



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
FACULTAD DE AGRONOMIA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS AGROPECUARIOS

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN
**“NORMATIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA MIEL
PAMPEANA. CONSIDERACIONES INSTITUCIONALES”**

Orienti, Daiana Yanina

Director

Saravia, Carlos Daniel

Tribunal de Evaluación

Dr. Balestri, Luis Alejo

Lic. Melazzi, María Marta

MV Saravia, Carlos Daniel

Ing. Agr. Bomben, Miguel A.

Lic. Tapia, Germán Lucas

Cátedra

Comercialización Agropecuaria

Universidad Nacional de La Pampa

Facultad de Agronomía

2012



Licenciatura
en Administración de
Negocios Agropecuarios

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

**“Normativas para la exportación de la miel
pampeana. Consideraciones institucionales”**

Orienti, Daiana Yanina

Director:

MV Saravia, Carlos Daniel



Artículo 38°. -La Provincia fomentará la producción y en especial las industrias madres y las transformadoras de la producción rural, facilitando la comercialización de los productos aunque para ello deba acudir con sus recursos o créditos.

CONSTITUCION DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA.
CAPITULO II, *REGIMEN ECONOMICO, FINANCIERO Y SOCIAL*

*A los que buscan
aunque no encuentren*

*a los que avancen
aunque se pierdan*

*a los que viven
aunque se mueran.*

Mario Benedetti

INDICE

- Resumen	8
- Introducción	9
- Problema a investigar	11
- Objetivo general	11
- Objetivos particulares	12
- Resultados esperados	12
I. Materiales y métodos	13
<u>Capítulo 1: Materiales y métodos</u>	14
1.1. Marco teórico sobre las instituciones involucradas	16
1.2. Mecanismos de coordinación	18
1.3. Ley, decreto y otros actos legislativos	20
1.3.1. Unión Europea (UE)	22
1.4. Conceptos fundamentales a la hora de exportar	22
1.4.1. Clasificación arancelaria de las mercaderías	23
1.4.2. Tributos aduaneros	24
1.4.3. Estímulos a la exportación	25
1.4.4. Términos de las ventas: Normas de comercialización “INCOTERMS”	26
1.4.5. Transporte	28
1.4.6. Medios de pago internacionales	28
1.5. Barreras de acceso a los mercados internacionales	29
II. Resultados y discusión	32
<u>Capítulo 2: Breve descripción del mercado transable de la miel a granel.</u>	33
Marcos internacional, nacional y provincial.	
2.1. Producción y comercialización de miel en el mercado internacional.	33
2.1.1 La producción internacional	33
2.1.2. Principales países exportadores de miel	34
2.1.3. Principales países importadores de miel	38
2.1.4. Consumo mundial por país	41
2.2. Mercado nacional de la miel: producción, consumo y comercialización	44
2.2.1. Producción argentina	44

2.2.2.	Distribución de la producción	46
2.2.3.	Precios pagados al productor	47
2.2.4.	Consumo	50
2.2.5.	Comercio internacional de miel argentina	51
2.2.6.	Características del mercado nacional de la miel	53
2.3.	Mercado apícola provincial: producción y comercialización	54
2.3.1	Origen y desarrollo de la apicultura en La Pampa	56
2.3.2.	Mercado apícola provincial: identificación de los principales actores	56
2.3.3.	Exportación de miel pampeana	62
2.3.4.	Parque Apícola Provincial en General Pico	64
2.4.	Conclusiones del capítulo 2	65
<u>Capítulo 3: Normativas para la exportación de miel pampeana. Análisis institucional de los mercados.</u>		67
3.1.	Reglamentos-procedimientos para producir miel a granel	68
3.1.1.	Identificación de producto. Código Alimentario Argentino	68
3.1.2.	Inscribirse como productor Apícola en RENAPA (Registro Nacional de Productores Apícolas).	69
3.1.3.	Habilitación de salas de extracción	70
3.1.4.	Envases destinados a la exportación de miel	71
3.2.	Reglamentos-procedimientos para exportar miel a granel	72
3.2.1.	Inscripción como exportador en la Aduana	73
3.2.2.	Inscripción como exportador en el SENASA	75
3.2.3.	Contar con el establecimiento habilitado o registrado por el SENASA o por la autoridad a quien delegue	75
3.2.4.	Solicitar la autorización de exportación	76
3.2.5.	Solicitar el certificado de exportación	76
3.2.6.	Presentar el cumplimiento de embarque	77
3.2.7.	Contar con el sistema de trazabilidad vigente	77
3.2.8.	Presentar los resultados de los análisis del Plan CREHA y/o de calidad o sanitarios	77
3.3.	Esquema reglamentario	79
3.3.1.	Secuencia de exportación	79
3.4.	Regulaciones para el acceso según el mercado importador	81

3.4.1.	¿Libre mercado? Las intervenciones en Estados Unidos y en la Unión Europea	81
3.4.1.1.	Barreras al comercio en los Estados Unidos	81
3.4.1.2.	Regulaciones de acceso al mercado de Estados Unidos	84
3.4.1.3.	Requisitos para vender miel argentina a la UE	88
3.5.	Conclusiones del capítulo 3	101
Capítulo 4: Los costos "fobbing" y los consecuentes precios "Ex Works"		102
4.1.	De los costos "fobbing" a los precios "Ex Works" en la sala de extracción	102
4.2.	Breve descripción de los agentes intervinientes en la exportación	104
4.3.	Conclusiones del capítulo 4	111
III. Conclusiones		113
Capítulo 5: Conclusiones		114
IV. Bibliografía e informantes claves consultados		116
	Bibliografía consultada	117
	Informantes claves consultados	128
V. Anexos		129
	Anexo I: Producción y comercialización de miel	130
	Anexo II: Definición de miel según la normativa vigente	135
	Anexo III: Normativa vigente provincial	138
	Anexo IV: Extracto de la Res. SENASA N°353/02	142
	Anexo V: Formularios necesarios para iniciar los trámites de exportación	146
	Anexo VI: Términos de comercio internacional. Posición arancelaria	149
	Anexo VII: Secuencia de exportación	150
Agradecimientos		153

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Estructuras de gobernanca.	20
Gráfico N°2: Barreras de acceso a los mercados internacionales	31
Gráfico N°3: Distribución mundial de la producción para 2009	33
Gráfico N°4: Participación relativa de los países exportadores (2009)	34
Gráfico N°5: Evolución de las exportaciones de miel en el mundo	35
Gráfico N°6: Evolución de las importaciones mundiales de miel.	38

Gráfico N°7: Participación relativa de países importadores(2009)	38
Gráfico N°8: Evolución de las importaciones de miel (en toneladas)	40
Gráfico N°9: Evolución mundial de las importaciones de miel (en dólares)	41
Gráfico N°10: Evolución de la producción nacional de miel	45
Gráfico N°11: Precio promedio de miel pagado al productor	48
Gráfico N°12: Precio promedio pagado al productor. Comparación entre 2001-2009 con 2010	49
Gráfico n°13: Evolución del número de Apicultores, de colmenas y de colmenas por apicultor	64
Gráfico n°14: Evolución del n° de colmenas con respecto a la producción de miel	64
Gráfico n°15: Esquema reglamentario	79
Gráfico N°16: Composición del precio FOB	111

INDICE DE CUADROS

Cuadro n°1. Sistema Integrado María (SIM). Clasificación arancelaria de la miel.	24
Cuadro n°2: Derechos y reintegros a la exportación para la miel a granel.	26
Cuadro n°3: Principales consumidores de miel	42
Cuadro n°4: N° de productores y colmenas por provincia (2009)	46
Cuadro n°5: Apicultores, colmenas y salas de extracción por departamento (2009 y 2010)	58
Cuadro n°6: Colmenas por productor	60
Cuadro n°7: PGB del sector agropecuario. Evolución a precios constantes. La Pampa.	63
Cuadro n°8: Resolución SAGPyA 125/98. Plan CREHA	78
Cuadro n°9: Derechos antidumping (Para exportadoras argentinas)	87
Cuadro n°10: Regulación de acceso a los mercados: EEUU y Alemania	99
Cuadro n°11: Despacho de una exportación marítima	107
Cuadro n°12: Datos para el análisis de la formación del precio EXW.	108
Cuadro n°13: Análisis de la formación del precio “Ex Works” para la exportación de miel a granel	108
Cuadro n°14: Valores FOB de la miel a granel según importador (2010)	109
Cuadro n°15: Parámetros físico-químico	109
Cuadro n°16: Precio “Ex Works” de la miel a granel (2010). (Ejemplo de un container con 60 tambores)	111

RESUMEN

Las mieles argentinas siempre fueron bien vistas por los principales mercados internacionales. Ante ello y por su alto grado de transabilidad, se realizó una exhaustiva descripción y análisis de aquellos marcos reglamentarios, o instituciones formales, que condicionaron todo el trayecto de este *commodity*. Se describió el complejo de reglas locales, nacionales e internacionales. Se presentaron las instituciones pampeanas, nacionales (incluyendo los gastos “*fobbing*” y los derechos de exportación), e internacionales, tanto las normas arancelarias como para-arancelarias impuestas por Estados Unidos y Alemania, los dos principales destinos. Se observaron reglamentos nacionales y provinciales que se solapan. Además, se afirmó que los mercados internacionales impusieron, imponen y seguramente, impondrán firmes condiciones para comprar miel, lo que llevó a plantear que estos Estados son muy intervencionistas y/o proteccionistas.

Palabras claves: exportación de miel, instituciones, costos “*fobbing*”, derechos de exportación, barreras arancelarias y para-arancelarias.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

“Exponga sus hechos tan sencillamente como pueda, incluso audazmente. Nadie espera flores de elocuencia ni ornamentos literarios en un artículo de investigación.”

Ronald Brunlees McKerrow

La **apicultura** es una actividad agropecuaria orientada a la crianza de abejas, *Apis melífera*, con el objetivo de obtener los productos que las mismas son capaces de elaborar y recolectar: la miel, el polen, la cera, la jalea real, el propóleo y la apitoxina. Prácticamente, la **miel** es el único producto explotado económicamente en la Argentina. La actividad toma importancia comercial en Argentina a fines de la década del '50 con la llegada del tambor de hierro, convirtiéndose ya desde esa época en un bien altamente transable (Estrada, 2005).

Según fuentes oficiales para 2010, el sector apícola en La Pampa consta de 1.297 productores registrados en RENAPA (Registro Nacional de Productores Apícolas, quienes declararon 341.111 colmenas. Los apicultores están agremiados en 8 asociaciones. Hay 9 cooperativas pampeanas dedicadas a la actividad con 19 salas de extracción autorizadas por SENASA (2009). Según INDEC, durante 2009, el sector generó divisas por casi 17 millones de dólares. En promedio, durante el período 2003-2009 la participación de las exportaciones pampeanas ha rondado el 10% (Dirección General de Estadística y Censos, 2011).

Argentina, tercer productor y primer exportador mundial de miel, envía casi el total de su producción al bloque económico de la UE y a países como EEUU y Japón; todos exigentes importadores líderes de este bien tan consumido en el ámbito mundial, pero poco en nuestro País. La notable expansión comercial se ha dado gracias a una serie de factores productivos, climáticos y económicos que, sumados a la calidad del producto argentino reconocido mundialmente, ha derivado en un aumento notorio de las exportaciones nacionales de miel natural, con acrecentamiento del precio internacional.

La miel argentina posee un alto grado de aceptación, fundamentalmente por sus parámetros de calidad (Hidroximetilfurfural¹, humedad, presencia de residuos) y sus características organolépticas (miel clara, sabores suaves y aroma poco marcado), posicionándola, sobre todo, en los mercados europeos que la usan como mieles de “corte”, en pos de lograr volúmenes que le permitan satisfacer su mercado interno (Nimo, 2003; Estrada, 2005; SAGPyA, 2008).

En los últimos años, este mercado mundial se ha vuelto mucho más estricto. Los países compradores, año tras año, modifican o agregan nuevos controles que no siempre aportan o mejoran los estándares del producto terminado; más bien, atentan contra la sustentabilidad del sector, pues su verdadero objetivo será limitar el acceso a sus mercados, protegiendo así su propia producción (Deardoff y Stern, 1997; CNCE, 1999; FAO, 2000; Balestri y Saravia, 2005; SAGPyA, 2008).

Problema a investigar

Si se tiene en cuenta el alto grado de transabilidad de la miel argentina, particularmente la miel pampeana, el complejo de normas ha cumplimentarse -desde los prolegómenos mismos de la producción primaria hasta el ingreso a los países que la compran- hace muy arduo el derrotero. Así se plantea: ¿cuán dificultoso es este marco institucional-legal que la miel pampeana debe respetar para ser exportada?; ¿es posible ordenarlo de modo tal que se facilite su entendimiento?; ¿qué otras instituciones internacionales, como medidas de protección, deben ser contempladas para ingresar como *commodity* en sus principales mercados internacionales?

Objetivo general

Describir el complejo marco institucional-legal que transita la miel pampeana desde antes de producirse hasta que es importada.

¹Hidroximetilfurfural (HMF en miel): producto de alta toxicidad, generado por la degradación de los azúcares. Los niveles de HMF en miel, aumentan significativamente cuando ésta es sometida a tratamientos térmicos inadecuados.

Objetivos particulares

Describir el mercado internacional, nacional y provincial de la miel a granel con destino a la exportación, identificando a sus principales importadores.

Elaborar un marco referencial que permita conocer en detalle los costos “*fobbing*”, considerados como una de las instituciones claves para la resolución de estas exportaciones.

Proponer un instructivo que permita elaborar otras guías para productos de exportación con características similares a éste.

Resultados esperados

1. Una descripción de los mercados internacional, nacional y provincial de la miel a granel, resaltándose aquellas instituciones formales que han de respetarse.
2. Una guía explicativa que permita **ordenar** el marco provincial y nacional y sirva como instructivo donde consten todas aquellas normas pre-establecidas por el Estado en pos de una correcta producción, acopio, distribución nacional y exportación de miel pampeana a granel. Esta guía podría servir como instructivo básico para el ordenamiento de información similar en otros productos.
3. La identificación y el análisis de las principales normas arancelarias y para-arancelarias de USA y UE.
4. Una esquematización genérica de los costos “*fobbing*”, incluyéndose los derechos de exportación, utilizándose el modelo adaptado propuesto por la Bolsa de Comercio de Rosario para los granos argentinos.

I

MATERIALES

y

MÉTODOS

Materiales y métodos

“La equidad no se consigue por decreto.”

Bernardo Kliksberg

La metodología fue exploratoria. Para Pineda y Alvarado (2008), la exploración es parte de los estudios descriptivos que podrían desarrollarse sobre un problema científico, aspirando a familiarizar al investigador en objetos sobre los que no se dispone de suficiente conocimientos para formular el marco teórico. De Canales *et al* (1986) exponen que representa una etapa preparatoria del trabajo científico, facilitando el ordenamiento de resultados, características, factores, procedimientos y otras variables sobre fenómenos y hechos; aclara que no es necesaria la formulación de hipótesis para estos estudios. En este marco, tal como se explicó, si bien existen antecedentes que abordan algunos aspectos de la temática, se desconocen documentos, al menos en lo que respecta a la provincia de La Pampa, que detallen las normas mencionadas. Ante ello, se insiste, esta investigación reviste carácter de exploratoria.

Se utilizó el método para la caracterización y análisis de las cadenas agroalimentarias en el área de influencia de la provincia de La Pampa, propuesto por Iglesias, *et al* (2004). Se realizó una revisión exhaustiva sobre antecedentes bibliográficos, normas y otros marcos que explicaron el trayecto de la miel hacia su exportación (SENASA, 2002; Nimo M., 2003; SAGPyA, 2003; Estrada, 2005; Bircher M., 2008; Fundación EXPORT.AR 2002, 2003, 2008 y 2010, entre otros ya mencionados).

Posteriormente, se realizaron entrevistas desestructuradas a 32 informantes calificados de la cadena para constatar lo revisado en la bibliografía con sus experiencias (actores del Gobierno provincial, Sociedad Argentina de Apicultores, algunos propietarios de salas de extracción, exportadores, asociados a asociaciones de productores apícolas y proveedo-

res). La intensión de estos encuentros estuvo en cotejar la información teórica con las experiencias de estos actores sociales. Antes de las entrevistas se realizó un plan piloto con uno de los sujetos, donde se testearon las preguntas diseñadas para tal fin.

Paralelamente se iba trabajando con el complejo marco institucional que regula al sistema estudiado. Dada la dispersión del marco legal, se realizó un ordenamiento detallado. Se trabajó con reglamentaciones internacionales, nacionales y pampeanas. Finalmente, se revisaron las imposiciones de dos de las corrientes comerciales sobresalientes para el mercado de la miel argentina: EEUU y UE.

Este trabajo se realizó tomando como eje, las tres ventas de los granos (Bolsa de Comercio de Rosario, 2009), aplicándose al flujo exportador de la miel.

Para agilizar la lectura del presente documento, ante lo complicado y tedioso que ello podría significar, en pie de página se detallaron los diversos marcos legales revisados, en lugar de intercalarlos en la lectura; lo mismo se planteó para alguna de las explicaciones muy técnicas y de compleja interpretación. Además, la información estará dada en cuadros, tablas y gráficos, según propone Wheeler (1993) para organizar las distintas ilustraciones que un trabajo científico ha de disponer².

Como anexos aparecen aquellos documentos que pueden resultar esenciales para una comprensión más precisa de los temas aquí abordados. Se incluyen resoluciones y normativas importantes, así como tablas y cuadros que dan forma a los gráficos presentados en los diferentes capítulos mencionados.

²Para Wheeler (1993), las **ilustraciones** se pueden organizar en tablas, cuadros y/o figuras. La **tabla** es un elemento gráfico con encabezamiento y casillas que se usa, fundamentalmente, para organizar información cualitativa (líneas y columnas de palabras, algoritmos y símbolos). Debe contener título, encabezamiento, la fuente, notas y llamadas. No se deben limitar sus lados derecho e izquierdo de la tabla (no cerrarla con líneas verticales). En tanto, al **cuadro**, semejante a la tabla, propone utilizarlo para organizar información más tipo cuantitativa. Posee sus lados cerrados, en los cuatro lados. Las **figuras** son para volcar imágenes, esquemas, diagramas, gráficos, flujogramas, entre otras posibilidades.

1.1. *Marco teórico sobre las instituciones involucradas*

La comercialización es el traslado físico y jurídico de los productos agropecuarios desde la tranquera del campo hasta el consumidor (Pons, 1991; Caldentey y Haro Giménez, 2004; BCR, 2009). En este trayecto distributivo deben analizarse aspectos diversos que afectan la eficacia y eficiencia de los sistemas agroalimentarios, sean logísticos, estructurales o legales, entre otros. El conocimiento de las normas o instituciones formales e informales resultan claves.

Primero, se referenciaron los mercados de la miel a granel en sus distintos estratos comerciales, internacional, nacional y provincial pampeano. Abarcó aspectos productivos y comerciales, con énfasis en las características institucionales de cada ámbito. Se describieron las evoluciones ocurridas en los principales países productores, exportadores, importadores y consumidores de miel en el mundo, en función de datos publicados por FAO (década 2000 a 2009).

Posteriormente, se analizaron marcos institucionales formales, denominados **reglamentos**, también para los marcos nacionales y provinciales pampeanos, además del internacional (con hincapié en los mecanismos de intervención de los principales compradores para la miel argentina, EEUU y UE).

Los **reglamentos**, motivo central de este trabajo, cumplen funciones primordiales en el ordenamiento de esos flujos, sobre todo cuando se trata de exportación.

Si bien se identificaron algunos trabajos que, aisladamente, abordaron el estudio de las normas para que la miel pampeana fuera producida, manipulada en la Provincia, trasladada a puerto e ingresada en los países compradores (EEUU, Alemania, Japón, etc.), no se conocen documentos que ordenen detalladamente dichos marcos, al menos con sentido científico.

No alcanza con tener un producto de calidad o buen precio, debe contemplarse también su fabricación en función de las exigencias del mercado y del consumidor. El Banco de Inversiones y de Comercio Exterior (2010) ofrece una mirada global para el proceso exportador. Entre algunas de las consideraciones propuestas, se describieron esfuerzos y decisiones que las empresas debieron considerar si pretendían vender bienes y servicios en el exterior; analizó los elementos controlables e incontrolables que condicionaron el entorno, sin detenerse en hacer referencia en ningún producto en particular.

La fundación Export.Ar (2003) trazó algunas orientaciones generales, planteando genéricamente información clave a la hora de vender, tanto en el mercado local como internacional. Mostró al comercio exterior con características muy dinámicas, asociándolo con disturbios por problemas financieros, políticos y sanitarios; o por cuestiones culturales, tanto en países de origen como de destino. Sin embargo más allá de estas orientaciones generales, no abordó en demasía ni profundiza el complejo institucional nacional e internacional.

Nimo (2001) examinó la estructura y el funcionamiento de este sistema agroalimentario nacional, versando sobre sus mecanismos de *gobernancia*, así como su inserción en el mercado internacional. La autora instó al cambio institucional como condición necesaria para la innovación en las organizaciones y en las tecnologías de proceso y de producto.

Sobre el sector apícola pampeano, Real Ortellado (2004) ofreció una interesante caracterización. Describió aquellos factores que contribuyeron al desarrollo del sector, invitando a proseguir con el análisis de esta problemática. Sobre todo, hizo hincapié en caracterizar al sector primario, sin avanzar en demasía sobre otros eslabones de la cadena.

Como fuentes de consulta, se reconocieron las normas provinciales (Decreto Reglamentario 625/93 de la Ley Apícola provincial), nacionales (RENAPA, 2008; SENASA, 2010; DGA-AFIP, 2010; BICE, 2011), e internacionales. Asimismo y por la importancia

que revisten EEUU y la Unión Europea, se consideraron algunos marcos teóricos claves para la prosecución de los objetivos planteados en este trabajo (CNCE, 1999; Fundación EXPORT.AR, 2002, 2003; Fundación Fortalecer-BID, 2006; Noncioli, 2008; USDA, FDA, 2010; Eur-Lex, 2010).

1.2. *Mecanismos de coordinación*

Según Steiger (citado por Balestri y Saravia, 2006), la coordinación de la cadena es el proceso a través del cual se armonizan toda una gama de decisiones secuenciales e interrelacionadas, las cuales resultan sumamente complejas conforme aumentan los niveles de desarrollo del sistema estudiado. Existen dos formas de coordinación: a través del *mecanismo de precios* (conocido como mercados tipo *spot*), o por *mecanismos de integración* (integraciones vía contratos o por propiedad) (Teubal, 1995; Balestri y Saravia, 2006). Para Alvarado Ledesma (2004), a estas distintas formas de interacción o actuación coordinada se las denomina **estructuras de gobernanca**.

La integración se puede dar en dos sentidos: vertical y horizontal. La integración horizontal consiste en la acción común de diversos agentes que operan en la misma actividad (Formento y Gavidia, 1995). La integración vertical consiste en avanzar en la cadena aumentando los procesos realizados por una misma empresa. Este tipo de integración se puede dar hacia adelante o hacia atrás, dominando diferentes etapas/eslabones de la cadena. La idea de esta integración no sólo es reducir costos, sino también mejorar el grado de eficiencia entre procesos, suprimiendo intermediarios (también aportando en la reducción de costos).

Las formas de integración vertical predominantes (Teubal, 1995; Balestri y Saravia, 2006), son: *integración vertical por propiedad* cuando una empresa integra bajo una misma propiedad jurídica unidades de producción que corresponden a otras etapas del complejo; *integración contractual* mediante los cuales se regula las relaciones entre las empresas agroindustriales y agropecuarias; *integración asociativa o cooperativizada* pudiendo darse

el caso de que varias unidades de producción de una etapa se articulen horizontalmente para luego participar en otra etapa e integrar verticalmente sus respectivas producciones y procesos productivos. Por último *integración a través del insumo*, se da cuando el polo integrador controla un insumo básico en forma monopólica u oligopólica.

En el negocio de *commodities*, como es el caso de la miel, la interacción entre las partes suele realizarse vía precios. Se plantea como premisa en este trabajo que, **aun en presencia de mercados *spot*, existen diversos contratos que definen un marco con situación mixta.**

Las distintas formas de vinculación entre eslabones integrantes de la cadena de valor conforman las estructuras de *gobernancia*, entendidas como los términos en los que se adecuan las transacciones a medida que se presentan contingencias. Las reglas de *gobernancia* surgen del marco institucional (leyes), de formulaciones contractuales de los agentes, o por medio de jerarquías, en las que los grados superiores dispondrán de una mayor autoridad para determinar el modo de cumplimiento del contrato (Alvarado Ledesma, 2004).

Para Ordoñez (2000), Alvarado Ledesma (2004) y Balestri *et al* (2005) es común que la coordinación, denominada gobernancia de la cadena, esté en manos de quien tenga una posición dominante en cuanto a concurrencia e información acerca de lo que prefieren los consumidores; estableciendo y definiendo las condiciones de la comercialización en ese canal.

Gráfico n°1: Estructuras de gobernanza.



Elaboración propia. Fuente: Balestri y Saravia (2006).

De acuerdo al cuadro elaborado por Ordoñez (2000) (también mencionado por Balestri y Saravia, 2006), cuando se intenta acceder individualmente al mercado, los costos de transacción se elevan, entrañan riesgos de todo tipo y arrojan un resultado de suma cero para la cadena, pues mientras algunos ganan, otros pierden. Este formato se observa cuando el bien de cambio es un commodity o con escaso valor agregado, como ocurre con la miel a granel.

1.3. Ley, decreto y otros actos legislativos³

Según North (1993), las **instituciones** son aquellas limitaciones ideadas por el hombre, que dan forma a la interacción humana y estructuran incentivos en el intercambio (sea político, social o económico). Las organizaciones (políticas; económicas; sociales ó educativas), surgen como consecuencia de este marco institucional: las instituciones son las reglas del juego, en tanto que las organizaciones son los equipos con su respectiva estrategia ejecutantes de tales instituciones. Los costos de funcionamiento de las instituciones incluyen no sólo al marco institucional sino a las inherentes al funcionamiento de las organizaciones.

³ Infoleg, 2012.

Hay instituciones formales e informales. Las **instituciones formales** son las constituciones, códigos, leyes, contratos y demás elementos, generalmente plasmados por escrito, de la pirámide jurídica que rige la vida de una comunidad. Mientras que las **instituciones informales** pueden ser extensiones, interpretaciones y modificaciones de reglas formales; normas de comportamiento social reconocidas que son premiadas o sancionadas; acuerdos, códigos de conducta y convenciones que provienen de costumbres, tradiciones y en general de lo que se conoce como cultura (North, 1993; Alvarado Ledesma, 2004)

La **Ley** (del latín *lex, legis*) es una norma jurídica dictada por el legislador nacional o provincial, es decir, un precepto establecido por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia. Su incumplimiento trae aparejada una sanción.

Legislación Delegada: Son normas jurídicas con rango legal aprobadas por el Gobierno nacional o provincial. No son propiamente leyes, aunque tienen todos los efectos de éstas, ya que tienen valor, rango y fuerza de ley. Entre ellas se hallan:

- **Decreto Ley:** Es una norma con rango de ley, emanada del poder ejecutivo, sin que necesariamente medie intervención o autorización previa de un Congreso o Parlamento.
- **Decreto Legislativo** (también llamado decreto con fuerza de Ley (DFL)): es una norma jurídica con rango de ley, emanada del Poder Ejecutivo, en virtud de delegación expresa efectuada por el poder legislativo.

Un **Decreto Reglamentario**, es una norma jurídica dictada por autoridad competente, que complementa y precisa una Ley, como norma jurídica superior.

La **Resolución Administrativa** consiste en una orden escrita dictada por el jefe de un servicio público de carácter general, obligatorio y permanente; se refiere al ámbito de competencia del servicio. Se dictan para cumplir las funciones que la Ley encomienda a

cada servicio público. Alcanza a todo aquello que complemente, desarrolle o detalle a la Ley en la esfera de competencia del servicio público. Pueden tener alcance nacional o local (para servicios descentralizados). De gran impacto en la actividad económica y social, tienen un grado de flexibilidad, oportunidad e información que la Ley no cuenta, y en ese sentido la complementan (Infoleg, 2012).

Como ejemplos trabajados en el presente, están aquellas Resoluciones emanadas de SENASA, SAGPyA (hoy Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de La Nación), para el ámbito nacional; para el Provincial, están los Reglamentos del Ministerio de la Producción de La Pampa.

1.3.1. Unión Europea (UE)⁴

Los objetivos de los Tratados de la UE se materializan mediante varios tipos de actos legislativos, vinculantes y o no vinculantes. Algunos se aplican a todos los países de la UE y otros sólo a unos pocos.

Un **reglamento** es un acto legislativo vinculante, y debe aplicarse completamente en toda la UE. Por ejemplo, cuando la UE quiere proteger las denominaciones de productos agrícolas procedentes de determinadas zonas, el Consejo adopta un Reglamento.

Una **directiva** es un acto legislativo donde se establece un objetivo que todos los países de la UE deben cumplir, pero cada país decide cómo hacerlo. Una **decisión** es vinculante para aquellos a quienes se dirige (un país de la UE o una empresa concreta), y es directamente aplicable.

1.4. Conceptos fundamentales a la hora de exportar⁵

- Clasificación arancelaria de las mercaderías.
- Tributos aduaneros.
- Estímulos a la exportación.
- Términos de las ventas.
- Transporte.
- Medios de pago internacionales.

⁴ El Portal de la Unión Europea (2010). En <http://europa.eu>.

⁵ SAGPyA. Dirección Nacional de Alimentos. Área Apícola (2003)- AFIP- PCRAM.net.

1.4.1. Clasificación arancelaria de las mercaderías⁶

Toda mercadería está determinada por una **Posición Arancelaria**⁷ (*Anexo VI*), representada por un código de hasta once (11) dígitos numéricos más una (1) letra (dígito control). Se llaman **nomenclaturas**⁸ a las listas que contienen la totalidad de esas Posiciones Arancelarias correspondientes a todo el universo de productos posibles.

Cuando la función de la nomenclatura está en establecer el tratamiento que debe darse a cada uno de los códigos, se denomina **nomenclatura arancelaria** o “**arancel aduanero**”. Este arancel aduanero no sólo identifica la mercadería, sino que permite conocer la información siguiente:

- a) Derechos de exportación y reintegros (estímulo a las exportaciones).
- b) Aranceles de importación (para el país de destino).
- c) Exigencias y requisitos que debe cumplimentar la mercadería, tanto para el exportador como para el importador.
- d) Intervenciones de Organismos Nacionales ante los que se ha de tramitar alguna documentación para exportar.
- e) Todo tipo de información comercial referida al producto.

En Argentina, esta codificación se realiza utilizando al **Arancel Integrado Aduanero del Sistema Informático María (SIM)**, basado en el Nomenclador Común del MERCOSUR (NCM). La clasificación arancelaria de la miel, dentro del sistema armonizado, es la siguiente: 0409.00.00. Su denominación es Miel Natural, y la apertura dentro del Sistema María se detalla en el cuadro N°1.

⁶ Poder Ejecutivo Nacional. Decreto 690/2002.

⁷**Posición arancelaria:** es el código numérico que clasifica a los productos que se exportan. Conociendo la posición se puede obtener información sobre el tratamiento que recibirá un producto en el mercado de destino. El código está integrado por los siguientes pares de números: Capítulo (2 dígitos), Partida (4 dígitos), Subpartida Sistema Armonizado OMC (6 dígitos), Subpartida Regional MERCOSUR (8 dígitos). El Sistema Informático María (SIM) agrega 4 dígitos más: 3 números y una letra (dígito control).

⁸En principio, una nomenclatura está constituida por los códigos de los productos, la descripción correspondiente a cada código y una serie de reglas que rigen la tarea de clasificar.

Cuadro n°1. Sistema Integrado María (SIM). Clasificación arancelaria de la miel.

Posición Arancelaria	Descripción
0409.00.00	Miel Natural
0409.00.001	en envases de contenido neto inferior o igual a 2,5 kg
0409.00.009	los demás
0409.00.00110	de citrus
0409.00.00120	de eucalipto
0409.00.00130	de tréboles
0409.00.00140	de alfalfa
0409.00.00190	los demás
0409.00.0091	A granel (ley N°25.525)
0409.00.00911	de abejas
0409.00.00919	las demás
0409.00.0099	los demás
0409.00.00991	de citrus
0409.00.00992	de eucalipto
0409.00.00993	de tréboles
0409.00.00994	de alfalfa
0409.00.00999	las demás, incluidas mezclas

Fuente: Sistema Integrado María (SIM)

1.4.2. Tributos aduaneros

Todo **impuesto** contiene los siguientes elementos: hecho, momento y base imponibles, y una alícuota. Hecho imponible es aquello que se quiso gravar; momento imponible se aplica en función de la fecha del registro de la solicitud de exportación; base imponible es el valor en aduana de las mercaderías que se exportan (generalmente se calculan sobre el valor FOB de la mercadería); y alícuota es el porcentaje a aplicar (Sánchez y Saravia, 2012). El porcentaje de los derechos de importación y exportación está regulado por el Ministerio de Economía, siendo la oficina de aplicación la Dirección General de Aduanas (DGA) (Dirección General de Aduana, 2012).

Para el caso, las distintas instituciones formales que DGA aplica son (Dirección General de Aduana, 2012):

a. Derechos aduaneros: pueden clasificarse en “*ad valorem*”, porcentaje que se determinan sobre una base imponible del valor de una mercadería; y los derechos “específicos”, que representan una suma fija de dinero por cada unidad de medida.

b. Los derechos de exportación: comúnmente conocidos como **retenciones a las exportaciones**, gravan las exportaciones definitivas. Pueden pagarse en la fecha de registro de la exportación ante la Aduana o, en su defecto, dentro del plazo de 120 días o al momento de liquidar las divisas en concepto de exportación (aquello que suceda primero).

c. Derechos adicionales: comercialmente, existen prácticas desleales, como el *dumping* y los derechos compensatorios. Cuando un exportador incurre en alguno de estos dos casos, deberá pagar un Derecho Adicional.

- **Dumping:** cuando una empresa vende sus productos por debajo de sus costos de producción y comercialización, con el fin de acceder a un mercado. Consecuentemente, se aplica –mediante un proceso jurídico- el Derecho de Importación Antidumping para subsanar la diferencia de origen.

- Los **derechos compensatorios** se aplican cuando un país otorga al exportador un subsidio por exportar.

d. Tasas aduaneras: comprobación de destino, servicios extraordinarios y estadísticos, son algunas de las tasas a pagar.

