

Planificando a largo plazo



Ing. Agr. Flavia Vázquez
Ing. Agr. Mercedes Nimo
Dirección Nacional de Alimentos

Conocida es la importancia que adquirió en la última década la producción apícola nacional, tanto por los niveles de producción alcanzados, como por la calidad de los productos obtenidos y la rápida reconversión del sector para adaptarse a los requerimientos del mercado.

El nuevo escenario socio-político y económico sugiere la oportunidad de una acción dinamizadora y multiplicadora ejercida por el Estado para la concreción de acciones estratégicas, que permitan aumentar los beneficios sectoriales tanto en lo productivo como en lo comercial, con el consiguiente incremento del bienestar económico y social que implica para todas las regiones del país.

En Argentina, la apicultura está integrada por pequeños productores de todo el territorio, y es una actividad con potencialidad para ofrecer distintos productos de alta calidad, más allá de su estrella, la miel. Además, contribuye a mantener la biodiversidad e incrementa el volumen y los rendimientos de otras producciones agropecuarias (frutícola, oleaginosa y hortícola), genera mano de obra y promueve el desarrollo regional, por mencionar algunos de sus beneficios.

Por su gran extensión y su amplitud climática, el país alberga numerosos ecosistemas donde tanto la flora autóctona como los cultivos implantados hacen posible obtener gran cantidad de mieles de interés comercial. Además permiten incorporar un valor adicional a los productos obtenidos: se obtienen tanto mieles monoflorales de diferentes especies (citrus, eucaliptos, tréboles, girasol, colza, algarrobo, chilca, aliso de río, jarilla, etc), como mieles multiflorales asociadas a ambientes geográficos particulares, como sucede con las mieles de isla, de monte o de la cordillera.

Lo mismo puede decirse de otros productos de la colmena tales como el polen, entre cuyas principales áreas de producción corresponde mencionar a Mendoza, Santiago del Estero y el Delta del Paraná, o de los propóleos argentinos, que ya han sido caracterizados por zonas productivas y cuyo principal valor agregado radica en su alto contenido de flavonoides, que los torna altamente competitivos para el mercado nacional y mundial.

Un breve recorrido por las principales regiones geográficas ilustra sobre las oportunidades productivas que ofrece la apicultura.

Mieles y Regiones¹

La **Pampa Húmeda** es tradicionalmente la zona apícola más importante. Se caracteriza por sus praderas, en las cuales se encuentran presentes especies como los tréboles, alfalfas, cardos, y otras, que permiten obtener mieles claras, de gusto muy suave y muy apreciadas en el mercado de exportación. La agriculturización, el creciente empleo de herbicidas, y las condiciones climáticas desfavorables de los últimos años han provocado importantes mermas en los rendimientos obtenidos en esta región.

(1) Agradecemos la información suministrada por la Dra. Alicia Basilio (UBA).

La cadena apícola en cifras

- Argentina es el 1er /2º exportador y el 3er productor mundial de miel.
- Producción promedio de los últimos años: 80.000 toneladas . En 2005 se superaron las 100.000 ton.
- El 93% del volumen se exporta, por valores que superan los US\$ 150 millones.
- Aunque se produce miel en todo el territorio nacional, las principales provincias productoras son Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba, La Pampa, y el Chaco.
- Productores registrados en el RENAPA: 31.101
- Colmenas registradas en el RENAPA: 3,39 millones.
- Puestos de trabajo estimados: 100.000

Zona litoral, humedales e Islas. Aquí, la flora es de tipo acuática y palustre, y proliferan por ejemplo el *Panicum spp* (canutillo), la *Eichornia spp* (camalotes) y el *Polygonum spp* (catay). Las inundaciones provocadas por el río Paraná suelen favorecer la cosecha de la "miel de islas" dado que el agua arrastra grandes masas flotantes de caa-tay que cuentan con flores blancas y pequeñas. Son mieles de color ámbar oscuro, dulces, a veces con notas picantes, y no cristalizan. Se destinan, casi en su totalidad, al mercado de exportación. En otras zonas del Delta del Paraná predominan las plantaciones de sauces y álamos, que pueden ser aprovechadas para la extracción de propóleos.

