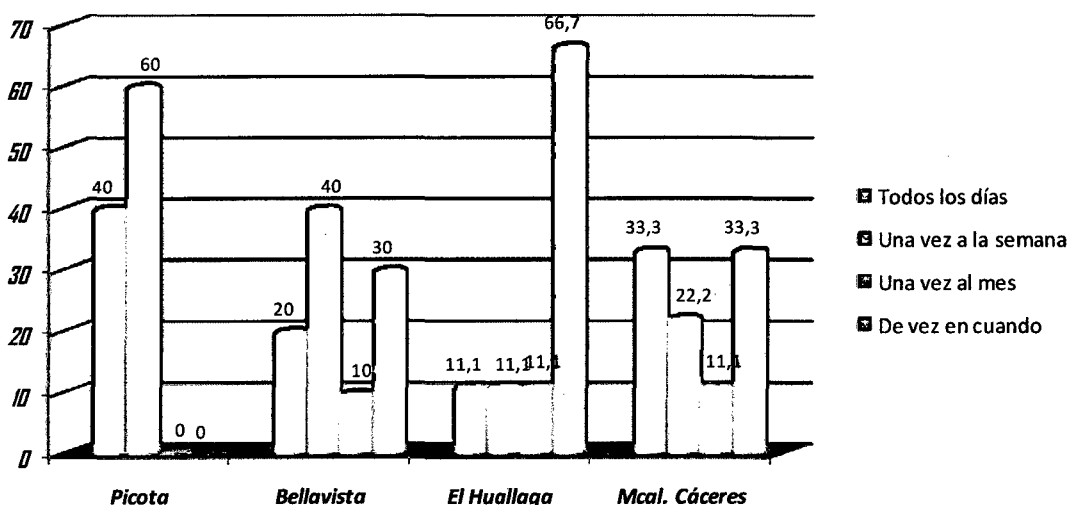
TABLA 03
FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA
CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestraf(i)	PRODUCTORES				VENDEDORES				CONSUMIDORES						
		Muestra proporcional	FRECUENCIA DE VENTA-CONSUMO			Muestra proporcional	FRECUENCIA DE VENTA-CONSUMO			Muestra proporcional	FRECUENCIA DE CONSUMO					
			Todos los días	Una vez a la semana	Una vez al mes		De vez en cuando	Todos los días	Una vez a la semana		Una vez al mes	De vez en cuando	Todos los días	Una vez a la semana	Una vez al mes	De vez en cuando
Picota	43	05	02	03	00	00	18	06	10	01	01	20	07	02	03	08
Bellavista	65	10	02	04	01	03	18	08	09	00	01	37	19	18	00	00
El Huallaga	34	09	01	01	01	06	12	05	06	00	01	13	06	00	00	07
Mcal. Cáceres	98	09	03	02	01	03	25	09	09	02	05	64	35	02	03	24
TOTAL	240	33	08	10	03	12	73	28	34	03	08	134	67	22	06	39

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

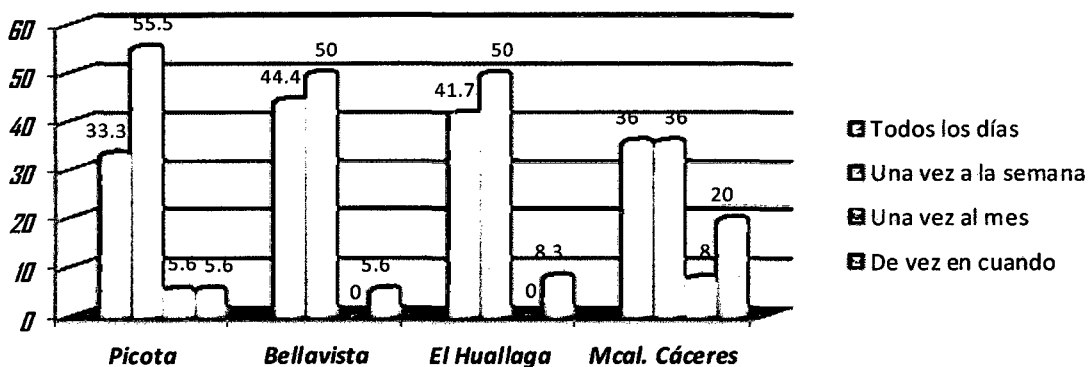
GRÁFICO 07
FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA SEGÚN
PRODUCTORES, VENEDORES Y CONSUMIDORES DIRECTOS DICIEMBRE
2010.

G₁: Según Productores:



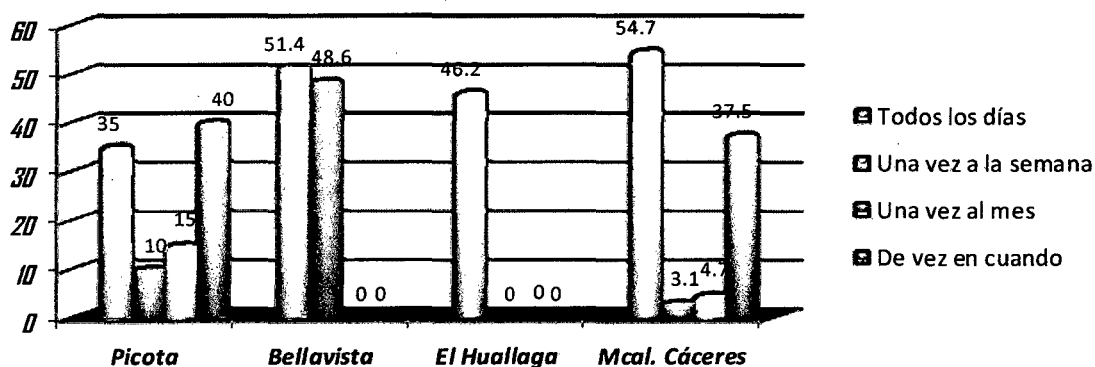
Fuente: Tabla 3

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 3

G₃: Según Consumidores:

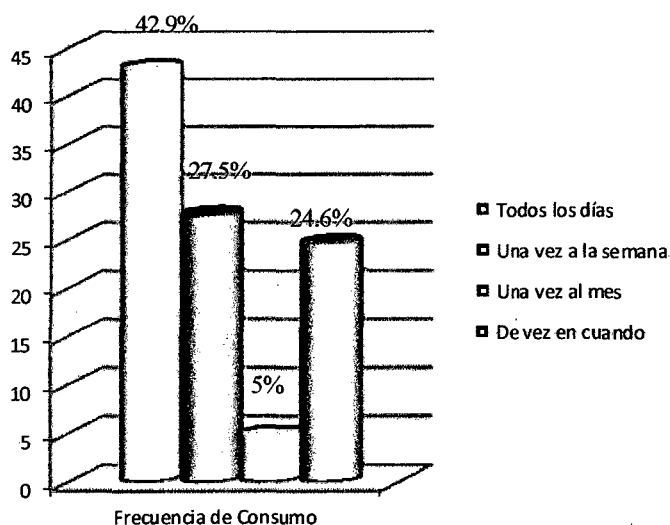


Fuente: Tabla 3

La **Tabla 3** hace referencia a la **frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central**, definido por los **Productores, Vendedores y Consumidores** y que se refleja en los gráficos **G₁, G₂ y G₃**).

GRÁFICO 08

FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL ÁMBITO DEL HUALLAGA CENTRAL DICIEMBRE 2010.



El gráfico –finalmente– consolida la *frecuencia de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central*, según el cual existe un consumo masivo permanente de *todos los días* (42,9%), *seguido por el consumo semanal* (27,5%) y *de vez en cuando* (24,6%).

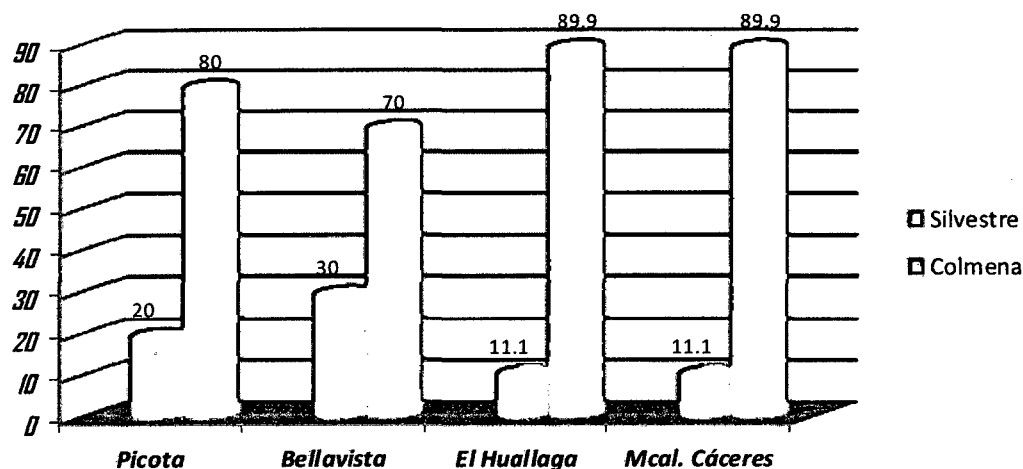
TABLA 04
PREFERENCIA EN EL TIPO DE MIEL DE ABEJA QUE SE CONSUME EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES		VENDEDORES			CONSUMIDORES			
		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL		Muestra proporcional	TIPO DE MIEL	
			SILVESTRE	COLMENA		SILVESTRE	COLMENA		SILVESTRE	COLMENA
Picota	43	05	01	04	18	06	12	20	08	12
Bellavista	65	10	03	07	18	08	10	37	14	23
El Huallaga	34	09	01	08	12	05	07	13	04	09
Mcal. Cáceres	98	09	01	08	25	07	18	64	08	56
TOTAL	240	33	06	27	73	26	47	134	34	100

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

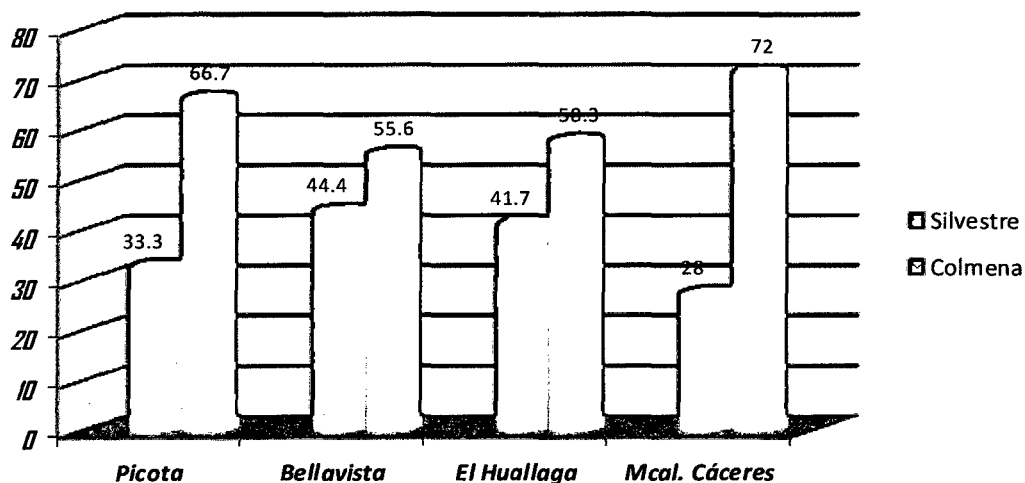
GRÁFICO 09
TIPO DE MIEL DE PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR EN CADA UNA DE LA
PROVINCIAS DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

G₁: Según Productores:



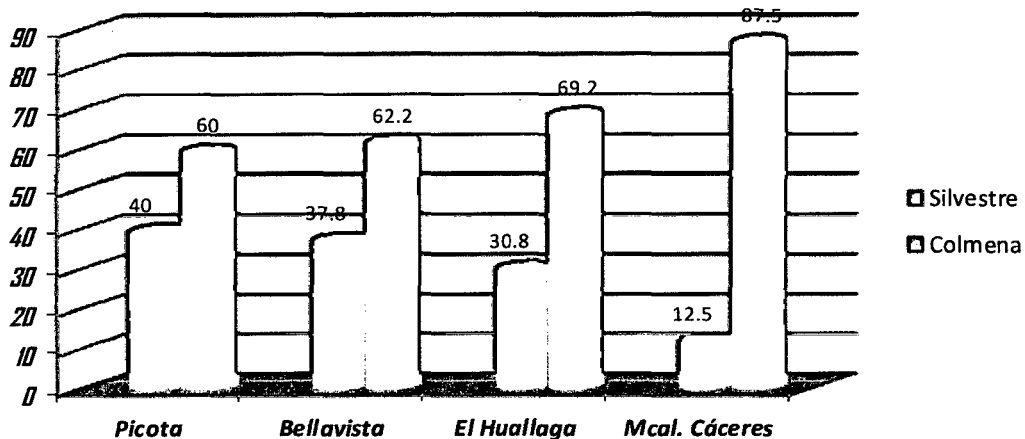
Fuente: Tabla 4

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 4

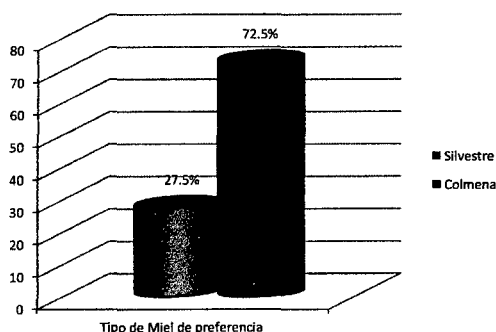
G₃: Según Consumidores:



Fuente: Tabla 4

La **Tabla 4** hace referencia a la **preferencia de consumo de miel de abeja en el Huallaga Central por el tipo, sea silvestre o colmena**. En los gráficos anteriores se puede observar los resultados relativos –según afirmación de **Productores, Vendedores y Consumidores** en la que predomina el consumo de **miel de tipo colmena** (gráficos **G₁, G₂ y G₃**).

