

NEWS

Datos dulces

Posibilidades tecnológicas entre la colmena y el tarro

27 de junio de 2026, Tobias Engl



El lado de la producción está cubierto. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker: cada uno atiende su tramo de la cadena. Lo que falta es la capa de detrás. En la acción de control europea «From the Hives» (resultados de 2023), el 46 por ciento de las muestras de importación tomadas en las fronteras se consideró sospechoso de adición de jarabe de azúcar. Sensórica de alta precisión en la colmena, un rótulo estático «miel de apicultor» en el tarro. Esa brecha entre riqueza de datos y visibilidad es el mayor punto débil comunicativo del sector alimentario, y exactamente esas brechas llevan tres décadas salvándolas las plataformas de displays.

El papel que de ahí se deriva es el del intermediario neutral: ni fabricante de sensores, ni laboratorio, ni apicultor. ScreenWay tiende una capa abierta entre las fuentes de datos existentes y los consumidores y hace visible la información exactamente allí donde se toma la decisión de compra. La ventaja estructural de esta posición: quien no produce nada propio puede integrar a cualquiera... básculas de colmena de Wolf, sensores de cría de BroodMinder, informes RMN de Eurofins, rastreadores antirrobo de aproneX, todos a la vez. El mercado fragmentado necesita una capa abierta por encima; en el espacio germanohablante no existe actualmente competencia seria para ello.

Cinco módulos forman esta capa de confianza para alimentos regionales. HiveStory lleva la procedencia visible al estante de la tienda de la granja, HoneyHost integra mieles premium en el desayuno del hotel y en tiendas de manufactura, HivePartner es el panel de vestíbulo para empresas con apadrinamientos de abejas de RSC, PA-Guard cierra la brecha regulatoria en la verificación de autenticidad de riesgos de alcaloides de pirrolizidina. Nuevo se suma HiveGuard. Agrega en un mapa, a través de fabricantes, los rastreadores GPS-LoRaWAN de proveedores especializados, vincula alarmas con la app del apicultor, inicia en caso grave un flujo de trabajo policial preparado y pone las posiciones de las colmenas apadrinadas de RSC, si se desea, en directo en el display de HivePartner. Una función de seguridad se convierte así, a la vez, en valor comunicativo.

El paisaje de clientes se abre en cuatro capas: 1. unos 2.500 apicultores profesionales alemanes y sus agrupaciones de productores, que refinancian una suscripción con el recargo de la venta directa; 2. cadenas de venta directa como Alnatura, Denn's y la red de herboristerías, que llevan años buscando sistemas de información al consumidor más allá de la mera publicidad; 3. la hotelería premium, en la que ScreenWay ya está en casa gracias a la lógica comercial muniquesa; y 4. lo económicamente más atractivo, el negocio corporativo y de RSC. Los grupos con colmenas de empresa pagan los displays de vestíbulo con el presupuesto ESG, no con el presupuesto de marketing del apicultor. Una sede con varios displays, conexión en directo de las colmenas del grupo y snippet de reporting ESG es un encargo anual de cinco cifras. Unas trescientas empresas así son conectables en DACH.

Rara vez hay mercados en los que el intermediario gana más que el productor. El comercio digital de alimentos se está convirtiendo en uno. Sensor, análisis RMN y rastreador cuestan juntos unos pocos cientos de euros. El sobreprecio que logra la procedencia visible suma por temporada un múltiplo. Quien construya primero y con limpieza el puente entre sensor y consumidor, en Baviera, Austria y Suiza, gana un vertical que después se puede trasladar al vino, al queso, al aceite de oliva y a la caza. La miel no es aquí el punto final, sino el abrepuestas. Las abejas no son un símbolo, son la prueba.

FUENTES Comisión Europea / JRC, acción coordinada «From the Hives», publicada en marzo de 2023 (147 de 320 muestras de importación, 46 % sospechosas) · Directiva 2001/110/CE del Consejo (directiva de la miel) · Datos de mercado y clientes: estudio interno de ScreenWay.