La **pampa seca** tiene bolsones, valles de buen clima, más húmedos, donde se realiza la actividad apícola. Por ser una región de agricultura escasa, virtualmente no existen problemas con los agroquímicos, lo que permite obtener mieles producidas bajo el sistema orgánico. Se caracterizan por la presencia de eucaliptos, *Larrea spp* (jarillas, de la familia de las leguminosas), etc. También existen bosques nativos de caldén, y en las serranías de Córdoba se obtienen mieles de monte y mieles procedentes de los cultivos de plantas aromáticas.

La **Región subtropical** posee gran potencial para la producción de polen, ya que proliferan los árboles de gran porte. Se producen mieles muy variadas, desde las claras -de palmera- hasta las mieles de monte de sabor fuerte y característico color oscuro. Hacia el este, las plantaciones de cítricos permiten producir miel de azahar.

En la Patagonia las colmenas se dedican básicamente a la polinización ya que la fruticultura tiene un papel dominante. En las áreas secas se obtienen mieles de baja humedad, pero en la región cordillerana las flores típicas de altura permiten lograr mieles claras y monofloras de alta diferenciación.

Los hábitos de consumo

Para relacionar la potencialidad de nuestro país y la demanda de miel por parte de los consumidores es necesario conocer lo que sucede con los hábitos de consumo y con los compradores de nuestra producción.

Por su excelente calidad, la miel argentina es utilizada para cortar otras de características inferiores. Para lograr esto, los productos más demandados son las mieles de color claro y baja tendencia a la cristalización.

En general los consumidores se inclinan por los colores medios y el producto en estado líquido. En cuanto a las mieles monoflorales, las predilectas varían de acuerdo a factores personales, culturales o regionales. Por ejemplo, Japón prefiere la miel de acacia, casi incolora, con olor y aroma sutiles, mientras que en algunas regiones de Alemania es muy apreciada la miel de castaño o los melatos, de colores oscuros y gusto intenso y particular.

A su vez, se registra una tendencia creciente en la demanda de las mieles orgánicas, a las que agregan valor su origen geográfico y sus depurados sistemas de producción, expresados por las buenas prácticas y la trazabilidad.

Actualmente la mayor parte de la miel se exporta a granel, diferenciada por color y con destino al corte. Sólo una pequeña proporción de los envíos argentinos está constituida por mieles fraccionadas, orgánicas y monoflorales. Son éstas las que obtienen un diferencial de precio superior a los valores logrados por mieles comercializadas como commodities.

Esta breve descripción expresa la potencialidad que tiene el país para ofrecer productos diferenciados por su calidad (origen botánico, geográfico, denominación de origen, etc.). Sin embargo, es usual que muchas oportunidades de negocios sean desaprovechadas, sobre todo por pequeñas y medianas empresas que podrían comercializar productos, servicios, insumos o tecnología hacia el resto del mundo y mejorar así sustancialmente su rentabilidad. Ese panorama

puede y debe ser modificado, y para eso resulta necesario contar con una planificación, una mayor articulación entre organismos y actores de la cadena y, sobre todo, fijar un objetivo común y compartido.

Hacia un Plan Estratégico

Frente a este panorama, los actores de la cadena apícola se plantearon hace tiempo la necesidad de contar con una planificación a largo plazo para responder a los requisitos nacionales e internacionales que fija permanentemente el mercado. Así surgió el consenso, dentro del Consejo Nacional Apícola, que coordina la SAGPyA, para comenzar a trabajar en un Plan Estratégico Apícola Nacional.

Se entendió que la cadena apícola argentina puede transformarse en referente internacional estableciendo perspectivas y proyecciones en el contexto mundial, e incorporando a su oferta otros productos de la actividad demandados a nivel internacional. Esto incluye, entre otros, maquinaria, material inerte, material vivo, polen, propóleos, jalea real, apitoxina, mieles diferenciadas, que nuestro país está en condiciones de ofrecer con el respaldo de una muy buena calidad.