1.4.3. Estímulos a la exportación

Existen dos tipos de estímulos a la exportación: los reintegros y el “Drawback”, compatibles entre sí.

a. Los reintegros⁹: porcentaje del valor FOB de la mercadería, determinado por la Posición Arancelaria correspondiente. Permite restituir total o parcialmente los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos internos¹⁰ por la mercadería que se exporta. Estos tributos incluyen gravámenes por la importación de insumos utilizados oportunamente en la producción de la mercadería a exportar. El exportador percibe el reintegro en efectivo, acreditándose en una cuenta que él haya designado para tal fin. La aprobación

⁹ Poder Ejecutivo Nacional. Decretos 1011/91, 2275/94, 690/02.

¹⁰ Ejemplo de tributos internos: IVA y Ganancias (nacionales), Ingresos Brutos (provinciales), tasas (municipales).

para las liquidaciones de los reintegros estará a cargo de la Aduana de registro de la declaración.

b. Drawback: devolución, total o parcial, de los derechos de importación u otros impuestos internos sobre materias primas o mercancías importadas, cuando son reexportadas con un mayor grado de elaboración o formando parte, en mayor o menor proporción, de otros artículos exportados; por caso, luego de haber sido sometida a un proceso de transformación, elaboración, combinación, mezcla; o cuando se utilizó para envasar otra mercadería a exportar. El “*Drawback*” lo percibe el exportador como crédito fiscal, no en efectivo, respecto de los derechos y estadística pagados en la importación a consumo de mercaderías.

Se establece también un derecho de exportación, máximo del 5%, para aquellos productos en condición de orgánicos, y que presenten el certificado de Empresa Certificadora, autorizada por el SENASA.

Cuadro n°2: Derechos y reintegros a la exportación para la miel a granel.

Posición Arancelaria	Descripción	Reintegros	Derechos
0106.90.00	Abejas reina	0%	5%
0409.00.00	Miel Natural		
	En envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 2,5 Kg.	0%	5%
	- Los demás	0%	10%

Elaboración propia. Fuente: Nomenclador Arancelario, DGA.

1.4.4. Términos de las ventas: Normas de comercialización “INCOTERMS”

Los términos de venta internacional “*Incoterms*” (*International Commercial Terms*) establecen las obligaciones y riesgos del vendedor y del comprador sobre la mercadería u objeto del contrato comercial.

En cada operación comercial, pueden generarse numerosas posibilidades con diferentes terminologías. Para ello, la Cámara de Comercio Internacional estableció una serie de normas, “*Incoterms*”, que delimitan cada transacción, marcando las obligaciones de los

involucrados, precisando con exactitud las responsabilidades recíprocas del vendedor y del comprador, en pos de evitar confusas interpretaciones. Tienen carácter internacional uniforme. Se aconseja que al momento de negociarse, se maneje correctamente estos “*Incoterms*”, pues un malentendido podría ocasionar algún costo o riesgo no planificado. Los “*Incoterms*” se simbolizan en 11 siglas, y se agrupan en cuatro categorías diferentes en función de las obligaciones del vendedor.

A partir del 1 de enero de 2011 entra en vigor la actualización 2010 de la Cámara de Comercio Internacional (CCI) de la lista de “*Incoterms*”. En ésta actualización se suprimen 4 “*Incoterms*”, pero se incorporan dos.

Los “*Incoterms*” 2010 se clasifican en dos grupos:

- Multimodales o polivalentes: Se pueden producir en cualquier tipo de transporte. En este grupo se incluyen los códigos EXW, FCA, CPT, CIP; DAP, DAT y DDP.
- Marítimos o vías navegables de interior: Están los grupos FAS, CFR, CIF y FOB.

Desaparecen los códigos: DES, DAF, DEQ y DDU., y se incluyen dos nuevos (entre los multimodales o polivalentes): DAT (*Delivered At Terminal*) y DAP (*Delivered At Place*) (*Anexo VI*).¹¹

El precio de la miel para exportación utiliza el término “FOB”, así como para la mayoría de los *commodities* argentinos, pues se pacta con la mercadería “a bordo del buque”, asumiendo el vendedor todos los gastos en flete y traslado interno de la mercancía más la contratación del seguro de la mercancía; asume a su riesgo y expensas los gastos de aduana en el punto de embarque (agente, permisos y otros impuestos) y las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque. En tanto, el comprador se responsabiliza de asumir los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional), los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido.

¹¹En <http://doctorlogistico.wordpress.com>

Tanto intermediarios, proveedores, propietarios del servicio de extracción, exportadores y/o productores tienen siempre presente la cotización diaria al momento de concretar una venta, un servicio o una compra de bienes de uso (cuyo valor fluctúa acorde al precio de la miel)¹²⁻¹³.

1.4.5. Transporte

El transporte marítimo es el más utilizado para las exportaciones de miel a granel. Los embarques consolidados, mayormente, se efectúan en tambores de 330 kg aproximados, debidamente instalados en contenedores de 20 pies¹⁴. Además, suelen hacerse embarques consolidados, si bien son escasos, en baldes de 20 Kg. en contenedores de 40' (pulgadas)¹⁵.

1.4.6. Medios de pago internacionales

El medio de pago, seleccionado por ambas partes, debe ofrecer las garantías necesarias sobre la entrega y su posterior pago. Año tras año, las entidades bancarias han adquirido un rol protagónico clave, brindándole a las partes mayor seguridad en materia de transacciones internacionales, facilitando el comercio internacional por confirmar, pagar, presentar, negociar, etc. Existen distintas modalidades de pago:

- Cheque en divisa.
- Letras de cambio.
- Orden de pago o giro bancario o transferencia bancaria.
- Cobranza o valor al cobro.
- Crédito documentario o carta de crédito.

Es importante considerar la condición de venta declarada en el permiso de embarque, ya que el exportador deberá ingresar el valor del bien según el “*Incoterms*” pactado.

¹²Dato obtenido a partir de las encuestas realizadas a propietarios de salas de extracción, proveedores y asociaciones apícolas.

¹³En el siguiente capítulo se analizará la estructura de los costos “*fobbing*” por los que, aguas abajo, transita la miel.

¹⁴ 20 pies = 6,096 metros

¹⁵40 pulgadas = 1,016 metros

1.5. Barreras de acceso a los mercados internacionales

La Comisión Nacional de Comercio Exterior argentina (CNCE, 1999)¹⁶, cataloga a los mecanismos de intervención al comercio internacional según el criterio tributario de las medidas en **barreras arancelarias (BAs)** y **no arancelarias (BNas)**.

Las **BAs** representan el conjunto de niveles arancelarios que se deben pagar para ingresar un producto a un país; en tanto que las **BNas** son todas aquellas leyes gubernamentales, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado¹⁷. Este grupo de barreras se basan en normas e intervenciones gubernamentales que en muchos casos no son lo suficientemente transparentes, lo que dificulta las negociaciones de países con intenciones de eliminar estas barreras comerciales.

Deardoff y Stern (1997)¹⁸ proponen que las **BNas** se organicen de la siguiente forma:

- *En función de los motivos que las originan:* políticas de importación, medidas zoo y fitosanitarias, obstáculos técnicos, medidas de protección del medio ambiente, políticas públicas discriminatorias y productos especiales.
- *Según el tipo de medida o impacto esperado:* las cuotas, la política de precios mínimos a las compras, los derechos antidumping, los requisitos en el etiquetado, los acuerdos preferenciales, y varios más¹⁹.

Dentro de las **BNas**, la CNCE (1996) diferencia a las **barreras núcleo**; como aquellas medidas no arancelarias que restringen directamente la cantidad o el precio de las importaciones, como son las prohibiciones, cuotas, licencias, aranceles estacionales, medidas

¹⁶La CNCE es un organismo desconcentrado que funciona en el ámbito de la Secretaría de Industria y Comercio del Ministerio de Industria. Actúa como autoridad de aplicación y como centro de investigación y seguimiento en temas relativos al comercio y política comercial internacionales. Sus acciones específicas resultan complementarias de las competencias de otras áreas del gobierno orientadas al comercio exterior. En <http://www.cnce.gov.ar/>

¹⁷También todas aquellas medidas que estimulan el comercio, a saber el conjunto de subsidios que pueden recibir los productores o exportadores de un mercado dado para facilitar su participación en el mercado internacional.

¹⁸Alan V., Deardoff y Robert M. Stern. OCDE (1997). "Measurement of Non-Tariff Barriers" Working paper No. 179.

¹⁹Entre los más importantes se hallan: cupos, salvaguardias especiales, precios mínimos de importación, derechos antidumping, licencias automáticas y no automáticas, vigilancia a las importaciones, requisitos de etiquetado y de producto, acuerdos preferenciales, precios de referencia, etc.

que restringen los precios de importación, medidas antidumping y compensatorias y restricciones voluntarias a la exportación.

En tanto, Balestri y Saravia (2005) las clasifica como de **índole económica y no económica o para – arancelarias**, sobresaliendo en éstas últimas los aspectos higiénico-sanitarios.

Las **barreras económicas** se subdividen en regulaciones de apoyo interno y de restricción de acceso a los mercados:

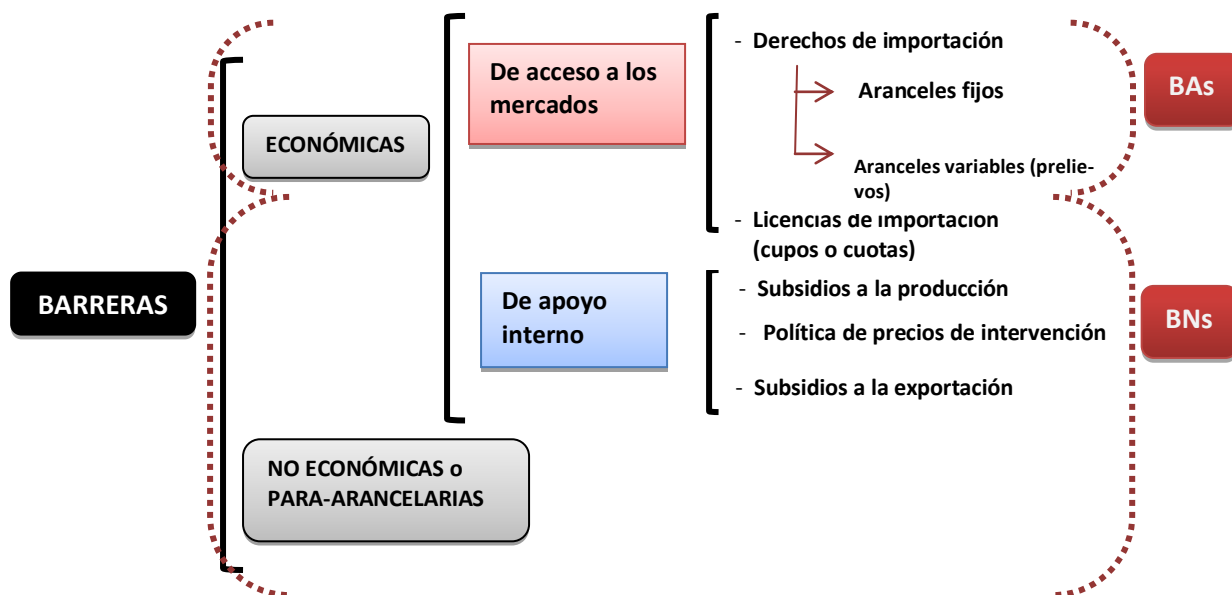
- **Regulaciones de apoyo interno:** tratan de sostener y favorecer las exportaciones, como los subsidios directos a la producción y a las exportaciones, los precios de intervención, entre las más importantes.²⁰
- **Restricciones de acceso a los mercados:** buscan evitar la penetración de productos al mercado interno. Las más empleadas son:
 - **Derechos de importación variables (derechos arancelarios).** Estos pueden ser:
 - *Fijos:* representan un porcentaje sobre el valor CIF de la mercadería comprada;
 - *Variables:* también llamados “*prelievos*”, los cuales se cobran según la evolución de los precios internos de referencia y los precios internacionales.
 - **Licencias de importación:** Limitan la importación de productos con el establecimiento de cupos o cuotas.

Las **barreras no económicas** comúnmente reconocidas como “**para-arancelarias**”, se basan en intervenciones que, en diversos casos, no son lo claras que debieran ser, dificultando así las negociaciones internacionales. Prevalen dentro de este grupo las medidas de protección sanitarias, fitosanitarias e higiénicas en general.

²⁰Por ejemplo, Nueva Zelanda exporta el 40% de lo que produce (10,4 tn) mediante una marca genérica de alimentos del país, lo que le permite ubicar su producto como *Premium*, posicionándolo como la miel de mayor calidad mundial.

Por inspección de la “Oficina Alimentaria y Veterinaria” de la Unión Europea, a China, en 2001, se le constató el uso de cloranfenicol, prohibido por la esa organización. La suspensión de importaciones de miel china a la UE entró en vigor el 31 de enero de 2002. El mercado mundial, ante la consecuente escasez del producto, registró fuertes cambios en los flujos de las exportaciones, generando un aumento significativo en los precios internacionales del producto. En el verano de 2004 China obtuvo nuevamente permiso para exportar, equilibrándose nuevamente el mercado²¹. Otro caso es EEUU., país que exige mieles libres de residuos de antibióticos y/o agroquímicos, con certificaciones sanitarias que avalen al producto y su destino. En el gráfico N°2 se sintetiza y analiza en manera conjunta, las diferentes clasificaciones elaboradas por los autores citados:

Gráfico n°2: Barreras de acceso a los mercados internacionales



Elaboración propia. Adaptado de Deardoff y Stern (1997); CNCE (1999); Balestri y Saravia (2006).

²¹El país asiático es el principal productor mundial de miel, si bien de calidad no muy favorecida.

II

Resultados

y

Discusión

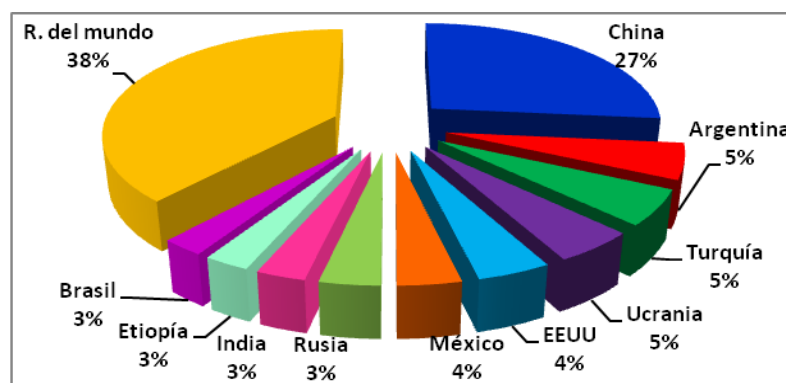
Breve descripción del mercado transable de la miel a granel. Marcos internacional, nacional y provincial

2.1. Producción y comercialización de miel en el mercado internacional

2.1.1. Producción internacional

De acuerdo a datos de FAO (2011), entre 2000 y 2009 la producción de miel experimentó una tendencia leve de crecimiento del 2,3% anual promedio. Para 2009 se produjeron 1,53 millones de toneladas.

Gráfico n°3: Distribución mundial de la producción para 2009



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Sólo 6 países concentran el 50% de la producción: China, Argentina, Turquía, Ucrania, Estados Unidos y México. A excepción de los grandes exportadores, como China y Argentina, el resto de los países son poco reconocidos como tales, debido a que su producción se destina mayoritariamente al consumo interno. A excepción de China, Turquía, Ucrania, Etiopía y Brasil, que lograron aumentar en promedio su producción entre un 4% y 7%, el resto de los grandes productores mundiales ha mantenido su participación relativa, salvo EEUU que su producción ha decrecido notoriamente en el periodo evaluado (*Anexo I, cuadro a*).

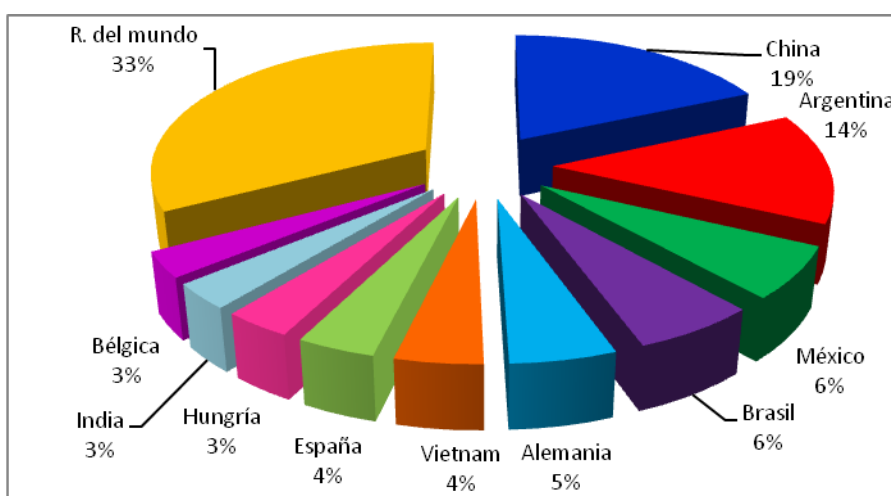
En el gráfico n°3 se observa un claro liderazgo de China, con una producción de cinco a nueve veces superior a sus seguidores Argentina, Turquía y Ucrania, entre los prin-

cipales. Según la FAO (2009), lo que diferencia a Argentina, China, y México del resto de los productores de miel, es que éstos son grandes exportadores; China por su alto nivel productivo; y Argentina y México por su escaso consumo interno en relación a sus niveles productivos, el resto de los países consumen sus stocks (Nimo, 2003). (Ver en Anexo I, cuadro a).

2.1.2. Principales países exportadores de miel

Mundialmente, se exporta el 28% de la miel producida. Los últimos datos publicados por FAO corresponden a 2009, cuando se exportaron 426 mil toneladas por un importe mayor a los 1.270 millones de dólares. Si bien las toneladas exportadas fueron un 6% menor al año anterior, el valor por el cual se comercializaron fue sólo un 1,6% menor. Como lo muestra el gráfico n°4, los países que lideran y concentran el 44% del volumen de comercialización de miel son China y Argentina, con el 18% y el 14% respectivamente. Sus contribuciones han ido variando durante el periodo analizado, pero siempre han sido los exportadores por excelencia, sus saldos exportables rondan las 136 mil toneladas por un monto aproximado de 293 millones de dólares. Los otros dos países que participan, pero en menor medida, con un 12% en su totalidad, son México y Brasil, con volumen exportable de 53 mil toneladas por 147 millones de dólares. (Anexo I, cuadros b y c).

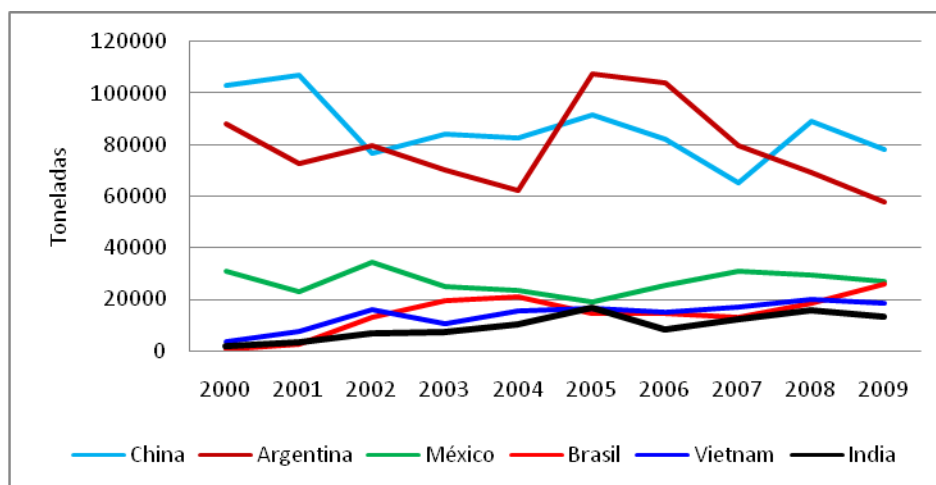
Gráfico n°4: Participación relativa de los países exportadores (2009)



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

En el gráfico n°5, queda expuesto que si bien los dos grandes exportadores por excelencia China y Argentina, han experimentado durante el periodo analizado, serias caídas en el nivel de participación en las exportaciones; muy por el contrario de esto, países emergentes como Brasil e India, ha tomado mayor participación con un crecimiento del 149% y 38%; como también lo han hecho Vietnam y Bélgica en un 29% y 20% respectivamente.

Gráfico n°5: Evolución de las exportaciones de miel en el mundo



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

A continuación se presenta una breve síntesis de las características comerciales de los principales exportadores.

Argentina, históricamente productora y gran exportadora, comercializa al mundo alrededor del 95% de su producción, sólo un 2% del producto se exporta fraccionado, el 98% restante se vende a granel sin diferenciación. Sus principales clientes importadores son Alemania, Estados Unidos, Italia, Francia y Reino Unido. Han surgido algunos mercados potenciales como Sudáfrica, Finlandia, Países Árabes, Indonesia, Ecuador, Australia y Noruega, denotando que tanto los destinos como la participación de las mieles argentinas se ha ido incrementando en estos últimos años (SAGPyA, 2008). Lamentablemente, las exportaciones de miel no han evolucionado favorablemente, presentando años con notable crecimiento, pero también marcados descensos en sus saldos exportables. Algunas de las razones que ha provocado esta disminución han sido las sequías por las que atravesó du-

rante año 2009. Debido a esto, se registra un decrecimiento promedio de las exportaciones del 2% en toneladas y pero un 10,4% más en ingreso de divisas por parte de este producto (*Anexo I, cuadro c*).

México: en 2009 los apicultores mexicanos habrían exportado casi 26 mil toneladas, con un valor de 77.6 millones de dólares. La miel mexicana mantuvo su ritmo de ventas al exterior, a pesar de los efectos de los fenómenos climatológicos que se han registrado en los últimos años y que han impactado la producción en distintas partes del mundo. México ocupa el sexto lugar como productor y mantiene el tercero como exportador. Los principales destinos de este producto son Alemania (el 55% de las exportaciones mexicanas va allí), Gran Bretaña, Arabia Saudita, Suiza, Estados Unidos y Japón; el Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México da una cuota preferencial de 30 mil toneladas de miel mexicana (SAGARPA, 2010)²². Posee precios algo superiores a los argentinos pero su calidad es similar y su saldo exportable ha rondado siempre las 27 mil toneladas, representando el 6% de las exportaciones mundiales. México cuenta con el Consejo Regulador de Miel, un sistema de origen mixto que contribuye a mejorar la calidad e incentivar el consumo de miel. Cualquier participante de la cadena puede afiliarse y, contrato de por medio, comercializar miel bajo el aval de este Consejo. La participación en las exportaciones había descendido a partir del 2002 como consecuencia de la africanización de sus enjambres, provocando una disminución notable en su producción. A partir del 2003 se comienza a recuperar la producción, reinstalando su participación en el mercado mundial (Nimo, 2003).

China: es uno de los grandes productores y exportadores de miel del mundo. Los principales mercados destino son Japón, EEUU, Alemania y Hong Kong (Erkekdjian, 2003). Es importante destacar que las calidades y los precios de miel en los países anteriormente nombrados, varían ampliamente. Según Nimo (2003) la calidad y los precios de

²² Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación del Gobierno de México.

miel china se encuentran por debajo de mieles como las argentinas y mexicanas, fundamentalmente su estilo de producción (artesanal y familiar) y manipuleo. China exportó, en el 2009, más 78 mil tn, por un valor de 133 millones de dólares, más de un 18% del comercio mundial.

Brasil, Alemania, Vietnam, Hungría, India y Canadá participan con sus saldos exportables en conjunto, de un 29% del total de las exportaciones, las cuales representaron 123 mil tn por un valor anual superior a los 308 millones de dólares.

Para 2009 las exportaciones **alemanas** ascienden a 22 mil tn por un valor de 110 millones de dólares. Sus envíos se dirigen dentro del mercado europeo a los Países Bajos, Francia, Bélgica, Austria y el Reino Unido; fuera de los países comunitarios, Arabia Saudita, Suiza y en menor medida, a los Emiratos Árabes (Erkekdjian, 2003). El país germano se ha caracterizado por ser el gran cliente de China y Argentina y el gran exportador de miel fraccionada al resto de Europa. Lo ha logrado gracias a los volúmenes de miel a granel que compra a estos países. De esta manera, obtiene un producto final de calidad altamente aceptable (dada por la miel argentina) a precios competitivos (dados por la miel china) y con menores aranceles por importar su materia prima a granel en tambores. En este “*blending*”²³ el nuevo producto es clasificado como de origen europeo, perdiendo el origen real de la miel y su trazabilidad que hubiera tenido hasta la góndola (Rodríguez y Marcos, 2007).

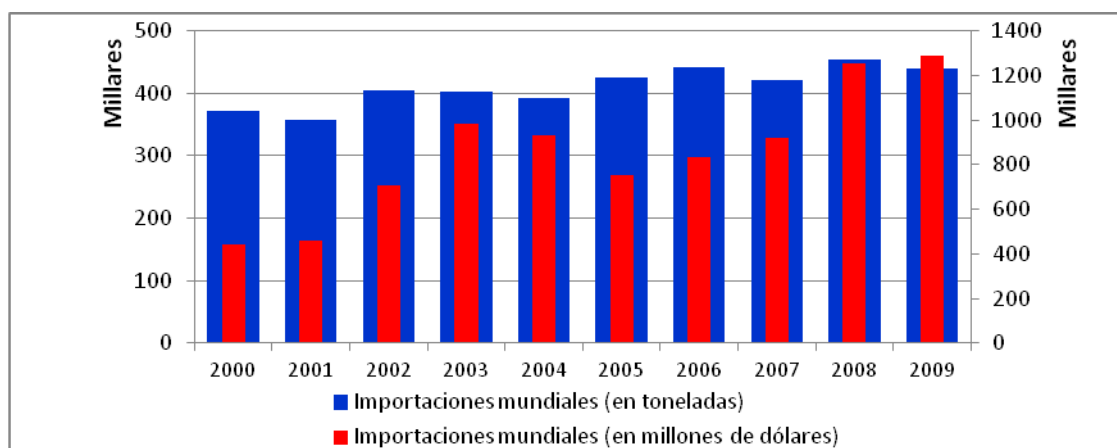
Para Nimo (2003), un caso muy particular es el de Nueva Zelanda, el cual exporta un 40% de lo que produce (10,4 tn) a través de una marca genérica de alimentos de Nueva Zelanda, dedicándose a ubicar su miel como un producto “*Premium*” logrando posicionarla como la miel de mejor calidad en el mundo.

²³ *Blending*: mezcla.

2.1.3. Principales países importadores de miel

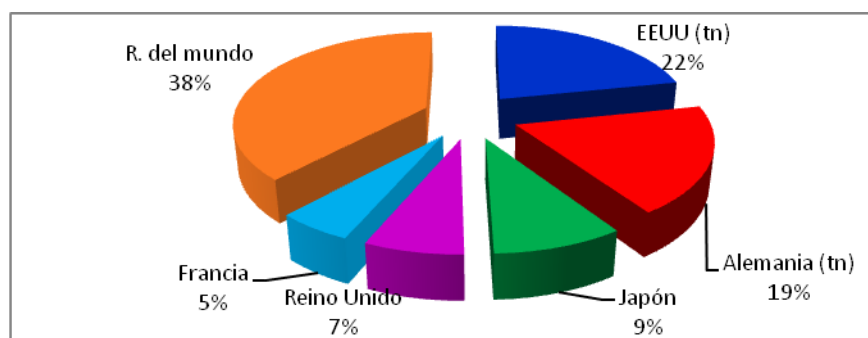
Las importaciones mundiales de miel del 2009 registraron un volumen de 439 mil tn, por un valor superior de 1.285 millones de dólares, lo que representa un crecimiento del 15% correspondiente al periodo analizado.

Gráfico n°6: Evolución de las importaciones mundiales de miel.



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Gráfico n°7: Participación relativa de países importadores(2009)



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Como se realizó con los exportadores, se expone a continuación una breve síntesis de los principales importadores de miel.

Estados Unidos. Es el mayor importador a nivel mundial, con volúmenes superiores a las 95 mil toneladas para el 2009, por un valor de 231 millones de dólares. El consumo anual de los Estados Unidos es de 170 mil toneladas, su consumo de miel per cápita ronda los 600 gramos.²⁴ Durante los últimos años, es Argentina su principal proveedor de miel;

²⁴ Consulado General y Centro de promoción de la República Argentina en New York (2010) “Informe de mercado de la miel en EEUU”.

seguido por China, Canadá y Vietnam. Sin embargo, cabe destacar que en el año 2001, las exportaciones hacia Estados Unidos fueron un 55% inferiores en comparación con el año 2000, y en el año 2002, disminuyeron un 85% más en relación con el 2001, como resultado de las investigaciones solicitadas por los productores de miel de Estados Unidos a las importaciones de miel de Argentina, esta investigación produjo que se aplicaran desde mayo de 2001 derechos compensatorios por subsidios de 5,85% y un arancel antidumping promedio de 35,5% a las principales empresas argentinas exportadoras de miel, afectando sensiblemente los resultados totales de 2001 y 2002 (Erkekjian, 2003).

China por su parte enfrenta serios problemas legales y de calidad de producto con el gobierno de EEUU debido a sus intentos de evitar el pago de aranceles -enviando la miel a través de otros países- y por la presencia de residuos químicos ilegales. Estados Unidos importa miel a granel como insumo para la industria y para envasarla localmente para consumo interno o para luego exportarla envasada a terceros países y tiene preferencia por la miel natural de color blanca y ámbar claro (Fundación Export.Ar, 2002). El aumento de su consumo se debe a su preocupación en el cuidado de la dieta y una alimentación sana, alimentos sin aditivos ni conservantes, libres de pesticidas. Otro factor para el crecimiento de la miel se encuentra en la categoría de productos *gourmet*, naturales y orgánicos. En cuanto a residuos, Estados Unidos no tiene grandes requisitos, pero debe cumplirse con normas que hacen a la seguridad contra el terrorismo, y aplica aranceles para la importación que dificultan la comercialización con ese destino (Achával, 2004).

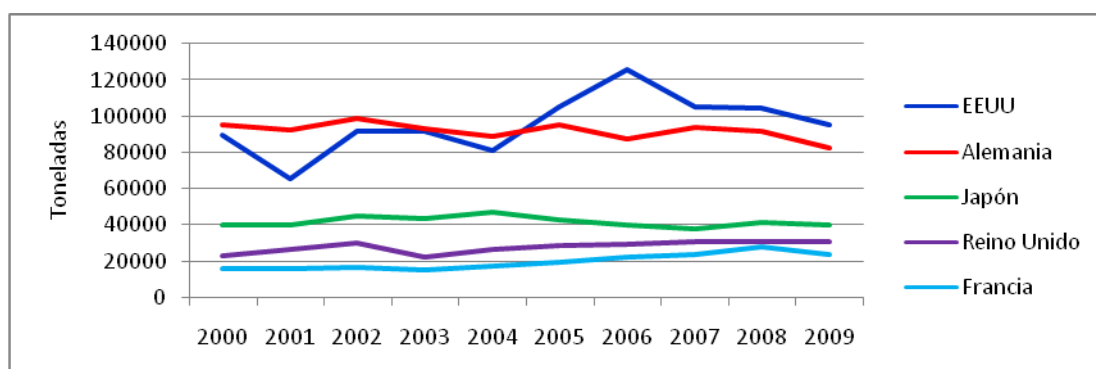
La **Unión Europea**, exigente en cuanto a residuos (fenol, sulfas, nitrofuranos, etc.), aprecia que se mantengan intactas las características organolépticas propias de la miel. Los importadores con frecuencia deciden el destino de la miel de acuerdo a los resultados obtenidos del análisis sensorial de la miel, además del polínico²⁵. Alemania es el segundo im-

²⁵ Es el estudio mediante el cual se identifica y se recuenta los granos de polen observados. Schweitzer (2009).

portador de miel en el mundo, con volúmenes de 83 mil tn en 2009 correspondiendo a un valor aproximado de US\$ 255 millones. Importa de 60 países. En el 2009, se ubicó como primer mercado de exportación de miel para la Argentina, de las 99 mil toneladas, una tercera parte fueron destinadas para este país. Sus principales proveedores además de Argentina son: México, Brasil, Uruguay, Rumania y Hungría, los cuales en conjunto representan el 66% en sus compras. La importación en envases de contenido inferior a 1 Kg es relativamente insignificante, dado que los importadores alemanes no tienen interés en importar miel fraccionada, debido al mayor costo del flete por los envases y la fragilidad de los frascos de vidrio. La excepción son mieles de trébol de Canadá (SAGPyA, 2006). El peso de Alemania como importador mundial de miel se explica por el gran uso de este insumo para la industria y el consumo y a su vez, por su re-exportación hacia países europeos (Fundación Exportar, 2003).

Japón. Se ubica en tercer lugar, con un volumen de compras superior a los US\$ 60 millones, lo que representa un 9% de las compras mundiales. Su mercado es altamente exigente en calidad y condiciones bromatológicas. Su principal proveedor es China, con precios muy bajos, seguido de Argentina y Nueva Zelanda. Las preferencias se inclinan hacia una miel líquida, es comprador para mieles blancas apropiadas de acuerdo a las preferencias del consumidor japonés (Achával, 2004).

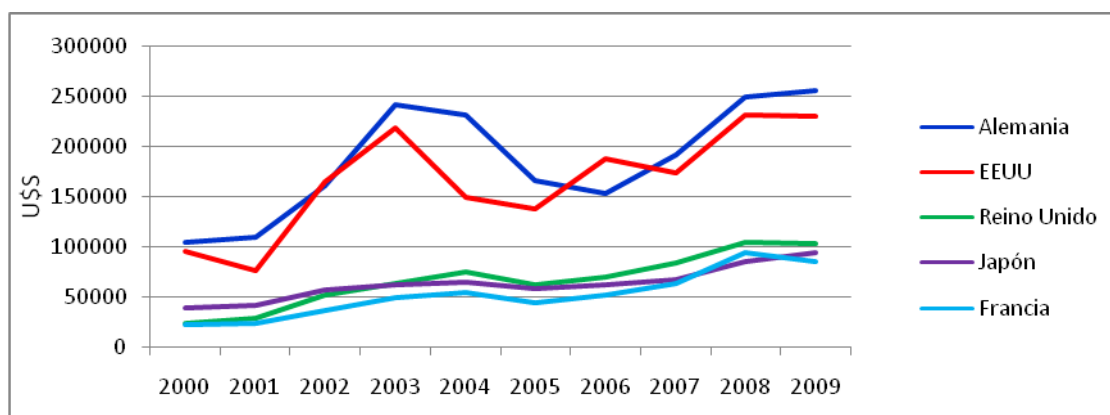
Gráfico n°8: Evolución de las importaciones de miel (en toneladas)



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Reino Unido participa con el 7% de las importaciones mundiales. Argentina fue el principal proveedor de miel de Reino Unido en el año 2002. China había sido hasta entonces el principal país de origen de las importaciones de miel inglesas. México es el segundo proveedor, seguido por Alemania y Australia.