GRÁFICO 10
TIPO DE MIEL DE PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR A NIVEL DEL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.



El gráfico finalmente consolida lo dicho al afirmar que, *la miel de tipo colmena* es de preferencia por el poblador del Huallaga Central. Así lo refiere los resultados de 72.5% de tipo colmena ante 27.5% de tipo silvestre.

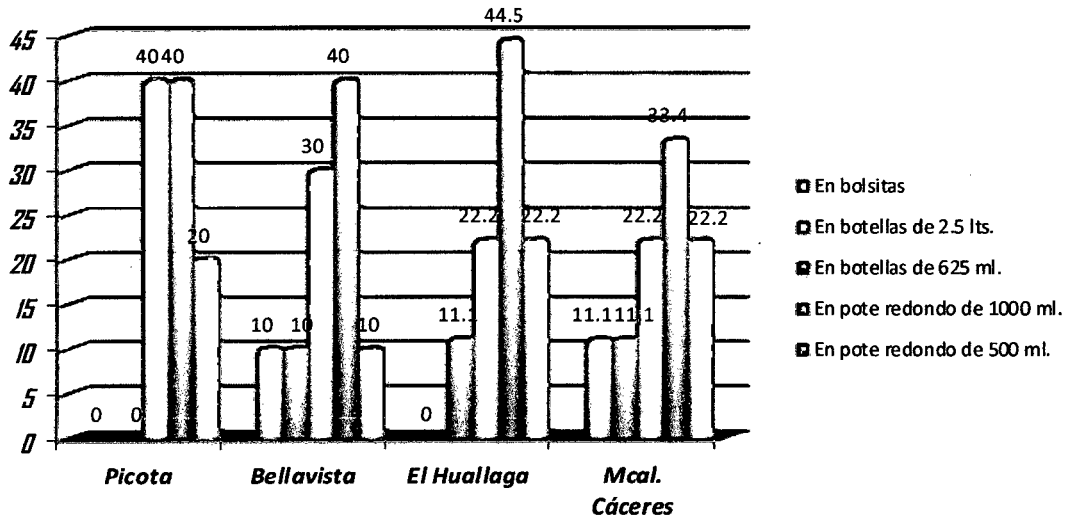
TABLA 05
PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA QUE PREFIERE EL CONSUMIDOR EN
EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA				VENDEDORES PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA				CONSUMIDORES PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA									
		Muestra proporcional				Muestra proporcional				Muestra proporcional									
		En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml. En pote redondo de 500 ml	En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml. En pote redondo de 500 ml	En bolsitas	En botella de 2.5 lts.	En botella de 625 ml.	En pote redondo de 1000 ml. En pote redondo de 500 ml						
Picota	43	05	0	0	2	2	1	18	1	1	7	7	2	20	2	4	6	4	4
Bellavista	65	10	1	1	3	4	1	18	3	1	8	4	2	37	0	7	8	1	3
El Huallaga	34	09	0	1	2	4	2	12	0	1	6	2	3	13	1	0	7	4	1
Mcal. Cáceres	98	09	1	1	2	3	2	25	5	1	8	10	1	64	4	0	1	2	2
TOTAL	240	33	2	3	9	13	6	73	9	4	29	23	8	134	7	1	3	4	3
															1	1	7	7	2

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

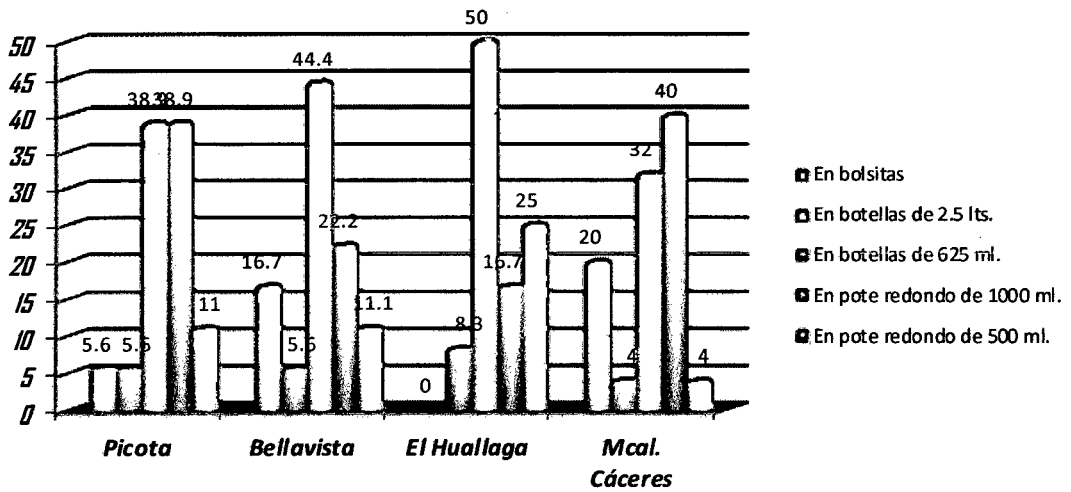
GRÁFICO 11
PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA QUE PREFIERE EL CONSUMIDOR EN
CADA UNA DE LA PROVINCIAS DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

G₁: Según Productores:



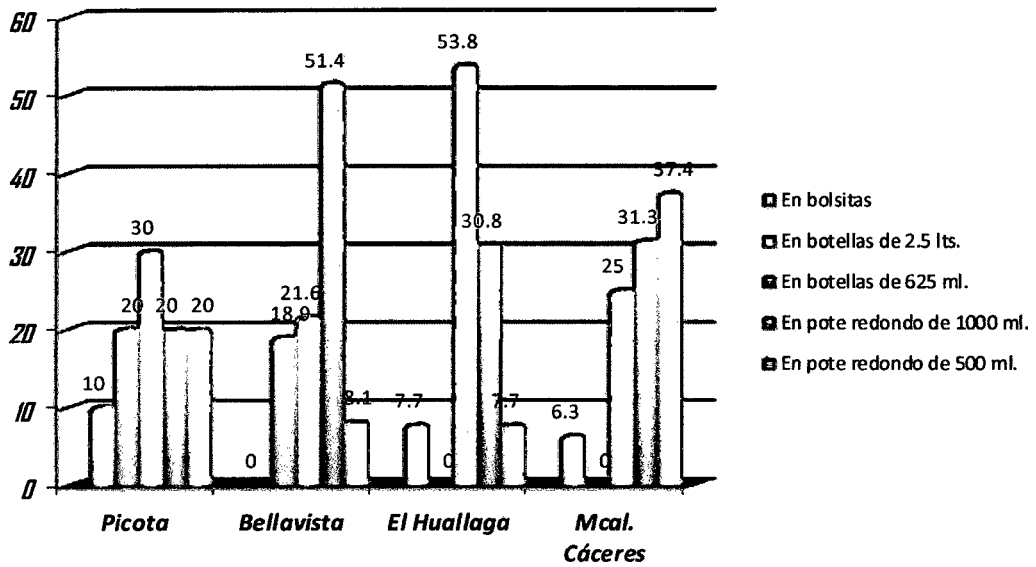
Fuente: Tabla 5

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 5

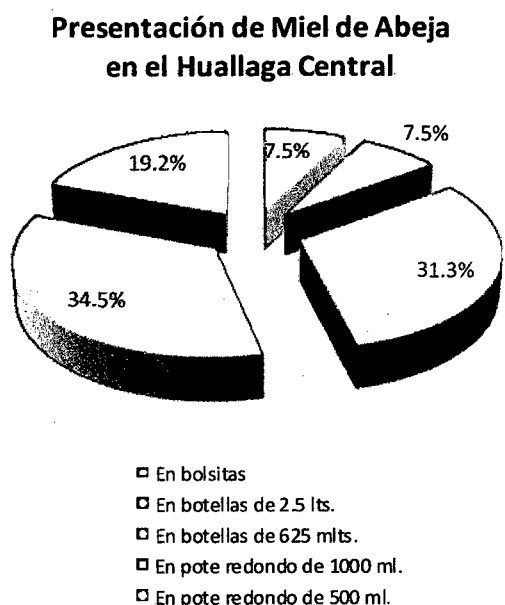
G₃: Según Consumidores:



Fuente: Tabla 5

La **Tabla 5** muestra en cifras absolutas (de acuerdo a la muestra de estudio) la **presentación de miel de abeja que prefiere el consumidor en el Huallaga Central**, en la cual podemos notar que, la aceptación por la presentación de miel difiere en la apreciación de los **productores, vendedores y consumidores** (gráficos G₁, G₂ y G₃).

GRÁFICO 12
PRESENTACIÓN DE MIEL DE ABEJA QUE PREFERE EL CONSUMIDOR A
NIVEL DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.



El siguiente gráfico consolida la afirmación de productores, vendedores y consumidores, donde se puede observar que la presentación de miel de abeja que más prefiere el consumidor en el Huallaga Central, es en pote redondo de 1000 ml. (34,6%), seguido por las botellas de 625 ml (31,3%), en pote redondo de 500 ml (19,29%), y en última instancia se encuentran las presentaciones en bolsitas y en botella de 2,5 lts. (7,5%).

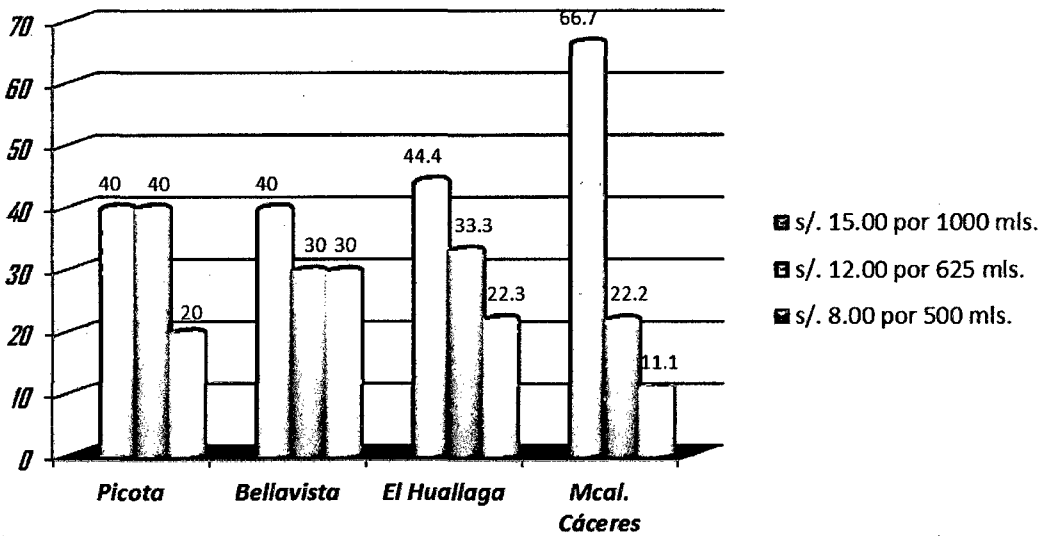
TABLA 06
DISPOSICIÓN DE PAGO POR EL PRODUCTO (MIEL DE ABEJA) EN EL
HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra (i)	PRODUCTORES			VENEDORES			CONSUMIDORES					
		DISPOSICIÓN DE PAGO			DISPOSICIÓN DE PAGO			DISPOSICIÓN DE PAGO					
		Muestra proporcional	S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.	Muestra proporcional	S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.	Muestra proporcional	S/. 15.00 por 1000 ml.	S/. 12.00 por 625 ml.	S/. 8.00 por 500 ml.
Picota	43	05	02	02	01	18	09	04	05	20	05	06	09
Bellavista	65	10	04	03	03	18	05	04	09	37	20	08	09
El Huallaga	34	09	04	03	02	12	02	04	06	13	04	02	07
Mcal. Cáceres	98	09	06	02	01	25	13	03	09	64	27	19	18
TOTAL	240	33	16	10	07	73	29	15	29	134	56	35	43