Comité Ejecutivo del Plan Estratégico Apícola

En la primera reunión del año del Consejo Nacional Apícola realizada el pasado mes de abril, se conformó el Comité Ejecutivo para la puesta en marcha del PEA, con representación de los diferentes actores del sector.

Fueron seleccionados tres especialistas para que coordinasen los pilares de **producción, valor agregado y comercialización**, que comenzaron a ejercer sus funciones en julio de 2008.

En una primera etapa, los referentes asistieron a reuniones y talleres de trabajo en distintos puntos del país y se contactaron con referentes del medio a fin de contar con un diagnóstico de situación preciso y así poder desarrollar propuestas de acción para el próximo año.

La segunda etapa, iniciada en el mes de octubre, consiste en priorizar ejes temáticos en función del relevamiento realizado y elaborar los primeros proyectos, cuya ejecución se espera iniciar en 2009.

El accionar conjunto y coordinado en torno a un designio “común” facilita operar en escenarios cambiantes y competitivos como los actuales, y la planificación constituye una herramienta esencial para poder afrontar procesos que derivan de la globalización comercial y financiera de la economía. Lo mismo sucede con el seguimiento atento de los avances tecnológicos, con la necesidad de mantener una capacitación permanente, investigar y ganar nuevos mercados con el desarrollo de nuevas habilidades.

Así, durante los años 2006 y 2007 se realizaron talleres participativos en los que intervinieron todos los actores del sector, lográndose una visión compartida para establecer los lineamientos de un plan de trabajo que apunta a alcanzar en el año 2017 “*el liderazgo mundial del mercado de productos apícolas altamente valorados sobre la base de un crecimiento y desarrollo organizado, competitivo y sostenible desde la perspectiva económica, social y ambiental*”.

Entre todos

En la formulación del Plan Estratégico Apícola participaron las siguientes entidades e instituciones:

- Sociedad Argentina de Apicultores (SADA).
- Federación Argentina de Cooperativas Apícolas (FACAP).
- Sociedad Rural Argentina (SRA).
- Confederaciones Rurales Argentinas (CRA).
- Federación Agraria Argentina (FAA).
- Cámara de Exportadores de la Republica Argentina (CERA).
- Cámara de Industriales de Productos Alimentarios (CIPA).
- Consejo Federal de Inversiones (CFI).
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).
- Comisión Nacional de Promoción a la Exportación de Miel Fraccionada (CNPEMF).

También participaron de las deliberaciones y del activo intercambio de pareceres representantes de los Consejos Apícolas Provinciales y de los Gobiernos Provinciales; proveedores de insumos, y productores independientes de

diversas regiones.

A partir del análisis del marco global, se establecieron los objetivos a lograr:

- Argentina será un proveedor de productos y servicios altamente competitivos, con un fuerte compromiso de todos los actores de la cadena en el aseguramiento de la calidad.
- Aumentará su oferta de mieles convencionales y diferenciadas buscando satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Diversificará la oferta de productos de la cadena agroindustrial apícola.
- Fortalecerá la articulación y participación de las instituciones públicas y privadas, jerarquizando el rol de cada actor.
- Logrará la marca país en los productos Apícolas los que serán valorados e identificados por su calidad, diversidad y naturaleza.
- Finalmente se establecieron 4 pilares para ejecutar el Plan Estratégico: producción, valor agregado, comercialización y promoción.

Durante 2008 se trabajó fuertemente en la difusión del Plan entre todos los actores del sector a los fines de ajustar los lineamientos establecidos en el mismo. Así, el presente año culmina con la formalización del Plan Estratégico Apícola realizada a través de la Resolución SAGPyA 431/2008 firmada el 31 de octubre pasado por el Secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación, Ing. Agr. Carlos Cheppi.

Se trata de un gran paso de la cadena apícola que, conformada por millares de pequeños productores diseminados en todo el país, logró debatir su futuro y establecer líneas de trabajo para los próximos 10 años.