Gráfico n°9: Evolución mundial de las importaciones de miel (en dólares)



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Como se observa en el gráfico N°9, durante los años 2002 y 2003, se produce un aumento en el precio pagado al productor ya que EEUU pasaba por una de las sequías más graves de su historia y trajo como consecuencia fuerte disminución en cosechas de dicha temporada. A su vez, en junio de 2002 se restringe el ingreso de miel china por la presencia de cloranfenicol, y además se le suma el arancel antidumping a miel china y los aranceles adicionales impuestos a la miel argentina por presuntos *dumping* y subsidios. Todo esto se tradujo en importantes variaciones en el volumen de dólares producido.

En síntesis, las características del mercado mundial tienen dos requerimientos básicos a la hora de importar miel: que el producto se ajuste a la legislación vigente y que satisfaga las necesidades de los consumidores (SAGPyA, 2006).

2.1.4. Consumo mundial por país

En cuanto a la demanda mundial de miel, se ha visto incrementada a consecuencia de diversos factores, siendo los más significativos (Ibáñez, 2003; Nimo, 2003; SAGPyA, 2006, CENYOR, 2010):

- Interés de los consumidores por productos alimenticios naturales dietéticos.
- El cambio en los hábitos alimenticios de los consumidores.
- La búsqueda de alimentos de zonas no contaminadas.
- El mayor estándar de vida.

En general, los consumidores consideran que la miel de su propio país es la de mejor calidad. Respecto del color, se prefieren claras y líquidas, aunque no es impedimento para comercializar miel oscura; por ejemplo China exporta mieles oscuras que son utilizadas en la Unión Europea para cortarlas con mieles claras, como las que produce Argentina. Con relación al origen botánico de la miel, los principales mercados se inclinan por la de tipo poliflora dado que su precio es inferior a la monoflora.

El consumo promedio mundial está en los 220 gramos/per cápita/año. Los países que lideran el consumo ingieren de 1 a 3 kg/per cápita (República Centroafricana, Samoa, Alemania, Angola, Austria); los neozelandeses, 1.9 kilo per cápita al año, los estadounidenses consumen mucho en sus comidas como en su producción industrial, más de 600 gramos per cápita al año; en cambio, un mexicano sólo ingiere 314 gramos al año. El consumo en Argentina está poco desarrollado; más bien es bajo (180-200 g/hab/año), sigue la tendencia mundial (SAGPyA, 2008). Brasil consume sólo 128 gramos al año, intentando llegar a los 180 gramos por habitante a través de campañas publicitarias del Gobierno.

Cuadro n°3: Principales consumidores de miel

País	Kg/per cápita/Año
Rep. Centroafricana	3
Samoa	2
Alemania	1
Angola	1
Austria	1
Nueva Zelanda	1,9
Argentina	0.2
Mundo (promedio)	0.22

Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

En el mundo, el consumo presenta una tendencia creciente debido a la mayor demanda en algunos mercados tradicionales y a la incorporación de nuevos países importadores. Países como Líbano, Arabia, Omán y Siria han exhibido una importante expansión en años recientes, sobre todo porque en estos destinos la miel está relacionada con algunas festividades religiosas. El mínimo desarrollo del mercado interno argentino se debe, fundamentalmente, al escaso hábito de consumo. No obstante, se observa un cambio en la tendencia debido al incremento de la venta de productos naturales y sanos, con beneficios para la salud (Nimo, 2003; Fundación Export.ar, 2007; SAGPyA, 2008).

De acuerdo a datos de FAO (2009), el consumo de miel en la UE representa un 23% del consumo mundial. En términos de consumo per cápita, los principales países son Austria, Grecia, Chipre, Eslovenia y Alemania, todos con un consumo de miel que va entre los 1,1 a los 1,7 kg/persona/año.

Existen dos segmentos bien diferenciados: la miel de mesa y la industrial, cuya importancia varía según el país. La miel para uso industrial se destina principalmente a confitería y repostería, para la elaboración de cosméticos, para la industria de la alimentación, entre otros.

Los canales de distribución varían según el mercado. Se realizan importaciones a través de importadores, agentes, envasadores e incluso por medio de tradings²⁶. Al consumidor final la miel llega por los clásicos canales de distribución de productos alimenticios.

La comercialización se realiza en envases de diversos tamaños: tambores de 300 Kg. (el de mayor aceptación), envases de 25 a 30 Kg. y tanques de más de 1 tonelada. Una porción más pequeña del comercio internacional se realiza fraccionada o preenvasada.

²⁶*Trading*: comerciante.

2.2. Mercado nacional de la miel: producción, consumo y comercialización

Argentina, tercer productor y primer exportador del mundo; ha logrado que su miel sea reconocida por su calidad, generando alta demanda por consumidores de todo el mundo. En función de las tendencias y los gustos de los principales importadores, se podría incrementar la demanda a partir de un mejoramiento de la productividad y la diferenciación logrando además el agregado de valor a un producto vendido, en la mayoría de los casos a granel (Erkekdjian, 2002).

En este capítulo comenzamos a describir el mercado nacional y las características más importantes de la actividad: la producción, el consumo, la distribución de colmenas por provincia, el precio promedio pagado al productor, los principales destinos de la miel argentina, valorizados tanto en toneladas como en dólares FOB; y por supuesto, el marco legal que regula la actividad en el País.

La apicultura argentina experimentó en la década de los '90 una importante expansión producto de algunos factores que generaron que numerosos productores agropecuarios se volcaran hacia esta actividad. Entre estos factores se destaca la disminución de la producción de países tradicionalmente productores, debido a cuestiones sanitarias, climáticas y hasta por la africanización de abejas. Esta situación generó un incremento en el precio de la miel hacia mediados de esa década que favoreció la expansión de la producción argentina, exportable y reconocida por su calidad (Nimo, 2003; Achával, 2004).

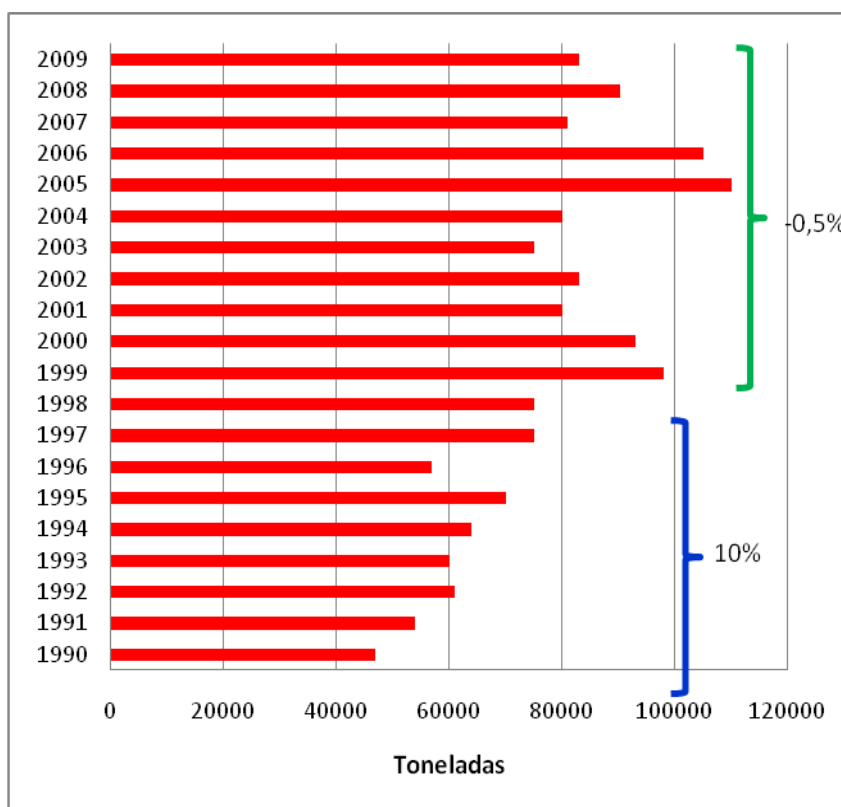
2.2.1. Producción argentina

Tal como se mencionó anteriormente, transcurrió una década muy próspera para la producción apícola cuyo crecimiento promedio fue del 10% más, con un promedio de 66 mil toneladas anuales. Durante el periodo analizado en este trabajo, este crecimiento se ve truncado esencialmente por los periodos de sequía sumado al incremento de barreras económicas y no económicas en los mercados del mundo. En comparación al periodo anterior,

la producción se estancó en 88 mil toneladas anuales en promedio (2000-2009). Pero, el volumen producido aumentó un 33% -de 66 mil a 88 mil toneladas anuales- (ver gráfico n°8).

Durante los últimos años la situación climática ha afectado de forma más crítica la producción apícola en las principales provincias productivas del país tales como Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe, La Pampa, Chaco, generando una reducción significativa de sus rindes (SAGPyA, 2008).

Gráfico n°10: Evolución de la producción nacional de miel



Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

En promedio, el rendimiento nacional anual de producción por colmena se encuentra entre los 20 a 35 kg de acuerdo a los años en producción de las colmenas. En algunas zonas se registraron cosechas promedio de 60-70 kg/col/año, similares a los más altos del mundo. La provincia de Buenos Aires concentra más del 50% de la producción nacional de miel, seguida por Santa Fe con el 14%, Córdoba con el 11%, más Entre Ríos y La Pampa (9% cada una) (Nimo, 2000; Triccó, 2009).

Sin embargo, la apicultura se ha desarrollado en el resto de las provincias, tales como Santiago del Estero, Misiones, Tucumán, Neuquén, Chubut, entre otras. Gracias a la gran variedad de climas y suelos, existe la posibilidad de obtener una gran variedad de mieles y de orígenes botánicos, la cual es una herramienta de diferenciación no muy desarrollada (SAGPyA, 2008). Las mieles presentan una gran variedad de colores y sabores, dependiendo de la flor y la zona en la que la abeja liba el néctar.

2.2.2. Distribución de la producción

Según los datos del RENAPA (Registro Nacional de Productores Apícolas), la actividad apícola es desarrollada por más de 33.000 productores que cuentan con casi 4 millones de colmenas (alrededor de 3.991.000 declaradas) (SAGPyA, 2009), (ver cuadro N°4).

Cuadro n°4: N° de productores y colmenas por provincia (2009)

Provincias	N° de Colmenas	N° de Productores	Colmenas/ productor
La Pampa	279.932	1.505	186
Buenos Aires	1.652.400	10.200	162
Entre Ríos	690.030	4.265	162
Tucumán	26.410	190	139
Capital	182.005	1.352	135
Santa Fe	433.160	4.165	104
Córdoba	396.998	4.104	97
Chaco	52.272	594	88
Río Negro	34.687	424	82
Mendoza	70.470	870	81
Catamarca	2.272	31	73
San Juan	3.000	45	67
Corrientes	23.000	350	66
San Luis	26.410	507	52
La Rioja	8.676	207	42
Formosa	17.296	491	35
S. del Estero	49.695	1.670	30
Jujuy	1.400	50	28
Neuquén	15.407	576	27
Chubut	3.000	120	25
Salta	3.935	185	21
Misiones	18.000	1.200	15
Total	3.991.355	33.101	78

Fuente: Área Apícola. Dirección Nacional de Alimentos- SAGPyA (2009)

2.2.3. Precios pagados al productor

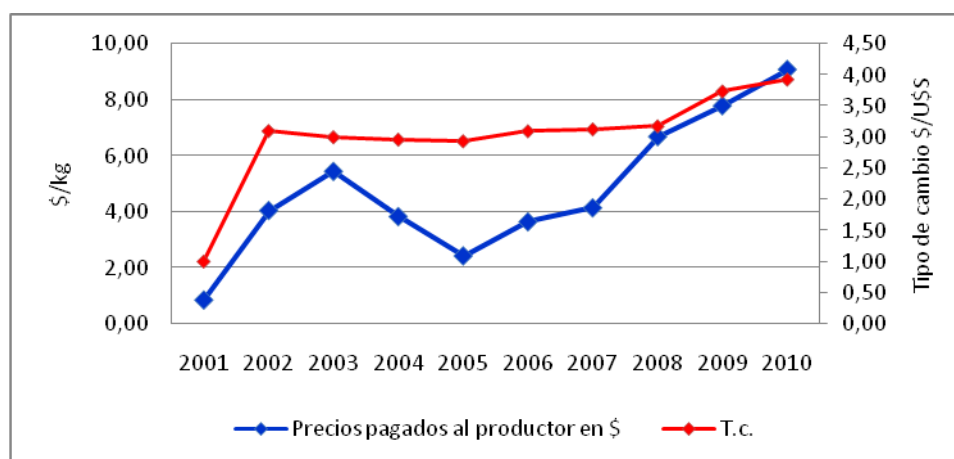
Con respecto a los precios pagados al productor, la importancia del mercado mundial en la fijación de precios de la miel es absoluta por su elevada transabilidad²⁷ (Balestri *et al*, 2001) y su nulo valor agregado (como se mencionó en el 98% de los casos se hace a granel, sin diferenciación), condición que no permite que se pueda mejorar su cotización. Así los precios internos están condicionados por las diferentes situaciones de los mercados internacionales, situación que se afirma, al observar el análisis de la evolución del índice estacional de los precios FOB y los índices estacionales de los precios pagados al productor. Además el carácter estacional de la producción y su estructura atomizada, transforma al sector en un tomador de precios, situación que se acentúa con la presencia de los acopiadores. En varias ocasiones son los acopios quienes distorsionan el mercado interno al fomentar las relaciones informales o “atrapan” al productor mediante el otorgamiento de insumos y servicios a cambio de su producción (Ferrán *et al.*, 2002).

“(...) Los determinantes principales del precio internacional son la producción china y la capacidad de la miel de este país de entrar a mayores mercados de consumo, entrada que muchas veces se ve vedada por cuestiones sanitarias. El fracaso o éxito de una cosecha china, y el cierre o apertura de mercados para la miel de esa procedencia genera enormes y poco predecibles fluctuaciones de precios. No existe ningún tipo de mercado futuro en el cual los apicultores puedan cubrirse de estas fluctuaciones, ni un mercado estandarizado mundial cuyo precio funcione como precio de referencia (...)”²⁸

²⁷ “El alto grado de transabilidad de un producto es buen indicador de la influencia de los precios mundiales en la formación interna del precio de la miel” (Balestri *et al*, 2001; en Ferrán *et al*, 2002).

²⁸ Textual de “Encadenamiento productivo apícola en Maciá, Entre Ríos” (2006)

Gráfico n°11: Precio promedio de miel pagado al productor



Elaboración propia. Fuente: Bolsa de Cereales de Buenos Aires. (2010)

El precio promedio histórico de la miel es de 1 USD/kg (o 4 \$/kg aproximadamente). El precio histórico pagado al productor ronda los 4 \$/kg alcanzando precios mínimos de 1,88 \$/kg y precios máximos de 10,70 \$/kg (Irusta *et al*, 2009).

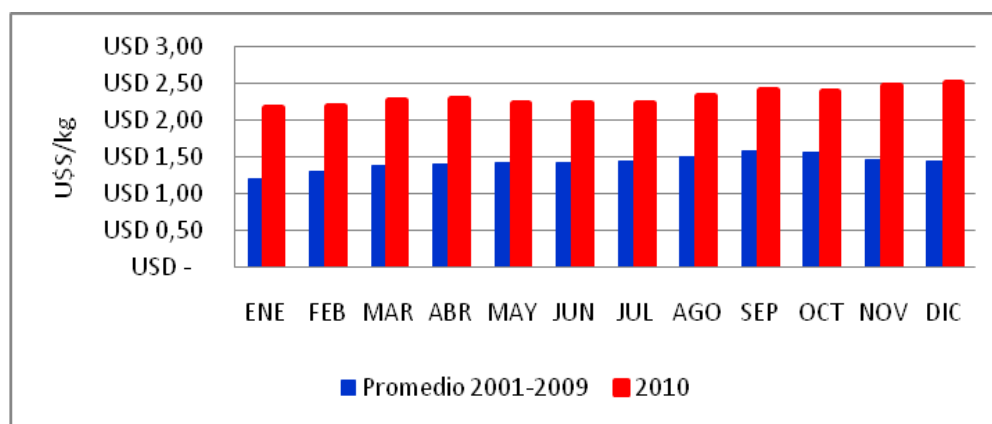
Durante el año 2002 ocurren dos hechos fundamentales que trajeron como consecuencia el aumento de las exportaciones argentinas: restricción del ingreso de la miel china a la UE, EEUU y Canadá por la utilización de cloranfenicol (prohibido en la UE); disminución de la oferta debido a la escasa producción en EEUU, UE y Australia y la africanización de los enjambres mexicanos. Esto produjo una escasez mundial de miel y por consiguiente un aumento en los precios pagados por los grandes importadores de miel (Nimo, 2003). Durante el 2003 en la miel argentina se encontró nitrofuranos no permitidos en la UE. Por ello las exportaciones argentinas disminuyeron y también fueron afectadas por la caída de los precios. En vista a la detección de nitrofuranos en la miel argentina la UE no reaccionó de forma tan severa como con la República Popular China. Los precios durante ese año para exportadores habilitados, alcanzaron niveles muy altos. Para 1 kg de miel a granel se pagaron precios CIF entre US\$ 2 a 2,50.

En mayo/junio de 2004 registró una caída en los precios de importación llegando a pagar USD 1,10 - 1,15. En septiembre de ese mismo año China quedaba oficialmente auto-

rizada para volver a exportar. Durante 2005 la situación fue similar al periodo finalizado en 2001, ocurre una caída en los precios y luego también se aprecia una recuperación. En Argentina el precio FOB medio de venta de diciembre de 2005 fue de US\$ 1,92 kg y se exportó a un total de 34 destinos 107 mil toneladas de miel por un valor superior a los US\$ 128,5 millones.

Durante el 2006 se exportó por la suma de US\$146 millones un total de 99,2 mil toneladas por un valor FOB de US\$ 1,473 kg. En cambio durante el 2007 si bien las toneladas exportadas fueron menores el precio FOB se incrementó a US\$ 1,669 kg logrando un flujo monetario superior al año anterior. Esta situación se repite durante 2008 en nivel exportado es menor (67 mil tn) pero el precio FOB aumenta a 2,58 US\$/kg.

Gráfico n°12: Precio promedio pagado al productor.
Comparación entre 2001-2009 con 2010



Elaboración propia. Fuente: Bolsa de Cereales de Buenos Aires. (2010)

El precio interno de la miel en épocas de zafra (de diciembre a mediados de febrero aproximadamente) disminuye y partir del mes siguiente comienza una leve recuperación hasta mediados de octubre donde comienza la baja. El precio promedio para 2010 fue de 9 \$/kg, pagándose en época de cosecha a 8,55\$/kg (enero-febrero), pre cosecha (diciembre) 8,70 \$/kg y pos cosecha entre 8,90 y 9,71 \$/kg (de marzo a noviembre) (Anexo I, gráfico n°2). Los precios en alza, como puede apreciarse en los gráficos anteriores, se podrían asociar a problemas de baja oferta en el mercado por bajos rindes particularmente en Argenti-

na por problemas de sequia y avance de cultivos no aprovechables por la actividad a nivel mundial.

2.2.4. Consumo

El consumo de miel varía según la cultura del país consumidor y los usos que se le den a la misma (industria-consumo final). Si bien el consumo mundial promedio se ubica en los 220 gr./hab./año (FAO, 2010), el consumo promedio entre los países desarrollados es de 650 gr./hab./año, mientras que los países en desarrollo se ubican en los 133 gr./hab./año. Entre los principales consumidores se encuentran: Austria, Grecia, Suiza y Alemania superando los 1kg/hab./año (Mogni, 2007).

Del total producido se consume internamente solamente el 5%, lo que representa un consumo del orden de 180-200 gr/hab/año, acorde con el consumo promedio mundial. Algunas de las razones del bajo desarrollo del mercado interno se encuentran en la falta de hábito de consumo, la fuerte competencia del azúcar y la escasez de conocimientos acerca de las propiedades del producto, sumado a que la mayor parte de los consumidores nacionales prefieren mieles líquidas a mieles más consistentes o cristalizadas (Nimo, 2003; Estrada, 2005; Fundación Export.Ar, 2007). De acuerdo al análisis realizado por Rodríguez y Marcos (2007) las causas de este comportamiento giran en torno a:

- Aspectos culturales (hábitos alimenticios que no incluyen la miel como alimento básico).
- Desconocimiento de sus beneficios (no se conocen las bondades del producto).
- Desconocimiento acerca de sus usos alternativos o formas de utilización: este punto parece ser una causal clave. Son múltiples los atributos de la miel en relación con sustitutos como el azúcar, un dulce o una mermelada. Pero si esto no es difundido difícilmente será conocido. Cuando un producto es consumido por hábito cultural, no se reali-

za un análisis sobre las ventajas; pero si el hábito no existe, no podemos culpar a los consumidores por su desconocimiento.

- Existencia de sustitutos más baratos (productos que reemplazan la miel a costos más bajos): Argentina en el 95% de los casos es tomadora de precios al vender su producción en el mercado externo. Si varía este valor de venta, influye en el valor de venta al mercado interno ya que el productor comercializa su producción por la vía en la que obtenga mayor beneficio. Si el precio de exportación sube también lo hace el precio interno y cuando existe un desfase entre el precio de la miel, el azúcar y productos sustitutos como las mermeladas y dulce de leche, el consumo baja.
- Inconvenientes o desventajas percibidas en su consumo: algunos puntos negativos percibidos por el consumidor respecto del consumo de miel, atentan contra un consumo de mayor magnitud (por ejemplo, ciertos tipos de miel dificulta el consumo por parte de los niños, o la posibilidad de causar una enfermedad denominada botulismo infantil mediante la ingesta de la miel; principal razón por la que no se recomienda el consumo de miel en los niños hasta los 2 años).

Salvo en el caso de unas pocas marcas, la miel fraccionada tiene defectos de etiquetado y presentación, adulteraciones, sobrecalentamientos, defectos de cristalización, HMF, carece de diferenciación alguna por origen botánico y ni siquiera es diferenciada por color; el consumidor argentino en general tampoco conoce las diferencias entre distintos tipos de miel ni sus propiedades. En tanto no se modifique esta situación, parece impensable pretender un aumento del consumo interno. (Achával, 2004).

2.2.5. Comercio internacional de miel argentina

Argentina exporta algo más del 95% de su producción. Según informó el INTA (2011) se vende en concepto de miel a granel (80%), a granel homogenizada (15%) y fraccionada (5%). La atomización del sector productivo, el gran porcentaje de apicultores que

no superan las 100 colmenas por productor, el escaso volumen de producto, sumado al perfil individualista y tradicional del apicultor y la alta concentración de la exportación a granel; figuran como las principales causas de la exportación de miel sin agregado de valor (Nimo, 1998). Los principales destinos se muestran en el anexo I, gráfico N°1.

Algunos mercados aparecen como potenciales: Sudáfrica, Finlandia, Países Árabes, Indonesia, Ecuador, Australia, Noruega. En los últimos años se observa un incremento importante en la cantidad de destinos de exportación y en la participación de algunos de ellos. Por ejemplo, Arabia ya se encuentra dentro de los primeros 10 países compradores al igual que Australia y Canadá, países exigentes en cuanto a calidad se refieren (Fundación Exportar, 2007) (*Anexo I, Cuadro g*).

Las exportaciones argentinas presentan la misma tendencia que la producción, generalmente, el incremento de las ventas externas acompañan al aumento del precio internacional, resultado de la oferta y la demanda mundial, afectadas por factores climáticos, políticos, técnicos, etc. En Argentina se exporta casi toda la producción anual, es muy baja la cantidad de miel remanente de un año para otro, y, debido en parte a la baja cultura de acopio y a cuestiones financieras, la exportación de miel presenta un incremento durante los meses de cosecha -enero-marzo- (Anexo I, gráfico n°2 y n°3).

Las ventas argentinas al mundo se canalizan a través de alrededor de 100 empresas, pero son sólo 10 de éstas las que concentran el 70% del volumen exportable, A.C.A. y Nexco comercializan el 50% de este volumen (25 mil tn) (D´Astolfo, 2009).

Con respecto al personal ocupado, el sector absorbe 120.000 puestos incrementándose en el período de cosecha. Por otra parte, cabe señalar que en el caso de las producciones medianas y pequeñas, se trata fundamentalmente de una actividad secundaria o complementaria de otras actividades productivas (Fundación Exportar, 2007).

Los mecanismos más comunes de venta son los siguientes (Nimo, 1998):

- Productor (individual o asociado) – Acopiador – Exportador.
- Productor (individual o asociado) – Exportador.
- Productor (individual o asociado) – Fraccionador.
- Productor asociado que realiza todas las etapas de la cadena hasta la exportación (mayor tendencia creciente actual).
- Producción-fraccionamiento y venta al mercado interno (utilizado por los pequeños productores en distintas regiones del País).
- Venta a industrias de alimentos (las empresas requieren mieles especiales para elaborar productos tales como panificados, galletitas o golosinas).

2.2.6. Características del mercado nacional de la miel

Argentina es productor y exportador por excelencia. A pesar de ello, su producción debe enfrentar fuertes barreras de acceso a los grandes mercados consumidores del mundo. En sus destinos más importantes, compite con mieles producidas intra Unión Europea que gozan de libre circulación dentro del bloque europeo; como con productores ineficientes de algunos países europeos que subsidiados por el Estado. En EEUU, para ingresar debe pagar Derechos Antidumping y Derechos Compensatorios. Como proveedor mundial, compite con China en el mercado de precios y con México en el mercado de calidad.

Posee la ventaja geográfica de ubicarse en el hemisferio contrario a los principales países productores y consumidores, permitiéndole producir y vender en contra-estación con el hemisferio norte.

Si bien la miel argentina, casi en totalidad, se exporta a granel y su origen es multi-floral en la mayoría de los casos, está muy bien posicionada en mercados europeos altamente exigentes, como Alemania y el Reino Unido, lo mismo que en Japón y Estados Unidos. Los principales países competidores de Argentina a estos mercados son China, México y Canadá y también en menor medida Uruguay.

Las mieles diferenciadas como las monoflorales muestran un exponencial crecimiento de su producción, así como de su comercialización, año tras año, tanto a granel como en forma fraccionada.

El sector apícola argentino tiene un potencial de producción de 4,5 millones de colmenas cuya producción puede volcarse al mercado externo (Rando y Del Valle, 2003). Según especialistas, desde hace años la producción por colmena está disminuyendo, debido principalmente a una menor variedad florística en el campo (“sojización”).

La Argentina tiene una gran diversidad de zonas productoras, no centralizadas. Si bien la mayor parte de la producción de miel proviene de la provincia de Buenos Aires, existe una gran variedad de regiones que permiten diferenciar el producto en base a la vegetación de la zona. Por otro lado, para la producción de mieles orgánicas, se buscan zonas no exploradas o no tradicionales (Napolitano, 2006).

Por último, cabe señalar que nuestra miel también es reconocida por nuestro sistema de trazabilidad, la excelencia genética del material vivo, el material inerte estandarizado y la tecnología de producción se destaca frente a la de otros países competidores (SAGPyA, 2009).

2.3. Mercado apícola provincial: producción y comercialización

Balestri y Saravia (2006) sostienen que los sistemas comerciales son abiertos; influidos por el entorno nacional e internacional. Afirman que este grado de influencia, debe ser analizado sin dejar de lado factores tales como los jurídicos, coyunturales, técnicos, históricos, geográficos, sociológicos y psicológicos. Debido al alto grado de transabilidad de la miel y el complejo de normas que ha de respetarse; es necesario conocer de antemano los actores, sus funciones y las relaciones que existen entre los mismos. Términos como cadenas agroalimentarias, canales comerciales o subsistemas suelen ser habituales a la hora de referirnos a esta manera de ver la comercialización.

Siguiendo el criterio utilizado por Iglesias *et al* (2002, 2004, 2005 y 2006) para caracterizar y analizar los sistemas agroalimentarios de La Pampa; bajo este mismo enfoque de cadena, se pretende analizar el complejo apícola pampeano relevando sus características estructurales, funcionales y sus los actores participantes. La razón de su investigación se considera necesaria para luego poder introducirnos en un análisis más profundo: el marco institucional.

Gutman y Reca (1998) afirman que si bien el productor es el principal proveedor de materia prima, hoy la producción de alimentos ha evolucionado de tal manera que es fruto de la dinámica de las innumerables interrelaciones dadas entre los diferentes eslabones o etapas (productivas, industriales, comerciales, de transporte, almacenaje y distribución) que componen una cadena; junto con las agencias públicas y privadas, las instituciones y organizaciones; en diferentes mercados (locales, regionales e internacionales). De una actitud pasiva, clásica y meramente productivista se pasa bajo esta visión de cadenas a una actitud comercial, proactiva, orientada al cliente. Esta actitud de *agronegociador* permitirá discriminar cuál es el canal de comercialización más conveniente de acuerdo a la información obtenida del análisis de canales, costos, precios y márgenes diferentes. Ordoñez (1994) define a este enfoque, como “*un análisis holístico de la realidad de la mesa del consumidor*”. La coordinación de este sistema estará a cargo de quienes desarrollen el mayor poder de apropiación del valor en las relaciones económicas que se vayan generando.

Iglesias *et al* (2004) diferencia tres variables en función de las cuales una cadena comercial puede ser analizada y estudiada: de acuerdo al mercado de consumo, al estado de transformación del producto o por el empleo de la materia prima. Ésta última, se define en función del producto primario, como lo es en nuestro caso la cadena de la miel.

2.3.1. Origen y desarrollo de la apicultura en La Pampa

En nuestra Provincia la actividad apícola tiene sus inicios por la década de 1930, estableciéndose los primeros apiarios en las zonas de Victorica y Toay. La miel se almacenaba en grandes barriles de madera y se transportaba en tren hasta Buenos Aires donde era comercializada a través de intermediarios del lugar. En la década de 1950 se comienza a considerar a la práctica apícola como una actividad académica y en 1960 se gesta la primer granja piloto en Santa Rosa la cual tiene entre sus principales objetivos experimentar y difundir sus resultados, como así también brindar material biológico a escuelas y comunidades. Es en 1970 cuando se observa un crecimiento considerable de la apicultura como actividad privada. Se intenta durante esta década censar a este sector pero se fracasa por la negación de los productores a brindar información. A mediados de 1980 la actividad apícola pampeana pasa por un punto de inflexión cambiando su rumbo de actividad artesanal y de pasatiempo a un manejo remunerativo del apiarios.

Comenzar a ver a la apicultura como una actividad comercial fue producto del ingreso de grandes apicultores de otras provincias que venían con un manejo comercial del apiario. Otros factores que también incidieron en el cambio de rumbo de la apicultura en nuestra Provincia fueron la aparición de los ataques de varroa y otras enfermedades, el accionar del Estado provincial para afianzar y extender la actividad y la reafirmación del asociativismo entre productores locales. Este nuevo enfoque favoreció también la llegada de actividades comerciales relacionadas (provisión de insumos, alimento artificial, etc.). En la década de 1990 se crean la mayoría de los emprendimientos asociativos (principalmente en forma de cooperativas) y también surgen los centros de agremiación (asociación, centros, sociedades) (Real Ortellado, 2001).

2.3.2. Mercado apícola provincial: Identificación de los principales actores

Se obtuvo información secundaria acerca de los productores apícolas pampeanos registrados en RENAPA (2009) y para el resto de la cadena que se analiza en este proyecto

(salas de extracción, acopios, proveedores y exportadores) se elaboró una encuesta donde se recopiló información de su estructura empresarial, su metodología de trabajo, los servicios que brindan, de qué forma los brindan, los aspectos sanitarios y sus opiniones acerca de la empresa y de su entorno. Se elaboraron en total 32 entrevistas en toda la Provincia. A continuación se presenta un breve resumen de los actores participantes de la cadena y sus principales características, fruto de la investigación realizada a campo durante el periodo septiembre 2010 a enero 2011.

Los *productores apícolas* son en general pequeños, atomizados en su mayoría en la zona este de nuestra provincia, fundamentalmente en el norte y de la ruta nacional 35 hacia el Este. Poseen en promedio 300 colmenas/productor con un rinde de 15-20 kg/colmena para lo que fue la campaña 2009/2010. Muestran cierta tendencia al asociativismo con el único objeto de alcanzar economías de escala y mejorar su poder de negociación. De acuerdo a la información recopilada, el sector apícola provincial está conformado por 1.297 productores registrados en RENAPA, los cuales declararon 341.111 colmenas²⁹; un 8% más de productores que en 2009 pero tanto la cantidad de colmenas como de salas ha disminuido en un 8% y un 25% respectivamente.

Los apicultores se encuentran agremiados en 9 *asociaciones*, ubicadas en Realicó, General Pico, Quemú Quemú, Miguel Riglos, Santa Rosa, Victorica, Guatraché y Jacinto Arauz³⁰. Estas asociaciones se conformaron en su totalidad para darle un servicio al apicultor, consecuente con ello, dentro de sus principales objetivos se encuentran brindarle un espacio al productor donde pueda hallar información actualizada, el servicio de extracción y la fuerza de compra necesaria para poder ser más competitivos a la hora de adquirir insumos necesarios para el funcionamiento del apiario (alimentos, materiales, medicamentos,

²⁹Gobierno de La Pampa, Ministerio de la Producción, Dirección General de Estadística y Censos (2010). Anuario estadístico 2011. P: 211 y 263.

³⁰ Al iniciar el trabajo de campo se contabilizaban 11 asociaciones, pero 2 se habían disuelto entre 2008 y 2009: la Asociación Apícola de Winifreda y la de Santa Isabel.

etc.). Todas tienen entre 5 y 8 años de vida, excepto una de ellas que posee 14 años. El número de socios es muy dispar, en promedio cuentan con 50 integrantes de la localidad y de localidades aledañas³¹. Sus principales líneas de acción al 2010/11 giran en torno a mejorar la infraestructura de sus instalaciones, brindar el servicio de extracción a sus miembros y asesorarlos en aspectos productivos.