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

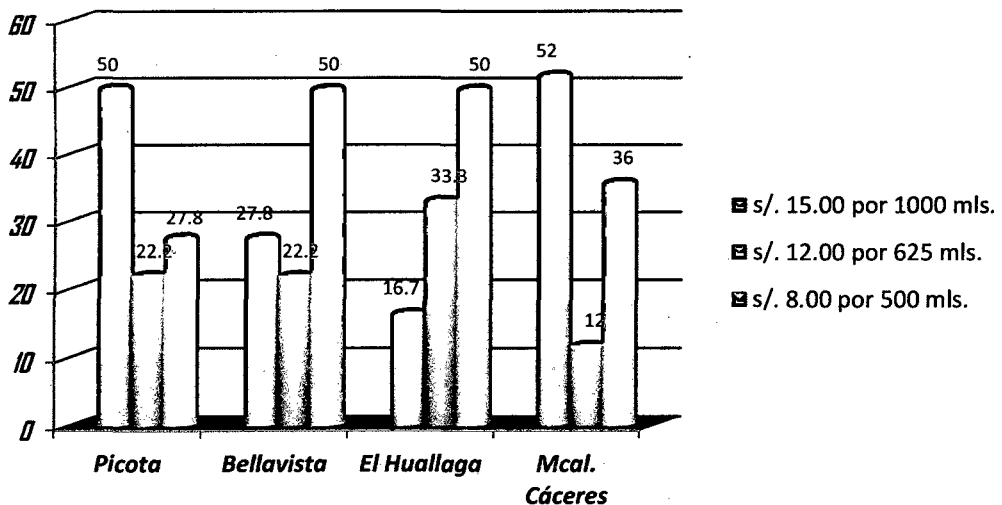
GRÁFICO 13
DISPOSICIÓN EN EL PAGO DEL PRODUCTO (MIEL DE ABEJA) EN CADA
UNA DE LAS PROVINCIAS DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

G₁: Según Productores:



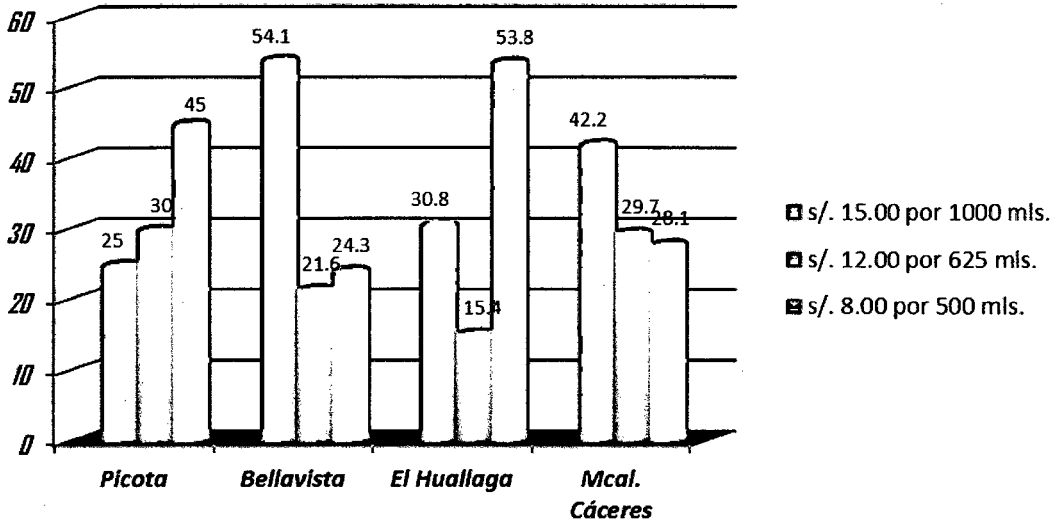
Fuente: Tabla 6

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 6

G₃: Según Consumidores:

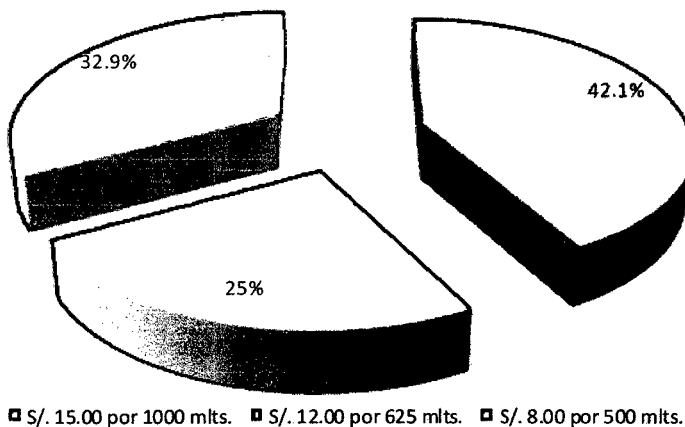


Fuente: Tabla 6

La **Tabla 6** hace referencia a la **disposición de pago por el producto (miel de abeja) en el Huallaga Central**, en la que se refleja las variantes en los precios en sus diferentes presentaciones: s/. 15.00 por 1000 ml., s/. 12.00 por 625mlts. Y s/. 8.00 por 500 ml. (Gráficos **G₁**, **G₂** y **G₃**).

GRÁFICO 14

DISPOSICIÓN EN EL PAGO DEL PRODUCTO MIEL DE ABEJA A NIVEL DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.



■ S/. 15.00 por 1000 mls. ■ S/. 12.00 por 625 mls. ■ S/. 8.00 por 500 mls.

En el ámbito del Huallaga Central, el 42,1% de la población accede al pago de la miel de abeja de S/. 15.00 por 1000 mls. 32,9% hace el pago de S/. 8.00 por 500 mls. Finalmente, el 25% accede al pago del producto de S/. 12.00 por 625 mls.

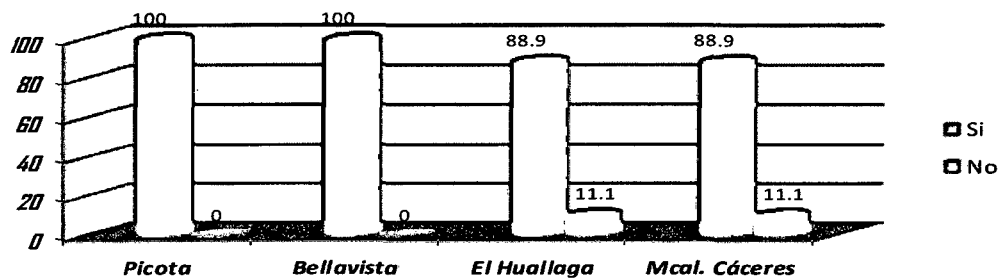
TABLA 07
ACCESIBILIDAD DE PAGO POR EL CONSUMO DE MIEL DE ABEJA QUE SE
CONSUME EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES		VENEDORES			CONSUMIDORES			
		Muestra proporcional	RESPUESTA		Muestra proporcional	RESPUESTA		Muestra proporcional	RESPUESTA	
			SI	NO		SI	NO		SI	NO
Picota	43	05	05	00	18	17	01	20	15	05
Bellavista	65	10	10	00	18	16	02	37	35	02
El Huallaga	34	09	08	01	12	11	01	13	11	02
Mcal. Cáceres	98	09	08	01	25	21	04	64	64	00
TOTAL	240	33	31	02	73	65	08	134	125	09

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

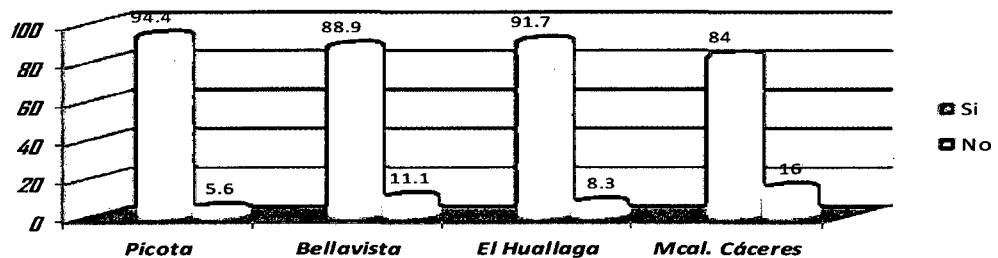
GRÁFICO 15
ACCESIBILIDAD DE PAGO DEL PRODUCTO MIEL DE ABEJA EN CADA UNA
DE LAS PROVINCIAS DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

G₁: Según Productores:

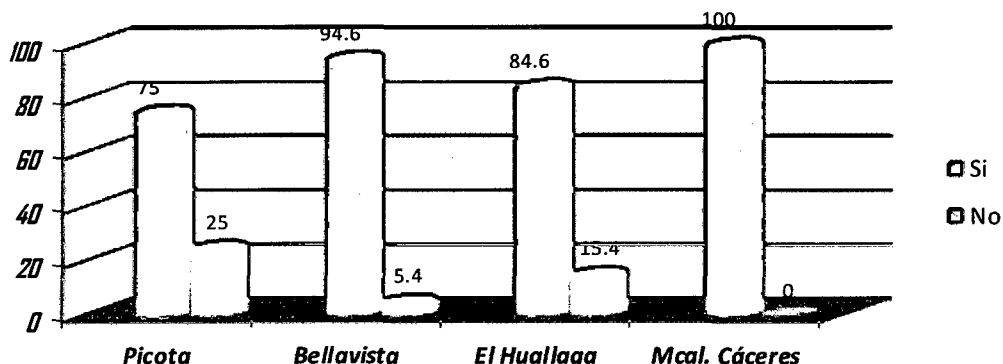


Fuente: Tabla 7

G₂: Según Vendedores:



G₂: Según Consumidores:



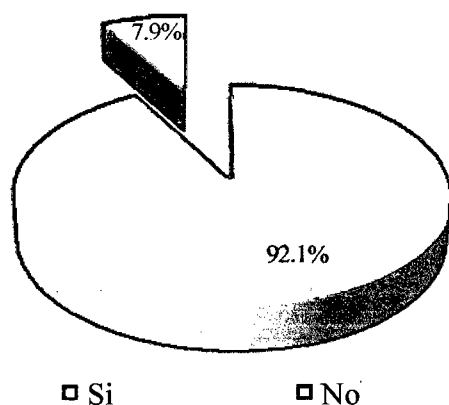
Fuente: Tabla 7

La *tabla 7* describe la **accesibilidad de pago por el consumo de miel de abeja en el Huallaga Central**. En los gráficos anteriores se puede observar los resultados relativos según afirmación de *productores, vendedores y consumidores* en la que en las diferentes provincias del Huallaga Central, la accesibilidad de pago por el producto es afirmativa (gráficos G₁, G₂ y G₃).

GRÁFICO 16

ACCESIBILIDAD DE PAGO DEL PRODUCTO MIEL DE ABEJA EN EL ÁMBITO DEL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

Accesibilidad de pago por el producto (Miel de Abeja)



El gráfico final afirma la **accesibilidad de pago por la compra (consumo) de la miel de abeja en el Huallaga Central**. Así lo confirman el 92,1 % (221 encuestados), mientras que sólo el 7,9% (19 encuestados) refieren que *No*.

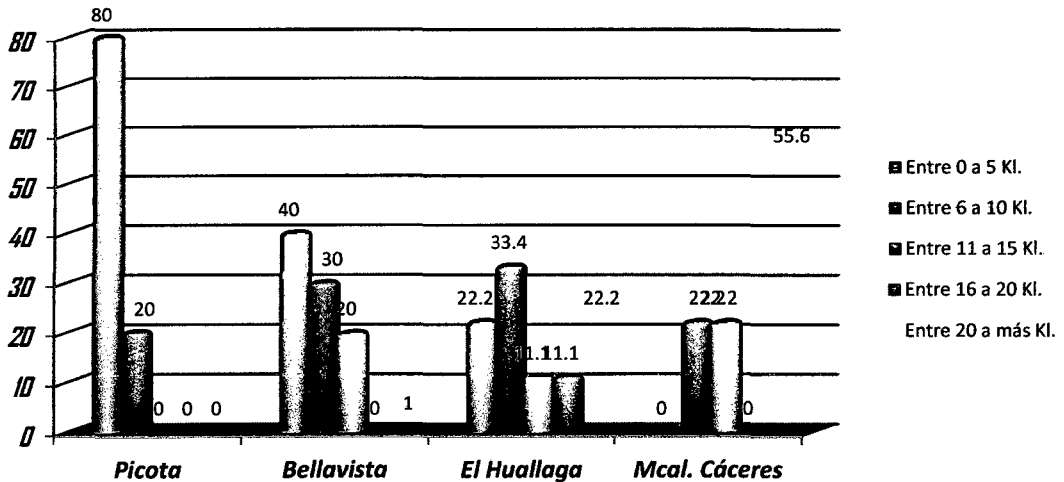
TABLA08
CONSUMO (en Kg) DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
DICIEMBRE 2010.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra(i)	PRODUCTORES CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA					VENDEDORES CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA					CONSUMIDORES CONSUMO (en Kg.) DE MIEL DE ABEJA							
		Muestra proporcional						Muestra proporcional						Muestra proporcional					
			Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.		Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.		Entre 0 a 5 kl.	Entre 6 a 10 kl.	Entre 11 a 15 kl.	Entre 16 a 20 kl.	Entre 20 a más kl.
Picota	43	05	04	01	00	00	18	05	07	02	02	02	20	05	14	01	00	00	
Bellavista	65	10	04	03	02	00	18	04	10	01	01	02	37	12	20	03	02	00	
El Huallaga	34	09	02	03	01	01	12	03	04	02	01	02	13	04	07	01	01	00	
Mcal. Cáceres	98	09	00	02	02	00	25	11	13	00	00	01	64	14	24	11	14	01	
TOTAL	240	33	10	09	05	01	73	23	34	05	04	07	134	35	65	17	18	01	

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central diciembre 2010.