El desafío asumido es trascendente. Requiere fortalecer la articulación entre actores públicos y privados y adecuar las acciones a los lineamientos establecidos en el PEA. Representa la gran oportunidad que tiene el sector apícola para planificar y ordenar toda la cadena, e irrumpir en el mundo con la potencia que le otorgan al país sus recursos naturales y el trabajo de su gente.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis efectuado en los talleres que delinearon el Plan Estratégico del Sector, derivó en la identificación de Oportunidades y Amenazas que son clave para diseñar el futuro desarrollo del sector.

Oportunidades

- Demanda de mieles diferenciadas por parte del mercado externo.
- Producción que favorece la biodiversidad, acorde a las tendencias de los mercados.
- Tendencia hacia el consumo de productos naturales, sanos, con beneficios para la salud y la preservación del ambiente
- Posibilidad de diferenciación por identidad cultural y geográfica.
- Calidad valorada en todo el mundo.
- Mayor demanda externa de otros productos de la colmena.
- País libre de plagas exóticas. Ejemplo: "*Aethina tumida*".
- Decrecimiento de los saldos exportables de países competidores.
- Posibilidad de regionalizar nuestras mieles, para obtener un producto diferenciado y lograr una mayor oferta de productos.
- Posibilidad de exportar una amplia y diversificada gama de productos y servicios de la cadena: *software*, material inerte, material vivo, miel, maquinaria, insumos, tecnología, entre otros productos.
- Oferta de contra-estación: nuestro país participa con el **veinte por ciento** (20%) del comercio en el mercado mundial y cosecha el **siete por ciento** (7%) de la producción mundial.
- Nuevos canales comerciales que nuestro país puede abastecer (comercio justo; orgánicos; con Sello de Calidad)
- Apicultura nacional profesionalizada que permite rapidez en adecuación de nuevas reglas. Valoración de la rapidez de respuesta ante cambios del mercado.
- Historia comercial de cumplimiento con los contratos acentuada los últimos años.
- Presión de consumidores de los países compradores respecto del conocimiento del producto que adquieren. Ejemplo: la Unión Europea. Es una oportunidad en tanto se ajuste la oferta a la demanda, utilizando una marca país.
- Valoración de la polinización. Posibilidad de desarrollo en la República Argentina como servicio al sector agropecuario.
- Potencialidad de desarrollo del mercado interno a largo plazo.
- Complementariedad con otras producciones agroalimentarias.
- Potencialidad para diversificar otras producciones con la apicultura, generando mayores ingresos y mano de obra.

Amenazas

- Alta dependencia del mercado externo.
- Barreras zoonosanitarias. Ejemplo: República Federativa del Brasil y República de Chile.
- Redes comerciales externas con tradición y gran poder económico que dificultan el ingreso de terceros países de productos con valor agregado.
- Desventajas comerciales respecto a competidores. Ejemplo: Acuerdo Unión Europea – Estados Unidos Mexicanos.
- Falta de transparencia en elaboración de normas de los países importadores.
- Cambios permanentes y crecimiento de medidas para-arancelarias.
- Interpretación y exigencia de las asociaciones de consumidores que presionan sobre los gobiernos para modificar las normas vigentes.
- Mayores exigencias e incrementos de aranceles para comercializar productos avícolas.
- Ampliación de la frontera agrícola en la República Argentina con cultivos no melíferos.
- Normas internacionales cada vez más exigentes y poco claras en su implementación por parte de sus proveedores. (Regulación europea vs. Implementación total de Buenas Prácticas de Agricultura y Manufactura). Actualmente no se priorizan acciones en la investigación y desarrollo, tendientes a detectar potenciales riesgos y prevenir potenciales problemas.
- Surgimiento de nuevos competidores: países de Europa del Este; República Socialista de Vietnam; República Federativa del Brasil y República de la India, con acuerdos bilaterales con los países competidores de nuestro país. En un horizonte de 5 a 10 años, se incorporarían a la competencia países de elevada producción y alto consumo interno, como Ucrania.
- Desarrollo de tecnologías de detección de sustancias contaminantes cada vez más precisas y de mayor costo.
- Desconocimiento del origen de la miel que se consume en los mercados de destino.
- Alta variabilidad en los precios del "*commodity*".