Cuadro n°5: Apicultores, colmenas y salas de extracción por departamento (2009 y 2010)

Departamento	2009				2010			
	Apicultores	Colmenas	Salas de extracción	Colm/ prod.	Apicultores	Colmenas	Salas de extracción	Colm/ prod.
Total Provincia	1198	369072	87	308	1.297	341111	65	263
Atreucó	177	38574	13	218	197	38277	6	194
Caleu Caleu	26	4299	1	165	7	4300	1	614
Capital	69	20290	9	294	124	15141	6	122
Catriló	41	13474	6	329	15	13117	2	874
Chalileo	11	2122	2	193	11	3204	2	291
Chapaleufú	31	16500	4	532	19	13060	4	687
Chical Có	13	685	0	53	0	10633	0	0
Conhelo	123	39774	11	323	147	31629	11	215
Curacó	1	100	0	100	0	500	0	0
Guatraché	91	17070	5	188	101	17386	6	172
Hucal	84	18145	2	216	72	16704	0	232
Lihuel Calel	4	1040	0	260	0	358	0	0
Limay Mahuida	0	350	0	0	0	31	0	0
Loventué	17	3745	2	220	21	4430	1	211
Maracó	91	31667	6	348	152	35332	6	232
Puelén	3	664	0	221	6	1563	0	261
Quemú Quemú	51	13517	4	265	35	13395	2	383
Rancul	110	53144	9	483	71	48069	5	677
Realicó	73	34957	3	479	102	30392	3	298
Toay	48	12144	5	253	16	9299	3	581
Trenel	65	32546	0	501	50	29437	1	589
Utracán	69	14265	5	207	141	13854	3	98

Fuente: Dirección General de Agricultura y Ganadería. Registro de Apicultores. Dirección General de Estadística y Censos (2011)

Las *cooperativas* que registran actividad apícola -como unidad de negocio principal o secundario- en la provincia son 8 y están ubicadas en su mayoría en el centro-este de la Provincia (General Acha, Doblas, Ataliva Roca, Miguel Riglos, Toay, Quemú Quemú y Eduardo Castex) y una en el norte, en General Pico.

En general, las razones que motivaron la inclusión dentro de su sistema cooperativo de la actividad apícola fueron la necesidad de organización y consolidación del sector así

³¹ Se identifican casos aislados como la Asociación de Productores Apícolas del Norte de La Pampa (APANLPA) con más de 120 socios, como el Grupo Apícola Levu-Có de Victorica, que cuenta con 7 miembros.

como la posibilidad de tener salas de extracción más cercanas a los apiarios a disposición del asociado. Estas razones dieron origen a emprendimientos conjuntos con las asociaciones de productores apícolas de la localidad. Sus objetivos y líneas de acción se basan en brindar el servicio de extracción a sus asociados, apoyar y asesorar en su posterior comercialización, y actuar como concentrador de la demanda de insumos y materiales a la hora de comprar en volumen a mejores precios.

En la mayoría de los casos, su actividad principal es la provisión de agua potable y electricidad, y dentro de sus actividades secundarias se encuentran fabricación de columnas, los servicios funerarios, enfermería y servicio de extracción de miel. La Federación Pampeana de Cooperativas Eléctricas (FEPAMCO) es quien nuclea a estas cooperativas.

Se registran 65 *salas de extracción de miel* autorizadas por SENASA, de las cuales 19 brindan el servicio de extracción a terceros. De éstas 19 se lograron entrevistar a 12 propietarios. En la mitad de los casos la propiedad de las salas recae sobre una empresa unipersonal y en segunda instancia, sobre una cooperativa de servicios o grupos apícolas. La gran mayoría lleva en el mercado más de 5 años, de éstas, 7 salas tienen una antigüedad mayor a los diez años. Las instalaciones observadas en el trabajo de campo, demuestran la dedicación con la que sus propietarios desarrollan la actividad. Todas las salas están en condiciones muy buenas, con algunos detalles a corregir, pero en muy buen estado general. Son los dueños de estas salas que llevan adelante el gerenciamiento de la misma o bien, en el caso de las cooperativas, el encargado designado. Su formación no es profesional.

El número de empleados que posee una sala de extracción varía fundamentalmente de acuerdo a época de zafra, donde las horas de trabajo aumentan conforme ingresan a las salas más altas para extraer. Esto ocurre porque en la mayoría de los casos, los productores apícolas no cuentan con suficiente material de reposición para la colmena y es imperioso que se pueda llevar al apiario sus alzas vacías en el menor tiempo posible para seguir

con el proceso. En estos casos el personal operario aumenta teniendo en muchos casos turnos rotativos. En promedio se observaron alrededor de 5 operarios por sala.

Los principales proveedores se observaron en el centro y norte de la Provincia, tal es el caso de una empresa santarroseña que no sólo vende insumos y materiales para el sector, sino que también brinda el servicio de comercialización de miel o la toma como forma de herramienta de cobranza en sus ventas. El principal bien que se adquiere es el tambor de 330 Kg para el envasado de la miel y la forma de pago más habitual es contado o con canje. Las salas brindan el servicio, en promedio a 16 apicultores, habiendo casos puntuales donde hay más de 80 clientes (tal como en la sala de extracción de la COSEDO³²) y donde no concurren más de 10 clientes (como ocurre en las salas no-cooperativas). La cantidad de colmenas que posee cada uno de estos apicultores es muy variada y difícil de estimar por los operarios de la planta por no tener relación estrecha con el mismo. De acuerdo a la información brindada se presenta el cuadro n°6.

Cuadro n°6: Colmenas por productor

Cantidad de colmenas:	N° de apicultores
Menos de 10	0
Entre 11 y 50	30
Entre 51 y 100	45
Entre 101 y 200	49
Entre 201 y 500	46
Entre 501 y 1000	24
Entre 1001 y 3000	27
Más de 3000	2

Elaboración propia.

Fuente: Encuestas realizadas en trabajo de campo (2011)

Con respecto a la cartera de clientes, “Apícola Santa Rosa SRL”, “ACA C.L.”, “Nexco S.A.” y “CIPSA” son los destinos de ventas de miel a granel más utilizados por el sector apícola de la Provincia. Dependiendo del precio, la forma de pago y otras condiciones comerciales más específicas, se decide a quien entregar la mercadería. El 50% opina

³² “Cooperativa de Agua Potable, Obras y Servicios Públicos” de Doblas.

que existen limitaciones para satisfacer la demanda y que se debe fundamentalmente por el bajo volumen producido y la calidad de la mercadería, otros aducen problemas de financiamiento. Agregan que la mayor competencia es desleal y se genera por la presencia de las salas ilegales (conocidas como “salas negras”) existentes en toda la Provincia.

Las salas tienen, en promedio, una capacidad de recepción aproximada de 500 alzas, la mayoría proviene de un radio menor a los 100 km, en general las horas uso de la planta (en plena campaña) van desde 7 a 14 hs/día de acuerdo a la cantidad de trabajo y personal disponible. Se utilizan extractores de 120 marcos, el proceso dura aproximadamente 15-20 minutos (en función de la temperatura ambiente, la calidad del material y del tipo de miel que se está extractando) y una capacidad en depósito para almacenar hasta 135 tambores³³. El servicio de extracción en el 60% de los casos lo cobran en pesos, en diferentes modalidades³⁴; la segunda modalidad más utilizada es el pago en especias (kilos de miel), esto ocurre frecuentemente cuando existen negociaciones anteriores o posteriores con respecto a esta miel (canje por insumos, material, etc.).

De acuerdo a la clasificación que realiza Austin (1984) la agroindustria³⁵⁻³⁶ puede ser clasificada en 4 grupos, en función del grado de elaboración yendo desde tareas simples hasta actividades mucho más complejas. En un primer nivel se encuentran los procesos más simples: actividades sobre la materia prima como limpieza y clasificación (tal es el caso de huevos, frutas, hortalizas, etc.); el segundo nivel agrupa algunas actividades adicionales, sobre todo físicas, como matanza, cortes y mezclas (aplicables fundamentalmente en carne, cereales y alimentos balanceados). Un tercer nivel ocupa tareas más elaboradas que generan modificaciones del tipo físicas más complejas o químicas: como la cocción,

³³ Salvo el depósito de la sala de extracción de la COSEDO (Doblas) que tiene una capacidad excepcional de 3.500 tambores.

³⁴ En pesos por alza (por ejemplo 7 \$/alza, 2010/11) o en pesos totales (kg x 8% (tasa) x \$/kg precio del día).

³⁵ Saravia, C., Balestri, L. y Tapia, G. (2007) “*Agroindustrias*”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.

³⁶ Austin (1984) define a la agroindustria como una empresa que elabora materias primas agrícola-ganaderas, entre ellas los cultivos superficiales y arbóreos y los productos de la ganadería.

pasterización, enlatado, deshidratación, etc. (productos lácteos, conservas, salsas, etc.) y un cuarto nivel ocupado por las alteraciones químicas y texturizados (aplicables a alimentos precocinados y neumáticos).

Siguiendo esta línea de pensamiento, para el caso particular de la miel la sala de extracción puede ubicarse como una agroindustria de primer nivel; ya que el único proceso de transformación que sufre la miel es la de forma, limpieza y clasificación.

Con respecto a los *proveedores*, se entrevistaron a 9 diferentes servicios al sector: un laboratorio, una cabaña apícola en desarrollo, un asesor y 5 proveedores de insumos y materiales para la colmena y el apicultor. En la mayoría de los casos, son empresas chicas y medianas que acompañan al productor desde hace más de 10 años. Están ubicadas principalmente en la capital pampeana y en el norte provincial, en General Pico, como es el caso del Laboratorio de Calidad de Alimentos Pampeanos³⁷ (LabCAP). En el caso de los proveedores de insumos, en muchos casos cumplen funciones de servicios de comercialización y transporte (retiro de procedencia).

Los *exportadores*: son alrededor de 40, entre medianas y grandes empresas, todas concentradas en Buenos Aires; pero aquellos más activos son 10 aproximadamente: ACA, Nexco, Honey Max, Sipsa, Promiel, entre las más importantes (Salas, 2009). Las dos primeras, manejan alrededor del 50% de las exportaciones (D' Astolfo, 2009).

2.3.3. Exportación de miel pampeana

Según el INDEC (2010), el sector apícola generó en 2010 un ingreso de divisas por más de 18 millones de dólares, un 8,1% más que en 2009. En promedio durante el período 2003-2009 el porcentaje de participación de las exportaciones pampeanas a nivel nacional, ha rondado el 10%. La producción durante el periodo analizado registró un crecimiento sostenido fundamentalmente durante los primeros años. Si bien ha presentado alguna dis-

³⁷ El LabCAP es un laboratorio de análisis para determinaciones analíticas habilitado por SENASA que asegura la calidad de los resultados en el control de alimentos y materias primas.

minución producto de las condiciones climáticas, fundamentalmente por años de bajos registros de lluvia, puede decirse que se ha aumentado 2,5 el nivel de la producción; 3,5 veces el número de apicultores y 5 veces el número de colmenas.

Una de las razones que explican este crecimiento son las buenas condiciones que ofrece el medio para la producción de miel, producto que goza de reconocimiento no sólo a nivel nacional, sino en los mercados mundiales. La provincia de La Pampa participa con el 9% de la producción nacional.

Cuadro n°7: PGB del sector agropecuario.

Evolución a precios constantes³⁸. La Pampa.³⁹

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total LP Sector Agrop.	554.071,0	434.215,6	434.618,8	493.895,8	267.991,3	290.331,0
Ganadero	242.485,0	282.227,0	234.321,6	245.751,8	191.654,3	122.602,8
Miel	3.983,2	2.286,5	2.781,6	-7,8	-385,0	-406,0

Fuente: Dirección General de estadística y Censos. (2010)

En la actualidad existen numerosos productores de otras provincias que se sienten atraídos por las condiciones apropiadas en las que la actividad se puede desarrollar y traen sus colmenas a producir a suelo pampeano. En la provincia de La Pampa, prácticamente, el total de la producción de miel es exportada a distintos bloques económicos. Durante el 2009 las exportaciones de miel pampeana superaron los 18 millones de dólares FOB, (10,5% de las ventas externas totales de Argentina) por un volumen mayor a las 6 mil toneladas.

Las exportaciones de miel pampeana se distribuyen en un grupo reducido de países, los países con mayor participación son Alemania, Estados Unidos, Italia, Francia, Reino Unido y Japón; que representan en conjunto el 88% de las exportaciones totales⁴⁰. Para el

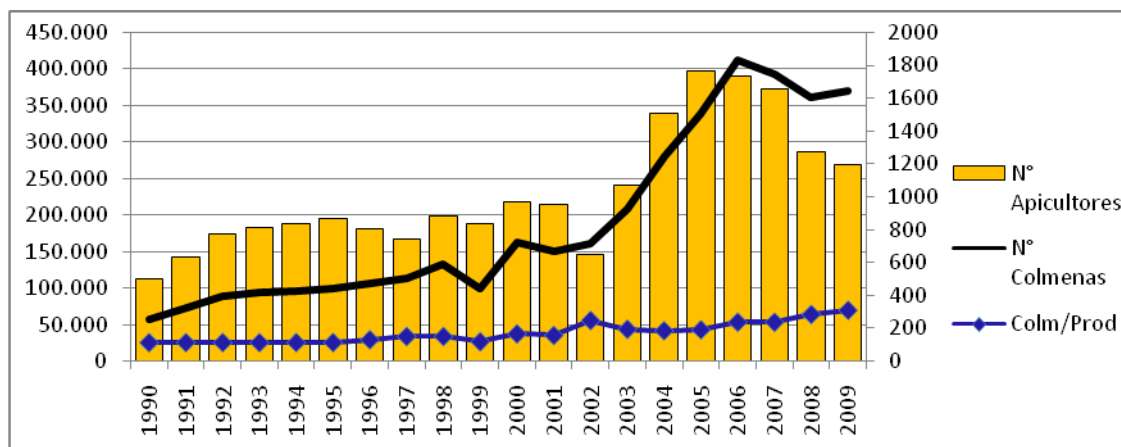
³⁸ Base año 1993=100

³⁹ En la estimación del Valor Agregado, como corresponden a campaña agrícola y no a año calendario, las producciones se asignan al año en que se aplican la mayoría de los insumos. Cuando los valores son negativos, significa que el consumo intermedio superó al Valor de producción.

⁴⁰ Dirección General de Estadística y Censos, 2011.

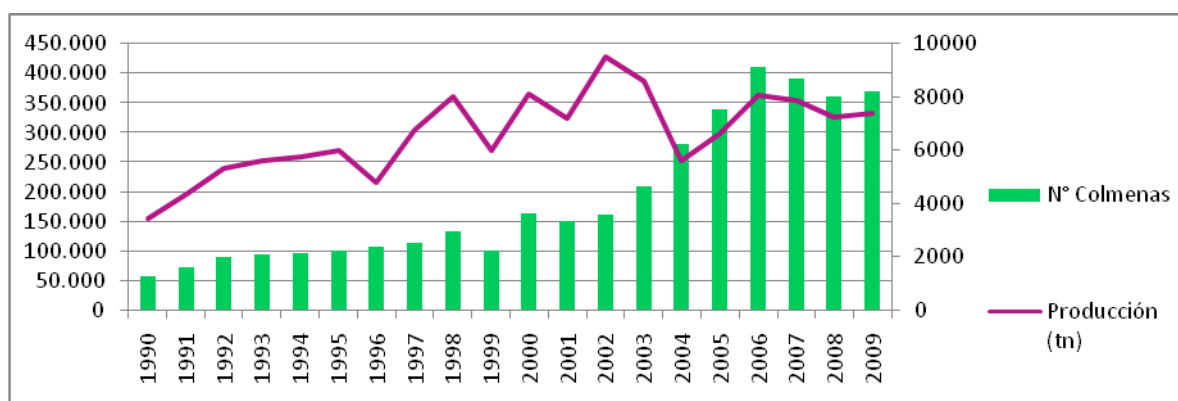
2008 generaron divisas por 18 millones de dólares representando al igual que en los años 2006 y 2007, más del 10% de las exportaciones nacionales.

Gráfico n°13: Evolución del número de Apicultores, de colmenas y de colmenas por apicultor



Elaboración propia. Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos. Gobierno de La Pampa (2009)

Gráfico n°14: Evolución del n° de colmenas con respecto a la producción de miel



Elaboración propia. Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos. Gobierno de La Pampa (2009)

2.3.4. Parque Apícola Provincial en General Pico

De acuerdo a datos suministrados por el Ministerio de la Producción del Gobierno de La Pampa, el Parque Apícola Provincial de General Pico surge como iniciativa de un grupo de apicultores nucleados en una de las asociaciones más importantes de esta provincia: la Asociación de Productores Apícolas del Norte de La Pampa. Dichos productores plantearon las dificultades que se presentaban al momento de querer acceder a un predio para realizar sus actividades (como ubicación, servicios públicos, requerimientos sanitarios y urba-

nísticos, etc.). En 2009 se crea el Parque Apícola Provincial bajo la Ley provincial 2441, el cual posee un predio de 12 hectáreas repartidas en 28 lotes destinados al desarrollo de actividades relacionadas a la cadena apícola, tales como: extracción, procesamiento, almacenamiento y comercialización de productos y subproductos de la colmena.

Desde octubre de 2009, ya se cuenta con una sala de extracción comunitaria y almacenamiento de 4.300 m² habilitada con todos los estándares sanitarios requeridos por SENASA y equipados en su totalidad para brindar un servicio de alta calidad a tarifas diferenciales a cualquier productor que así lo desee. La misma se encuentra concesionada provisoriamente por la asociación que le dio impulso a su creación, debido a la necesidad de poner en marcha las instalaciones en el corto plazo ya que la cosecha se concentra en sólo tres meses, desde mediados de noviembre hasta finales de febrero.

El costo del trabajo fijado por la Provincia es en general \$ 7,00 + IVA por alza (2011), a su vez los pequeños apicultores poseen un descuento especial 10 %, sólo para aquellos que tienen declarado en el RENAPA hasta 200 colmenas.

Esta sala comunitaria contribuye a asistir a más de 150 apicultores con alrededor de 60.000 colmenas, lo que representa más del 20% del padrón pampeano de apicultores, resaltando que la mitad de estos apicultores son pequeños y medianos, los cuales poseen menos de 500 colmenas.

2.4. Conclusiones del capítulo 2:

- ✓ Casi la mitad de la producción mundial está concentrada en 6 países, donde se halla el nuestro.
- ✓ China es el 1er productor y 2do exportador mundial, pero al mismo tiempo consume gran parte de sus stocks, por lo que no es gran competencia para Argentina.

- ✓ México (3er exportador) compite con un producto de similar al de Argentina pero tiene acceso a precios mundiales superiores (por sus políticas comerciales claras y sus acuerdos bilaterales).
- ✓ Argentina como proveedor mundial, compite con China en el mercado de precios y con México en el mercado de calidad.
- ✓ Alemania, gran cliente de China y Argentina, también es el gran exportador de miel fraccionada intra UE.
- ✓ El 60% de las compras mundiales son efectuadas EEUU, Alemania, Japón, el Reino Unido y Francia, con barreras comerciales que los caracterizan.
- ✓ Argentina, 3er productor y 1er exportador mundial, posee la ventaja geográfica de ubicarse en el hemisferio contrario a los principales países productores y consumidores, lo que le permite producir y vender en contra-estación.
- ✓ El 80% saldo exportable se venda a granel.
- ✓ Las ventas al mundo se canalizan a través de alrededor de 100 empresas, pero sólo 2 empresas (A.C.A. y Nexco) comercializan el 50% de este volumen.
- ✓ Las exportaciones pampeanas de miel a nivel nacional participan con el 10%.
- ✓ En 2009 surge en General Pico el Parque Apícola Provincial destinado al desarrollo de actividades apícolas: extracción, procesamiento, almacenamiento y comercialización de productos y subproductos de la colmena.

Normativas para la exportación de miel pampeana. Análisis institucional de los mercados

Las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. (...) El cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico.

Douglas North

El presente capítulo conforma una **sucesión ordenada** de concatenadas operaciones institucionalizadas, que explica aquellos procedimientos imperativos que la miel recorre desde su producción en La Pampa hasta su exportación, haciéndose hincapié en las sucesivas etapas reglamentarias que deben respetarse para ser producida, extraída, trasladada, acopiada y, finalmente, exportada. Se buscan definir aquellas instituciones de índole general, así como todas las actividades necesarias para la realización, administración y control de los procesos necesarios. Se consideran como **instituciones** los distintos mecanismos regulatorios que condicionan al productor, a su producción y al costo que trae aparejado su comercialización (Alvarado Ledesma, 2004).

En ámbitos internacionales, se muestran distintas características regulatorias de los mercados mundiales, fundamentalmente aquellos claves para nuestros mercados melíferos. Por la diversidad de cadenas existentes, se identifican aquellas vías comerciales de mayor importancia para Argentina; sobresalen EEUU y UE, como compradores, por lo que se analiza el marco institucional - legal requerido para poder venderles miel, demostrándose la presencia de **un marco internacional sumamente controlado**. En respuesta hacia aquellos que pregonan por los mercados liberalizados; justamente son los pregoneros de los paradigmas del liberalismo los que aplican medidas proteccionistas ejemplares y muy difíciles de sortear.

El conjunto de normativas analizadas (provinciales, nacionales e internacionales), son verdaderos instrumentos de coordinación pues, si bien el mercado, desde el punto de vista competitivo, es del tipo *spot*, tanto la producción como la comercialización de miel a granel están sujetas al **cumplimiento** de un conjunto de normas que participan como efectivos contratos formales e imperativos, a la hora de exportar.

3.1. Reglamentos-procedimientos para producir miel a granel

Por considerarse un bien con alto grado de transabilidad (del total producido, 95% se exporta; 98% de ese porcentaje se vende a granel), resulta imprescindible el reconocimiento de las exigencias, como contratos que regulan a un mercado tipo *spot* puro.

A continuación, se analizan las siguientes regulaciones:

- Identificación de producto, según Código Alimentario Argentino.
- Inscribirse como productor Apícola en RENAPA.
- Habilitación de establecimientos apícolas.
- Envases destinados a la exportación de miel.

3.1.1. Identificación de producto. Código Alimentario Argentino⁴¹

Este reglamento técnico establece los requisitos que debe cumplir la miel para consumo humano que se comercialice entre los Estados partes del MERCOSUR:

“Se entiende por miel el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de plantas, que las abejas recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en las panales de la colmena. Se puede clasificar según su origen botánico, el procedimiento de obtención, su presentación y su des-

⁴¹ Código Alimentario Argentino. MERCOSUR – GMC. Res. 15/94. Identidad y calidad de la miel.

tino. Además debe cumplimentar una serie de requisitos que hacen a sus características sensoriales y físico-químicas” (Anexo II).

3.1.2. Inscribirse como productor apícola en RENAPA⁴²(Registro Nacional de Productores Apícolas)⁴³

Deberán registrarse obligatoriamente en RENAPA todos los productores que cuenten con una explotación apícola de 5 o más colmenas sean de cría, producción de núcleos, abejas reinas, paquetes de abejas, miel, jalea real, propóleos, polen u otros productos apícolas; así como toda persona física o jurídica que se dedique al manejo de colmenas: producción y/o empleo de abejas como polinizadora de cultivos entomófilos⁴⁴ y a la comercialización e industrialización de productos derivados, y fabricación de elementos o equipos para la actividad apícola, quedando comprendida en las disposiciones de la presente norma. La Dirección de Industria Alimentaria será la Unidad Coordinadora del registro (oficina de la Dirección Nacional de Alimentos, a su vez parte de la Subsecretaría de Producción y Alimentos, del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación).

El productor debe inscribirse en los municipios locales o en aquellas instituciones o asociaciones sin fines de lucro habilitadas para tal fin. Los formularios tendrán carácter de declaración jurada, pudiendo firmarlos el mismo productor o algún apoderado.

Para el caso de los productores apícolas de La Pampa, la tarea está coordinada por un responsable técnico profesional, a cargo del área apícola de la Dirección de Agricultura y Ganadería, de la Subsecretaría de Asuntos Agrarios, Ministerio de la Producción del Gobierno provincial, quien en base al decreto reglamentario⁴⁵ 625 de la Ley Provincial 1210/93, determina las condiciones y procedimientos en que se desarrollará toda la activi-

⁴² El objetivo del RENAPA consiste en optimizar la producción y rentabilidad del sector apícola pampeano, fortaleciendo cada componente de esta cadena productiva con la incorporación de tecnología y la implementación de protocolos de buenas prácticas a fin de alcanzar el máximo nivel de calidad exigida internacionalmente.

⁴³ SAGPyA Res. 283/01 (y sus modificatorias 89/2002; 857/2006 y 250/2009). Creación del Registro Nacional de Productores Apícolas (RENAPA).

⁴⁴ *Entomófilo*: (adj. Bot). Dícese de la planta cuya fecundación se efectúa por intermedio de los insectos que transportan el polen. Diccionario Enciclopédico (2009), Larousse Editorial.

⁴⁵ Ver sección “Materiales y métodos” inciso 1.1.5.

dad relacionada con apicultura, su industrialización o comercialización en territorio provincial, así como su correcta fiscalización (*Anexo III*).

La información recabada en este registro tiene como finalidad el análisis estadístico, la generación de información sectorial, la asistencia al productor, además de permitir una mayor eficacia en la toma de decisiones correctivas por parte de los organismos de control. La inscripción tiene una validez de 2 años y es gratuita. El inscripto recibirá una credencial que lo acredita como productor apícola, requerida para todo trámite relacionado con la actividad. Entre los meses de abril y septiembre de cada año, toda persona registrada ha de suministrar los siguientes datos: nombre o razón social, número de registro y validez, etc. Esta inscripción es un requisito indispensable para comercializar la producción y su consecuente trazabilidad.

El número de RENAPA es único e intransferible. El apicultor debe identificar el material apícola para posibilitar al máximo todo control policial. Este número se graba en las colmenas, a hierro candente o con un procedimiento de efectos similares; la marca tendrá un máximo de 5 cm de altura por 20 cm de ancho. En caso de vender las colmenas o de adquirir otras usadas, el primer propietario debe señalar en el alza el número invertido para anular así su marca, para desvincularse de este material.

3.1.3. Habilitación de salas de extracción⁴⁶

El ámbito donde se extrae miel para consumo humano se denomina **sala de extracción de miel**. La autorización para su funcionamiento se sujeta a las condiciones de la presente norma, siendo el SENASA el órgano de aplicación. Este organismo nacional puede delegar en los Gobiernos provinciales la función de inspección y autorización en sus jurisdicciones, siempre que acrediten capacidad operativa de registro e inspección de las condiciones higiénico-sanitarias establecidas en la presente resolución.

⁴⁶ SENASA. Res. N° 870/06. Condiciones para la autorización del funcionamiento de todo establecimiento donde se extraiga miel que se destine para el consumo humano, a fin de adoptar un ordenamiento reglamentario de exigencias higiénico-sanitarias y funcionales de las distintas salas de extracción de miel.

De acuerdo a lo resuelto por SENASA⁴⁷, en función de las características edilicias que deben cumplimentar toda sala de extracción de miel, hay 3 categorías de salas: **inscriptas, registradas y habilitadas**, con mayores requisitos de acuerdo a la categoría. En todos los casos, se debe asegurar el mínimo de condiciones higiénico-sanitarias para que el producto sea inocuo (*Anexo IV*).

Se podrá autorizar el funcionamiento provisorio de una sala en los siguientes casos:

a) Por un plazo no mayor a 180 días corridos, para el caso de requerirse adecuaciones o reformas dentro de la zona limpia y de zona de transición, siempre y cuando las mismas sean de tal naturaleza que no afecten las condiciones higiénico-sanitarias del producto.

b) Por un plazo no mayor a 2 años, para adecuaciones o reformas en el sector de la zona complementaria.

3.1.4. Envases destinados a la exportación de miel⁴⁸

Los envases destinados a contener **miel "a granel"**, con capacidad desde 300 kilogramos, así como otros recipientes con formas, materiales y volúmenes diferentes, deben ser **siempre** de primer uso (nuevos o de hierro reciclado a nuevo) y cumplir con los requisitos establecidos en el Capítulo IV "Utensilios, Recipientes, Envases, Envolturas, Aparatos y Accesorios" del Código Alimentario Argentino, aprobado por Ley N° 18.284.

Los tambores tendrán espacios planografiados⁴⁹ en color blanco, donde se consignarán: a) el número de Resolución del SENASA, donde se aprueba el envase utilizado mediante la leyenda: "Res. SENASA N° (número)/ (año)"; b) la leyenda "ENVASE NUEVO" o "ENVASE RECICLADO", según corresponda. Una subzona quedará en blanco para que, al momento del llenado, se consignen (en letras no inferiores a 3 centímetros) los datos que identifiquen el origen de esa miel.

⁴⁷ SENASA Res N° 353/02. Inscripción, registro y habilitación de salas de extracción para miel.

⁴⁸ SAGPyA Res. 121/98. Marco normativo para los envases destinados a la comercialización de miel a granel.

⁴⁹ La *planografía o impresión planográfica* es un término genérico utilizado para definir los distintos métodos de impresión o estampado de una imagen sobre una superficie plana, generalmente papel, de manera que no deja relieve sobre éste último. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial.

3.2. Reglamentos-procedimientos para exportar miel a granel ⁵⁰⁻⁵¹

Esta segunda etapa del instructivo está sujeta a los siguientes trámites generales, **independientemente del mercado de destino:**

- Inscripción como exportador en la Aduana.
- Inscripción como exportador en el SENASA.
- Contar con el establecimiento (depósito, sala de extracción, fraccionamiento) habilitado o registrado por el SENASA o por la autoridad a quien delegue.
- Solicitar la autorización de exportación.
- Solicitar el certificado de exportación.
- Presentar el cumplimiento de embarque.
- Contar con el sistema de trazabilidad vigente.
- Presentar los resultados de los análisis del Plan CREHA (Plan de Control de Residuos e Higiene de Alimentos) y/o de calidad o sanitarios.

En todos los casos que se exporte miel a granel, el producto se encuentra sometido a lo establecidos en el **Plan CREHA**, funcionando desde 1998; tiene carácter obligatorio, con costos asumidos por el exportador. La SAGPyA⁵² establece las acciones correctivas a llevar adelante en el caso de detectarse casos positivos de residuos en los alimentos analizados.

En materia de **envases**, las ventas del producto a granel deben regirse por lo establecido en la resolución de SAGPyA⁵³ (hoy Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de

⁵⁰ Ministerio de agricultura, ganadería y pesca. <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/apicola>

⁵¹ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Subsecretaría de Desarrollo de Inversiones (2006). Exportar en Argentina. Trámites básicos para la primera exportación.

⁵² Res. SAGPyA 125/1998 donde se define el criterio a seguir respecto de los controles a realizarse en tejidos, fluidos, excreciones de animales, productos, subproductos y derivados de origen animal para detectar la presencia de residuos de sustancias químicas sintéticas y naturales, destinados al consumo interno o la exportación. También detalla los procedimientos que se adoptarán para los casos en que se compruebe fehacientemente el incumplimiento de las normativas vigentes.

⁵³ SAGPyA Res. 121/1998 donde se establece el marco normativo para los envases destinados a la comercialización de miel a granel.

La Nación), que expone sobre las características de los envases en los cuáles se comercializa la miel. Las empresas que provean los envases deben estar habilitadas por el SENASA; contar con la impresión sobrerrelieve del número de Resolución del SENASA que la habilita, y con una zona blanca planografiada, donde se pintará la identificación del productor primario⁵⁴.

3.2.1. Inscripción como exportador en la Aduana

Toda empresa exportadora de miel debe inscribirse en el Registro de Importadores y Exportadores de la Dirección General de Aduanas (DGA). Los requisitos varían en tanto se está en presencia de una empresa unipersonal o una sociedad comercial (SA, SRL, Sociedad de Hecho, etc.) (*Anexo V*). Necesita:

- La inscripción como comerciante en el Registro Público de Comercio, dependiente de la Inspección General de Justicia.
- Tres ejemplares del Formulario OM-1228⁵⁵ Declaración Jurada; si el trámite no es realizado por el interesado, las firmas deberán refrendarse por Escribano Público.
- Estatuto Social y/o Poder, si se trata de una Razón Social.
- Acreditar un domicilio real y constituir domicilio especial en la República Argentina.
- Copia del C.U.I.T. (ha de contar con el original, a efectos de que la Aduana certifique la copia).
- Original y copia del último recibo de pago de Aportes Previsionales donde suscribe como exportador (el original será devuelto ante la presentación).
- **Empresas unipersonales:** han de acreditar solvencia, conforme y según determine la reglamentación, en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones; fotocopia de documento de identidad; en caso de ser extranjero, fotocopia del pasaporte.

⁵⁴SAGPyA Res. 283/2001 la misma establece la Creación del Registro Nacional de Productores Apícolas (RENAPA).

⁵⁵ El formulario OM 1228-E (Inscripción como importador exportador) o Formulario OM 1752 (Importadores / Exportadores no habituales), junto con la Declaración Jurada y Factura Comercial "E", deberán ser presentados para la adquisición de Certificados de Origen de Mercaderías, toda la documentación deber ser presentada **en** perfectas condiciones, sin enmiendas, agregados, tachaduras y/o correcciones.

- **Sociedades comerciales y cooperativas:** firma certificada por Escribano Público; al dorso del formulario deberán rubricar todos los miembros de la organización que se encuentren autorizados a firmar documentos de exportación. Esta lista oficiará de registro de firmas. Además, el acta de distribución de cargos, en caso de ser persona ideal, deberá certificarse por Escribano Público, debidamente legalizado por el Colegio de Escribanos de la jurisdicción provincial.

Registros de Importadores / Exportadores No Habituales *(Para empresas que realicen operaciones de exportación en forma esporádica)*

- Todo exportador deberá presentar 1 formulario OM 1752-C completado a máquina y avalado por la certificación de un Agente de Aduana o Escribano Público.
- Fotocopia del D.N.I / Pasaporte / L.E / L.C / C.I, según el caso.
- Fotocopia de constancia de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT).

En el caso de exportación, con el alta en este Registro se habilita automáticamente la cuenta del exportador en el Banco de la Nación Argentina. El trámite debe realizarse en la dependencia de Aduana más cercana al domicilio fiscal declarado ante AFIP. En el llenado del formulario de inscripción, se debe constatar como domicilio real, aquél declarado anteriormente ante la AFIP como domicilio fiscal. Cuando se inscribe una Sociedad de Hecho, se certifican todas las firmas de los socios, tanto en el formulario OM 1228E, como en el acta de distribución de cargos.

Tiempo de demora y retiro de inscripción: el trámite es gratuito, demorando aproximadamente 15 días; en monotributistas puede tardar hasta 90 días. La inscripción la puede retirar el titular o cualquier integrante de la sociedad.⁵⁶

⁵⁶ Para mayor información, dirigirse a la Dirección General de Aduanas. Azopardo 350. Tel: (011) 4338-6757/6759.

3.2.2. Inscribirse como exportador en el SENASA ⁵⁷

Deben retirarse los formularios correspondientes en la Coordinación de Importación/Exportación de productos. Aquellas personas con domicilio en el interior del País pueden solicitar los formularios en las oficinas locales del SENASA, responsables de iniciar el trámite y remitir la documentación a SENASA Central.⁵⁸

- Se debe presentar fotocopia de inscripción ante la AFIP y la DGI.
- Fotocopia de inscripción ante la DGA (Dirección General de Aduanas).
- Certificado policial original del domicilio real declarado y fotocopia del DNI (1° y 2° hoja Personas físicas).
- Fotocopia del contrato o Estatuto Social inscripto en el órgano de control societario (Personas Jurídicas)
- Firmas de las personas autorizadas para realizar gestiones ante el SENASA.

El trámite puede ser iniciado sólo por el/los titulares y/o apoderados, contando con la documentación debidamente certificada, excepto el documento policial.