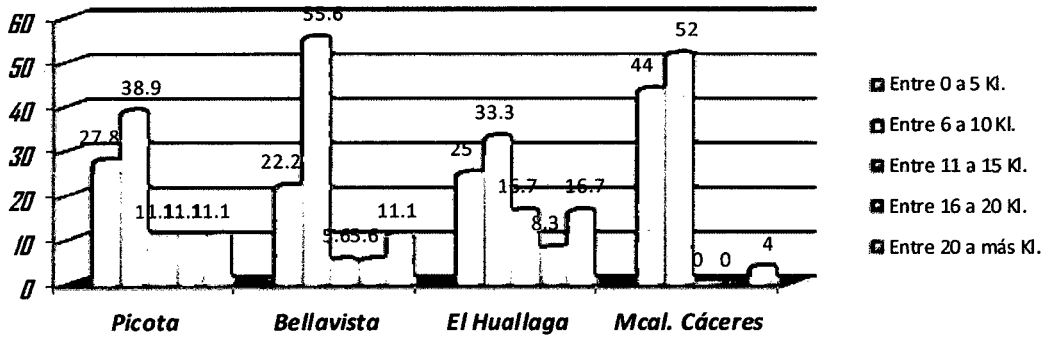
GRÁFICO 17
CONSUMO (en Kg) DE MIEL DE ABEJA EN LAS PROVINCIAS QUE
CONFORMAN EL HUALLAGA CENTRAL DICIEMBRE 2010.

G₁: Según Productores:



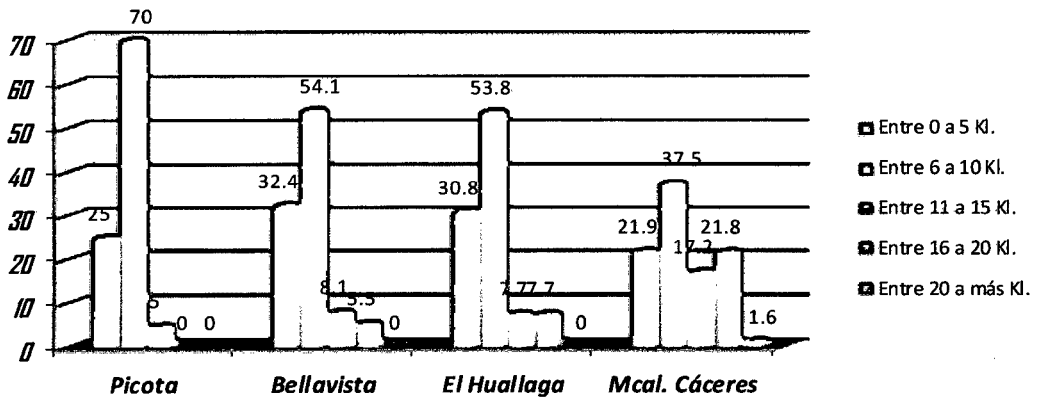
Fuente: Tabla 8

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 8

G₃: Según Consumidores:

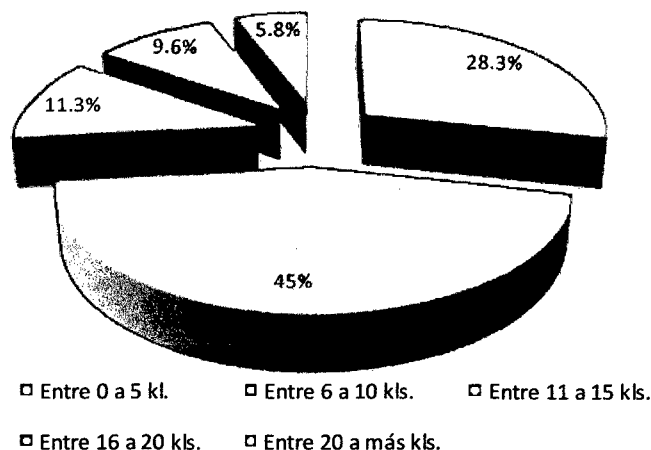


Fuente: Tabla 8

La **Tabla 8** explica la proporción en el **Consumo** (en kg) de **Miel de Abeja** en el **Huallaga Central**, en las cuales se refleja la apreciación de los **productores, vendedores y consumidores** (gráficos **G₁, G₂ y G₃**).

GRÁFICO 18
CONSUMO (en Kg) DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL AÑO
2010.

Consumo (Kg.) de Miel de Abeja en el Huallaga Central



Según se puede observar en el gráfico, la población del Huallaga Central consume en mayor proporción entre 6 a 10 kl al año (45%), seguido por el consumo entre 0 a 5 kl. (28,3%), entre 11 a 15 kl. (11,3%), entre 16 a 20 kl. (9,6%), y –finalmente- entre 20 a más kl. (5,8%), respectivamente.

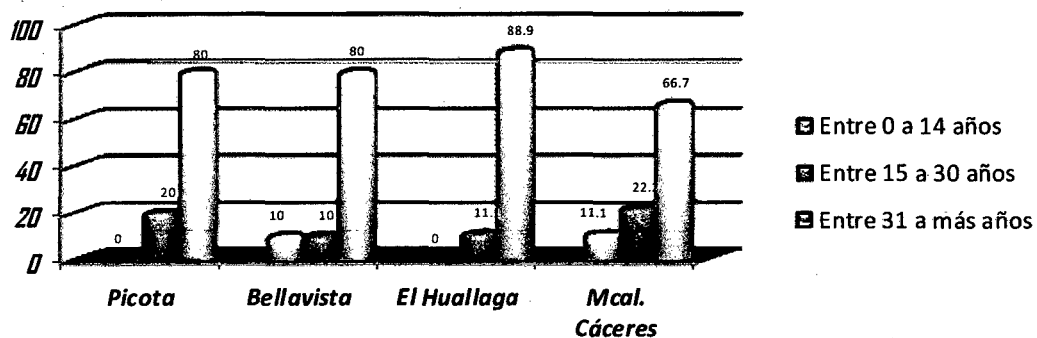
TABLA 09
GRUPOS ETARIOS CONSUMIDORES DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA
CENTRAL ENERO 2011.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra (i)	PRODUCTORES			VENEDORES			CONSUMIDORES					
		Muestra proporcional	GRUPO ETARIO			Muestra proporcional	GRUPO ETARIO			Muestra proporcional	GRUPO ETARIO		
			Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años		Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años		Entre 0 a 14 años	Entre 15 a 30 años	Entre 31 a más años
Picota	43	05	00	01	04	18	01	01	16	20	02	05	13
Bellavista	65	10	01	01	08	18	01	05	12	37	01	03	33
El Huallaga	34	09	00	01	08	12	01	01	10	13	01	01	11
Mcal. Cáceres	98	09	01	02	06	25	03	02	20	64	02	05	59
TOTAL	240	33	02	05	26	73	06	09	58	134	06	14	116

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

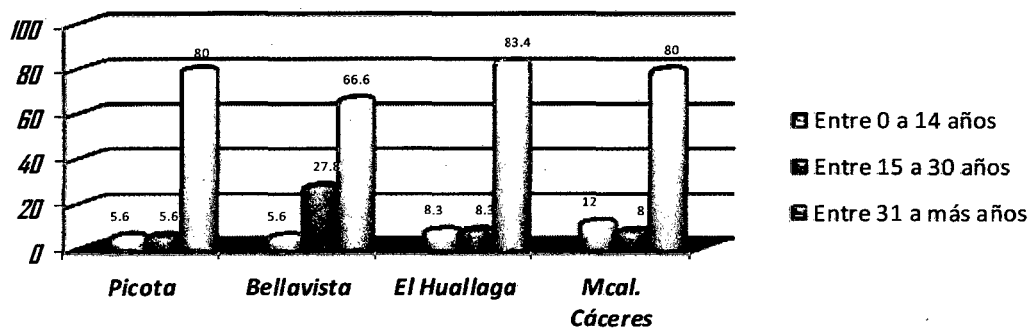
GRÁFICO 19
GRUPOS ETARIOS CONSUMIDORES DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA
CENTRAL ENERO 2011.

G₁: Según Productores:



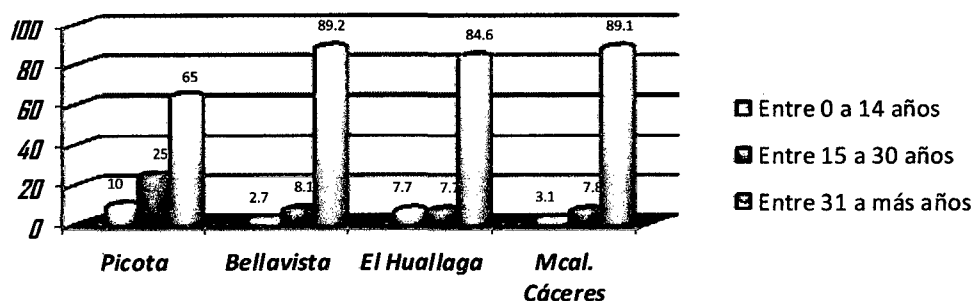
Fuente: Tabla 9

G₂: Según Vendedores:



Fuente: Tabla 9

G₃: Según Consumidores:



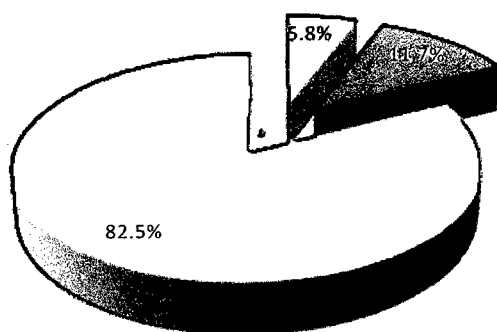
Fuente: Tabla 9

Los Gráficos G₁, G₂ y G₃, reflejan los **grupos consumidores de la miel de abeja en el Huallaga Central**. Sin lugar a dudas, en los diferentes gráficos se constata el alto grado de consumo por personas cuyo grupo etario se encuentra entre los 31 a más años de edad, en las diferentes provincias.

GRÁFICO 20

GRUPOS ETARIOS CONSUMIDORES DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

Grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga Central



Entre 0 a 14 años Entre 15 a 30 años Entre 31 a más años

El gráfico sistematiza los **grupos etarios consumidores de miel de abeja en el Huallaga Central**, en la cual se reafirma el alto índice de consumo por personas ubicadas entre los 31 a más años de edad (82,5%), seguido por grupos entre los 15 a 30 años (11,7%) y, finalmente, los ubicados entre los 0 a 14 años (5,8%).

TABLA 10
LUGARES DE COMPRA DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
ENERO 2011.

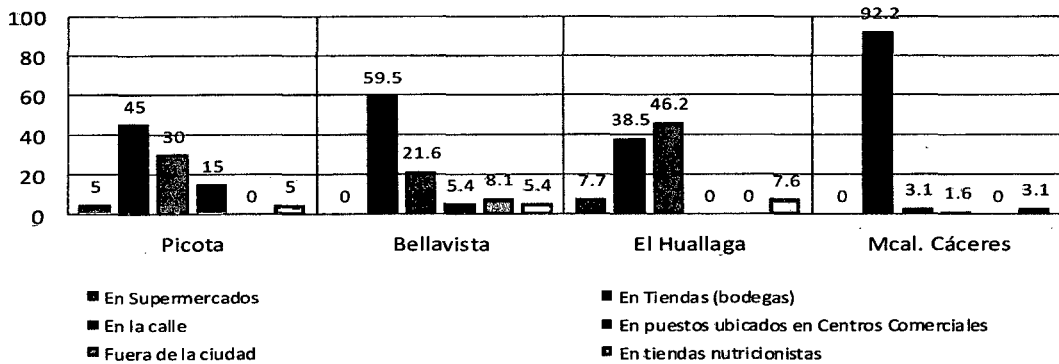
ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra proporcional	CONSUMIDORES					
		LUGARES DE COMPRA					
		En Supermercados	En Tiendas (bodegas)	En la calle	En puestos ubicados en Centros Com.	Fuera de la ciudad	En tiendas nutricionistas
Picota	20	01	09	06	03	00	01
Bellavista	37	00	22	08	02	03	02
El Huallaga	13	01	05	06	00	00	01
Mcal. Cáceres	64	00	59	02	01	00	02
TOTAL	134	02	97	22	06	03	06

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

GRÁFICO 21
LUGARES DE COMPRA DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL
(Por provincias conformantes) ENERO 2011.