Las exportaciones de miel son certificadas por el SENASA, en concordancia con los requisitos de los países importadores de este producto. El principal destino está en la Unión Europea.

3.2.3. Contar con el establecimiento habilitado o registrado por el SENASA o por la autoridad a quien SENASA delegue⁵⁹

Los exportadores deben contar con el establecimiento (sala de extracción, depósito, o fraccionadora, dependiendo del caso) habilitado por el SENASA, o iniciado el expediente⁶⁰. Este Registro puede tramitarse, dependiendo de qué provincia, en la Dirección de

⁵⁷ SENASA. Res. 492/01. Registro de Exportadores y/o Importadores.

⁵⁸ Lugar de inicio del trámite: SENASA. Mesa de Entradas sita en Paseo Colón 367 PB. El trámite demora alrededor de 96 hs. Retiro de formularios: Paseo Colón 379 PB. Tel: 011-331-6041/49 Int. 1029/34

⁵⁹ SENASA. Res. 353/02 186/03 y 870/06. Donde están las condiciones y requisitos para habilitar establecimientos. También ver capítulo 3, insiso 3.1 del presente instructivo.

⁶⁰ Excepto con destino a Brasil, donde se exige que el trámite de habilitación del establecimiento esté completo.

Bromatología de la Municipalidad o directamente en el Ministerio de Salud provincial. En la provincia de La Pampa se hace en la Dirección General de Agricultura y Ganadería⁶¹, o en el municipio más cercano.

Los trámites de habilitación deben iniciarse en la Coordinación de Establecimientos Lácteos y Apícolas, sita en Paseo Colón 367 6° P o en las oficinas locales del SENASA distribuidas en todo el País.

3.2.4. Solicitar la autorización de exportación

Este trámite comienza con la solicitud para exportar ante la Coordinación de Lácteos y Apícolas -por cuadruplicado-, donde se constata que el establecimiento está habilitado por SENASA, como así también para el destino de exportación.

Posteriormente, un inspector oficial verifica la mercadería en planta; muestrea la mercadería, con remisión a laboratorio oficial para los análisis correspondientes. El costo del trámite varía de acuerdo al volumen exportado.

La autorización tiene una validez de 45 días, pudiendo solicitarse prórroga de 30 días más para la exportación⁶².

3.2.5. Solicitar el certificado de exportación

Este certificado difiere según las exigencias impuestas por los países compradores. En líneas generales, existen dos tipos de certificados, según destino final: sea Unión Europea u otros países. En tanto que destinos como Portugal, Brasil o España exigen certificados de características particulares; EEUU no requiere ninguno.

Finalmente, el SENASA solicita la presentación del cumplido de embarque⁶³ (también ver ítem 4.2 del presente documento). Para ello, se requiere:

⁶¹Dirección General de Agricultura y Ganadería: 3er. piso - Centro Cívico - 6300 - Santa Rosa. Tel. (02954) 452600 - (int. 1312 - 1412) ó al 452634. Mail: agricultura@lapampa.gov.ar

⁶² SENASA. Coordinación de Establecimientos Lácteos y Apícolas. Paseo Colón 367 6°. C.A.B.A. Tel: 011-4342-2781

⁶³ Se utiliza para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

- Presentación del aviso de embarque debidamente conformado por la firma exportadora, 48 horas antes del embarque.
- Presentación de la matriz del permiso de embarque de la Dirección Nacional de Aduanas.
- Confirmación de aviso de embarque (primer ítem), fecha y hora de ingreso de la mercadería a exportar a zona portuaria, paso fronterizo o depósito fiscal para su verificación.
- Declaración jurada zoosanitaria y/o confirmación toma de muestras Plan CREHA de corresponder.
- Finalmente, el titular, representante y/o apoderado, realiza el embarque correspondiente.

3.2.6. Presentar el cumplimiento de embarque

Una vez que la mercadería llega al puerto, previamente al embarque se controla nuevamente. Con el cumplimiento de embarque y los resultados de laboratorio, se libera el certificado zoosanitario.

3.2.7. Contar con el sistema de trazabilidad vigente

Todos los tambores que se comercialicen deben contar con la identificación correspondiente. Han de tener impreso, en la zona planografiada blanca, el número de RENAPA⁶⁴ (de registro obligatorio y gratuito). El trámite de inscripción puede realizarse en el Ministerio de Agricultura nacional o en los ámbitos provinciales respectivos. Los tambores sin identificación NO pueden exportarse.

3.2.8. Presentar los resultados de los análisis del Plan CREHA y/o de calidad o sanitarios

Este trámite surge a pedido de las autoridades sanitarias de la Unión Europea, en particular para todos los alimentos de origen animal (exportados e importados). La resolución

⁶⁴ SAGPyA Res. 283/01. Donde se crea el Registro Nacional de Productores Apícolas (RENAPA).

establece acciones correctivas en el caso de detectarse la presencia de residuos en los productos.

Cuadro n°8: Resolución SAGPyA 125/98. Plan CREHA

Grupo de sustancias	Compuesto	Método Analítico	Nivel de acción [µg/kg o µg/l]
ANTIBIOTICOS: Tetraciclinas	Tetraciclina	HPLC	100
	Oxitetraciclina	HPLC	100
	Clortetraciclina	HPLC	100
Tilosina	Tilosina	HPLC	100
Estreptomina	Estreptomina	HPLC	500
Sulfonamidas		HPLC	100
ANTIPARASITARIOS	Amitraz	CG	200
	Fluvalinato	CG - ECD	10
ELEMENTOS QUÍMICOS	Plomo	AA - VA	500
PLAGUICIDAS CLORADOS	Hexaclorobenceno Dieldrin - Endrin Aldrin Hexaclorociclohexano - isómero alfa		100
	Mirex Hexaclorociclo - isómero beta Heptacloro + Heptacloroepóxido		100 50
	Lindano (Hexaclorociclo - hexano - isómero Gama)	CG - ECD	100
	α+β Clordano + Oxi-clordano		20
	α+β Endosulfan sulfato		50
	DDT y metabolitos		500
	Metoxicloro		400
PLAGUICIDAS FOSFORADOS	Diazinon	CG - FPD	50
	Bromofos		150
	Etilbromofos		
	Clorfenvinfos		40
	Fenitrotión		50
	Clorpirifos		10
	Etion		200
	Cumafos		100
Fention	50		
OTROS CONTAMINANTES	Fenol	HPLC	300

Fuente: SENASA (2010).

Para todos los casos que se exporte miel a granel, SENASA ha puesto en funcionamiento desde 1998 el Plan CREHA (Plan de Control de Residuos e Higiene de Alimentos). Tiene carácter obligatorio y los costos demandados deben asumirlos el exportador. La metodología es la siguiente: en depósito, personal de SENASA realiza un muestreo cada 250 toneladas de miel exportada. En la planilla de muestreo se establecen los análisis que deben efectuarse, sin mencionarse el laboratorio al que se remitirán. Cada exportador realiza los análisis en un laboratorio oficial o perteneciente a la red de laboratorios del SENA-

SA⁶⁵. El costo total estimado, cada 250 toneladas, se encuentra cercano a los \$2000⁶⁶. Se detallan los análisis requeridos para las exportaciones de miel.

3.3. Esquema reglamentario

Se presenta como resumen de lo anterior. En la sección de anexos III, IV, V y VI se complementa esta información con mayor detalle.

Gráfico n°15: Esquema reglamentario



Elaboración propia

3.3.1. Secuencia de exportación⁶⁷

Según publica sector Apícola de la Fundación Exportar (2007), básicamente interviene el exportador, el importador, los bancos (emisor y corresponsal), más el despachante de aduanas.⁶⁸

Etapa n° 1: Oferta cotización

Primero, el exportador ofrece su producto al importador, a un determinado precio. El comprador, por no conocer la mercadería, puede solicitar una muestra; para ello, el exportador contacta a su despachante de aduanas, quien recibe estas muestras y se encarga del envío al importador.

⁶⁵ [http://www.senasa.gov.ar/seccion_res.php?in=494&titulo=Red Nacional de Laboratorios](http://www.senasa.gov.ar/seccion_res.php?in=494&titulo=Red+Nacional+de+Laboratorios). El LabCAP no pertenece a esta red de laboratorios.

⁶⁶ 451,67 USD, tipo de cambio vendedor del 05 de mayo de 2012.

⁶⁷ Fundación Exportar (2007). Plan de Promoción Sectorial, Sector Apícola (adaptación).

⁶⁸ El desarrollo de las negociaciones entre partes intervinientes, por lo complejo del tema, se lo explica en detalle en el anexo VII, en formato de flujograma.

Etapa n° 2: Aceptación de la oferta

Una vez el importador acepta la oferta, le solicita al exportador la factura proforma, e instruye a su banco emisor para la apertura de un crédito documentario donde se especifican las condiciones acordadas. El banco corresponsal recibe la apertura del crédito documentario y las condiciones de la misma.

Etapa n° 3: Operativo previo al despacho

El exportador recibe la notificación de la apertura del crédito a través de su banco o directamente del importador; analiza el contenido de la carta de crédito y chequea si está correcta de acuerdo a las condiciones negociadas. Luego, procede a preparar la mercadería para su exportación. Confecciona y entrega al despachante todos los documentos exigidos y establecidos en la carta de crédito.

Etapa n° 4: Operativo del despacho

El despachante de aduanas, tras recibir del exportador la factura comercial y la nota de empaque, puede confeccionar el permiso de embarque otorgado por la AFIP-DGA; también se encarga de reservar bodega en el barco, buscar la tarifa del flete y establecer con el exportador la compañía aseguradora y el momento (fecha, lugar y hora) de la carga de la mercadería. La AFIP-DGA recibe del despachante el permiso de embarque y los documentos probatorios de la exportación; como adicional, puede solicitarse copia de la carta de crédito, la declaración jurada de valor o el certificado de fabricación; también controla que el exportador y el despachante estén habilitados, y que la posición arancelaria o la mercadería se correspondan, entre otros aspectos. Finalmente, registra la operación.

Etapa n° 5: Pos-despacho

El exportador recibe del despachante la documentación que ampara el envío de la mercadería y le entrega al banco corresponsal la carta de crédito con la información necesaria. Le notifica al importador sobre el embarque, mandándole la documentación exigida.

El banco corresponsal controla y verifica que todos los papeles estén en regla, en función la carta de crédito. Remite la documentación al banco emisor y el exportador recibe del banco el importe neto de la carta de crédito, deducidas las comisiones y gastos. De corresponder, gestiona los posibles reintegros y recupero de IVA. Finalmente, le paga al despachante sus honorarios correspondientes.

3.4. Regulaciones para el acceso según el mercado importador

En función de la desarrollada transabilidad de la miel, se hace hincapié en algunas de las sobresalientes características en lo que significa el ingreso a los más importantes mercados compradores. El mercado internacional no está liberado, por el contrario existen distintos tipos de mecanismos regulatorios que condicionan estas transacciones (predominantemente por aspectos sanitarios, también llamadas regulaciones para-arancelarias). En primera instancia se presentan las exigencias comunes que los mercados internacionales imponen. Finalmente, se detallan particularidades de la Unión Europea y Estados Unidos, nuestros importadores por excelencia.

Muy complejo resulta organizar este capítulo sobre las exportaciones de bienes, por lo se hizo una exhaustiva revisión bibliográfica que permita ordenar estos distintos mecanismos conocidos como barreras.⁶⁹

3.4.1. ¿Libre mercado? Las intervenciones en Estados Unidos y en la Unión Europea

3.4.1.1. Barreras al comercio en los Estados Unidos

Según Nonzioli (2008), este País introdujo una amplia variedad de regulaciones que afectan a la importación de productos agrícolas y alimentarios. Primero se expondrán aspectos generales al mercado, para luego explayarse en cuestiones particulares a la miel argentina.

⁶⁹ En la sección “*Materiales y Métodos*” se realizó una breve descripción del conjunto de barreras de acceso a los mercados y sus diferentes clasificaciones.

Las principales limitantes identificadas son:

- Sanitarias y fitosanitarias.
- Cuotas y picos arancelarios.
- Aranceles.
- Requisitos de inocuidad, etiquetado y trazabilidad de alimentos, y “Ley de Bioterrorismo”.
- Medidas *antidumping* y derechos compensatorios.

Sanitarias y fitosanitarias. Tienen como objetivo evitar el ingreso de plagas y/o enfermedades animales y vegetales, dependiendo del riesgo que presentan. El USDA⁷⁰ ha establecido y publicado un procedimiento para evaluar el riesgo que representa la importación de productos animales y vegetales; sin embargo, la toma de decisiones para concluir este proceso y autorizar el acceso es lento (hasta varios años) y susceptible de influencias políticas.

Cuotas y picos arancelarios. Estas barreras son contingentes arancelarios a la importación de azúcar de caña, de remolacha y productos que contengan azúcar (incluyendo la leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado), productos lácteos (incluyendo manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados), carnes bovinas, maní y productos de maní, algodón y tabaco. Los aranceles para los productos importados, dentro de los contingentes arancelarios, alcanzan en promedio al 10%; por encima del alcance de la cuota se pagan aranceles prohibitivos, que promedian el 55% (con picos de hasta 350%). La administración de la cuota varía, dependiendo de los productos.

Aranceles. Si bien el arancel promedio del país del norte es relativamente bajo (12%), alcanza valores muy altos para algunos productos específicos: jugos de limón, uva

⁷⁰ USDA: *United States Department of Agriculture* (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

y mosto. A su vez, los aranceles estacionales para algunas frutas y hortalizas se incrementan en la época de la oferta argentina (uvas, espárragos y peras, entre otros).

Requisitos de inocuidad, etiquetado, trazabilidad de alimentos y “Ley de Bioterrorismo”. Estados Unidos mantiene un gran número de normas que gobiernan la higiene e inocuidad de los alimentos importados, cada vez son más exigentes. Por ejemplo, el uso del sistema HACCP⁷¹, hoy aceptado internacionalmente y obligatorio para los frigoríficos que quieren exportar carnes rojas, productos de pesca y jugos, fue exigido inicialmente a su propia industria por problemas internos (brotes epidémicos de *E. coli*⁷², salmonelosis⁷³, etc.), obligando a los exportadores a absorber este costo adicional si desean exportar a Estados Unidos.

Además, por el atentado terrorista del 11 de septiembre del 2001, Estados Unidos instrumenta medidas para evitar la contaminación voluntaria de los alimentos. Entre otras, está la sanción de la Ley contra el Bioterrorismo, con un gran número de disposiciones que obligan a los exportadores a registrar su compañía con la FDA⁷⁴, así como a notificar el envío de mercaderías previo a su despacho a este mercado. Si bien Argentina coincide con los objetivos generales de la protección contra el bioterrorismo, estas regulaciones agregan complejidad y costos al comercio con Estados Unidos.

Medidas antidumping y derechos compensatorios. Otra barrera al comercio son los derechos antidumping⁷⁵ y compensatorios⁷⁶ que aplica Estados Unidos a las importa-

⁷¹ HACCP: Análisis de Riesgos en Puntos de Control Críticos.

⁷² *Escherichia coli*: se trata de una bacteria que se encuentra generalmente en los intestinos animales, la *Escherichia coli* O157:H7 es una de las cientos de cepas de la *Escherichia coli*, esta cepa produce una potente toxina y puede ocasionar enfermedades graves como el Síndrome Urémico Hemolítico, es una causa emergente de enfermedad transmitida por los alimentos. Se estima que cada año ocurren en los Estados Unidos 73,000 casos de infección y 61 muertes.

⁷³ La *salmonelosis* humana es una enfermedad infectocontagiosa producida por enterobacterias del género *Salmonella*. Comprende un conjunto de cuadros clínicos cuya principal manifestación es la gastroenteritis aguda, una de las intoxicaciones alimentarias más comunes causadas por agua y alimentos contaminados, especialmente carnes.

⁷⁴ FDA: *Food and Drug Administration* (Administración de Drogas y Alimentos).

⁷⁵ Conjunto de medidas de protección, adoptadas por los Estados, con el fin de proteger a la industria propia contra la práctica de empresas extranjeras de vender en los mercados exteriores a precio inferior al costo, por lo que el precio es inferior al del propio mercado.

⁷⁶ Derecho aplicado por los países importadores para compensar cualquier ayuda o subsidio otorgado, directa o indirectamente, en la manufacturación, producción o exportación de cualquier bien. Ningún miembro de la OMC puede aplicar derechos compensatorios a los productos provenientes del territorio de otro miembro, a menos que determine que

ciones de miel de Argentina. Estos derechos gravan las importaciones desde nuestro País, en adición al arancel de importación vigente en aquél mercado. Los derechos compensatorios se aplican por igual a todos los exportadores argentinos, mientras que los derechos antidumping varían según las empresas. En la actualidad, los derechos antidumping para las empresas exportadoras de miel van de 0 a 60.67%, dependiendo de la empresa.

3.4.1.2. Regulaciones de acceso al mercado de Estados Unidos

Como uno de los principales importadores de alimentos, igual que con la Unión Europea, EEUU es un mercado que, por características de tamaño y diversidad, ofrece una excelente oportunidad para los productos argentinos. Han introducido una variedad de leyes, normas y regulaciones que afectan directa o indirectamente, la importación de productos alimenticios. Alguno de éstos tienen un trato **preferencial**, conocido como “Sistema general de preferencias”, que permite que algunos productos ingresen con arancel 0%.

➤ **La importación de alimentos está regulada por tres Agencias Federales:**

A) *United States Department of Agriculture (USDA)*: Ministerio que está subdividido en diversas agencias, varias de las cuales están directamente relacionadas con las importaciones argentinas:

- ***Food Safety Inspection Service*⁷⁷ (FSIS):** Responsable de las prácticas y sistemas de higiene para productos cárnicos, inspecciona los embarques en los puertos de ingreso, supervisa los productos, el análisis de residuos y etiquetado de carnes rojas y blancas.
- ***Agricultural Marketing Service*⁷⁸ (AMS):** Responsable de los estándares de productos como carnes, frutas, hortalizas, procesados, y de orgánicos; supervisa los programas de certificación. Administra las órdenes de mercado al controlar la variabilidad de los productos, obligando de cumplir con estándares, tamaños o calidades especificado; también, brinda a través del *Market News*, informes de precios y movimiento de producto

el efecto del subsidio es tal que causa, o amenaza con causar, un daño material a una industria doméstica nacional establecida, o genera un retraso.

⁷⁷ Servicio de Inspección de Inocuidad de los Alimentos.

⁷⁸ Servicio de Marketing Agrícola.

en diferentes puntos de la cadena de comercialización (precio en puerto de llegada, en mercados mayoristas, etc.), en diferentes ciudades, y para diferentes productos. Recopila y publica los precios de los mercados concentradores de los principales mercados internacionales.

- ***Animal and Plant Health Inspection Service*⁷⁹ (APHIS):** Agencia encargada de mantener la sanidad animal y vegetal de los Estados Unidos. Realiza las inspecciones en puertos de ingreso, emitiendo las normativas que permiten o prohíben el ingreso de los productos, sean animales o vegetales, en base a los requerimientos zoonosológicos y fitosanitarios.
- ***Foreign Agricultural Service*⁸⁰ (FAS):** Es el brazo internacional del Departamento de Agricultura. Coordina las políticas internacionales, representándolo en foros internacionales. Además, recopila información extranjera para la toma de decisiones.

B) *Food and Drug Administration* (FDA): Esta agencia, dependiente del Departamento de Salud, relacionada con los alimentos, es responsable de la protección de la salud de la población. Reglamenta a los alimentos insalubres e impuros, los medicamentos y cosméticos y a otros productos con riesgo. Son algunos de los controles de la FDA:

- Buenas prácticas de elaboración en alimentos (excepto carnes).
- Aditivos directos e indirectos (excepto carnes).
- Etiquetado de alimentos (excepto carnes).
- Buenas prácticas agrícolas (voluntarias) de productos fruti-hortícolas frescos.
- Residuos de pesticidas permitidos en alimentos (FDA; ejecuta el cumplimiento de los niveles establecidos por EPA (ver significado más abajo).
- Alimentos de baja acidez o acidificados.
- “Ley de Bioterrorismo”.

⁷⁹ Servicio de Inspección de Sanidad Vegetal y Animal.

⁸⁰ Servicio de Agricultura Exterior.

C) *Environmental Protection Agency*⁸¹ (EPA): Responsable de las políticas ambientales, aprueba a los pesticidas y las tolerancias para residuos, así como el proceso de aceptación de nuevos productos químicos para la agricultura.

➤ **Requisitos para vender miel argentina a Estados Unidos:**

- **Posición arancelaria:** 0409.
- **Producto:** Miel natural
- **Arancel:** 1.9 ctvs. /Kg.
- **Derechos *antidumping* y compensatorios:** La miel argentina debe pagar dos tipos de derechos, con una vigencia de cinco (5) años; cumplido el 5to año, se revisa la situación, proyectándose de igual manera.
 - *Derechos compensatorios:* que se aplican por igual a todos los exportadores argentinos, en el orden del 5,85%.
 - *Derechos antidumping:* varían según la empresa exportadora. En principio, se fijó un margen individual de 37,44% para ACA (Asociación de Cooperativas Argentinas), 32,56% para Radix SRL, 60,67% para Conagra Foods SRL, y 35,76% para todo el resto de las firmas.

Durante la vigencia de estos derechos, cada año, sea por pedido de los productores de EE.UU., de los exportadores o del gobierno argentinos (sólo para los derechos compensatorios), se puede solicitar una revisión administrativa. El resultado final se aplica para el período anual analizado y a futuro para las nuevas importaciones desde Argentina. De las 5 revisiones anuales, llevadas a cabo hasta 2009, se han logrado disminuir los derechos antidumping a niveles bajos, algunas en 0%. Por ejemplo:

⁸¹ Agencia de Protección Ambiental.

Cuadro n°9: Derechos antidumping
(Para exportadoras argentinas)

Empresa	%
ACA	2,95%
Colmenares Santa Rosa SRL	0%
Honey Max S.A.	0%
Nexco S.A.	0,38%
TransHoney S.A.	0%
Cía. Apícola Argentina S.A.	0%
El Mana S.A	0%
Mielar S.A.	0%
ConAgraArgentina	60,67%
El Chelibo S.A.	0%
Nutrin S.A.	55,15%
Patagonik S.A.	0%
Radix S.R.L.	32,56%
Seylinco S.A.	0%

Elaboración propia. Fuente: Fundación Export.Ar (2009).

Sistema General de Preferencia (SGP)⁸²: La miel no se incluye.

Agencias Federales Involucradas en el acceso:

• *Food and Drug Administration (FDA):*

- ✓ Buenas Prácticas de Elaboración.
- ✓ Etiquetado General y Nutricional.
- ✓ Uso de Colorantes Permitidos.
- ✓ Residuos de Pesticidas.
- ✓ Ley de Bioterrorismo.
- ✓ Departamento de Agricultura (USDA).

• *Agricultural Marketing Services⁸³ (AMS):* El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos posee un estándar voluntario para la miel que, si bien no obligatorio, sirve como base comercial. En el caso que se utilice el estándar en la etiqueta, por ejemplo Grade A, el producto debe inspeccionarse por esta oficina.

⁸²EE.UU. posee el denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), por el cual permiten el ingreso sin aranceles de productos de los países en vías de desarrollo: alrededor del 13% de las importaciones argentinas ingresan con arancel cero en virtud de este beneficio. No obstante, como el SGP es un instrumento unilateral de los Estados Unidos, el acceso de nuestros productos no está garantizado en el largo plazo. Si bien el objetivo teórico de este programa es ayudar a promover el crecimiento de los países en vías de desarrollo, EE.UU. también utiliza este sistema como un mecanismo de política económica de su relación bilateral (Argentinatradenet.gov.ar, 2011).

⁸³*Servicio de Marketing Agrícola.*

➤ Otros requisitos para venderle a EEUU

Se deben cumplir con regulaciones estatales y de condado (federales), según se desee ingresar con el producto. Se ha de:

1. Cumplir con lo dispuesto por la ley de bioterrorismo, que establece como requisito que las instalaciones nacionales o extranjeras que proveen alimentos sean registradas ante la oficina de FDA y que las autoridades americanas registraren una base de datos de los alimentos que se importan⁸⁴.
2. Cumplir con las regulaciones establecidas por la Aduana “U.S. *Customs and Border Protection*”⁸⁵.
3. Cumplir con las regulaciones establecidas por el USDA, los servicios de inspección y seguridad alimentaria “*Food Safety and Inspection Services*”⁸⁶.
4. Cumplir con los requisitos de los Servicios de Inspección Sanitaria y Fitosanitaria (APHIS), Servicios Veterinarios del Departamento de Agricultura de Estados Unidos. Se debe solicitar un permiso a los Servicios Veterinarios, “*on line*” en www.eauth.egov.usda.gov.
5. Cumplimiento de los procedimientos de importación de la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA).

3.4.1.3. Requisitos para vender miel argentina a la UE⁸⁷

La UE, con el énfasis por proteger a su mercado interno, desarrolla distintos instrumentos de protección, barreras arancelarias y no arancelarias. Si bien hay una red de preferencias bilaterales, existe un fuerte avance en la aplicación de aranceles más altos a los productos con mayor valor agregado. También aplican subsidios.

⁸⁴USDA. *Foreign Agricultural Service*. <http://www.fas.usda.gov>

⁸⁵Para mayor información: http://www.customs.gov/xp/cgov/import/infrequent_importer_info/

⁸⁶Para mayor información: http://www.fsis.usda.gov/regulations_&_policies/Import_Information/index.asp

⁸⁷ Según el Informe de Barreras a las exportaciones Argentinas en la Unión Europea”, CNCE, 1999.

Entre las **barreras no arancelarias** más importantes, que afectan a la Argentina, están los cupos, las salvaguardias especiales⁸⁸, la vigilancia de las importaciones y los precios de entrada.

Los **cupos** pueden ser *generales* (negociados en rondas del GATT), a los cuales todos los países tienen acceso⁸⁹; o *bilaterales* (fuera del GATT), cuando otorgan preferencias a determinados países. Cuando un producto tiene asignado un cupo general y otro bilateral, el segundo tiene aranceles más bajos, tanto por dentro como por fuera del cupo, creándose así una preferencia adicional para el vendedor en cuestión. Tal es el caso de México quien, mediante un acuerdo bilateral con la UE, posee, desde 2000, una cuota preferencial de 30 mil tn anuales con un derecho de aduana reducido en un 50% del arancel concedido a los países NMF (SGP)⁹⁰.

Las **salvaguardias especiales por cantidad a ciertos productos agropecuarios** operan cuando el volumen de las importaciones del producto alcanza un nivel establecido como *crítico*. En este caso, las importaciones adicionales abonan derechos aduaneros complementarios, actuando como un segundo techo a las cantidades importadas, en pos del control de la oferta del producto y su precio en el mercado interno para la región.

La **vigilancia a las importaciones** actúa como un monitoreo a las cantidades importadas y es de carácter prudencial. Tiene efecto inhibitorio sobre las compras por la incertidumbre que genera a los exportadores la amenaza de la aplicación de este tipo de intervención restrictiva. Se utiliza sobre productos agropecuarios, textiles y manufacturas de hierro y acero.

⁸⁸ Se refieren a las salvaguardias contempladas en el Acuerdo de Agricultura del GATT.

⁸⁹ Se otorgan sobre la base "primero llegado, primero servido".

⁹⁰ Nación más favorecida (Sistema General de Preferencia).

El sistema de **precios de entrada** es el principal mecanismo de restricción de precios en frontera que posee la “Política Agrícola Común” (PAC)⁹¹. Afecta a distintos productos agrícolas, en diferentes periodos del año. Establece un precio mínimo por debajo del cual la mercadería importada debe pagar derechos adicionales que se suman al arancel de aduana. Tienen como objetivo llevar al precio de importación al nivel de precio de entrada.

Como se mencionó, la UE aplica **subsidios**, principalmente en el sector agropecuario a través de la PAC. Estas políticas, destinadas a estimular la producción, en primera instancia generan un nivel de autoabastecimiento mayor que el que tendría lugar si la asignación de recursos se hiciera sobre la base de precios de mercado, bajándose así las importaciones. Superado el autoabastecimiento, el estímulo a la producción interna puede forjar que la oferta interna supere a la demanda y, por ende, con saldos exportables; es así que los subsidios afectan al comercio internacional por eliminación de importaciones por el incremento la producción interna, desplazando a terceros países más competitivos. Finalmente, el resultado final consiste en la disminución de los precios internacionales.

➤ **Regulación de acceso a los mercados en Unión Europea**⁹²

Al 2010, la miel Argentina debe abonar los siguientes derechos y gravámenes:

Derechos: 17,3 %

IVA: 7%

Impuestos internos: No existen.

Documentos exigidos en aduana: Producto de libre importación, siempre y cuando el producto cumpla con las normas de calidad de la UE (Unión Europea). En caso contrario se exige licencia previa.

⁹¹La Política Agrícola Común (PAC) es una de las políticas más importantes y uno de los elementos esenciales del sistema institucional de la Unión Europea (UE). La PAC gestiona las subvenciones que se dan a la producción agrícola en la Unión Europea.

⁹²De Fundación Export.Ar (2003) “*Secuencia de exportación de miel 2003*”

Restricciones no arancelarias: Se exige cumplimiento de requisitos sanitarios y normas de calidad.

- **Requisitos sanitarios.** Las normas sanitarias para la importación al mercado local están en el Reglamento de la C.E.E. Nro. 737/90, sobre la importación de productos agrícolas.
- **Normas de calidad - características, variedades y coloración:**
 - Libre de elementos orgánicos (larvas, restos de abejas, etc.) e inorgánicos (granos de arena, etc.).
 - Sin alteraciones artificiales en el grado de acidez.
 - Sin fermentación.
 - Sin color ni sabor extraño a su naturaleza.
 - En cuanto a su consistencia:
 1. Contenidos de azúcares reducidos, calculados en invertina: a) miel natural (de flores, etc.) mínimo 65%; b) miel de melaza, pura o mezclada con miel natural mínimo 65%.
 2. Contenido aparente de sacarosa: en general máximo 5%; miel de melaza sola o mezclada con miel natural y miel de acacia o lavanda máximo 10%.
 3. Contenido de humedad: en general máximo 21%; miel de Calluna⁹³ y trébol máximo 23%.
 4. Contenido sustancias insolubles en agua: en general máximo 0,1%; miel prensada máximo 0,5%.
 5. Cenizas: en general, máximo 0,6%; miel de melaza pura o mezclada con miel natural máximo 1%.
 6. Contenido de ácidos libres: máximo 40 mili equivalentes/Kg.

⁹³Calluna es un pequeño género con 8 especies de plantas de flores pertenecientes a la familia Ericaceae. Natural de Europa, norte de África y América donde crece en terrenos estériles y ácidos como turberas y landas. Popularmente se le llama **brezo**. Son pequeños arbustos que alcanzan los 20-50 cm de altura con gran cantidad de ramas erguidas de color marrón-rojizas. Las hojas son pequeñas y muy numerosas. Las flores, también muy pequeñas de color rosa púrpura dispuestas en racimos terminales.

7. Índice diastasa y contenido de hidroximetilfurfural (HMF)⁹⁴: en general índice diastasa (ID) mínimo 8 HMF, máximo 40 mg/kg; miel con escaso contenido de enzimas naturales (por ejemplo: miel de cítricos) índice diastasa mínimo 3 HMF máximo 15 mg/kg.

Requisitos de ingreso:

- **Aranceles consolidados y Nación Más Favorecida (NMF).** Aquellos aplicados por la UE y los consolidados en la OMC son iguales para la miel. La miel natural tiene un arancel de 17,3%.
- **Aranceles preferenciales.** La miel natural y la cera de abeja, con 0% de arancel.
- **Aspectos sanitarios y otros requerimientos técnicos.** Las importaciones intracomunitarias de productos de origen animal deben cumplir con ciertas condiciones generales y específicas, para prevenir el riesgo sobre la salud pública, la de los animales y para proteger a los consumidores. Por ello, los productos deben cumplir con la normativa sobre la inocuidad de los alimentos, sanidad animal y los requerimientos de etiquetado y calidad, entre otros. Esta normativa se establece en Directivas y Reglamentos⁹⁵.

Requisitos sanitarios específicos: Sus importaciones de miel y otros productos de la apicultura están sujetos a una certificación oficial, fundada en el reconocimiento de fiabilidad, por la Comisión Europea, de la autoridad competente del tercer país⁹⁶. Se constituye un requisito previo para exportar a la UE⁹⁷; además, se armonizan las reglas sanitarias, tanto para la importación como para el comercio intracomunitario de aquellos productos de origen animal para el consumo humano en los que no se tiene una normativa específica, como en la miel.

⁹⁴El Índice de Diastasa (ID) y el contenido de Hidroximetilfurfural (HMF) son los parámetros indicadores de frescura y sobrecalentamiento de la miel.

⁹⁵ Las Directivas definen objetivos, pero dejan a cada país de la región con la libertad de elegir forma y el método para alcanzarlos en función de su legislación nacional. Los Reglamentos son obligatorios para todos los países de la UE.

⁹⁶Directiva 2002/99/CE del Consejo, por la que se establecen las normas zoonómicas aplicables a la producción, transformación, distribución e introducción de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

⁹⁷Directiva 92/118/CEE del Consejo, por la que se establecen las condiciones de policía sanitaria y sanitarias aplicables a los intercambios y a las importaciones en la Comunidad de productos no sometidos, con respecto a estas condiciones, a las normativas comunitarias específicas a que se refiere la Directiva 89/662/CEE y 90/425/CEE.

Para las importaciones de estos productos hay otros aspectos muy importantes a considerar:

- El país vendedor debe estar en la lista de terceros países autorizados a importar el producto específico. Para la miel hay una lista de terceros países autorizados, establecida por la Comisión de la UE⁹⁸⁻⁹⁹.
- El producto debe estar acompañado por un certificado veterinario que establezca el cumplimiento de todos los requisitos sanitarios ya vertidos. En la Directiva⁹⁹ de la CE se establece la base legal para todas reglas de salud animal¹⁰⁰.
- Las importaciones animales, involucradas en la Directiva⁹⁶, deben **inspeccionarse** en un puesto fronterizo, donde veterinarios oficiales aseguran el cumplimiento de los requisitos.
- Además, debe existir un plan de control de contaminantes y de residuos de medicamentos veterinarios, a fin de verificar el cumplimiento de los requisitos de la UE¹⁰¹. La autoridad competente debe diseñar un programa de control adecuado, y presentarlo a la Comisión Europea para aprobación inicial y renovación anual. Otro Reglamento¹⁰² establece procedimiento comunitario de fijación de los límites máximos de residuos de medicamentos veterinarios en los alimentos de origen animal.

Requisitos específicos de calidad: Existe una norma propia para la comercialización de la miel¹⁰³, relativa al etiquetado y a las características de su composición.

⁹⁸ 94/278/CE: Decisión de la Comisión, por la que se establece la lista de los terceros países desde los que los Estados miembros deben autorizar la importación de ciertos productos contemplados en la Directiva 92/118/CEE del Consejo (Texto pertinente a los fines de CEE).

⁹⁹ 2003/812/CE: Decisión de la Comisión, por la que se establecen listas de terceros países desde los que los Estados miembros deben autorizar la importación de ciertos productos destinados al consumo humano contemplados en la Directiva 92/118/CEE del Consejo.

¹⁰⁰ Reglamento (CE) No 1664/2006 de la Comisión, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 2074/2005 en cuanto a las medidas de aplicación de determinados productos de origen animal destinados al consumo humano y se derogan algunas medidas de aplicación.

¹⁰¹ Directiva 96/23/CE del Consejo, relativa las medidas de control aplicables respecto de determinadas sustancias y sus residuos en los animales vivos y sus productos y por la que se derogan las Directivas 85/358/CEE y 86/469/CEE y las Decisiones 89/187/CEE y 91/664/CEE.

¹⁰² Reglamento (CEE) No 2377/90 del Consejo, por el que se establece un procedimiento comunitario de fijación de los límites máximos de residuos de medicamentos veterinarios en los alimentos de origen animal.

¹⁰³ Directiva 2001/110/CE del Consejo, relativa a la miel (Denominación, descripción y definición de los productos).

Según lo planteado al comienzo del capítulo 2, respecto a la denominación, descripción y definición de la miel, el Reglamento establece las variedades de la miel según origen (miel de flores, de néctar y de mielada), o métodos de elaboración y/o presentación. Además, determina la composición de la miel según el contenido en azúcar, agua, en sólidos insolubles en agua; su conductividad eléctrica, los ácidos libres y el índice diastásico; así como el contenido en hidroximetilfurfural (HMF).

Requisitos sanitarios generales:

Legislación alimentaria general: Los alimentos importados a la UE deben cumplir con los requisitos pertinentes de la legislación alimentaria o las condiciones que la Comunidad reconozca, al menos equivalentes a las suyas. Para ello, adoptó un reglamento¹⁰⁴ por el que establecen principios y requisitos generales de la legislación alimentaria, con el fin de asegurar un nivel elevado de protección de la salud y un funcionamiento eficaz del mercado interior. La legislación alimentaria general es aplicable a todas las etapas de la cadena alimentaria.

Tiene como objetivos:

- La protección de la vida y de la salud de las personas, el bienestar de los animales, la salud de las plantas y el medio ambiente;
- La libre circulación en la región de alimentos y piensos;
- El cumplimiento de las normas internacionales existentes o en fase de preparación.

La legislación alimentaria se basa en un análisis de los riesgos sobre pruebas científicas disponibles. En virtud del principio de precaución, cuando una evaluación pone de manifiesto la probabilidad de efectos nocivos, y persiste la incertidumbre científica, los Estados miembros y la Comisión pueden adoptar medidas de gestión del riesgo provisionales y proporcionadas. Cuando un alimento o un pienso presentan un riesgo, las autoridades pú-

¹⁰⁴ Reglamento (CE) 178/2002 del Parlamento europeo y del Consejo, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria

blicas informan a la población sobre qué tipo de alarma existe para la salud humana o animal.

En toda la cadena alimentaria, las empresas deben velar por que los alimentos cumplan con los requisitos de la legislación alimentaria y verificar la observancia de estos requisitos. Los Estados miembros controlan la aplicación de dicha legislación.

La **trazabilidad** de los alimentos, debe estar establecida en todas las etapas de la producción, transformación y distribución.

Higiene de los productos alimenticios¹⁰⁵: el reglamento relativo a la higiene de los productos alimenticios, tiene por objeto garantizar la higiene de los productos alimenticios en todas las etapas del proceso de producción, desde la producción primaria hasta la venta al consumidor final. No cubre las cuestiones sobre nutrición, ni composición o calidad de los productos alimenticios. Se basa en los principios del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés). Se aplica a las empresas del sector alimentario, no a la producción primaria ni a la preparación doméstica de productos alimenticios. Además, existen normas de higiene específicas para los alimentos de origen animal, establecidas en un reglamento adicional¹⁰⁶.

Contaminantes en los alimentos¹⁰⁷: Aquí se indica que todo alimento que contenga un contaminante, en cantidad inaceptable desde el punto de vista sanitario y en particular de un nivel toxicológico, no será colocado en el mercado; además, plantea que los niveles del contaminante se mantendrán tan bajos como se pueda, siguiendo las buenas prácticas.

¹⁰⁵ Reglamento (CE) nº 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la higiene de los productos alimenticios. El presente persigue establecer una política global e integrada que se aplique a todos los alimentos de la explotación hasta el punto de venta al consumidor.

¹⁰⁶ Reglamento (CE) No 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal.

¹⁰⁷ Reglamento (CEE) 315/93 del Consejo, por el que se establecen procedimientos comunitarios en relación con los contaminantes presentes en los productos alimenticios.

En 2006 se establecen los máximos niveles de residuos para ciertos contaminantes específicos en los alimentos¹⁰⁸. Este reglamento entró en vigor en marzo 2007.

Materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos¹⁰⁹: Con él se garantiza que los materiales y objetos destinados a entrar en contacto directo o indirecto con los alimentos, no causen daño a la salud de las personas o que induzcan a error a los consumidores. Estos materiales y objetos deben elaborarse en conformidad con las buenas prácticas de fabricación, para no transferir componentes a los alimentos que representen peligro para la salud humana.

Controles oficiales¹¹⁰: Se establecen las normas específicas para la organización de controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano; plantea requisitos en materia de autorización de los establecimientos por la autoridad competente. Los controles oficiales significan auditorías de buenas prácticas de higiene y los principios HACCP.

Para garantizar la verificación del cumplimiento de la legislación en materia de alimentos, la UE estableció una serie de controles oficiales¹¹¹, los que establecen que los Estados miembros efectuarán regularmente controles de los alimentos importados. Estos controles podrán tener lugar en cualquier fase de la distribución, sea antes o después del despacho (por ejemplo, en los locales del importador), durante la transformación, o en el punto de venta al por menor.

¹⁰⁸ Reglamento (CE) 1881/2006 de la Comisión, por el que se fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios.

¹⁰⁹ Reglamento (CE) 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.

¹¹⁰ Reglamento (CE) 854/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen normas específicas para la organización de controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

¹¹¹ Reglamento (CE) 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los controles oficiales efectuados para garantizar la verificación del cumplimiento de la legislación en materia de piensos y alimentos y la normativa sobre salud animal y bienestar de los animales.

Requisitos generales de etiquetado¹¹²: Se aplica a los productos alimenticios envasados destinados a ser entregados sin ulterior transformación al consumidor final o a restaurantes, hospitales y otras colectividades similares. Se busca que el etiquetado, la presentación y la publicidad de los alimentos no le induzcan al comprador error alguno. El etiquetado debe incluir los elementos obligatorios, como la denominación de venta, lista de ingredientes, la duración mínima del producto y las condiciones de conservación. Estas indicaciones obligatorias figurarán en el envase previo o en una etiqueta unida a éste.

Requisitos para la producción orgánica o ecológica¹¹³: Se aplica a productos siempre que lleven, o vayan a llevar, indicaciones referentes al método de producción ecológica. Se determina para productos agrícolas vegetales y animales no transformados; animales de granja; productos agrícolas vegetales y animales transformados destinados a la alimentación humana, preparados a partir de uno o más ingredientes de origen vegetal o animal; y para alimentos destinado para animales¹¹⁴.

La norma establece que los productos sólo contarán con indicaciones que referencien el método de producción ecológica, si se obtuvieron y controlaron según las condiciones establecidas.

Para **los productos de la apicultura**, se instituyen otros requisitos, aparte de aquellos para productos de origen animal. Dos reglas específicas de producción ecológica en la apicultura son las siguientes:

- En la producción apícola, el período de conversión es de un año.
- La ubicación de los colmenares sigue normas estrictas. Las fuentes de néctar y polen, disponibles en un radio de tres kilómetros, deben provenir de cultivos ecológicos o cultivos

¹¹²Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y trata acerca de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

¹¹³Reglamento (CE) No. 2092/91 del Consejo y trata acerca de la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.

¹¹⁴Reglamento (CE) No. 223/2003 del Consejo, relativo a los requisitos en materia de etiquetado referidos al método de producción agrícola ecológico en lo que respecta a los alimentos para animales, los piensos compuestos y las materias primas para la alimentación animal.

que se sometan a tratamientos de bajo impacto medioambiental. Los colmenares deben estar suficientemente alejados de cualesquiera fuentes de producción no agrícolas que potencialmente contaminen (centros urbanos, vertederos, incineradoras de residuos, etc.). Los Estados miembros disponen de la posibilidad de prohibir la producción de miel ecológica de aquellas regiones o zonas que no cumplimenten las condiciones vertidas.

Indicaciones geográficas y denominación de origen

- Regulaciones Comunitarias. Desde 1992, la UE estableció sistemas de protección para las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Especialidades Tradicionales Garantizadas¹¹⁵ (ETG), con el fin de promover y proteger productos agroalimenticios¹¹⁶.

Existe un reglamento específico para la miel donde se establecen las normas de procedimientos y requisitos para su protección. Ante la solicitud de protección de una DOP o IGP, un grupo de productores ha de definir el producto, de acuerdo con especificaciones muy precisadas, que serán estudiadas por las autoridades nacionales y luego por la Comisión Europea. Las DOP e IGP registradas, conforme al reglamento mencionado, quedan protegidas contra:

- Toda usurpación, imitación o evocación;
- cualquier otro tipo de indicación falaz en cuanto a la procedencia, origen, naturaleza o características esenciales de los productos;

¹¹⁵Reglamento (CE) n° 509/2006 del Consejo. Un producto agrícola, destinado al consumo humano con una composición tradicional, o elaborado con un modo de producción tradicional, puede pasar a ser una «**especialidad tradicional garantizada**» (ETG). Esa posibilidad fomenta la diversificación de la producción agrícola y presenta repercusiones positivas en varios ámbitos (Mejora los ingresos de los agricultores, al garantizar que sus características los distinguen de otros productos similares; aumenta el valor comercial de los productos. Con la introducción de esta denominación, los consumidores dispondrán de información clara sobre las características específicas de los productos que vayan a elegir comprar.

¹¹⁶Reglamento (CE) n° 510/2006 del Consejo, que establece las normas relativas a la protección de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas de los productos agrícolas destinados al consumo humano, y de los productos alimenticios procedentes de zonas geográficas delimitadas. Aclara que cuando existe un vínculo entre las características de algunos productos y su origen geográfico, éstos pueden beneficiarse: por la **indicación geográfica protegida (IGP)** o bien por la **denominación de origen protegida (DOP)**. El empleo de los símbolos comunitarios en el etiquetado de los productos permitirá a los consumidores disponer de una información clara y sucinta sobre su origen. Por otro lado, la introducción de esas dos menciones puede resultar muy beneficiosa para el mundo rural, especialmente para las zonas menos favorecidas y más apartadas, al asegurar la mejora de la renta de los agricultores y el asentamiento de la población rural en esas zonas.

- y cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor.

Los dos niveles de referencia geográfica son distintos: la DOP designa la denominación de un producto cuya producción, transformación y elaboración deben tener lugar en una zona geográfica determinada, con una especialización reconocida y comprobada (por ejemplo: “Miel de Tenerife”). La IGP indica el vínculo con el territorio en, al menos, una de las fases de producción, transformación o elaboración (por ejemplo, “Miel de Galicia”¹¹⁷). Por lo tanto, el vínculo con el territorio es más fuerte en el primer caso.

Siguiendo con una de las premisas de este trabajo, se presenta a modo de resumen un cuadro en donde se ordenan y se sintetizan los requisitos de acceso a dos de los principales países importadores de miel argentina: EEUU y Alemania.

Cuadro n°10: Regulación de acceso a los mercados: EEUU y Alemania

	EEUU	ALEMANIA
Posición arancelaria	0409 0000 0	
Producto:	Miel natural	
Denominación:	Natural honey	Natürlicher Honig
Arancel consolidado	1,9 ctvs./Kg.	Derechos a 3 ^{eros} países del 17,3%
SGP:	No se incluye a la miel argentina	No existen
IVA	No se aplica la tasa de venta “sales tax” ¹¹⁸	7%
Derechos compensatorios:	En el orden del 5,85%.	No existen
Derechos antidumping:	Según la empresa exportadora, van desde 0 al 60%	No existen
Documentos exigidos en aduana:	Factura comercial, documento de transporte, lista de empaque, certificados (sanitario, de origen, de calidad) y manifiesto de entrada de la mercadería.	Factura original y certificados sanitarios

¹¹⁷La zona de producción de la miel amparada bajo la IGP “Miel de Galicia” abarca toda la Comunidad Autónoma de Galicia. A pesar de ello, el hecho de que existan diferencias importantes en la vegetación de los distintos territorios gallegos provoca que los tipos de miel monofloral se den de forma más propicia en determinadas zonas. Es el caso de la miel monofloral de eucalipto que abunda en las zonas costeras gallegas, la miel monofloral de castaño característica de las zonas de interior o las mieles de brezo o zarza más propicias en zonas donde abundan los matorrales.

¹¹⁸ Impuesto sobre las ventas

Requisitos para la importación:	Certificados oficiales del país de origen, donde se avale que los artículos han sido sujetos a uno de los siguientes tratamientos: Prueba de irradiación ¹¹⁹ (1,5 megarads ¹²⁰) o prueba de tratamiento de liofilización ¹²¹ o testimonio de envasado al vacío (<i>vacuum packaging</i>).	Producto de libre importación, siempre y cuando el producto cumpla con las normas de calidad de la UE. Caso contrario, se exige licencia previa.
Restricciones no arancelarias:	Requisitos sanitarios:	Producto sujeto a una certificación oficial, fundada en el reconocimiento de fiabilidad, por la CE, de la autoridad competente del tercer país. El país vendedor debe estar en la lista de terceros países autorizados a ingresar el producto específico, establecida por la UE. Certificado veterinario que establezca el cumplimiento de todos los requisitos sanitarios.
	Requisitos de calidad:	Cumplir con la normativa relativa al etiquetado y a las características de su composición: variedades según origen, métodos de elaboración, presentación, determinación de su composición.
Agencias federales involucradas en el acceso:	Departamento de Agricultura de EEUU (USDA) , con sus agencias: 1. Servicio de inspección de inocuidad de los alimentos (FSIS); 2. Servicio de marketing agrícola (AMS); 3. Servicio de inspección de sanidad vegetal y animal (APHIS); 4. Servicio de agricultura exterior (FAS).	Consejo de la Comunidad Europea, asistido por el Comité permanente de productos alimenticios creado mediante el artículo 1 de la Decisión 69/414/CEE. ¹²²
	Administración de drogas y alimentos (FDA): Buenas prácticas de elaboración. Etiquetado general y nutricional. Uso de colorantes permitidos. Residuos de pesticidas. Ley de bioterrorismo.	
	Agencia de Protección Ambiental (EPA)	

Elaboración propia. Fuente: Fundación Export.Ar (2009), Argentina Tradenet (2011), USDA (2011), Eur-Lex (2010).

¹¹⁹ **Irradiación de alimentos:** proceso que involucra exponer los alimentos a cantidades controladas de esa radiación para prevenir la reproducción de los microorganismos, como bacterias u hongos. También puede reducir la velocidad de maduración o el rebrote, en frutas y verduras, modificando o alterando los procesos fisiológicos de sus tejidos sin alterar sus propiedades nutricionales ni organolépticas o físicas.

¹²⁰ **Rad** es la unidad de dosis absorbida, la cual mide la energía depositada en un medio por unidad de masa. **Mega** (símbolo **M**) es un prefijo del Sistema Internacional de Unidades que indica un factor de 10^6 ; en otras palabras, un millón (1 000 000).

¹²¹ La **liofilización** es un proceso en el que se congela el producto y posteriormente se introduce en una cámara de vacío para realizar la separación del agua por sublimación. De esta manera se elimina el agua desde el estado sólido al gaseoso del ambiente, sin pasar por el estado líquido. Es utilizado principalmente en la industria alimentaria, para conservación de los alimentos, y en la farmacéutica, para conservar medicamentos.

¹²² Las normas sanitarias para la importación al mercado alemán son reglamentadas por: la Directiva sobre miel de Alemania, "*Deutsche Honigverordnung*" que corresponde a la directiva 2001/110/CE de la UE.

3.5. Conclusiones del capítulo 3:

- ✓ Para comercializar miel a granel desde la provincia de La Pampa hacia algunos de los mercados mundiales claves, como son EEUU y la UE, es necesario llevar a cabo un conjunto de procedimientos imperativos antes y durante su producción, así como en la posterior exportación.
- ✓ Los diferentes mecanismos regulatorios que atraviesan la cadena comercial de la miel condicionan al productor, a su producción, a su manera de producir y, como consecuencia de ello, condicionan a los costos que conllevan respetar estas instituciones.
- ✓ Con el objetivo de aportar una guía lo suficientemente clara y ordenada se reunió al conjunto de normativas analizadas en el ámbito provincial, nacional e internacional.
- ✓ En ésta última etapa se pone de manifiesto lo mencionado al comienzo del capítulo: si bien el mercado internacional analizado es el de tipo *spot*, se encuentra altamente condicionado por mecanismos regulatorios formales de acceso a los países compradores de miel en el mundo.
- ✓ En EEUU la miel argentina, además de pagar derechos antidumping y compensatorios, debe cumplir una serie de barreras que sientan sus bases en un estricto cumplimiento de las reglamentaciones impuestas por las diferentes agencias estatales (USDA, FDA, APHIS, entre las principales).
- ✓ La Unión Europea, en cambio, exige que se cumplan sus requisitos sanitarios y sus normas de calidad para prevenir el riesgo sobre la salud pública y para proteger a los consumidores. La trazabilidad de los alimentos de todas las etapas de la producción, transformación y distribución es condición excluyente.

Los costos “fobbing” y los consecuentes precios “Ex Works”

La inspiración existe, pero tiene que encontrarse trabajando.

Pablo Picasso

Finalmente, teniendo en cuenta la importancia que reviste tener un claro conocimiento de las diversas instituciones que atraviesan la cadena comercial de la miel, se plantea la formulación de los costos “fobbing” para su mejor comprensión. Estos costos se corresponden con la 3° venta, en particular para los granos analizada por la Bolsa de Comercio de Rosario (2009).

Al analizarse bajo qué normas de comercialización se encuentra la formación del precio de la miel, de acuerdo a la información recopilada en el trabajo de campo, se analizan los costos “fobbing” de este *commodity* (su valor se conoce generalmente en pesos Argentinos¹²³, pero al ser un de alta transabilidad, es necesario reconocerlo en dólares FOB).

4.1. De los costos “fobbing” a los precios “Ex Works” en la sala de extracción.

El presente capítulo muestra el cálculo de los costos incurridos en toda la cadena de la miel, analizados como un flujo “aguas arriba”. Se parte de los costos “fobbing” y se los va trasladando hasta el valor monetario de la miel puesta en sala de extracción (considerados en esta investigación como “Ex Works”). Se utiliza como método el propuesto por la Bolsa de Comercio de Rosario (2009) para el caso de las tres ventas en granos, en tanto que los datos de la miel se toman de Rey (2010).

¹²³ Para mayor información: http://www.bolcereales.com.ar/a_base_pdf.asp?pag=pdf/subproductos.pdf.

Toda etapa comercial secundaria consiste en trasladar un producto en situación FAS a FOB, en tanto que los costos incurridos se los denomina “*fobbing*”. Las transacciones se dan en divisas por mercadería colocada libre de gastos, puesta en el buque, denominadas precio FOB¹²⁴. Se plantea como eficiente cuando los costos “*fobbing*” no superan la diferencia entre el precio FOB, pactado para la venta, con el FAS, al que se adquirió la mercadería (Bolsa de Comercio de Rosario, 2009).

Respecto a las normativas cambiarias y obligaciones aduaneras e impositivas vigentes en Argentina, la venta se realiza en origen con total responsabilidad del exportador. Las modalidades de negociación más utilizadas consisten en comprar mercadería a precio FAS¹²⁵ (libre de gastos al costado del buque) y venderla en condición FOB; o comprar la mercadería FOB y venderla como C&F (costo y flete); o venderla como CIF (costo, seguro y flete), según el negocio que se presente. Comúnmente, la primera opción es la más utilizada.

Los operadores exportadores aseguran la contratación de un puerto, la descarga de los camiones, el almacenamiento de la mercadería y, en el momento propicio, realizan la carga al buque.

Otro de los instrumentos conocidos por el exportador es el FAS teórico (conocido así por calcularse sobre bases promedio de valores). Se determinan por descuento al precio FOB sus gastos “*fobbing*” (ver cuadro N° 10 para la miel).

Ante la importancia que reviste para el sector productivo conocer el precio en sala de extracción, se considera clave la determinación de los costos comerciales denominados “*Ex Works*” (todas aquellas erogaciones por las que debe pasar el producto desde la puerta de la planta, como depósito de acopio, hasta el costado del buque).

¹²⁴ FOB: Free on board. Ver anexo VI. *Incoterms*.

¹²⁵ FAS: Free alongside ship. Ver anexo IV. *Incoterms*.

En condición “*Ex Works*”, el vendedor entrega la mercancía directamente al comprador en sus propias instalaciones. La mercancía debe estar lista y preparada para el medio de transporte elegido por el comprador (usualmente camiones). El comprador se hace cargo de todos los gastos desde el momento de la entrega (incluso de la carga). Se podrá establecer en el contrato la obligación del vendedor de cargar la mercancía en el medio de transporte elegido.

El comprador está obligado a cargar la mercancía en vehículos que él proporciona, y despacharla por aduana para la exportación. Salvo acuerdo en contrario, corre con todos los gastos (licencias, autorizaciones, formalidades, impuestos, etc.) y los riesgos correspondientes, incluyendo pérdidas o daños posibles. Este comprador reembolsará los gastos del vendedor, por prestar su servicio en la obtención de documentos, permisos, etc., y efectuará el pago de la mercancía según lo estipulado. El vendedor está obligado a suministrar la mercadería y la factura, de conformidad con el contrato de venta, disponiéndola en el lugar designado y en la fecha estipulada.

Por desconocimiento de las obligaciones vigentes, tanto del oferente como del demandante, la carga de la mercancía corre por cuenta y riesgo del vendedor (quien dispone de maquinarias y recursos humanos necesarios). Es importante aclarar que, de respetarse la condición “*ex works*” en forma taxativa, dicha carga no debe ser realizada por el vendedor.¹²⁶

4.2. Breve descripción de los agentes intervinientes en la exportación

De acuerdo a la investigación realizada por CREEBBA¹²⁷ (2003), la operación de exportación en sí es bastante más compleja que una venta en el mercado interno ya que la cantidad de agentes que intervienen entre exportador y cliente es mayor. Sin embargo, la cadena se puede reducir bastante si el exportador delega algunas tareas a ciertos agentes

¹²⁶ *Incoterms* 2000. Reglas oficiales de la Cámara de Comercio Internacional para la interpretación de términos comerciales. ISBN 84-89924-09-0. En <http://es.wikipedia.org>

¹²⁷ Centro Regional de Estudios Económicos de Bahía Blanca Argentina.

claves, tales como el despachante de aduana y el agente de carga. Por supuesto que el pago a estos agentes involucra honorarios más gastos, pero el principal beneficio es simplificar la operatoria.

Una vez que el **exportador** cierra el contrato de venta con el exterior, debe tramitar con la compañía naviera e instruir a su despachante para que desarrolle el resto de los pasos de la operación. Su principal responsabilidad entonces es ocuparse de tener toda la mercadería en su depósito acondicionada y almacenada para ser cargada en el contenedor.

Las principales funciones del **despachante de aduanas** giran en torno a confeccionar el permiso de embarque y tramitar con la aduana. En post de ofrecerle un servicio integral a su cliente exportador, algunos despachantes avanzan en sus funciones coordinando también la logística de la operación. Una vez confirmada la venta al exterior y la compañía naviera que realizará el flete internacional, el despachante se contacta con ésta para coordinar fecha, hora y lugar de carga de la mercadería y recabar los datos del transporte.

Ya oficializado el despacho de exportación, se solicita a la **aduanas** la autorización de carga para el día acordado en que llegará el contenedor al depósito del exportador. Una vez que arriba el contenedor, el personal aduanero realiza el control de la mercadería y el respectivo precintado del contenedor una vez terminada la carga.

El **agente de carga** es quien vende el flete al exportador. Su labor es coordinar con éste (o con el despachante) la entrega del contenedor, la posterior consolidación, y finalmente la recepción en la terminal, para luego ponerlo a bordo y despachar la mercadería al exterior. También se ocupa de la emisión de los documentos relativos a la carga.

El **transporte interno** cobra importancia debido a la locación de la producción. Suponiendo que la exportación se realice por el puerto de Buenos Aires desde depósitos ubicados en General Pico, se hace necesario transportar y asegurar la mercadería.

Otro agente que interviene en la cadena exportadora es la **compañía aseguradora**, tanto para el flete interno (de la puerta de fábrica a la borda del buque) como para el internacional¹²⁸.

A través de una **entidad bancaria** se cobra la operación. Se pueden realizar diferentes operaciones, siendo las más comunes transferencia bancaria, cobranza documentaria y carta de crédito, todas con múltiples variantes. La elección de la forma de cobro de la operación no se relaciona tanto con su costo, sino con el grado de confianza que se tenga con el cliente. Para una operación inicial, es más probable que la firma exportadora abra una carta de crédito, y si las operaciones ya son habituales, seguramente se realizarán simples transferencias bancarias.

SENASA, aparte de habilitar el establecimiento del exportador, se encarga de autorizar la exportación y el embarque: realiza análisis de calidad del producto y emite luego un certificado sanitario. En 1998 puso en marcha el **Plan CREHA** (Plan de Control de Residuos e Higiene de Alimentos) el cual tiene carácter obligatorio y los costos del mismo deben ser asumidos por el exportador.

El **certificado de origen** es un documento indispensable en la exportación y es extendido por diversas instituciones, como pueden ser la Unión Industrial Argentina, Cámara de Exportadores de la República Argentina y Cámara Argentina de Comercio, entre otras entidades.

A continuación, se detallan en forma simplificada los pasos que habitualmente se siguen en un despacho de una exportación vía marítima:

¹²⁸Este último sólo se considera cuando una operación se realiza CIF (costo, seguro y flete), ya que si se opera FOB, es el importador quien se hace cargo de esta erogación.

Cuadro n°11: Despacho de una exportación marítima

Paso	Descripción
1	El exportador envía los documentos comerciales al despachante de aduanas.
2	El despachante de aduanas confecciona el permiso de embarque.
3	Se solicita a la compañía marítima autorización para el retiro de un contenedor vacío , y se efectúa la reserva de bodega correspondiente.
4	Se retira el contenedor vacío y se procede a la consolidación de la carga .
5	De acuerdo al canal de selectividad otorgado por la Aduana, se verifica la mercadería, se precinta el contenedor y se entrega el mismo a la zona primaria aduanera.
6	El despachante presenta el permiso de embarque ante la aduana de la terminal correspondiente, para que se pueda embarcar la mercadería y luego así obtener el correspondiente cumplido de embarque .
7	Concluido el embarque, el despachante (o el exportador) se presenta ante la compañía marítima para efectuar la declaración jurada de las mercaderías embarcadas , para que esta confeccione los conocimientos de embarque .
8	Se presentan los documentos al banco , y al vencimiento, se procede al cierre de cambio de la operación y cobro de la misma por parte del exportador.

Al momento de decidir cerrar una venta al exterior, puede evaluarse de dos maneras si le resultará conveniente al vendedor realizar la transacción:

“Aguas arriba”, conociendo el precio que está dispuesto a pagar importador. Lo que efectivamente pagará al exportador dependerá de la *Incoterm* pactada. Una vez determinada la oferta, el exportador arma su cadena logística minimizando los costos hasta esa *Incoterm*. Por ejemplo, si se pacta FOB, el exportador podría analizar si le conviene FOB Buenos Aires o FOB Bahía Blanca¹²⁹.

“Aguas abajo”, partiendo desde el precio en puerta de establecimiento (EXW) y adicionándole costos de exportación hasta llegar al precio FOB. Se compara entonces con los precios ofrecidos por el importador y se analiza su conveniencia de aceptarlos o no.

En el presente ejercicio se utiliza la primera metodología. Se estimarán entonces cuáles son los mínimos precios EXW a los que podría llegar a vender el exportador para que la operación le sea conveniente. A partir de lo anterior y siguiendo el criterio de “las tres ventas” mencionado al comienzo del éste capítulo, en el cuadro N°13 se construye un esquema de encadenamiento de precios (“aguas arriba”) a partir de los valores FOB vigentes a di-

¹²⁹ Siempre y cuando el importador no determine de antemano el puerto de embarque.

ciembre 2010 (Cuadro n°12); hasta una sala de extracción apícola del noreste de La Pampa.

Cuadro n°12: Datos para el análisis de la formación del precio EXW.

Datos	
Operación:	Exportación de miel en tambores de 330 kg.
Cantidad de tambores	60
Contenedor:	20" STD ¹³⁰ carga seca
Peso neto de la carga:	19.800 kg
Tipo de cambio de referencia (\$):	3,936

Elaboración propia.

Cuadro n°13: Análisis de la formación del precio "Ex Works" para la exportación de miel a granel

Ítem	Descripción	Importe	Unidad	Costo unit. s/Total	Importe bruto
1.	PRECIO FOB (U\$\$/tn)	\$ 3.020,00	U\$\$/tn	100%	\$ 59.796,00
2.	GASTOS "FOBBING":			(17,09%)	\$ -10.217,56
2.1.	Análisis físico químico	\$ 690,00	U\$S	(1,15%)	
2.2.	Análisis oficiales	\$ 500,00	U\$S	(0,84%)	
2.3.	SENASA: Trámites antes y después del embarque	\$ 150,00	U\$S	(0,25%)	
2.4.	Gastos administrativos y de emisión de documentación	\$ 300,00	U\$S	(0,50%)	
2.5.	Gastos portuarios	\$ 700,00	U\$S	(1,17%)	
2.6.	Honorarios Despachante de Aduanas	\$ 597,96	U\$S	(1,00%)	
2.7.	Comisiones bancarias	\$ 1.200,00	U\$S	(2,01%)	
2.8.	Varios e imprevistos	\$ 100,00	U\$S	(0,17%)	
2.9.	Aduana - Derechos de exportación	\$ 302,00	U\$S/tn	(10,00%)	
3.	PRECIO FAS (U\$\$/tn)	\$ 2.503,96	U\$\$/tn	82,91%	\$ 49.578,44
4.	TRANSPORTE INTERNO			(4,18%)	\$ -2.499,47
4.1.	Flete	\$ 1.000,49	U\$S	(1,67%)	
4.2.	Seguro	\$ 900,00	U\$S	(1,51%)	
4.3.	Custodia	\$ 600,00	U\$S	(1,00%)	
5.	PRECIO EXW (U\$\$/ton)	\$ 2.399,30	U\$\$/tn	79,45%	\$ 47.506,06

Elaboración propia. Fuente: CREEBBA (2003), Rey (2010).

A continuación, siguiendo con el ejemplo anterior del *container* con 60 tambores, se exponen algunas consideraciones particulares, en función de los destinos de la miel:

Ítem 1. Precios FOB según mercado destino: Se toma como referencia el publicado por la SENASA (2010) y la cotización del dólar en ese mismo período.

¹³⁰CONTAINER 20' DRY STANDARD. Contenedores de 20' Standard para carga seca (20' x 8' x 8,6'). Volumen 33.0 m³ Peso máximo carga 28,230 kg.

Cuadro n°14: Valores FOB de la miel a granel según importador (2010)

<i>Principales destinos</i>	<i>Precio venta</i>
Promedio mercado	\$ 3,02
Estados Unidos	\$ 3,09
Alemania	\$ 2,95
Italia	\$ 3,01

Elaboración propia. Fuente: SENASA (2010).

Ítem2. Gastos “fobbing”:

- Análisis físico- químico de la miel. Constan de los siguientes componentes:

Cuadro n°15: Parámetros físico-químico¹³¹

Detalle	Valores
Humedad	Máx. 18%
HMF	Máx. 15%
Actividad Diastásica	Mín. 15
Color	A convenir
Fenol	Max. 50 ppb
Tylosina	No detectable
Sulfonamidas	No detectable
Tetraciclina	No detectable
Cumafos	No detectable
Nitrofuranos	No detectable
Estreptomicina	No detectable
Cloranfenicol	No detectable
Fluvalinato	No detectable
Glicerol	Máx. 200 ppm
Hongos y levaduras	Máx. 200000 /10 gr.
Contenido de almidón	Máx. 10%
Adulteración	No detectable

Fuente: Código Alimentario Argentino – Res. GMC 15 / 94.

- Análisis oficiales: Nitrofuranos (obligatorio por contenedor), tilosina (sólo por vigilancia en la UE), plan CREHA y adulterantes (cada 125 tn).
- SENASA: Documentos y certificados: Trámites a realizar en SENASA, antes y después de embarque. Antes: Solicitud de autorización de exportación, toma de muestras oficiales, verificación y aviso de embarque. Después: Certificado sanitario.

¹³¹ Ver Anexo II.

- Gastos administrativos: Trámites en Buenos Aires (SENASA, Puerto, Navieras, laboratorios); fotocopias, impresiones, encomiendas, varios.
- Gastos portuarios: todas las erogaciones a realizar en el ámbito portuario, ya sea a la terminal, al agente marítimo, o al ente portuario en concepto de servicio a las cargas. Retiro del contenedor vacío, ingreso del contenedor consolidado, THC (manejo del contenedor), servicio de carga, peaje del Río de La Plata, emisión del conocimiento de embarque.
- Honorarios del despachante de aduanas: entre 0,4 y 1% sobre FOB.
- Comisiones bancarias: Bancos: comisión cobrada por el banco en dicha operación. Cobranza internacional, carta de crédito, orden de pago o transferencia.
- Varios e imprevistos: Balanza, gastos de consolidación de carga, modificación de trámites, etc.
- Aduana-Derecho de exportación: Aduana: todos los gastos relacionados con la exportación en que interviene algún agente aduanero. Incluye el pago de los honorarios del despachante y los derechos de exportación (retenciones) 10% sobre el valor FOB.

Ítem 3. Precios FAS: Precio FOB- gastos “fobbing”. Se toma como referencia el publicado por la Bolsa de Cereales de Buenos Aires (2010).

Ítem4. Transporte interno:

- Flete: Desde el lugar de embarque (sala de extracción o depósito) hasta puerto de Buenos Aires. Por ejemplo, desde General Pico (600km) significan 210 \$/tn (ó 50,53 U\$S/tn).
- Seguro: dependiendo del monto asegurado, ronda el 0,4% sobre el valor FOB.
- Custodia: de acuerdo a la cantidad de horas/viaje, oscila en \$2.500 el servicio.