G₁

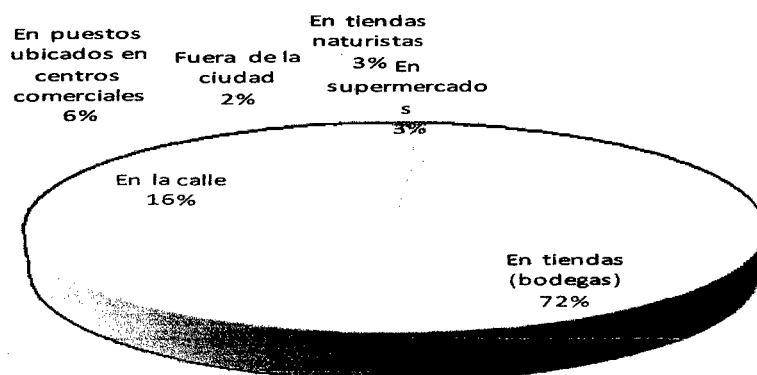
**Lugares de compra del producto (miel de abeja) con referencia a cada una
de las provincias del Huallaga Central**



Fuente: Tabla 10

G₂

LUGARES DE COMPRA DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL



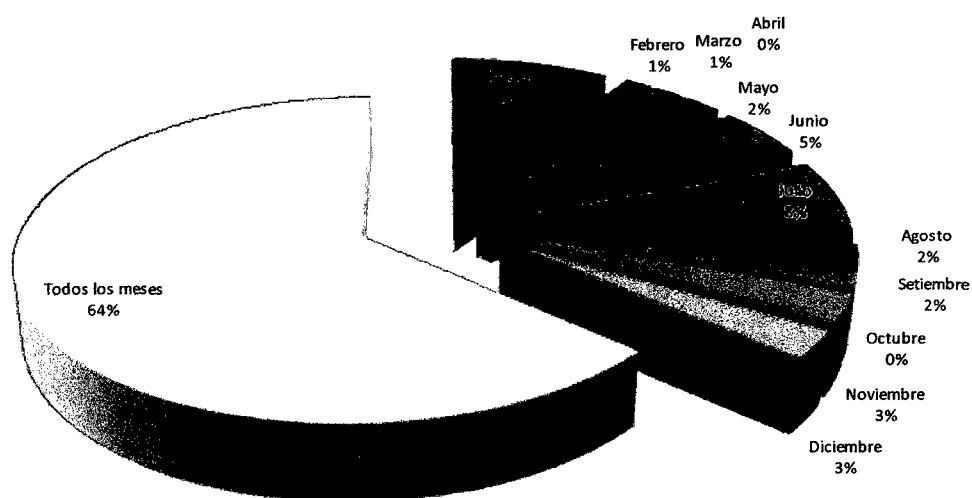
La **Tabla 10** refiere los **lugares de compra de la miel de abeja en el Huallaga Central**. Como se reflejan en los gráficos G₁ y G₂, el consumidor adquiere el producto en Tiendas (bodegas), seguido por la venta ambulante de la calle. En menores escalas se encuentran los puestos ubicados en centros comerciales, en tiendas naturistas y supermercados y, en última instancia, fuera de la ciudad.

TABLA 11
CONSUMO DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL DURANTE EL
AÑO 2010

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	Muestra proporcional	CONSUMIDORES												Todos los meses
		MESES												
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	octubre	Noviembre	Diciembre	
Picota	20	01	00	00	00	00	02	01	00	00	00	01	01	14
Bellavista	37	02	00	02	00	00	03	03	01	02	00	02	02	20
El Huallaga	13	00	00	00	00	00	01	00	02	00	00	00	00	10
Mcal. Cáceres	64	09	02	00	00	03	01	06	00	00	00	01	01	41
TOTAL	134	12	02	02	00	03	07	10	03	02	00	04	04	85

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central 2010.

GRÁFICO 22
CONSUMO DE MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL DURANTE EL
AÑO 2010.



La **Tabla 11** hace referencia al **Consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central durante un año**, donde se registra los meses de mayor incidencia en el consumo de este producto.

Así, los consumidores los hacen con eventualidad durante todos los meses (4%) y, con regularidad en los meses de enero (8,9%), julio (7,5%), mientras que en menor incidencia registran los meses de febrero, marzo y setiembre (1,5%, respectivamente. No registran niveles de consumo los meses de abril y octubre

4.2.3. CONSOLIDACIÓN DE RESULTADOS:

TABLA 12
FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL
HUALLAGA CENTRAL 2010 – 2011.

Nº	FACTORES DE CONSUMO		ABS.	REL. (%)	TOTAL ABSOL.	TOTAL (%)
1	Fines	Medicinal	176	73,4	240	100,0
		Alimenticio	64	26,6		
2	Color	Clara	66	27,4	240	100,0
		Obscura	87	36,3		
		Ámbar	87	36,3		
3	Frecuencia de consumo	Todos los días	102	42,5	240	100,0
		Una vez por semana	66	27,5		
		Una vez al mes	12	5,0		
		De vez en cuando	60	25,0		
4	Tipo de miel	Silvestre	66	27,5	240	100,0
		Colmena	174	72,5		
5	Presentación	En bolsitas	18	7,5	240	100,0
		En botellas de 2.5 lts.	18	7,5		
		En botellas de 625 mlts.	75	31,3		
		En pote redondo de 1000 mlts.	83	34,5		
		En pote redondo de 500 mlts.	46	19,2		
6	Disposición de pago	S/. 15.00 por 1000 mlts.	101	42,1	240	100,0
		S/. 12.00 por 625 mlts.	60	25,0		
		S/. 8.00 por 500 mlts.	79	32,9		
7	Accesibilidad de pago	Si	221	92,1	240	100,0
		No	19	7,9		
8	Cantidad de consumo al año	Entre 0 a 5 kls.	68	28,3	240	100,0
		Entre 6 a 10 kls.	108	45,0		
		Entre 11 a 15 kls.	27	11,3		
		Entre 16 a 20 kls.	23	9,6		
		Entre 21 a más kls.	14	5,8		
9	Grupo etario	Entre 0 a 14 años	14	5,8	240	100,0
		Entre 15 a 30 años	28	11,7		
		Entre 31 años a más	198	82,5		

TABLA 12 A
FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL
HUALLAGA CENTRAL 2010 – 2011.

N°	FACTORES DE CONSUMO		ABS.	REL. (%)	TOTAL ABSOL.	TOTAL (%)
10	Lugares de compra	En supermercados	4	1,5	240	100,0
		En tiendas (bodegas)	174	72,4		
		En la calle	39	16,4		
		En puestos ubicados en centros comerciales	11	4,5		
		Fuera de la ciudad	5	2,2		
		En tiendas nutricionistas	7	3,0		
11	Mes (es) del año de mayor consumo	Enero	21	8,9	240	100,0
		Febrero	4	1,5		
		Marzo	4	1,5		
		Abril	0	0,0		
		Mayo	5	2,2		
		Junio	12	5,2		
		Julio	18	7,5		
		Agosto	5	2,2		
		Setiembre	4	1,5		
		Octubre	0	0,0		
		Noviembre	7	2,9		
		Diciembre	7	2,9		
		Todos los meses	153	63,7		

Fuente: Cuadros 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.

1. Formulación de la Hipótesis

$$\text{Si } x_t^2 \leq x_c^2 = H_0$$

H_0 : Los factores medicinales, nutritivos y económicos no determinan significativamente el consumo de miel de abeja en el Huallaga Central.

$$\text{Si } x_t^2 \geq x_c^2 = H_a$$

H_a : Son factores medicinales, nutritivos y económicos los que determinan significativamente el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

2. Nivel de Significación

$$\alpha = 0,05$$

3. Estadística de prueba (Chi Cuadrado)

$$\chi^2 = \sum \frac{(f(a) - f(e))^2}{f(e)}$$

$$\chi^2 = \sum \frac{(\text{valores observados} - \text{valores esperados})^2}{(\text{valores esperados})}$$

Leyenda:

f_a = valores observados.

f_e = valores esperados.

4. Tabla de Chi-cuadrado

Grados de Libertad	probabilidad				
	0.9	0.5	0.1	0.05	0.01
1	0.02	0.46	2.71	3.84	6.64
2	0.21	1.39	4.61	5.99	9.21
3	0.58	2.37	6.25	7.82	11.35

– **Región Crítica**

$$\chi_T^2 = \chi_\alpha^2 = \chi_{0,05(3)g.l.}^2 = 7.82$$

TABLA 13
CONTINGENCIA DE FRECUENCIA CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA
EN EL HUALLAGA CENTRAL DICIEMBRE 2010.

Se aplicaron 240 encuestas - entrevistas. Los resultados se muestran en la siguiente tabla de contingencia.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	FINES DE CONSUMO		TOTAL
	Medicinales	Alimenticios	
Picota	35	08	43
Bellavista	45	20	65
El Huallaga	27	07	34
Mcal. Cáceres	69	29	98
TOTAL	176	64	240

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central diciembre 2010.

$$\chi^2 = \sum \frac{(43 - 35)^2}{35} + \frac{(65 - 45)^2}{45} + \frac{(34 - 27)^2}{27} + \frac{(98 - 69)^2}{69} = 24.73$$

Número de clases : 4
 Gl (grados de libertad) : $n-1 = 4-1 = 3$
 Valor del Chi cuadrado : 24.73

De la tabla teórica de Chi Cuadrado se tiene que para un grado de libertad ($gl = 3$) el valor de χ^2 que separa 0,05% superior es 7.82. Por lo tanto, la hipótesis según la cual los fines de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central son alimenticios debe ser rechazada, ya que el valor antes obtenido (24.73) es superior al estándar establecido. De esta manera se acepta que los fines de consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central son medicinales.

TABLA 14
CONTINGENCIA DE FRECUENCIA EN EL COLOR DE LA MIEL DE
ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

En el estudio para determinar la *preferencia en el color de miel de abeja que se consume en el Huallaga Central* se aplicaron 240 encuestas-entrevistas. Los resultados se muestran en la siguiente tabla de contingencia.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	PREFERENCIA DE CONSUMO			TOTAL
	Claro	Oscuro	Ámbar	
Picota	12	19	12	43
Bellavista	19	28	18	65
El Huallaga	10	09	15	34
Mcal. Cáceres	25	31	42	98
TOTAL	66	87	87	240

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

$$\chi^2 = \sum \frac{(43 - 31)^2}{31} + \frac{(65 - 46)^2}{46} + \frac{(34 - 24)^2}{24} + \frac{(98 - 73)^2}{73} = 25.23$$

Número de clases : 4
 Gl (grados de libertad) : $n-1 = 4-1 = 3$
 Valor del Chi cuadrado : 25.23

De la tabla teórica de Chi Cuadrado se tiene que para un grado de libertad ($gl = 3$) el valor de χ^2 que separa 0,05% superior es 7.82. Por lo tanto, el supuesto según la cual la **preferencia en el color de miel de abeja en el Huallaga Central** es clara es rechazado, ya que el valor antes obtenido (25.23) es superior al estándar establecido. De esta manera se acepta que la preferencia del color de la miel de abeja en el Huallaga Central es oscura y ambar.

TABLA 15
CONTINGENCIA DE FRECUENCIAS EN EL TIPO DE MIEL DE ABEJA
EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

En el estudio para determinar el tipo de miel de abeja que se consume en el **Huallaga Central** se aplicaron 240 encuestas-entrevistas. Los resultados se muestran en la siguiente tabla de contingencia.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	FINES DE CONSUMO		TOTAL
	Silvestre	Colmena	
Picota	15	28	43
Bellavista	25	40	65
El Huallaga	10	24	34
Mcal. Cáceres	16	82	98
TOTAL	66	174	240

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

$$\chi^2 = \sum \frac{(43 - 28)^2}{28} + \frac{(65 - 40)^2}{40} + \frac{(34 - 24)^2}{24} + \frac{(98 - 82)^2}{82} = 30.96$$

Número de clases : 4
 Gl (grados de libertad) : $n-1 = 4-1 = 3$
 Valor del Chi cuadrado : 30.96

De la tabla teórica de Chi Cuadrado se tiene que para un grado de libertad ($gl = 3$) el valor de χ^2 que separa 0,05% superior es 7.82. Por lo tanto, el supuesto según la cual **en el Huallaga Central se consume el tipo de miel de abeja silvestre** es rechazado, ya que el valor antes obtenido (30.96) es muy superior al estándar establecido. De esta manera se acepta que el tipo de miel de abeja que se consume en el Huallaga Central es miel de colmena.

TABLA 16
CONTINGENCIA DE FRECUENCIA EN LA ACCESIBILIDAD DE PAGO
EN EL HUALLAGA CENTRAL ENERO 2011.

En el estudio para determinar la *accesibilidad de pago por el consumo de miel de abeja en el Huallaga Central* se aplicaron 240 encuestas-entrevistas. Los resultados se muestran en la siguiente tabla de contingencia.

ÁREA (HUALLAGA CENTRAL)	FINES DE CONSUMO		TOTAL
	SI	NO	
Picota	37	06	43
Bellavista	61	04	65
El Huallaga	30	04	34
Mcal. Cáceres	93	05	98
TOTAL	221	19	240

Fuente: Guías de Encuesta-Entrevista administrado a Productores, Vendedores y Consumidores en la zona del Huallaga Central enero 2011.

$$\chi^2 = \sum \frac{(43 - 37)^2}{37} + \frac{(65 - 61)^2}{61} + \frac{(34 - 30)^2}{30} + \frac{(98 - 93)^2}{93} = 2.03$$

Número de clases : 4
 Gl (grados de libertad) : $n-1 = 4-1 = 3$
 Valor del Chi cuadrado : 2.03

De la tabla teórica de Chi Cuadrado se tiene que para un grado de libertad ($gl = 3$) el valor de χ^2 que separa 0,05% superior es 7.82. Por lo tanto, la hipótesis según la cual **en el Huallaga Central no existe accesibilidad de pago de la miel de abeja** es rechazada, ya que el valor antes obtenido (2.03) es muy inferior al estándar establecido. De esta manera se acepta que la accesibilidad de pago por el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central es muy accesible.

RESULTADO:

CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN EL HUALLAGA CENTRAL

La miel de abeja es consumida con fines medicinales hasta un 69,2% del total de encuestados (n= 74), preferencia del color oscuro y ámbar, y en 27,5% que prefieren de color claro. El 42,9% consumen todos los días, un 27,5% prefieren consumir una vez a la semana, 5% una vez al mes. Prefieren al tipo de miel de abeja cosechada de la colmena un (72,5%). La presentación de la miel de abeja es un factor muy importante, y tienden por la presentación en pote redondo de 1000 ml un (34,6%), seguido por la presentación en botella de 625 ml (31,25%). La que menos aceptación tiene en la presentación es la de bolsitas (7,5%). La disposición de pago por el producto es muy fundamental debido a que depende del nivel adquisitivo del consumidor para saber cuánto están dispuestos a pagar por las diferentes presentaciones del producto.

La accesibilidad del pago por el producto es de 92.1% (221 encuestados), mientras que el 7,9% (19 encuestados) dicen que no es accesible el pago para realizar la compra de miel de abeja que imposibilitan el acceso al producto. El consumo per cápita de miel de abeja en el Huallaga Central fluctúa entre 6 y 10 kg por familia, es decir, entre 0,50 kg y 0,83 kg al mes. En este indicador se encuentra el mayor porcentaje de encuestados (45%).

Es la población cuyos años fluctúan en los 31 a más (198 encuestados), confirman el mayor consumo registrando un 82,5%, mientras que entre los 15 a 30 años (28 encuestados) refleja el 11,7%, y solo el 5,8% se ubican entre los 0 a 14 años (14 encuestados). Por lo tanto la población que más consume miel de abeja en el Huallaga Central son de las edades de 31 años de edad (82.5%). En el Huallaga Central, los lugares donde el consumidor adquiere en mayor cantidad el producto de la miel de abeja por su accesibilidad, costo, seguridad, son las tiendas o bodegas, confirmando el 72,4% de los encuestados y en menor proporcionalidad en los supermercados (1,5%).

Con respecto a la frecuencia de consumo, se hace relativa casi todo los meses del año en proporciones mínimas de consumo, registrándose que de 240 encuestados el 35,4% consumen todos los meses del año, el 64,6% están distribuidos según meses de consumo específicamente, a excepción de los meses de abril y octubre que no registra consumo del producto.

LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA

En la zona del Huallaga Central, la provincia de Mariscal Cáceres presenta un 28,7% de casos de consumo por fines medicinales y el 12,1% con fines alimenticios, resumiéndose que en el primer caso, son los que predominan el consumo de la miel de abeja (73,40%) frente a un 26,60% que sostiene que lo hacen por fines alimenticios.

Existe preferencia por la miel de color oscura y ámbar, por el tipo silvestre o colmena, por los precios en sus diferentes presentaciones: s/. 15.00 por 1000 ml, s/. 12.00 por 625 ml y s/. 8.00 por 500 ml. El volumen de consumo promedio es de 6 a 10 kg al año (45%), seguido de cero a 5 kg. (28,3%), entre 11 a 15 kg. (11,3%), y entre 16 a 20 kg. (9,6%). Finalmente la preferencia de la miel en personas con edades ≥ 31 años (82%).

Que se rechaza la hipótesis nula que indica que **los factores medicinales, nutritivos y económicos no determinan significativamente el consumo de miel de abeja en el Huallaga Central**, detectado por la Prueba estadística Chi cuadrado al tener valor experimental mayor que el valor tabular con un nivel de significación del 5% por lo que se concluye, con el 95% de la probabilidad de aceptar la hipótesis alternante que son los factores medicinales, nutritivos y económicos que determinan significativamente el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

CAPITULO V. DISCUSIÓN

5.1 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La inquietud de esta investigación fue la *de determinar los factores de consumo de la miel de miel de abeja en el Huallaga Central*, para lo cual se procedió a identificarlos indicadores de consumo haciendo uso de la *entrevista* que se realizó a profundidad al productor, consumidor y comercializador, para llegar a saber con exactitud los factores que determinan el consumo de miel de abeja en el área del Huallaga Central. Además se aplicó la *encuesta* en forma interactiva – simultáneamente a la entrevista- en base a un cuestionario de preguntas.

Los resultados indican que el 73,4% (176) consumen miel de abeja por razones medicinales, mientras que el 26,6% (64) lo hacen por razones alimenticias; por lo que se concluye que la mayoría lo consumen como medicamento, descripciones explicadas por Werthein I, (1995), al referir que “...*en gran parte del mundo la gran mayoría de habitantes demandan a la miel como medicamento...*”. Contribuye a esta descripción los aportes de *Kastel, (1996)*, en su trabajo “*La Influencia de la Cultura Tradicional de la Miel de Abeja en el Consumo Humano*” en la cual expone que “*La miel...es uno de los alimentos que no solo contiene azúcares sino que también vitaminas, enzimas y proteínas*”.

Si comparamos el resultado del informe presentado por *J.E. Austin Associates, Arlington* para la Chemonics International (enero, 2002) en el que manifiesta que “... *se toma como alimento que como medicina o se incorpora como ingrediente en la preparación de recetas de cocina. Sin embargo se toma como alimento en pocas sociedades del mundo*”, podemos corroborar que en el Huallaga Central el consumo se hace con fines medicinales.

Además -Werthein I,- hace mención que “...*son pocas las que la ingieren a lo largo de todo el año, incorporándola como alimento o edulcorante en la mesa familiar*”, consideraciones con las que se difiere por lo que se refleja que, de la totalidad, el

63,7% de habitantes del Huallaga Central consumen este producto a lo largo de todo el año, mientras que el 36,3% lo hace de manera eventual durante algunos meses del año; ya sea como alimento o edulcorante.

Werthein I, señala también que *“El consumo de la miel en Latinoamérica es relativamente bajo, aproximadamente 250 gramos por habitante/año, en comparación al de los países industrializados del primer mundo, que en varios de ellos alcanza a los 2kg./hab./año, afirmación que es reconfirmada por Parral, (2002), en un estudio sobre el aumento del consumo nacional de la miel en el país de Chile, en la que concluye que “en países como Alemania el consumo es de 2 kilos por habitantes. En Europa, el promedio es de 500 gramos por habitante. Solo 150gramos de miel por año es el consumo de miel por habitante en Chile”*. Sin embargo, ante estas afirmaciones, los resultados obtenidos de la muestra nos arrojan que el 45,0% (108) corroboran que consumen este producto natural entre 6 a 10 kg./hab./año en el Huallaga Central, desdiciendo las versiones anteriores.

Manrique, (2000), en su investigación sobre el “Rezago de la Apicultura en Venezuela, Causas, Efectos y posibles soluciones” manifiesta que “...existe una marcada preferencia en adquirir la miel a vendedores ambulantes, tiendas naturistas y directamente a los productores, dada la gran desconfianza contra las mieles que se expenden en supermercados, hipermercados y otros puntos de ventas, debido al temor de comprar miel adulterada, condición que se contrasta los resultados obtenidos que confirman que, el 72,0% adquiere el producto en tiendas(bodegas), mientras que el 16,0% lo hacen en vendedores ambulantes (calle) y, el 12,0% lo hacen en otros puntos de venta como en puestos ubicados en centros comerciales, en supermercados, en tiendas nutricionistas o fuera de la ciudad (productor). Asimismo, *Manrique* afirma que *“...El consumidor prefiere más, las mieles claras que las oscura...”*, afirmación que se contradice con la base de datos que refiere que el consumidor prefiere las mieles de color oscura y ámbar (72,6%) frente a un mínimo de consumidores (27,4%).

Sin embargo, el consumo de la miel de abeja se realiza irregularmente durante todo el año, y con ciertas incidencias en los meses de enero y julio tal como los demuestra los resultados obtenidos contradiciendo a la afirmación hecha por Manrique al manifestar que *“...El consumo de miel tiene cierta estacionalidad, con preponderancia en el periodo Diciembre – Abril, influenciado por las fiestas navideñas y la semana santa, sumado al hecho de ser la época de mayor cosecha. Pero existe coincidencia en los fines de consumo; así “...La miel es usada principalmente, para preparar remedios contra la gripe y resfriados, de allí que el consumo per-cápita sea tan bajo, acrecentando también por su elevado precio”,* lo que también refleja los resultados de nuestra investigación cuyo consumo se hace en un mayor porcentaje con fines medicinales.

Sin embargo, el manifiesto de Manrique refiere que *“...el consumo per cápita es tan bajo, acrecentado por su elevado precio”*. Reafirman esta apreciación los informes de la *FAO (2003 y 2005)*, *ADEX (2003)* que señalan el consumo mundial de miel fluctúan *entre 1 y 2 kg. Per cápita, mientras que en Perú apenas alcanzan los 150 gramos al año...*”, afirmación que contradice con los resultados obtenidos como parte de la investigación que refiere que el consumo potencial es de 0,50 a 0,83 gr. por persona/mes, siendo el grupo etario de 31 años a más los mayores consumidores en la zona

Un factor determinante para el crecimiento del consumo de la miel es la preocupación por la salud. Falta la difusión en cuanto a las ventajas de su consumo y sus derivados. Los europeos tienen una tendencia más clara por su estilo de vida más saludable.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 CONCLUSIONES.

1. Según nuestra contratación de la hipótesis de la investigación realizada dice que los factores que determinan el consumo de miel de abeja en el Huallaga central son medicinales nutritivos y económicos.
2. La miel es un alimento con importantes cualidades. Posee acción bactericida y puede ser empleada como agente terapéutico en algunas afecciones y desequilibrios nutricionales del organismo.
3. La gran mayoría de los habitantes demandan a la miel como medicamento. Pero son pocos los que la ingieren a lo largo de todo el año, incorporándola como alimento o edulcorante en la mesa familiar. Indudablemente en la mayoría de los casos, por desconocimiento de sus propiedades.
4. El escaso conocimiento del consumidor sobre las propiedades nutricionales y alimenticias de la miel de abeja y sus derivados, han frenado su desarrollo, ya que son consumidos como medicamentos, más que como alimentos.
5. Los cambios de los hábitos alimentarios de la población, privilegiando una alimentación más sana y natural, contribuyen a aumentar las expectativas sobre el crecimiento de la demanda interna. Así se reflejan en los resultados obtenidos del procesamiento de datos que confirman que:
 - El 73,4% consume la miel con fines medicinales
 - El 36,3% prefiere las mieles de color oscuro y ámbar, respectivamente.
 - La frecuencia de consumo es de todos los días con un 42,5%.
 - El tipo de miel de preferencia del consumidor es la colmena, que registra el 72,5%.
 - 34,5% prefieren la presentación en pote redondo de 1000 ml.
 - 42.1% de los consumidores están dispuestos a pagar S/. 15.00 por 1000 ml., siendo accesible el pago en un 92,1%.

- El consumo per cápita en el Huallaga Central para el caso de la miel se ha estimado entre 6 a 10 kilos por familia al año, que representa el mayor porcentaje (45%), lo cual muestra el consumo potencial de 0,50 a 0,83 gr. por persona/mes, siendo el grupo etario de 31 años a más los mayores consumidores en la zona (82,5%)
 - El 72,4% de consumidores compra la miel en tiendas (bodegas), siendo –de manera irregular- su consumo, todos los meses (63,7%).
6. La producción de la miel de abeja en la zona se ha reducido al cultivo artesanal. El campo potencial de consumo de la miel de abeja es muy amplio, lo que implica que el productor debe buscar su inserción de consumo en nuevos mercados que puedan aprovechar las interesantes posibilidades industriales de sus principales productos.

6.2. RECOMENDACIONES.

1. Los apicultores del Huallaga Central deben promocionar, desarrollar una campaña de divulgación en los medios de comunicación. y divulgar las propiedades de la miel de abeja y sus derivados, y a las grandes ventajas alimenticias que ofrecen los productos de las colmenas, en particular la miel de abeja; pues solo así se incrementaría su consumo.
2. Fomentar en los gobiernos regionales mediante su área de desarrollo económico a que los organismos e instituciones orienten y promuevan acciones para mejorar el consumo de miel en el país, como por ejemplo, desarrollar campañas publicitarias, reducción de impuestos para el mercado interno, sugerir la incorporación en los menús alimenticios en los comedores públicos(escuelas, hospitales, centros comunitarios, etc.”)
3. Hacer una campaña de divulgación en los medios de comunicación, mediante afiches, trípticos, pancartas, sobre los efectos positivos de los productos de la apicultura en la alimentación humana, ya que la miel en el Huallaga Central es consumida en el presente, más como un medicamento que como un alimento.
4. Es necesario educar al consumidor de la zona en lo que se refiere a las grandes ventajas alimenticias que ofrecen los productos de las colmenas, en particular la miel de abeja; pues solo así se incrementaría su consumo.
5. Reducir el contrabando, y la falsificación de la miel. Para ello, los Gobiernos Regionales deben contribuir al fortalecimiento de esta actividad por medio de una estricta vigilancia sobre la calidad de los productos de la colmena y debe establecer ciertos parámetros de referencia para que el consumidor no sea confundido por gentes inescrupulosas que han contribuido al estancamiento de esta actividad.