Ítem 5. Precio Ex Works:

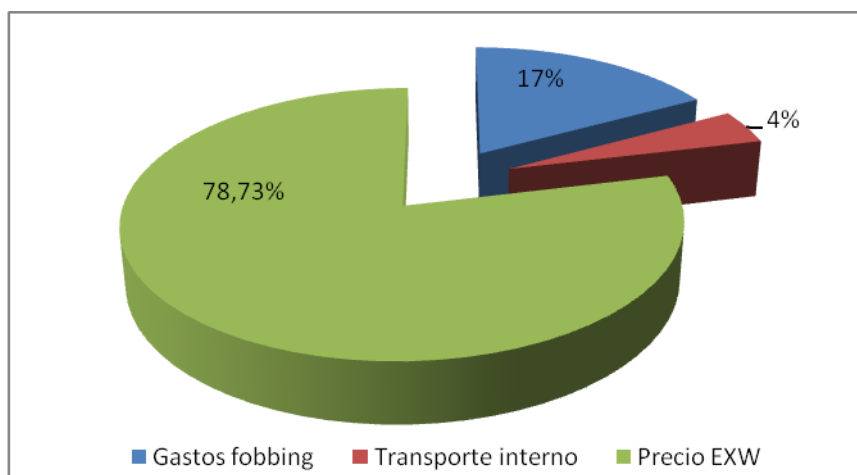
Cuadro n°16: Precio “*Ex Works*” de la miel a granel (2010)

(Ejemplo de un *container* con 60 tambores)

Descripción	Valor	Valor relativo
1 contenedor de 20 pies=	60 tambores	
1 tambor de miel	330 kg	
Kilos transportados	19800 kg de miel	
Precio FOB de la miel	3,02 U\$S/kg	
Importe bruto	59796 U\$S FOB	
Gastos “fobbing”	10217,56 U\$S	(17,09%)
Precio FAS de la miel	2,503 U\$S/kg	82,91%
Transporte interno	2499,47 U\$S	(4,18%)
Importe neto	47506,06 U\$S	
Precio EXW de la miel	2,399 U\$S/kg	79,45%

Elaboración propia. Fuente: CREEBBA (2003), Rey (2010).

Gráfico N°16: Composición del precio FOB



Elaboración propia. Fuente: CREEBBA (2003), Rey (2010)

4.3. Conclusiones del capítulo 4

- ✓ Utilizando el método de las tres ventas de granos propuesto por la Bolsa de Comercio de Rosario, se elaboró un cuadro donde se plasmó el cálculo de los costos incurridos en toda la cadena de la miel, analizados como un flujo “aguas arriba”, partiendo del precio FOB hasta llegar al precio “*Ex Works*” de la miel puesta en sala de extracción.

- ✓ Se tomó a modo ejemplo la exportación de 1 *container* de 20 pies con 60 tambores (de 330kg de miel a granel c/u) y se fueron detallando en orden cronológico todos los costos que se generan en la segunda venta.
- ✓ De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro elaborado, el precio al cual el exportador –o sus intermediarios- debería comprar la mercadería puesta en sala de extracción es de 2,39 usd/kg, lo que se traduce en 9,44 \$/tn¹³².
- ✓ Se concluye que los costos “Ex Works” absorben en total el 21% de la composición del precio FOB (17% gastos “*fobbing*” y 4% de costos internos de transporte planta-puerto). El 79% restante representa el precio EXW.
- ✓ Los principales actores que intervienen en el proceso de exportación son: el exportador, el despachante de aduanas, los agentes de aduana, el agente de carga, el transporte interno, la compañía marítima, SENASA la entidad bancaria y la compañía aseguradora.

¹³²Pesos argentinos al tipo de cambio vendedor de diciembre 2010 Banco Nación.

III

Conclusiones

CONCLUSIONES

- ✓ El escenario internacional de la miel a granel se compone de seis grandes productores, entre los cuales Argentina es el segundo. Hay tres exportadores de miel destacados, segmentados por volumen (China), color (Argentina) o sabor (México).
- ✓ Existen dos grandes compradores (EEUU y Alemania), diferenciados en función de los mecanismos de intervención que aplican para resguardar sus mercados internos, tanto empresariales como de consumidores. Ante ello, se puede afirmar que **no existe el libre mercado**, al menos como comúnmente se lo conoce.
- ✓ Si bien el mercado internacional analizado responde a características tipo *spot*, estas exportaciones están altamente condicionadas por mecanismos económicos y no económicos (o para-arancelarios).
- ✓ Las barreras para-arancelarias son el principal mecanismo regulatorio que generan condiciones de ingreso, marcando tendencias, limitando accesos y protegiendo la producción interna. Finalmente, es el desempeño de los mercados el que se ve afectado.
- ✓ Dichas barreras comenzaron como sanitarias, pero hoy están ampliadas al ámbito de la higiene, calidad, bioseguridad, terrorismo y ambiente.
- ✓ A pesar de las inclemencias climáticas que han azotado a la región, por el volumen productivo de miel, su calidad organoléptica, por la variabilidad de climas y suelos, y por la diversidad de estos *commodities* obtenidos, Argentina tiene excelentes oportunidades para crecer, siempre y cuando se generen planes de acción a largo plazo, donde estén comprometidos todos los sectores involucrados en esta cadena comercial, empresariales, consumidores y Estados participantes.
- ✓ La Pampa, no exenta a la situación nacional, durante el período analizado aumentó su número de productores y de colmenas, siendo una de las cinco principales provincias productoras/exportadoras.

- ✓ Para que la miel se exporte, ha de respetarse un marco legal que posee un importante grado de **complejidad** que podría **simplificarse**.
- ✓ Se puede afirmar que algunos reglamentos pampeanos y nacionales **se solapan**. Por ejemplo, ello ocurre cuando se aspira la habilitación de salas de extracción.
- ✓ Por las características de este *commodity*, **es aplicable** el clásico criterio que se usa para detallar las tres ventas de los granos.
- ✓ Una quinta parte del precio FOB es absorbida por los costos de exportación (20%), resultando clave el análisis de los mismos.
- ✓ Los **derechos de exportación** representan el 50% de los costos “*fobbing*”. Si bien tenían razón de ser por el aumento de los precios internacionales y por la paridad dólar/peso, actualmente representan una carga demasiado pesada, afectándose la rentabilidad, fundamentalmente, de los más débiles de la cadena: los productores.
- ✓ No existe un mercado formal que institucionalice comercialización y calidad de la miel, resultando muy compleja y dificultosa la búsqueda de información pertinente.
- ✓ Ha sido muy fructífero el relevamiento realizado en toda La Pampa, permitiendo la adquisición de valiosa información de **actores muy solidarios**, con diferentes realidades y experiencias que enriquecen esta investigación. Con ello, futuros trabajos disponen de un rumbo trazado.
- ✓ Probablemente, queden preguntas no contempladas, con alternativas no consideradas en el desarrollo de este trabajo, incluso que requieran indagaciones más profundas. El desafío está planteado.

IV

Bibliografía

e

informantes

claves

consultados

Bibliografía consultada

- AbcAgro.com (2010). “*Exportar paso a paso*”. En <http://www.abcagro.com>. Argentina
- Achával, B. (2004) “*Comercialización de la miel*” En <http://beatrizachaval.blogspot.com.ar/>. Buenos Aires, Argentina.
- Achával, B.; Lorenzo, A. y Rey, F. (2006) “*Plan Estratégico Apícola 2017*” SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.
- Agencia de Desarrollo de Inversiones -ADI- (2009) “*Trámites básicos para la primera exportación*”. En <http://www.argentinatradenet.gov.ar>. Buenos Aires, Argentina.
- Alan, V.; Deardoff, X. y Stern, R. (1997) “*Measurement of Non-Tariff Barriers*” Working paper No. 179. OCDE. University of Michigan. Organization for Economic Co-Operation and development. París, Francia.
- Almeyra, A.; Corradi, P.; Eleicegui, G. y Zorraquin, T. (2003) “*Agroalimentos argentinos. El impacto de los agroalimentos en la economía argentina*”. AACREA. Área de Economía. Buenos Aires, Argentina.
- Alvarado Ledesma, M. (2004) “*Agronegocios. Empresas y emprendimientos*” El Ateneo, Argentina.
- Antequera, S. y Guido, C. (2004) “*Cadena agroindustrial de la miel de abeja*” IICA. JICA. Nicaragua.
- Austin, J. (1984) “*Análisis de proyectos agroindustriales*” Tecnos SA. España.
- Balestri, L. y Saravia, C. (2006) “*El enfoque de los agronegocios*”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.
- Balestri, L., y Biasotti, L. (2006) “*Marketing internacional*”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam. General Pico, Argentina.
- Balestri, L.; Saravia, C. y Biasotti, L. (2005) “*Comercialización y mercados agropecuarios*”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.

Banco de Inversión y Comercio Exterior -BICE- (2010). *“Como venderle al mundo”*. En <http://www.bice.com.ar>.

Bircher, M. (2008) *“Promoción de exportaciones: Herramientas de comercialización para el Sector Apícola”*. Fundación Exportar. Argentina.

Bolsa de Cereales de Buenos Aires. En http://www.bolcereales.com.ar/a_precios.asp. Argentina

Bolsa de Comercio de Córdoba. (2006) *“El balance de la economía argentina 2006 una nueva oportunidad”*. En <http://www.bolsacba.com.ar/>. Argentina

Bolsa de Comercio de Rosario (2009). *“Manual del operador del mercado de granos”*. Quinta reimpresión. ISBB 978-987-1517-01-5. Dirección de informaciones y estudios económicos. Bolsa de comercio de rosario. Rosario, Argentina.

Cámara de Diputados y Senadores (2008) *“Proyecto de Ley apícola”* Gobierno de la Nación. Argentina.

Cámara de Exportadores de la Republica Argentina (CERA). En <http://www.cera.org.ar>. Argentina

Canales, F.; De Alvarado, E. y Pineda, E. (1989) *“Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo de personal de la salud”*. Publicación PASCCAP N° 16. Serie Paltext. 1° Edición, 2° Reimpresión. OPS. Washington, DC. EEUU.

Cancillería Argentina (2010). Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. En <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin.html>. Argentina

Casella, A. (2001) *“Modalidades negociables de la empresa agraria en el marco del complejo agroindustrial y agroalimentario: Contratos agroindustriales y acuerdos interprofesionales”*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas. UNNE. Reconquista, Santa Fe, Argentina.

Centro de Documentación e Información. (INFOLEG) (2010). *“Información legislativa”*. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Argentina.

Centro Regional de Estudios Económicos de Bahía Blanca Argentina (CREEBBA) (2003) Revista *“Indicadores de actividad económica”* N°71, p. 14- 22. Bahía Blanca. Argentina.

CENYOR (Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en New York) (2010) *“Informe de mercado de la miel EEUU”*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. New York, EEUU.

Chapter (Año desconocido) *“Búsqueda y revisión bibliográfica”* Departament d'Informàtica. NOVA Escola Tècnica Superior d'Enginyeria. Universitat de València. València. España.

Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE) (1999). *“Informe de las barreras a las exportaciones Argentinas en el NAFTA”*. Ministerio de Industria y Turismo. Buenos Aires, Argentina.

Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE). (1999) *“Barreras a las exportaciones argentinas en la Unión Europea”*. Ministerio de Industria y Turismo. Buenos Aires, Argentina.

Consejo Nacional de Apicultura. (2004) *“Protocolo nacional de calidad de miel”*. Dirección Nacional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.

Conserjería Agrícola de la República Argentina en Estados Unidos de América. www.conserjeria-usa.org. Argentina.

Conserjerías Agrícolas Unión Europea. En <http://www.agricola-ue.org>. Argentina.

Day, R. (1996) *“Cómo escribir y publicar trabajos científicos”* Segunda edición en español. Publicación científica N° 558. Organización Panamericana de la Salud. Washington, DC. EEUU.

Dirección de Agricultura y Ganadería (2010) “*Datos del registro nacional de productores apícolas –RENAPA-*”. Ministerio de la Producción, Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina.

Dirección de Comercio Interior y Exterior (2011) “*Documentos de comercio exterior*” Ministerio de la Producción, Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina.

Dirección General de Aduanas –DGA- (2010) “*Biblioteca electrónica*”. Administración Federal de Ingresos Públicos –AFIP-. En <http://www.afip.gov.ar/aduana>. Buenos Aires, Argentina.

Dirección General de Estadística y Censos (2011) “*Anuarios estadísticos 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010*”. Ministerio de la Producción, Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina.

Dirección Nacional de Alimentos (2008). “*Guía de requisitos para importar alimentos en los Estados Unidos y en la Comunidad Europea*”. Subsecretaría de Industria. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Buenos Aires, Argentina.

Eaton, C. y Shepherd, A. (2001) “*Agricultura por contrato. Los contratos y sus especificaciones. Alianzas para su crecimiento*”. Boletín de Servicios Agrícolas n° 145. FAO. Roma. Italia.

El Portal de la Unión Europea (2010). “*Síntesis de la legislación de la Unión Europea*”. En <http://europa.eu>. Unión Europea.

Erkekdjian, M. (2002). “*Informe de producto: estructura y desarrollo del mercado internacional de la miel*”. Fundación Export.Ar. Buenos Aires, Argentina.

Erkekdjian, M. (2003). “*Análisis de la tendencia del mercado internacional del mercado de miel*”. Fundación Export.Ar. Buenos Aires, Argentina.

Estrada, M. (2005) “*Complejo apícola argentino. Caracterización de los agentes económicos y formas de coordinación*”. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, Argentina.

EUR-LEX (2010) *“El acceso al Derecho de la Unión Europea”*. Boletines Oficiales. En <http://eur-lex.europa.eu/es/> Unión Europea.

Europa.eu (2012) *“El portal de la Unión europea”*. En <http://europa.eu>. Unión Europea.

Feldam, P.; Etcheverry, M.; Nimo, M.; Janin, A.; Pons, G.; Fattori, S.; Marconi, C.; Tiscornia, I.; Malacaza, N.; Rabinovich, M.; Di Giovanni J. y Tapia, C. (2005) *“Miel. Buenas prácticas de manufactura”*. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Argentina.

Ferrán, A.; Gatti, E. y Balestri, L. (2002). *“Análisis de las fluctuaciones de los precios de la miel a granel”*. Revista Ciencia Veterinaria N° 4. Facultad de Ciencias Veterinarias. UNLPam. General Pico. La Pampa, Argentina.

Food and Drug Administration –FDA– (2002) *“The Bioterrorism Act”*. United State Department of Health & Human Services. Estados Unidos.

Formento, S. y Ferrazino, A. (2000) *“Pequeñas y medianas empresas agrarias. Institucionalización del asociativismo”*. Facultad de Agronomía. Departamento de Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola. UBA. Cap. Federal. Argentina.

Formento, S. y Gavidia, R. (1995) *“La agricultura por contrato frente al nuevo modelo económico”*. Revista Realidad Económica N° 137. Buenos Aires, Argentina.

Formento, S. y Pilatti, H. *“La producción por contrato, estrategia de integración de las pymes agrarias”*. Facultad de Agronomía. Departamento de Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola. UBA. Cap. Federal. Argentina.

Fundación Exportar (2001). *“Incoterms 2000”*. Subsecretaría de Comercio Internacional y Asuntos Consulares. Buenos Aires, Argentina.

Fundación Exportar (2007). *“Plan de promoción sectorial. Sector apícola”*. Buenos Aires, Argentina.

Gutman, G. (2005) *“Agricultura por contrato de pequeños productores agropecuarios con agroindustrias y/o agronegocios en Argentina”*. Experiencia, lecciones, lineamientos de

políticas. SAGPyA. Programa Multidonante. Gobierno de Italia. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. BID. Italia.

Ibáñez, D. (2003) “*Emprendimiento apícola para la producción, fraccionamiento y exportación de miel diferenciada*” Universidad CEMA. Argentina.

Iglesias, D. (2002) “*Cadenas de valor como estrategia. Las cadenas de valor en el sector agroalimentario*” Documento de trabajo. INTA. EEA Anguil. La Pampa. Argentina.

Iglesias, D. (2002) “*Competitividad de las PyMEs agroalimentarias: el papel de la articulación entre componentes del sistema agroalimentario*”. Serie Cuaderno Técnico nº 19. IICA. San José. Costa Rica.

Iglesias, D. e Iturrioz, G. (2006). “*Los márgenes brutos de comercialización en la cadena de la carne bovina de la provincia de La Pampa*” Cuadernos del CEAgro N°8 - 2006 / (51-56). INTA Anguil. Argentina.

Iglesias, D.; Iturrioz G.; Chimeno, P.; Saravia, C.; Torrado, R.; Torrado, J. y Olea, M. (2005). “*Articulaciones en la cadena de la carne bovina de la provincia de La Pampa*” IV Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires, Argentina.

Iglesias, D.; Iturrioz, G. y Saravia, C. (2006) “*Cadena de la leche bovina en la Provincia de La Pampa*”. INTA. UNLPam. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa. Argentina.

Iglesias, D.; Torrado, R.; Torrado, J.; Medina S. y Saravia, C. (2004) “*Cadena de la carne bovina en la provincia de La Pampa*”. INTA. UNLPam. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa, Santa Rosa, Argentina.

Iglesias, D.; Zanotti, R.; Lucero, B.; Di Giuseppe, R.; Suarez, A. y Chimeno P. (2004) “*Cadena del trigo en la provincia de La Pampa*”. INTA. UNLPam. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa. Argentina.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos -INDEC- (2010). En <http://www.indec.mecon.ar>. Argentina.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria -INTA- (2011). En <http://inta.gob.ar>. Argentina.

Irusta, A.; Espain, T. y López, M. (2009) “*Producción apícola*” Cátedra: Diseño y Evaluación de Proyectos. Facultad de Agronomía. UNLPam. Santa Rosa. La Pampa. Argentina.

Iturrioz, G. (2005) “*La Pampa en cifras. Datos básicos del sistema agroalimentario provincial*” INTA. EEA Anguil. La Pampa. Argentina.

Iturrioz, G. (2008) “*Factores críticos que afectan el posicionamiento competitivo de las principales cadenas agroalimentarias de la provincia de La Pampa*”. Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Mar del Plata. Balcarce, Buenos Aires, Argentina.

MERCOSUR - GMC – (1994) “*Código Alimentario Argentino. Resolución Mercosur sobre miel. Identidad y calidad de la miel*” Res. N° 15/94. Argentina.

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2010) “*Registro de productores apícolas. (RENAPA)*”. Información aportada por el Ministerio de la Producción, Gobierno de La Pampa. Argentina.

Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo (2006). “*Guía para el exportador apícola*”. Corrientes, Argentina.

Mogni, F.; Tresoldi, C.; Palau, H. y Vilella, F. (2007) “*Honey traceable: How can we manage to implement it in Argentina?*” VI International PENSA Conference “Sustainable Agri-food and Bioenergy Chains/Networks Economics and Management”. Ribeirão Preto, São Paulo. Brasil

Morales de Wheeler, G. y Wheeler, J. (2003) “*Preguntas básicas para la realización de un trabajo de investigación*” Departamento de Clínica Animal, Facultad de Agronomía y Veterinaria. Universidad Nacional de Río Cuarto. Río IV, Argentina.

- Napolitano, G., Ordóñez, H., Mogni, F. (2006) *“Nuevos diseños en el agronegocio de la miel: El caso de las mieles naturales de la Bahía”*. International Agribusiness Management Association (IAMA). Argentina.
- Nimo, M. (1998) *“Análisis de la cadena de la miel”* AAEA. La Plata, Argentina.
- Nimo, M. (2000) *“Miel”* Dirección de Industria Alimentaria. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.
- Nimo, M. (2001) *“Diagnostico de la cadena alimentaria de la miel”*. Dirección Nacional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.
- Nimo, M. (2003) *“Cadena de la miel. Análisis del sector”*. Dirección Nacional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.
- Nimo, M. (2009) *“Una alternativa de mejora: la integración contractual”* Revista Alimentos Argentinos nº10. Dirección de Industria Alimentaria. SAGPyA. Ministerio de Economía. Buenos Aires, Argentina.
- Nonzioli, A. (2008) *“Guía de requisitos para importar alimentos en los Estados Unidos y la Comunidad Europea”*. Dirección Nacional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.
- North, D. (1993) *“Instituciones, cambio institucional y desempeño económico”* Cambridge University Press. Primera edición en español. Fondo de cultura económica, México. Impreso en Chile. ISBN 968-16-3982-0.
- OMC- UNCTAD (2008). *“Perfiles arancelarios del mundo”*. Ginebra. Suiza
- Ordóñez, H. (1995) *“La estrategia alimentaria con las denominaciones de origen”*. En *“Perspectiva agropecuarias 95/96”*. AAEA. Buenos Aires, Argentina.
- Ordóñez, H. (2000) *“La nueva economía y agronegocios alimentarios. Aplicación a la estrategia alimentaria de las denominaciones de origen”*. Facultad de Agronomía, UBA. Buenos Aires, Argentina.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAO- (2009, 2010 y 2011). Dirección de Estadística (FAO). En <http://FAO.fao.org>. Italia.

Padilla Álvarez, F. y Flores Serrano, J. M. (2003). “*La apicultura en España*” Universidad de Córdoba. Departamento de Zoología. Córdoba (España). En <http://www.uco.es>

Palomar, G. (2002) “*Fiscalización de miel y productos apícolas de exportación*” Seminario Como exportar agroalimentos- Cadena Apícola. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.

Pineda, E. y Alvarado, E. (2008) “*Metodología de la investigación*”. Serie Paltex. 3º Edición. OPS. Washington, DC. EEUU.

Pons, R. (1991) “*Comercialización de la producción*”. Fundación Universidad de Belgrano. Argentina.

Rando, J., Del Valle, M. (2003) “*Invertir en Argentina. Miel*”. Agencia de Desarrollo de Inversiones -A.D.I.- Subsecretaría de Desarrollo de Inversiones. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Buenos Aires, Argentina.

Real Ortellado, M. (2004). “*La apicultura en La Pampa. Una contribución al conocimiento de la actividad apícola en La Pampa hasta el año 2001*”. Estación Experimental Agropecuaria Anguil Ing. Guillermo Covas. INTA. Publicación Divulgación Técnica Nº 85. Anguil, Argentina.

Rey, F. (2010) “*Capacitación en comercio exterior para el sector apícola de Corrientes*”. ProArgex (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación), Corrientes Exporta - Dpto. Granjas (Ministerio de la Producción, Trabajo y Turismo de la provincia de Corrientes). Monte Caseros, Corrientes, Argentina.

Rodríguez, G., Testani, M., Izcovich, P., Balbarrey, G., Malacalza, M., Nimo M. (2003) “*Guía de buenas prácticas apícolas y de manufactura. Recomendaciones*”. Dirección Na-

cional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina. Actualización.

Rodríguez, G; Marcos, L. (2007) “*Análisis del mercado de la miel: un abordaje desde el marketing*” XII Jornadas Nacionales de la Empresa Agropecuaria. Facultad de Ciencias Veterinarias U.N.C.P.B.A. Tandil, Argentina.

SAGPyA (2004). “*DNA. Consejo Nacional de Apicultura. Protocolo Nacional de calidad de miel*”. Buenos Aires, Argentina.

SAGPyA (2006). “*Alimentos argentinos. Informe de mercado*”. Consulado general de la República Argentina en Hamburgo -Sección Económica y Comercial. Buenos Aires, Argentina.

SAGPyA. (2007) “*Protocolo Nacional de calidad de miel fraccionada*”. Dirección Nacional de Alimentos. Buenos Aires, Argentina.

SAGPyA. (2009) “*Introducción al sector apícola argentino*” Dirección Nacional de alimentos. SAGPyA. Ministerio de la Producción. Buenos Aires, Argentina.

Sánchez, A. y Saravia, C. (2012) “*Impuestos en la comercialización*” Documento de la Cátedra “Comercialización Agropecuaria”. Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios, Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.

Saravia, C., Balestri, L. y Tapia, G. (2007) “*Agroindustrias*”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.

Secilio, G. (2006). “*Miel: Superando barreras para acceder al mercado internacional*”. Fundación Fortalecer, BID y Federación Agraria. Buenos Aires, Argentina.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación – SAGARPA- (2010) “*Claridades agropecuarias*”. Gobierno de México.

Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria -SENASA- (desde 2001 hasta 2010). “*Estadísticas sobre volúmenes, precios y demás datos de exportación*”. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Buenos Aires, Argentina. En <http://www.senasa.gov.ar>

Servicio Nacional De Sanidad Y Calidad Agroalimentaria –SENASA- (2010 - 2011). Legislación en curso. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Buenos Aires, Argentina. En <http://www.senasa.gov.ar>

Sociedad Argentina de Apicultores (SADA) Buenos Aires, Argentina. Buenos Aires, Argentina.

Subsecretaria de Desarrollo de Economías Regionales (2010). “*Estadísticas, legislación nacional e internacional, precios de la miel, publicaciones e informes*”. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Buenos Aires, Argentina. En <http://www.minagri.gob.ar>.

Subsecretaria de Desarrollo de Inversiones (2006). “*Exportar en Argentina. Trámites básicos para la primera exportación*”. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Buenos Aires, Argentina.

Teubal, M. (1995) “*Globalidad y expansión agroindustrial. Superación de la pobreza en América Latina*” Corregidor. Buenos Aires, Argentina.

Triccó, H. (2009) “*Análisis de rentabilidad de un modelo de producción apícola en la región pampeana*”. Estudios Económicos y Sociales de la Estación Experimental Agropecuaria Pergamino. INTA. Pergamino, Argentina.

Informantes claves consultados

Audisio, Santiago. Médico Veterinario. Responsable del Área Apícola, Dirección de Agricultura y Ganadería. Subsecretaría de Asuntos Agrarios. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa.

Bragulat, Tomás. Médico Veterinario. Responsable del Área Apícola de la Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam.

Bugnone, Víctor. Médico Veterinario. Subsecretaría de Asuntos Agrarios. Gobierno de La Pampa. General Pico. La Pampa

Clara, Luis. Productor apícola, propietario de sala de extracción, exportador. Winifreda. La Pampa.

D´astolfo, Diego. Departamento de Comercio Exterior. Asociación de Cooperativas Argentinas (A.C.A.). Buenos Aires.

Larrea, Hugo Nelson. CPN. Área de Estadísticas Económicas. Dirección General de Estadísticas y Censos. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa.

Montenegro, José Luis. Médico Veterinario. Docente de la Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam. Experto asesor en apicultura. General Pico, La Pampa

Núñez, Romina. Ingeniera en Alimentos. Gerente general del “Laboratorio de Alimentos Pampeanos” (LabCAP). Gobierno de La Pampa.

Páez, José. Presidente de la COSEDO

Salas, Carlos. Tesorero de la Sociedad Argentina de Apicultores (SADA) y exportador. Buenos Aires.

Tapié, Julio. Cooperativa de Agua y otros Servicios Públicos. Ataliva Roca. La Pampa.

V

Anexos

ANEXO I: Estadísticas sobre producción y comercialización mundial de miel**Cuadro a:** Producción de miel (en miles de toneladas)

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
China	251839	254359	267830	294721	297987	299527	337578	357220	407219	407367
Argentina	93000	80000	83000	75000	80000	110000	105000	81000	90206	83121
Turquía	61091	60190	74555	69540	73929	82336	83842	73935	81364	82003
Ucrania	52439	60043	51144	53550	57878	71462	75600	67700	74900	74000
EEUU	99945	84335	77890	82431	83272	72927	70238	67286	74293	65366
México	58935	59069	58890	57045	56917	50631	55970	55459	55271	56071
Fed. de Rusia	53922	52659	49400	48048	52666	52123	55678	53655	57440	53598
India	52000	51660	50092	52518	40650	39646	53048	51000	55000	43865
Etiopía	29000	33776	39600	37800	40900	36000	44000	35444	42000	40688
Brasil	21865	22220	23995	30022	32290	33750	36194	34747	37792	38765
R. del mundo	480.795	509.693	510.999	532.163	541.148	554.470	589.686	576.868	590.212	590.350
Total mundial	1.254.831	1.268.004	1.287.395	1.332.838	1.357.637	1.402.872	1.506.834	1.454.314	1.565.697	1.535.194

Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Cuadro b: Volumen de miel comercializado por principales exportadores
(en miles de toneladas)

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
China	103042	106868	76678	84328	82492	91285	82001	65288	89277	78222
Argentina	88468	73032	79986	70499	62536	107670	103998	79861	69228	57969
México	31115	22923	34457	25018	23374	19026	25473	30912	29646	26984
Brasil	269	2489	12640	19273	21029	14442	14600	12907	18271	25987
Alemania	22307	20273	22222	21161	22374	23311	20958	23771	27598	22021
Vietnam	3400	7600	15876	10548	15563	16210	14647	16730	19807	18176
España	8892	7968	14834	11633	9914	9605	11061	13883	16338	16267
Hungría	12806	12725	15023	15807	14962	18808	19443	23872	24179	14238
India	1534	3210	6647	6964	10354	16769	8136	12231	15588	13311
Bélgica	5652	6017	3732	2498	3402	5105	4928	4213	10177	13303
R. del mundo	96.148	97.847	123.486	135.665	118.456	101.670	119.446	125.239	131.093	139.574
Total mundial	373.633	360.952	405.581	403.394	384.456	423.901	424.691	408.907	451.202	426.052

Elaboración propia. Fuente FAO (2011)

Cuadro c: Volumen de miel comercializado por los principales exportadores
(en miles de dólares)

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Argentina	87203	71508	114170	159894	120537	128503	154141	134153	181311	160291
China	86892	98818	80889	106001	92837	93364	108247	95580	153480	132778
Alemania	38606	34737	53465	79291	90092	77897	68861	85318	121409	109756
México	34805	28086	65013	67947	57408	31836	48381	56454	83789	81239
Brasil	331	2809	23141	45545	42303	18940	23359	21194	43571	65791
España	17238	14476	31983	38385	34875	26402	30062	41667	62217	63462
Hungría	16413	19255	36605	52040	50262	42722	47824	64859	87997	60284
Nueva Zelandia	5206	7920	9062	15694	18851	25365	26972	40061	47165	59861
Canadá	21117	21249	57155	47253	38073	24996	29435	36273	66883	42036
Rumania	7727	8339	12359	25943	22050	12523	20504	16306	25384	41018
Bélgica	9877	9273	9625	10267	11975	15269	12485	12803	29415	38510
Viet Nam	3400	8700	17982	18917	20046	14217	16557	21987	33029	33200
R. del mundo	109305	114964	186246	285338	265282	204674	225544	276240	356267	382427
Mundo	\$ 438.120	\$ 440.134	\$ 697.695	\$ 952.515	\$ 864.591	\$ 716.708	\$ 812.372	\$ 902.895	\$ 1.291.917	\$ 1.270.653

Elaboración propia. Fuente: FAO (2011)

Cuadro d: Volumen de miel comercializado por los principales importadores

Destinos	2008		2007		2006		2005	
	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S
TOTAL	69,22	177.647	74,7	109.195	104,7	153.179	106,45	126.819
Alemania	29,5	72.546	28,6	41.788	33,25	46.954	40,57	46.451
EE.UU.	8,6	24.668	17,1	28.124	30,14	47.450	23,2	29.611
Italia	7	18.828	5,3	7.781	7,63	11.025	8,86	10.448
Francia	6,7	16.777	4,1	6.131	5,42	7.861	5,38	6.369
Reino Unido	6,6	17.096	8,3	12.273	7,74	11.241	8,46	10.042
Japón	3,1	8.730	1,2	168	2,06	3.449	1,59	2.354
Australia	1,4	4.084	0,6	1.059	0,02	260	0,16	227
A. Saudita	1,1	3.157	1,1	1.625	1,38	1.823	0,79	878

Destinos	2004		2003	2002		2001	
	TN	U\$S	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S
TOTAL	62,64	120.868	160.162	79,93	114.051	73	71.138
Alemania	27,3	51.866	67.652	34,15	44.557	28,77	27.957
EE.UU.	3,97	7.406	9.671	9,14	16.943	18,6	17.274
Italia	6,97	13.654	14.018	6,67	10.011	6,84	6.973
Francia	3,09	5.726	5.418	1,59	2.266	1,44	1.404
Reino Unido	4,12	8.383	15729	10	13122	4	3615
Japón	2,25	5.291	4.633	3,84	5.802	2,47	2.592
Australia	0,67	1.506	15.315	2,08	3.446	0,1	101
A. Saudita	1,43	3.243	3.347	1,03	1.220	1,13	1.335

▪ Tipo de Cambio: CEI en base a Banco Central de la República Argentina, Ministerio de Economía e INDEC (2010).