6. Desarrollo de nuevas expectativas de mercados. Lo que significa que el productor debe buscar su inserción de consumo en nuevos mercados que puedan aprovechar las interesantes posibilidades industriales de sus principales productos.
7. El campo potencial de consumo de la miel de abeja es muy amplio. Por ello es importante implementar políticas de prevención y manejo cuidadoso de los problemas en la colmena.
8. Los apicultores medianos y pequeños deben contar con suficiente capacitación para controlar problemas o enfermedades atípicas de las colmenas. Esto posibilitaría la supervivencia de un gran número de pequeños apicultores.
9. Se debe identificar y analizar a través de algún sistema de información geográfica las características apícolas de la región, características tales como, el potencial productivo, el uso del suelo, ubicación de las colmenas, número, especie, capacidad de producción y oportunidad de producción, etc.
10. Se debe diseñar programas de selección genética por regiones que permitan responder la necesidad de encontrar abejas adaptadas a cada una, de tal manera que los apicultores puedan disponer de material genético más adaptado y de esos materiales se deberá generar las más productivas líneas genéticas de acuerdo con la vocación productiva de cada región.
11. Crear un registro apícola local, regional y nacional y lograr un censo apícola.
12. Estimular el consumo de los productos de la colmena, divulgando los efectos positivos de los productos de la apicultura en la alimentación humana.

BIBLIOGRAFÍA

1. (ADEX, 2003). Consumo per cápita de la miel de abeja. pp: 30.
2. Asís, Moisés. (2005). Miel de abeja y su producción. Ed. PREMEX, Chile. pp: 22, 41.
3. Camargo Obando, Juan Manuel. (2002). Estudio del mercado nacional para productos de la apicultura. Ed Limus Tesis pp 220:
4. Castillo Rivera, Ana Margarita. (2001). Análisis de los factores demográficos en el consumo de miel de abeja en las familias de Aguas Calientes. Edit Sevilla, Tesis pp: 40.
5. Herrera Bellet, Amadeo. (2002). Propiedades de la miel Edit. Begonia. 5ª ed. España. pp: 14.
5. Isla, Felipe. (2006). La miel sinónimo de nutrición. Edit. Sevilla, España. pp: 39.
6. J.E. Austin Associates, Arlington, Virginia. Estudio nacional para producto de la apicultura. Corporation CEA, Bogotá, Colombia para la Chemonics International (enero, 2002)
7. Kastel, Manuel. (1996). La influencia de la cultura tradicional de la miel de abeja en el consumo humano. Ed. PELMEX, Chile. pp: 880.
8. Lastra Menindez, Juan José. (1996). Factores que condicionan el consumo de la miel de abeja. Edit. Las Abejitas, Colombia. pp: 42.
9. Manrique, José Antonio. (2000). El rezago de la apicultura en Venezuela, causas, efectos y posibles soluciones. Ed.Venezuela. pp: 199.
10. Orzáez Villanueva, A. (2002). Hábitos de consumo de productos apícolas en el colectivo de ancianos. Pp: 42.
11. Prosa. (2002). Dirección de Industria Alimentaria S.A.G.P. y A, Argentina. pp: 55.
12. Prost, P. Jeant. (1998). La nueva era de los alimentos naturales. Edit. LIMUSA. 2ª ed. Venezuela. pp: 145.
13. Parral, Jorge. (2002). Aumento del consumo de nacional de la miel. 2ª ed. Edit. PREMEX, Chile. pp: 266.
14. Prosa. (2002) Calidad de la miel Imprenta Avellano Buenos aires, Argentina pp: 24.

15. R. Root, Ernesto. (1990). La apicultura enciclopedia de la cría científica y práctica de las abejas. Ed. ABC y XYZ, México pp: 23.
16. Werthein, I. (1995), Apicultor futuro privilegiado de la industria. Editorial LIMUSA, Venezuela. pp: 166.
17. Mendoza, Jorge. [Internet site]. Ingress communications. Disponible en www.jugosylicuados.com. Accesado 23 oct 2010.
18. Carranza, Luis. [Internet site]. Ingress communications. Disponible en http://www.internor.org.pe/plantillas/interna_soltegin_0.asp?ARE=2&PFL=0&CAT=137&SUB=140&SSC=223. Accesado 30 oct 2010.
19. Llaxacondor, Augusto. [Internet site]. Ingress communications Disponible en <http://www.abejasdelperu.com/qsomos.htm>. Accesado 25 nov 2010.
20. Stream, More. [Internet site]. Ingress comunitions. Disponible en <http://www.authorstream.com/Presentation/hechos2381-209211> beneficios de la miel abeja remedio natural salud inspirational ppt power point. Accesado 12 dic 2010.

ANEXO

**ENCUESTA DE OPINION SOBRE EL CONSUMO DE LA MIEL DE ABEJA EN
EL HUALLAGA CENTRAL.**

Elaborado por: Ada Josefina Albújar Pinchi.

.....

Objetivo: Determinar el consumo de la miel de abeja en el Huallaga Central.

Fecha: _____ / _____ / _____

Buenos días/tardes/noches, estoy realizando un estudio y me gustaría con su valiosa opinión, agradezco de antemano su colaboración.

Sexo: Femenino / Masculino.

Edad: Entre 0 a 14 años Entre 15 a 30 años Entre 31 años a más.

1. ¿Usted consume miel de abeja?

Si..... No.....

2. ¿Con que fines de consume miel de abeja

Medicinal..... Alimenticios.....

3. ¿Qué color de miel de abeja prefiere para su consumo?

Clara..... Oscura..... Ámbar.....

4. ¿Con que frecuencia consume miel de abeja?

Todos los días..... Una vez por semana.....

Una vez al mes..... De vez en cuando.....

5. ¿Qué tipo de miel de abeja es de su preferencia?

Silvestre..... Colmena.....

COMPOSICIÓN DE LA MIEL

NUTRIENTE	CANTIDAD/100 (gr.)
Agua	17.1 g
Carbohidratos	82.4 g
Fructosa	38.5 g
Glucosa	31.0 g
Maltosa	7.20 g
Sacarosa	1.50 g
Proteínas, aminoácidos, vitaminas y minerales	0.50 g
Grasas	0.00 g
Colesterol	0.00 g
Energía	304 Kcal
Riboflavina	0.06 mg
Niacina	0.36 mg
Ácido pantoténico	0.11 mg
Piridoxina (B6)	0.32 mg
Ácido ascórbico	2.22.4mg
Calcio	4.49.2mg
Cobre	0.0030.10mg
Fierro	0.061.5mg
Magnesio	1.23.5mg
Manganeso	0.020.4mg
Fósforo	1.96.3mg
Potasio	13.216.8mg
Sodio	0.07.6mg
Zinc	0.030.4mg

Fuente: Revista del Consumidor No. 287, Enero 2001

**CONCENTRACIONES DE ELEMENTOS COLORANTES EN LA MIEL DE
ABEJA.**

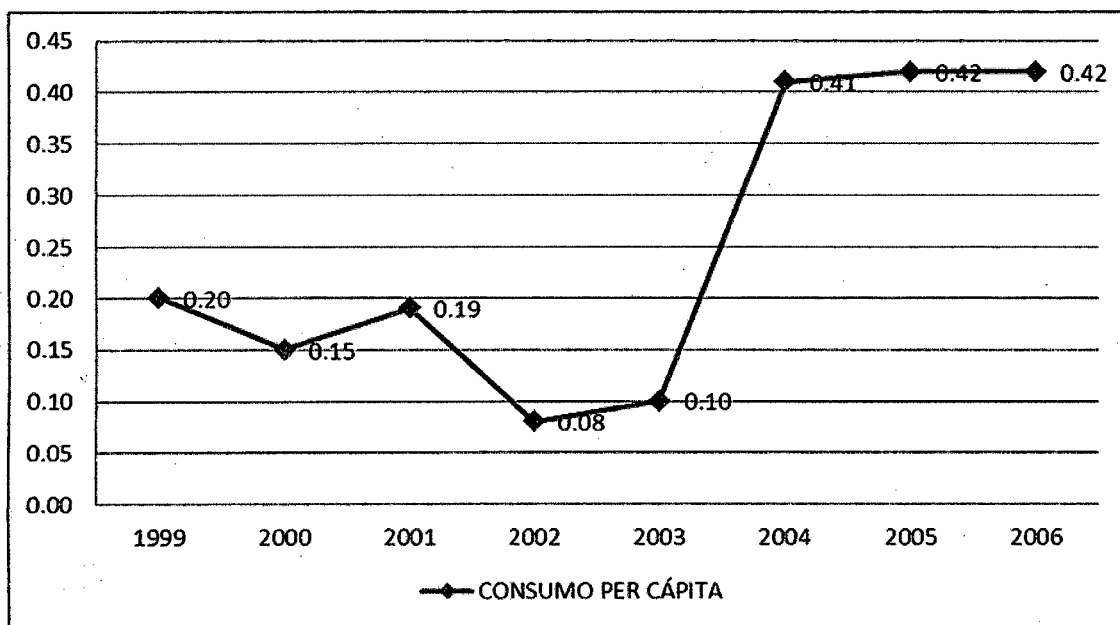
DENOMINACION	MINIMA	MAXIMA
Blanco de agua	1.00	8.00
Extra blanco	8.01	16.50
Blanco	16.51	34.00
Ámbar extra claro	34.01	50.00
Ámbar claro	50.01	85.00
Ámbar	85.01	114.00
Oscuro	114.01	En adelante

Fuente: www.infoserca.gob.mx Revista Claridades Agropecuarias pp:4.

**CONSUMO PER CÁPITA DE LA MIEL DE ABEJA
(KG/HAB.)**

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
0.20	0.15	0.19	0.08	0.10	0.41	0.42	0.42

Fuente: ADEX-Perú



LA MIEL DE ABEJA: ALIMENTO EXCELENTE E INSUSTITUIBLE.

La miel de abeja es un alimento energético por excelencia, es recolectada del néctar de las flores, como un regalo que la naturaleza nos proporciona, pues contiene casi todo lo que el ser humano necesita para vivir, por eso se le considera un alimento perfecto porque además de su delicioso sabor, tiene propiedades nutricionales y medicinales. La miel es rica en vitamina B, C, D tiamina, niacina, riboflavina, así mismo contiene minerales esenciales como calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio y zinc. Debemos tomar en cuenta su color, ya que mientras más oscura sea, más se eleva su valor nutricional, por un alto porcentaje de sales minerales.

A comparación de otros endulzantes, la Miel de Abeja se puede digerir con mayor facilidad, no irrita las paredes internas del sistema digestivo y no daña los riñones. Si bien la miel es asimilada perfectamente por la gran mayoría de las personas, también es cierto que podemos encontrar con algunos casos en que no sea así, como por ejemplo aquellos que son diabéticos o alérgicos a los productos derivados de la colmena.

Existen algunas referencias históricas donde pueblos antiguos consideraban la miel como algo Sagrado, en la cultura Egipcia formaba parte de los elementos rituales utilizados para la momificación de aquellos tiempos. Los griegos, tomaban grandes cantidades durante sus olimpiadas por considerarla una gran proveedora de energía. Hipócrates, quien fue llamado Padre de la Medicina, al estudiar las propiedades de la miel la describía como diurética fortificante, cicatrizante de heridas, energética, milagrosa para curación de úlceras y auxiliar en la reproducción de glóbulos rojos.

La miel se recomienda también, para vías respiratorias, buena digestión, insomnio, circulación, sistema nervioso y quemaduras.

REMEDIOS CASEROS A BASE DE MIEL DE ABEJA.

- En caso de insomnio, es excelente tomar una cucharada de miel antes de acostarse.
- Aplicala en picaduras de insectos e hinchazones causadas por golpes y te aliviará todo malestar que puedas sentir.
- Para prevenir enfermedades, toma diariamente una cucharada de miel diaria y así te sentirás bien de tu estómago y te proporcionará mucha energía.
- En caso de que la persona tenga gripa, catarro o temperatura, se puede preparar miel con jugo de limón y sentirá rápido la mejoría.
- En ayunas la miel es excelente para curar úlceras gástricas e intestinales.
- Cuando la garganta se irrita, a causa de la gripa, o que se presenten ulceraciones en la boca, se recomienda diluir 1 cuchara de miel en $\frac{1}{2}$ vaso de agua tibia, y con esta mezcla hacer gárgaras.



Miel contra coca.

El bosque amazónico ofrece mieladas cada año al principio de la época de lluvias. Existen numerosos proyectos de desarrollo apícola. Los habitantes de esta región cultivan tradicionalmente plantas de coca.

La droga dura extraída químicamente de sus hojas está en el mercado internacional. Desde hace una docena de años, el gobierno peruano, en colaboración con las Naciones Unidas ha puesto en marcha un programa de desarrollo agrícola con el fin de reemplazar este cultivo por otras producciones.

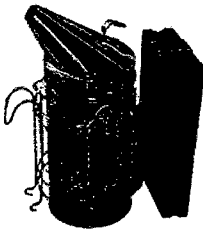
En este ambicioso proyecto, la apicultura juega un papel importante; más de 2 000 colmenas se han instalado en el valle del Huallaga. Además estas abejas contribuyen a la polinización del café, del cacao y de la papaya. La misión no es sencilla, ya que los paisanos obtienen importantes ingresos con la venta de la hoja de coca.

Pero numerosos ejemplos se encargan de demostrar una vez más que la abeja es una alternativa a todas luces viable. En un país donde el éxodo rural es un problema cada año más importante, la apicultura contribuye al mantenimiento de estas poblaciones en el campo. Recordemos que Perú es deficitario en miel e importa entre 100 y 150 toneladas cada año de Chile y de Argentina. El precio de la miel local se vende a 1,5 euros.

MATERIALES DEL APICULTOR.

Para la práctica de la apicultura, el apicultor necesita de una serie de elementos y herramientas.

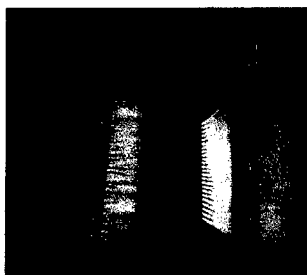
La colmena es el elemento principal, en virtud de que es la nueva casa donde confinará la colonia de abejas, que puede provenir de un enjambre natural, de una colonia o colmena rústica, o de un núcleo o paquete de abejas que se compra a otros apicultores. Existen diferentes tipos de colmenas, las cuales difieren principalmente en sus medidas de ancho, largo y alto las más utilizadas actualmente son las langstroth y la Jumbo. Una colmena consta de un piso, alzas, cuadros y techo. Otros elementos necesarios para la práctica de la apicultura son:



Ahumador



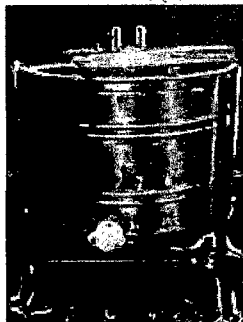
Pinza o palanca para manejo de cuadros



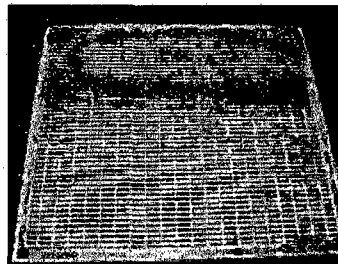
Cepillo para desabejar



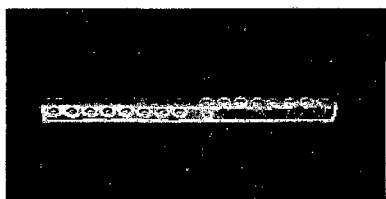
Traje de apicultura



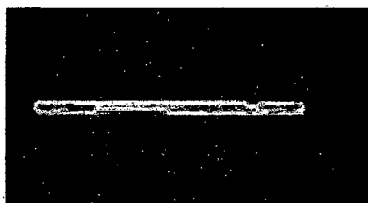
**Centrifuga de Acero Inoxidable.
Extracción de la miel**



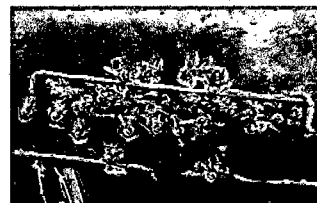
Rejilla excluidora de reinas



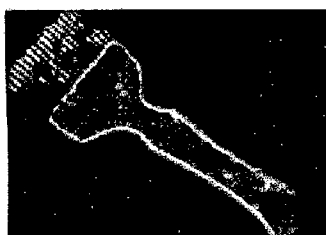
Guarda piquera con agujeros



Guarda piquera



Piquera de núcleo



Tenedor desoperculador



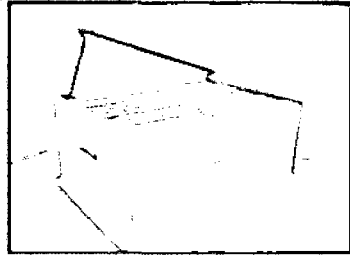
Guantes



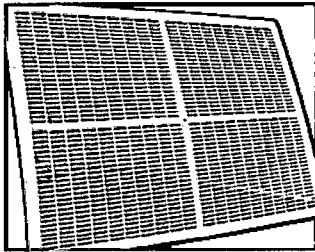
Botas



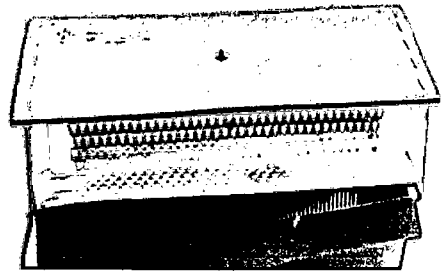
Cera estampada



Caja de abeja



Trampa para propóleos



Trampa cazapolen

ENFERMEDADES DE LAS ABEJAS

Las abejas como otros seres vivos contraen variadas enfermedades. En la actualidad no es posible realizar una apicultura avanzada sin un manejo adecuado de prácticas sanitarias.

El Problema Actual de las Abejas

Durante los últimos años, el mundo ha sido testigo de un alarmante declive de las abejas. Su número se redujo en un 57% desde 1985 a 1997 y continúan en declive. Un ejemplo de lo anterior es la información del Fondo de Conservación de Abejorros del Reino Unido, afirma que en este país se extinguieron dos especies de abejas durante los últimos 70 años, seis especies se encuentran en peligro de extinción y algunas podrían desaparecer muy pronto si no se actúa con urgencia. En muchas partes del mundo está ocurriendo lo mismo, pero se preguntaran que importancia tienen las abejas, pues es bastante puesto que junto al viento estos pequeños insectos son los mayores transportadores de polen hacia diferentes especies de plantas, por lo que representan una parte importante de la cadena alimenticia, puesto que si no están las abejas para transportar el polen a las plantas estas no se desarrollaran para convertirse en el alimento de otros seres vivos que a su vez se convertirán en alimento de otros seres vivos y entre esos seres vivos se encuentran los humanos.

Las razones que se ocultan detrás de la disminución del número de abejas son muchas, pero una de las principales radica en el problema del colapso de las colonias. Se trata de un desorden por el cual las abejas adultas abandonan repentinamente la colonia aun cuando ésta se encuentra en perfectas condiciones. Si bien todavía no se ha descubierto qué causa este desorden, se cree que está relacionado con un virus denominado Israel Acute Paralysis.

La baja en el número de abejas también se ha relacionado con la utilización de pesticidas en las cosechas (químicos que serían ingeridos por los insectos durante la polinización), con la radiación electromagnética, que afectaría el curso de las abejas; y con el calentamiento global, que podría alterar sus patrones estacionales. Se dice que en algún momento Albert

Einstein dijo: si las abejas desaparecieran, a la humanidad sólo le quedarían cuatro años de vida". Más allá de que eso haya salido o no de la boca del célebre científico, el que las abejas puedan desaparecer es un tema preocupante.

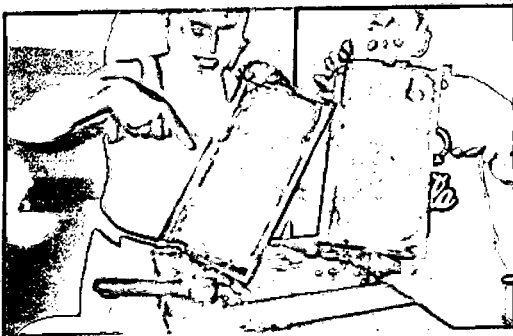
PROCESO DE LA COSECHA Y EXTRACION DE LA MIEL DE ABEJA.



Panal de abeja africana



Apicultor revisando sus cajas de abejas en el Huallaga Central

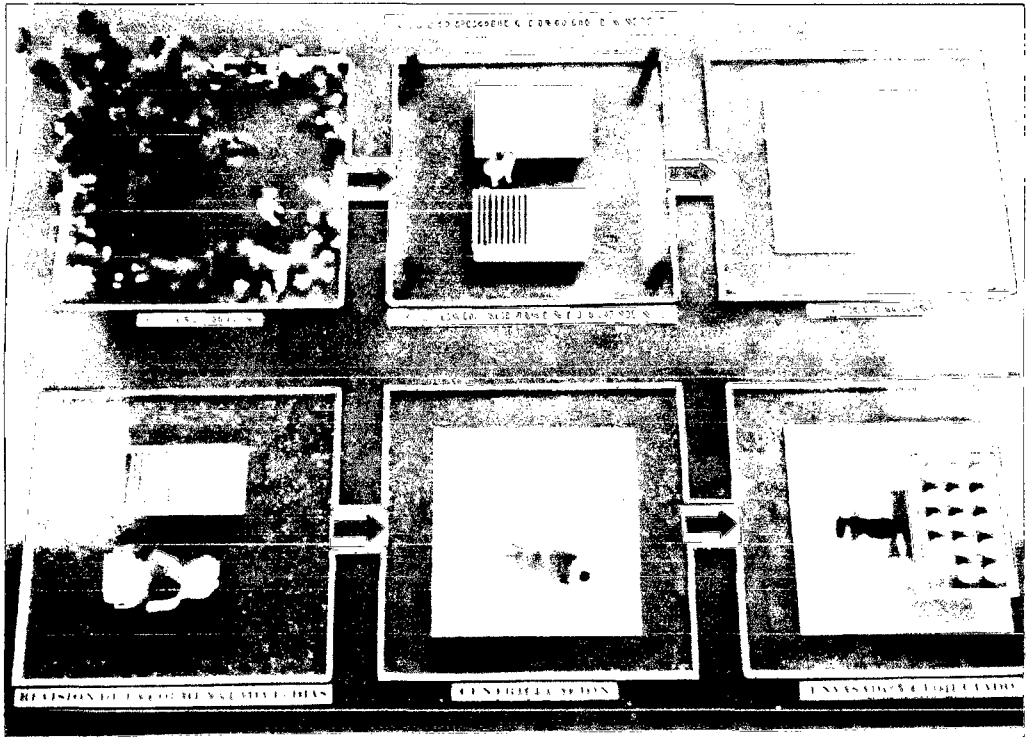


Ricardo Albújar exhibiendo lo panales operculados con miel al 100%

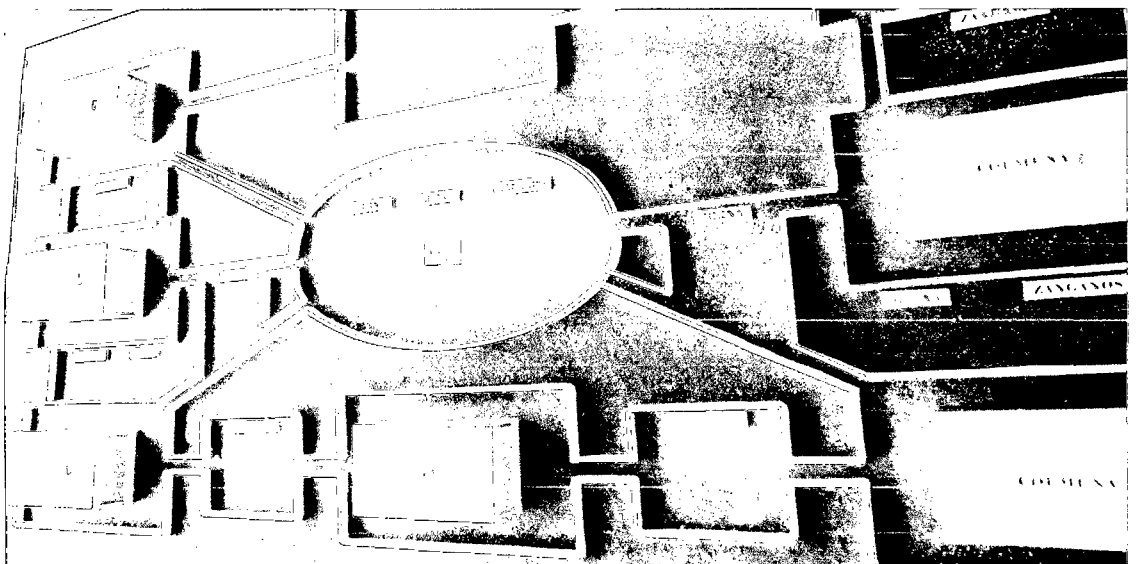


Ricardo Albújar en la Extracción de la miel de abeja

CICLO PRODUCTIVO DE LA MIEL DE ABEJA EN LA MAKETA.



DISTRIBUCION DE LAS CAJAS DE ABEJAS.



MIEL DE ABEJA	ESTRATEGIAS
Estrategia Ofensiva - Potencialidades: FO	<p>Establecer una estrategia de comercialización directa, a partir de establecer un perfil competitivo del producto generado en la zona nor oriente, que signifique valorar el valor agregado y la diferenciación del producto en relación a la actual oferta internacional.</p> <p>Fomentar actividades productivas complementarias derivadas de la producción de miel.</p>
Estrategia de Reorientación – Desafío: DO	<p>Fortalecer la institucionalidad de los productores y en esa perspectiva colaborar en la articulación de los diversos actores de la cadena productiva, proporcionando un fortalecimiento de las capacidades en el manejo del producto, propiciando la formación de un CITE y concertando esfuerzos entre el nivel nacional, regional y local en lo que a cada ente gubernamental le corresponda.</p>
Estrategia Defensiva– Riesgos FA	<p>Establecer una sinergia entre las diversas asociaciones de apicultores de la zona norte y oriente del Perú; a fin de intercambiar experiencias y lecciones aprendidas del desarrollo productivo de la apicultura.</p> <p>Desarrollar pasantías técnicas, apoyar con especialistas de otras zonas del país y del mundo que tengan una adecuada productividad en la materia y concordar los estándares de homogenización de la producción con la finalidad de poder construir una marca de producción conjunta.</p>
Estrategia de Supervivencia – Limitación Da	<p>Proporcionar orientaciones para mejorar la competitividad de la producción de los apicultores, a partir de proporcionarles apoyo técnico en el establecimiento de sus prioridades productivas, reducción de sus cuellos de botella y aumentando el conocimiento de la oferta mundial y su presentación por parte de los países competidores</p>