Elaboración propia. Fuente: FAO (2009)

Cuadro e: Principales destinos de las exportaciones argentinas de miel

Destinos	2001		2002		2003		2004		2005	
	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S
TOTAL	73	71.138	79,93	114.051	70,25	160.162	62,64	120.868	106,45	126.819
Alemania	28,77	27.957	34,15	44.557	30,6	67.652	27,3	51.866	40,57	46.451
EE.UU.	18,6	17.274	9,14	16.943	4,04	9.671	3,97	7.406	23,2	29.611
Italia	6,84	6.973	6,67	10.011	6,17	14.018	6,97	13.654	8,86	10.448
Francia	1,44	1.404	1,59	2.266	2,35	5.418	3,09	5.726	5,38	6.369
R. Unido	4	3615	10	13122	700%	15729	4,12	8.383	8,46	10.042
Japón	2,47	2.592	3,84	5.802	1,78	4.633	2,25	5.291	1,59	2.354
Australia	0,1	101	2,08	3.446	5,99	15.315	0,67	1.506	0,16	227
A. Saudita	1,13	1.335	1,03	1.220	1,4	3.347	1,43	3.243	0,79	878

(Continuación)

Destinos	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S
TOTAL	104,7	153.179	74,7	109.195	69.086	177.647	53.788	147.626	57.487	3.016
Alemania	33,25	46.954	28,6	41.788	29.544	72.547	26.664	72.530	22.497	2.948
EE.UU.	30,14	47.450	17,1	28.124	8.768	25.087	6.647	19.095	17.239	3.086
Italia	7,63	11.025	5,3	7.781	7.048	18.829	5.494	15.035	4.213	3.010
Francia	5,42	7.861	4,1	6.131	6.734	16.778	4.334	11.657	1.018	2.919
R. Unido	7,74	11.241	8,3	12.273	6.645	17.096	2.757	7.479	2.738	2.947
Japón	2,06	3.449	1,2	168	3121	8732	1468	4271	3094	3213
Australia	0,02	260	0,6	1.059	1.447	4.086	1.396	3.947	1.580	3.016
A. Saudita	1,38	1.823	1,1	1.625	1.146	3.158	1.401	3.857	1.101	2.893

Elaboración propia. Fuente FAO (2009)

Cuadro f: Precios pagados al productor apícola en dólares. Periodo 2001 – 2010

Año / Mes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Promedio 2001-2009
ENE	0,81	0,35	1,89	1,76	0,87	0,88	1,03	1,73	1,49	2,18	\$ 1,30
FEB	0,81	0,44	2,03	1,79	0,84	0,99	1,01	1,98	1,79	2,19	\$ 1,38
MAR	0,84	0,57	2,08	1,75	0,79	1,11	1,06	2,19	2,10	2,27	\$ 1,48
ABR	0,85	0,76	1,91	1,53	0,79	1,22	1,27	2,21	2,09	2,30	\$ 1,49
MAY	0,83	1,04	1,79	1,32	0,78	1,19	1,41	2,22	2,11	2,24	\$ 1,49
JUN	0,81	1,31	1,77	1,29	0,72	1,20	1,41	2,26	2,04	2,24	\$ 1,51
JUL	0,8	1,58	1,75	1,27	0,71	1,26	1,37	2,27	2,04	2,23	\$ 1,53
AGO	0,83	1,81	1,76	1,16	0,78	1,32	1,39	2,28	2,15	2,33	\$ 1,58
SEP	0,95	2,14	1,74	0,95	0,89	1,37	1,45	2,33	2,32	2,41	\$ 1,66
OCT	1	2,13	1,71	0,93	0,92	1,29	1,47	2,35	2,30	2,39	\$ 1,65
NOV	0,96	1,79	1,67	0,92	0,95	1,18	1,50	1,78	2,30	2,48	\$ 1,55
DIC	0,92	1,80	1,74	0,90	0,94	1,14	1,57	1,68	2,33	2,51	\$ 1,55
PROMEDIO	0,87	1,31	1,82	1,30	0,83	1,18	1,33	2,11	2,09	2,31	
T.c.	1,00	3,09	3,00	2,96	2,93	3,09	3,12	3,17	3,73	3,92	

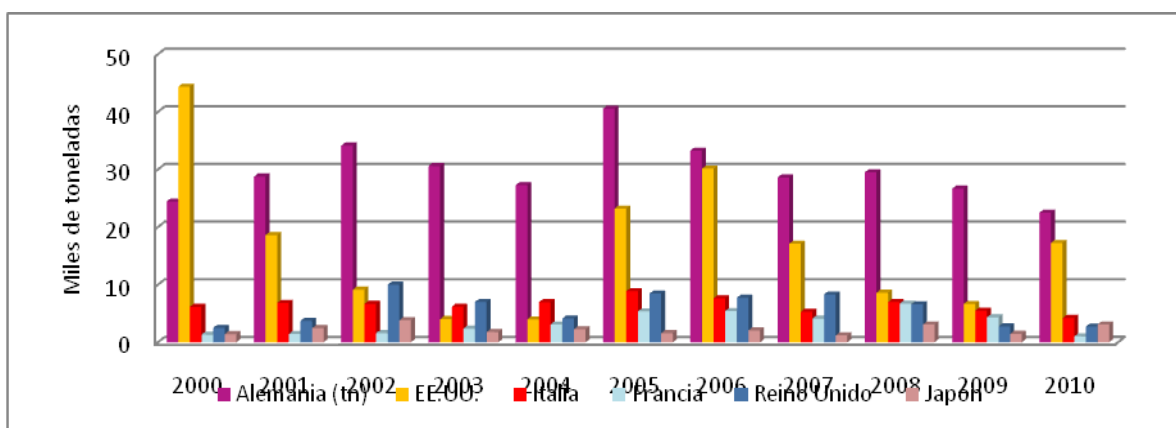
Elaboración propia. Fuente: Bolsa de Cereales de Buenos Aires (2010)

Cuadro g: Principales destinos de las exportaciones argentinas de miel

Destinos	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S	TN	U\$S
TOTAL	106,45	126.819	104,7	153.179	74,7	109.195	69.086	177.647	53.788	147.626	57.487	3.016
Alemania	40,57	46.451	33,25	46.954	28,6	41.788	29.544	72.547	26.664	72.530	22.497	2.948
EE.UU.	23,2	29.611	30,14	47.450	17,1	28.124	8.768	25.087	6.647	19.095	17.239	3.086
Italia	8,86	10.448	7,63	11.025	5,3	7.781	7.048	18.829	5.494	15.035	4.213	3.010
Francia	5,38	6.369	5,42	7.861	4,1	6.131	6.734	16.778	4.334	11.657	1.018	2.919
R. Unido	8,46	10.042	7,74	11.241	8,3	12.273	6.645	17.096	2.757	7.479	2.738	2.947
Japón	1,59	2.354	2,06	3.449	1,2	168	3121	8732	1468	4271	3094	3213
Australia	0,16	227	0,02	260	0,6	1.059	1.447	4.086	1.396	3.947	1.580	3.016
A. Saudi-ta	0,79	878	1,38	1.823	1,1	1.625	1.146	3.158	1.401	3.857	1.101	2.893
Bélgica	1,79	2.117	3,01	4.589	1,3	19	1007	2648	1370	3546	1964	3064

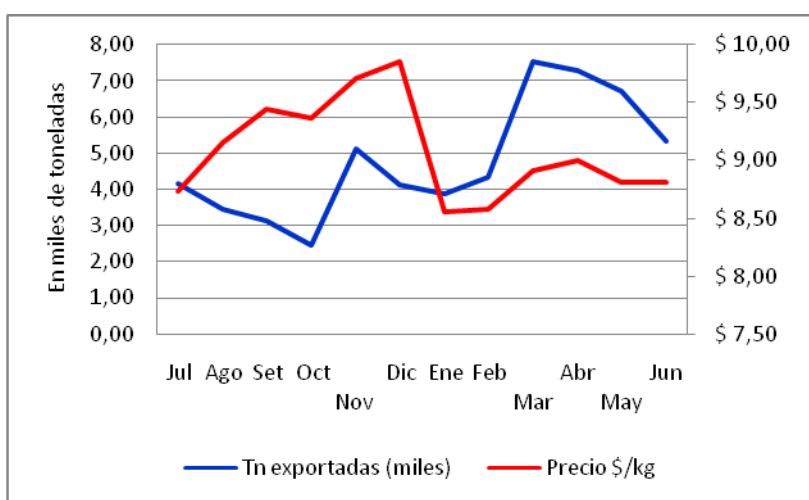
Elaboración propia. Fuente: SENASA (2011)

Gráfico N°1: Evolución de las exportaciones argentinas el mundo



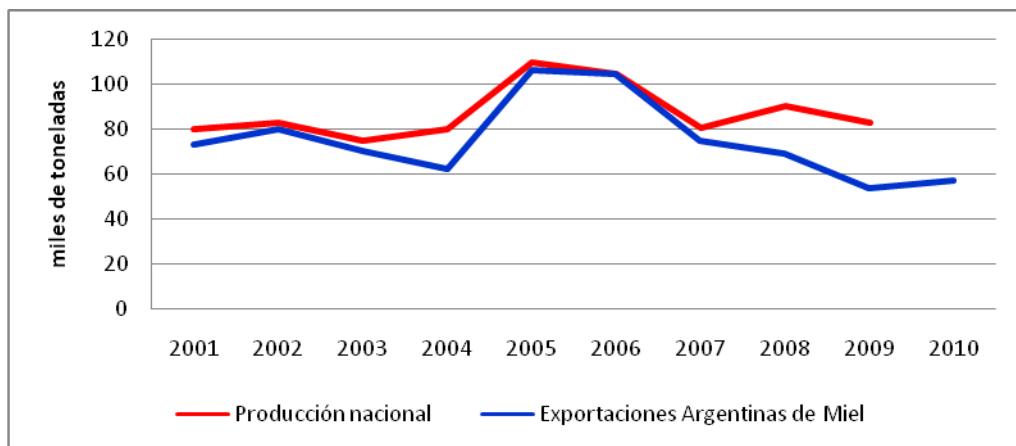
Elaboración Propia. Fuente: SENASA (2011)

Gráfico N°2: Evolución de las exportaciones con respecto al precio pagado al productor apícola en 2010.



Fuente: Dirección Nacional de Alimentos- SENASA (2011)

Gráfico N°3: Evolución de las exportaciones con respecto a la producción de miel



Fuente: Dirección Nacional de Alimentos- SENASA (2011)

ANEXO II: Definición de miel según normativa vigente

Aclaración: Para una mejor comprensión, se preparó una adaptación del Código Alimentario Argentino; Resolución MERCOSUR sobre miel; Reglamento técnico MERCOSUR de identidad y calidad de la miel; MERCOSUR - GMC - RES 15/94.

1- Alcance

Este Reglamento Técnico establece los requisitos que debe cumplir la miel para consumo humano que se comercialice entre los Estados Partes del MERCOSUR.

2- Descripción

2.1- Definición: Se entiende por miel el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de plantas, que las abejas recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en las panales de la colmena.

2.2.- Clasificación:

2.2.1- POR ORIGEN BOTÁNICO:

2.2.1.1- Miel de flores - Es la miel obtenida principalmente de los néctares de las flores. Se distinguen:

a) Mieles uniflorales o monoflorales - Cuando el producto proceda primordialmente del origen de flores de una misma familia, género o especie y posea características sensoriales, fisicoquímicas y microscópicas propias.

b) Mieles multiflorales o poliflorales o milflorales.

2.2.1.2.- Miel de mielada - Es la miel obtenida primordialmente a partir de secreciones de las partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que se encuentran sobre ellas.

2.2.2.- SEGÚN PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN:

2.2.2.1.- Miel escurrida - Es la miel obtenida por escurrimiento de los panales desoperculados, sin larvas.

2.2.2.2- Miel prensada - Es la miel obtenida por prensado de los panales sin larvas.

2.2.2.3- Miel centrifugada - Es la miel obtenida por centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas.

2.2.2.4- Miel filtrada - Es la que ha sido sometida a un proceso de filtración sin alterar su valor nutritivo.

2.2.3.- SEGÚN PRESENTACIÓN:

2.2.3.1.- Miel - Es la miel en estado líquido, cristalizado o una mezcla de ambas.

2.2.3.2.- Miel en panales o miel en secciones - Es la miel almacenada por las abejas en celdas operculados de panales nuevos, construidos por ellas mismas que no contengan larvas y comercializada en panal entero o secciones de tales panales.

2.2.3.3.- Miel con trozos de panal - Es la miel que contiene uno o más trozos de panales con miel, exentos de larvas.

2.2.3.4.- Miel cristalizada o granulada - Es la miel que ha experimentado un proceso natural de solidificación como consecuencia de la cristalización de la glucosa.

2.2.3.5- Miel cremosa - Es la miel que tiene una estructura cristalina fina y que puede haber sido sometida a un proceso físico que le confiera esa estructura y que la haga fácil de untar.

2.2.4- SEGÚN DESTINO:

2.2.4.1.- Miel para consumo directo - Es la que responde a los requisitos indicados en el punto 4.2.

2.2.4.2.- Miel para utilización en la industria (miel para uso industrial) - Es la que responde a los requisitos indicados en el punto 4.2, excepto el índice de diastasa y el contenido de hidroximetilfurfural que podrán ser menor que 8 (en la escala de Gothe) y mayor que 40 mg/kg respectivamente. Sólo podrá ser empleada en la elaboración industrial de productos

2.3.- Designación (denominación de venta):

El producto se designará miel, pudiéndose agregar su clasificación según lo indicado en el punto 2.2, en caracteres no mayores a los de la palabra miel.

3.- Composición

La miel es una solución concentrada de azúcares con predominancia de glucosa y fructosa. Contiene además una mezcla compleja de otros hidratos de carbono, enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, minerales, sustancias aromáticas, pigmentos, cera y granos de polen.

4.- Requisitos

4.2.1.- CARACTERÍSTICAS SENSORIALES:

Color - Será variable desde casi incolora hasta pardo oscuro, pero siendo uniforme en todo el volumen del envase que la contenga.

Sabor y aroma - Deberá tener sabor y aroma característicos y estar libre de sabores y aromas objetables.

Consistencia - Podrá ser fluida, viscosa o cristalizada total o parcialmente.

4.2.2.- CARACTERÍSTICAS FÍSICO – QUÍMICAS:

4.2.2.1- Madurez

a) Azúcares reductores (calculados como azúcar invertido):

Miel de flores: mínimo 65%.

Miel de mielada y su mezcla con miel de flores: mínimo 60%.

b) Humedad: máximo 20%.

c) Sacarosa aparente:

Miel de flores: máximo 5%.

Miel de mielada y sus mezclas: máximo 10%.

4.2.2.2- Limpieza

a) Sólidos insolubles en agua: máximo 0,1 %, excepto en miel prensada que se tolera hasta el 0.5%.

b) Minerales (cenizas): máximo 0.6%. En miel de mielada y sus mezclas con mieles de flores se tolera hasta 1%.

4.2.2.3.- Deterioro

a) Fermentación: La miel no deberá tener indicios de fermentación ni será efervescente.

Acidez libre: máximo 40 miliequivalentes por kilogramo.

b) Grado de frescura: determinado después del tratamiento.

Actividad diastásica: Como mínimo el 8 de la escala de Gothe. Las mieles con bajo contenido enzimático deberán tener como mínimo una actividad diastásica correspondiente al 3 de la escala de Gothe, siempre que el contenido de hidroximetilfurfural no exceda a 15 mg/kg.

- Hidroximetilfurfural: máximo 40 mg/kg.

c) Contenido de polen: la miel tendrá su contenido normal de polen, el cual no debe ser eliminado en el proceso de filtración.

4.2.3 – ACONDICIONAMIENTO:

Las mieles podrán presentarse "a granel" (tambores de 300 kg.) o fraccionadas. Deberán acondicionarse en envases bromatológicamente aptos, adecuados para las condiciones previstas de almacenamiento y que confieran una protección adecuada contra la contaminación.

La miel en panales y la miel con trozos de panal sólo estarán acondicionadas en envases destinados al consumidor final (fraccionadas).

5.- Aditivos

Se prohíbe expresamente la utilización de cualquier tipo de aditivo.

ANEXO III: Normativa vigente provincial

Aclaración: Para una mejor comprensión, se preparó una adaptación de la Legislación apícola de la provincia de La Pampa, Decreto Reglamentario de la Ley Apícola N° 1210. En función de expuesto por el Decreto Reglamentario 625/93 de la Ley Apícola n°1210, en la provincia de La Pampa, está permitido tener colmenas bajo ciertas normas, estas son:

- Acreditar capacidades técnicas de manejo y manipulación de colmenas, expedido por instituciones educativas públicas o privadas, por las Asociaciones Apícolas reconocidas o con la expresa autorización de la Dirección de Agricultura y Ganadería, previo examen de suficiencia.
- Sanitariamente se requiere, que estén libres de *africanización*¹³³, y de enfermedades infecto-contagiosas¹³⁴ que pongan en peligro el estado de otros colmenares.
- La radicación del colmenar estará sujeta por las siguientes condiciones:
 - A una distancia mínima del radio urbano de 2 km, a 500 metros de lugares de reuniones masiva de personas, a 150 metros de rutas, caminos, lugares de tránsito y límites de propiedad y a una distancia no menor de 3 kilómetros de toda explotación o centro apícola permanente; radio que puede ser modificado en función de la capacidad melífera o la modalidad de producción lo justifique¹³⁵¹³⁶.
- Aquellas personas que se deseen dedicarse a esta actividad, deben inscribirse en un registro especial que se llevará a cabo en la Dirección de Ganadería o en las Municipalidades y Comisiones de Fomento que se encuentren en convenio con la Dirección para ésta función.
- Para registrar un apiario el mismo deberá contar, además del espacio previsto en los párrafos anteriores, con un mínimo de 10 colmenas, las que deberán ser ampliadas en su número hasta el máximo del colmenas permitidas en la zona en un plazo de 3 años con 2 años más de gracia por razones justificables. Si lo anterior no es cumplido, la Dirección puede otorgarle ese cupo disponible a otro productor. Los derechos de posesión de zona caducan a partir del momento de cese de actividades del apiario notificado previamente, ante la autoridad de aplicación.

Solo podrán ingresar en la Provincia las colmenas, núcleos, reinas y/o paquetes de abejas con ánimo de radicación definitiva y/o transitoria con un certificado de sanidad otorgado por SENASA y bajo las normas de radicación y sanidad previstas en esta ley. Deberán ser identificadas con un número impreso en un lugar visible y con la marca del propietario grabada a fuego. Por cada colmena que ingrese para su radicación se deberá abonar el equivalente a 1 kilo de miel. El material que ingrese deberá ajustarse a esta reglamenta-

¹³³ Son híbridos procedentes del cruzamiento de la subespecie natural africana *Apis mellifera cutellata* con abejas criollas naturalizadas del continente sudamericano, pertenecientes a varias subespecies de *A. mellifera*. La particularidad de estos híbridos es su acentuado comportamiento defensivo, altamente heredable, describiéndose como muy agresivos ante molestias. Atacan en cantidad y muy velozmente.

¹³⁴Parasitosis, nosemosis, acariosis, loque europea, loque americana, cría yesificada, entre las más importantes.

¹³⁵ En caso de apiarios dedicados a la producción de reinas y núcleos, con fines de mejoramiento apícola, el radio fijado no podrá ser inferior a los 6 km. de distancia.

¹³⁶La Dirección de Ganadería autoriza en casos puntuales de radicación temporaria en zonas de cultivos intensivos, montes frutales o huertas ubicados en cercanías de poblaciones con un máximo de 10 colmenas por hectárea cultivada con el fin de polinizar los mismos.

ción, comunicando su ingreso como mínimo quince (15) días antes permitiendo de ser necesario extraer muestras, inspeccionar envases y abejas.

La utilización de medicamentos o drogas para el control de enfermedades y parásitos estará supeditada a aquellos aprobados por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación o la Dirección de Ganadería de la Provincia de La Pampa.

Los requisitos que se exigen para el proceso de extracción o cosecha de la miel son:

- La tarea deberá realizarse en perfectas condiciones higiénico-sanitarias;
- Las salas se podrán ubicar dentro o fuera del radio urbano, cumpliendo los requisitos higiénico-sanitarios y edificios exigidos.
- Los locales deberán ser de mampostería o cualquier otro material que a juicio de la Dirección de Ganadería resulte adecuado.
- Sus paredes deberán estar cubiertas con azulejos, cerámicos esmaltados sin molduras, laminados plásticos o en su defecto pintadas con esmalte sintético de color claro, sobre una base de aceite, hasta los dos metros de altura como mínimo.
- El piso deberá ser de cualquier material impermeable que permita su fácil lavado, con inclinación hacia una rejilla que facilite el escurrimiento del agua utilizada en su higienización.
- El techo será de mampostería o cualquier material apropiado, debiendo contar en este caso con cielorraso para evitar la entrada o retención de polvo, o la condensación de humedad, la formación de moho u otros elementos extraños que pudieran contaminar el producto.
- Deberá contarse con abundante provisión de agua potable para el lavado de los implementos, envases, personal, local, como así también con una pileta de loza, acero inoxidable u otro material de fácil higienización, con escurrimiento al exterior.
- Los implementos a utilizar en la operación de extracción de miel, deberán ser de acero inoxidable o chapa galvanizada, con excepción del cuchillo desoperculador y la calderita de vapor, éstas podrán ser de cualquier material aprobado por la Dirección de Ganadería.
- Las calderas deberán estar instaladas fuera del local de extracción.
- Los envases para maduración o decantación deberán ser bromatológicamente aptos, de fácil higienización.
- Los envases para depósito deberán ser de similares características a los utilizados para maduración debiendo poseer en aquellos de gran tamaño una abertura tal que permita el acceso a su interior para su inspección e higienización y su cierre será hermético.
- Los envases para exportación estarán sujetos a las normas que dictare la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.
- Los operarios afectados a la extracción de miel deberán llevar vestimentas y cubre cabezas de tela, preferentemente blanca, con la libreta sanitaria correspondiente.

Los establecimientos que efectúen el proceso de industrialización de la miel, para su posterior distribución intermunicipal y/o interprovincial, deberán conseguir en la Dirección de Ganadería la autorización y el asesoramiento correspondiente, acompañando de:

- Solicitud dirigida al Director de Ganadería pidiendo la inspección y habilitación del establecimiento;
- Memoria descriptiva, especificando el proceso de industrialización de la materia prima;
- Plano del establecimiento, aprobado por la autoridad competente;
Certificación municipal que autorice la instalación del establecimiento, en caso que correspondiere.
- Cuando el producto industrializado se distribuye en la localidad de origen únicamente, la autorización del establecimiento corresponderá a la autoridad municipal.

Las condiciones que deben reunir los establecimientos industrializadores o fraccionadores de miel son:

Óptimas condiciones higiénico-sanitarias; la edificación deberá cumplir con las condiciones exigidas para el proceso de extracción y contar como mínimo con las siguientes dependencias: sala de procesamiento y fraccionamiento; depósito de miel, envases e implementos; baño/s con: inodoro, lavatorio, ducha/s y vestuarios; sala de máquinas.

Los envases deberán ser aprobados por la autoridad de aplicación.

Todo establecimiento industrializador de miel deberá llevar un registro del o de los apicultores proveedores, cuando los hubiere, donde constará: propietario, ubicación, kg. de miel recibida, número de inscripción otorgado por la Dirección de Ganadería.

Para la comercialización de la miel deberán cumplirse los siguientes requisitos:

- El producto deberá contar con la condición físico-química de acuerdo a los Artículos 782, 783 y 784 del Código Alimentario Argentino.

Los envases aprobados de acuerdo al inciso e) del Artículo 13° deberán contar con las siguientes inscripciones:

- La denominación con caracteres tipográficos destacados: MIEL DE ABEJAS, (de la Provincia de La Pampa);
- Número de inscripción otorgado por la Dirección de Ganadería;
- Peso neto del producto ofrecido;
- Número de inscripción en Salud Pública.

Los exportadores y acopiadores deberán registrarse ante la autoridad de aplicación, cumplimentando una declaración jurada donde conste el total de miel acopiada y el destino de la misma.

CONSEJO APÍCOLA PROVINCIAL

Se crea el Consejo Apícola de la Provincia de La Pampa, el que actuará como organismo de asesoramiento y consulta del gobierno provincial. Será presidido por el Subsecretario de Producción y Recursos Naturales del Ministerio de Asuntos Agrarios, quién podrá delegar dicha función en la autoridad de aplicación de la ley 1210 y estará integrado por un representante titular y suplente.

La Dirección de Ganadería, la Dirección de Industria y Comercio; las cooperativas y otras formas de asociaciones de productores de cada una de las zonas apícolas; las industrias vinculadas a la actividad de cada una de las zonas apícolas.

El Consejo podrá invitar a otras instituciones, según los temas específicos a tratar y que necesiten la colaboración de éstas. El mismo Consejo reglamentará su funcionamiento. El desempeño de los integrantes será *ad-honorem*.

ANEXO IV: Extracto de la resolución SENASA N° 353/02. Inscripción, registro y habilitación de salas de extracción para miel

1. Las salas de extracción “habilitadas” deberán ajustarse a los siguientes requisitos generales:

- a. Todos los sectores del edificio deberán estar ubicados en terrenos altos, no inundables.
- b. La Sala de Extracción de Miel no deberá tener comunicación directa con cualquier otra dependencia o sector ajeno a la actividad.
- c. Los lugares de acceso y patios adyacentes a la Sala de Extracción de Miel, deberán estar conservados de tal modo, que eviten la acumulación de aguas o residuos y deberán contar, además con cercados que impidan el ingreso de animales.
- d. Los pisos serán de material impermeable, sin grietas o hendiduras, resistentes, de fácil limpieza y sanitización, con pendientes adecuadas hacia los desagües con canaleta abierta y/o con rejillas de fácil limpieza, conectando el sistema de desagüe mediante cierre sifónico.
- e. Las paredes interiores y apoyos estructurales deberán poseer superficies lisas, resistentes e impermeables, fáciles de limpiar, lavar y sanitizar.
- f. Los techos y cielorrasos tendrán la superficie interna continua, de fácil limpieza y que no permita la entrada de polvo e insectos ni la acumulación de moho. Estarán contruidos con materiales y/o tratamientos que impidan el goteo de la condensación de la humedad y su altura deberá garantizar una correcta limpieza y sanitización de los equipos.
- g. El manejo de las aguas servidas y de limpieza de equipos e instalaciones, deberá evitar su reflujo hacia los sectores de extracción.
- h. Todas las cañerías para la conducción de aguas, deberán contar con la correspondiente identificación por colores.
- i. Las aberturas (puertas y ventanas) y el acabado de sus terminaciones, serán de materiales inalterables, asegurando un buen estado de conservación, limpieza y sanitización. Aquellas que comuniquen con el exterior estarán provistas de sistemas adecuados para impedir el ingreso de insectos y vectores externos (malla mosquitera, etc.). Para las puertas se podrá utilizar dicho material o en su reemplazo cortinas sanitarias, para el mismo fin.
- j. Las distintas dependencias estarán iluminadas convenientemente. Las luminarias deberán poseer dispositivos de protección contra roturas o estallidos.
- k. Las distintas dependencias contarán con ventilación natural o mecánica que impida la acumulación y condensación de vapores por cualquier motivo, sobre techos o paredes.
- l. Las instalaciones, máquinas, cañerías, aparatos, útiles y cualquier otro material destinados a estar en contacto con materias primas o productos, deberán estar contruidos por materiales resistentes a la corrosión y oxidación, fáciles de limpiar y sanitizar, aprobados por la autoridad sanitaria correspondiente.
- m. Deberá contarse con dispositivos, trampas y cebos para la detección y combate de roedores.

1.1. Las dependencias auxiliares y de servicios generales, se ajustarán a las siguientes condiciones:

- a. Los servicios sanitarios deberán estar separados según el sexo de los usuarios.

Contarán con provisión suficiente de agua, jabón líquido, toallas descartables y papel higiénico. Estas dependencias deberán tener pisos y paredes lisas, impermeables y lavables. No deberán tener comunicación directa con el área de extracción.

b. Los vestuarios deberán estar separados según el sexo de los usuarios y contarán con un sector para ropa de calle y otro para ropa de trabajo y estarán provistos de duchas. Deberán tener pisos y paredes lisas, impermeables y lavables. No deberán tener comunicación directa con el área de extracción.

c. Deberá existir un local o armario ubicado convenientemente para el depósito de materiales de limpieza y sanitización y otro independiente para el depósito de materiales para desratización, desinsectación y mantenimiento, ambos debidamente identificados. Dichos sectores se ubicarán en un lugar cerrado sin contacto con la sala de extracción y cada producto estará convenientemente rotulado.

d. Deberá existir anexo a la sala de extracción propiamente dicha, un depósito para envases vacíos y para tambores llenos e insumos vinculados con la producción, entendiéndose que el mismo forma parte de la sala de extracción en forma colindante.

1.2. Características del agua a utilizar en las instalaciones:

a. El lavado e higiene de materiales e instalaciones deberá efectuarse con agua apta para dicho uso y productos de limpieza aprobados por autoridad competente.

b. Deberá cumplir con los parámetros físico-químicos y microbiológicos exigidos por las autoridades sanitarias nacionales, provinciales y/o municipales.

c. Deberá asegurarse la clorinación del agua.

2. Las salas de extracción “registradas” deberán ajustarse a los siguientes requisitos generales:

Dar cumplimiento del anexo “salas habilitadas” de la resolución SENASA 353/02: al numeral 1, a los incisos que van desde c) al i); del numeral 2, los incisos a), c), d), e), f), g), i), j), l) y m); del numeral 3, los incisos c) y d); y del numeral 4 los incisos a), b) y c).

2.1. Otros sectores y servicios de las instalaciones:

a. La vivienda para el personal podrá estar ubicada independientemente de la Sala de Extracción de Miel. En caso que la vivienda comparta el edificio con dicha Sala, ambas construcciones deberán encontrarse funcionalmente separadas, como también sus puertas y ventanas.

b. Los servicios sanitarios deberán contar con los elementos básicos que garanticen una eficiente higienización del personal, utilizando un armario o percha en su interior para cada operario. Estas dependencias deberán tener pisos y paredes lisas, impermeables y lavables, evitándose cualquier comunicación directa con el área de producción.

c. Deberá existir un depósito para envases de tambores vacíos, llenos e insumos vinculados con la producción. El mismo podrá ubicarse como anexo a la sala de extracción propiamente dicha, ubicado físicamente separado, entendiéndose de tal manera, que formará parte de las instalaciones si está ubicado en el mismo predio.

2.2. Identificación oficial otorgada a cada establecimiento:

a. Las Salas de Extracción de Miel Registradas luego de ser aprobadas, se identificarán con un prefijo compuesto por las letras S-R-F, cuyo significado es “Sala Registrada Fija”, seguido del número de inscripción de la sala compuesto por la letra identificadora de la provincia y un número de CUATRO (4) cifras.

3. Las salas de extracción “*inscriptas*” deberán ajustarse a los siguientes requisitos generales:

Para solicitar la inscripción de las instalaciones ante las Autoridades sanitarias de los Gobiernos Provinciales correspondientes, los interesados titulares deberán presentar la documentación en las dependencias regionales que acredite el cumplimiento de las condiciones mínimas a cumplir que se detallan, respaldadas a través de una Declaración Jurada, a fin de obtener su aprobación y el número de registro. Las condiciones edilicias mínimas y documentales, serán:

- a. Presentación del FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN donde se detalle: Nombre y apellido del titular, razón social o nombre del establecimiento, ubicación de la Sala de Extracción de Miel (localidad, provincia, código postal, teléfono, dirección postal del propietario y correo electrónico en caso de contar con él). Firma, aclaración y número y tipo de documento del interesado.
- b. Presentación de UN (1) croquis donde se encuentren ubicadas las dependencias básicas de la Sala de Extracción de Miel y todas las instalaciones auxiliares propias de la actividad y aquellas ajenas a la misma (casa habitación, galpones, etc.), con indicación de las medidas.
- c. Tanto los pisos, el techo y las paredes de la Sala de Extracción de Miel serán de material impermeable y lavable. Se detallará el tipo de material empleado.
- d. Las puertas y ventanas se abrirán hacia el exterior y las aberturas estarán cubiertas con tela mosquitera en perfecto estado.
- e. El equipo de extracción de miel se encontrará en buenas condiciones, sin óxido y limpio para evitar la contaminación de la miel. Se detallará el tipo de material de fabricación.
- f. La miel obtenida antes del envasado se debe filtrar y someter a decantación.
- g. Las instalaciones deberán contar con depósito de tambores vacíos y llenos.
- h. Los servicios sanitarios se encontrarán separados de la Sala de Extracción de Miel y contarán con lavamanos con agua segura y jabón líquido y toallas de papel descartables.
- i. Deberá existir un sector para el cambiado de la ropa que usará el operario para entrar a realizar las tareas dentro de la Sala de Extracción de Miel.
- j. De existir en el mismo edificio o aledaño, una casa habitación u otra construcción ajena a las actividades, ninguna de ellas deberá compartir la misma entrada de la Sala de Extracción.

3.1. Datos informativos a presentar:

- a. Detallar la cantidad de tambores de miel obtenidos en la cosecha anterior.
- b. Comentar si tiene conocimiento de los principios básicos respecto a la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- c. El interesado informará si está dispuesto a recibir capacitación por parte de los entes oficiales.

3.2. Tareas a implementar de manera conjunta con los sectores correspondientes de los Gobiernos Provinciales o Jefe de Oficina Local del SENASA, respecto a lo dispuesto en el artículo 6° de la presente resolución.

- a. El organismo oficial correspondiente deberá elaborar conjuntamente con el interesado, en previsión a lo dispuesto en el artículo 8°, un cronograma de obras con la suficiente ante-

lación, para incorporar en tiempo y forma la Sala de Extracción de Miel Inscripta, en cualquiera de las categorías a) o b) del artículo 2° de la presente resolución.

3.3. Identificación oficial otorgada a cada establecimiento.

Las Salas de Extracción de Miel Inscripta luego de ser aprobadas, se identificarán con un prefijo compuesto por las letras S-E-I, cuyo significado es “Sala Extracción Inscripta”, seguido del número de inscripción de la sala compuesto por la letra que identifica a la provincia y un número de CUATRO (4) cifras.

División Registro / Aduana de:	CONTROL DOCUMENTAL																					
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; border: 1px solid black; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table> </td> <td style="width: 60%; padding-left: 10px;"> OPERACIÓN CONFORMADA <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 20%; text-align: right; vertical-align: bottom;"> <small>Firma y Sello Agente Intermediaria</small> </td> </tr> </table>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACIÓN CONFORMADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Agente Intermediaria</small>													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACIÓN CONFORMADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Agente Intermediaria</small>														
DIA	MES	AÑO																				
División Registro / Aduana de:	NO HABITUAL																					
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; padding-right: 10px;"> Fecha Autorización: </td> <td style="width: 20%; border: 1px solid black; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table> </td> <td style="width: 20%; padding-left: 10px;"> AUTORIZADA <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 40%;"></td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 10px;"> Plazo de Validez 90 días </td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table> </td> <td style="padding-left: 10px;"> OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;"> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small> </td> </tr> </table>	Fecha Autorización:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>		Plazo de Validez 90 días	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small>		
Fecha Autorización:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>														
DIA	MES	AÑO																				
Plazo de Validez 90 días	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small>													
DIA	MES	AÑO																				
División Registro / Aduana de:	HABITUAL																					
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 60%; padding-left: 10px;"> AUTORIZADA <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table> </td> <td style="padding-left: 10px;"> OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;"> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small> </td> </tr> </table>		AUTORIZADA <input type="checkbox"/>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small>										
	AUTORIZADA <input type="checkbox"/>																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro / Administrador</small>														
DIA	MES	AÑO																				
División Registro/Aduana de:	INGRESADO A LA BASE DE IMPORTADORES / EXPORTADORES																					
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; border: 1px solid black; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table> </td> <td style="width: 40%; text-align: center; vertical-align: bottom;"> <small>Firma y Sello Operador</small> </td> <td style="width: 40%; text-align: center; vertical-align: bottom;"> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro</small> </td> </tr> </table>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO			 <small>Firma y Sello Operador</small> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro</small>													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO			 <small>Firma y Sello Operador</small> <small>Firma y Sello Jefe Div Registro</small>														
DIA	MES	AÑO																				
REGISTRO DE FIRMAS AUTORIZADAS:																						
1	2	3																				
4	5	6																				
OBSERVACIONES:																						
RETIRO DEL OM 1228/F Lugar y Fecha: En el día de la fecha retiro ejemplar del presente OM 1228/F.																						
..... <small>Tipo y Numero de Documento</small>	 <small>Firma y Aclaración</small>																				

2. Solicitud de inscripción para exportadores y/o importadores en SENASA

	REGISTRO DE EXPORTADORES y/o IMPORTADORES	
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN <i>(Anexo I - Resolución SENASA 492/01)</i>		
DATOS DEL SOLICITANTE		
Razón Social: (1)		
Apellido/c: (2) Nombre:		
Documento: Tipo: Número:		
(1) Personas Jurídicas. (2) Personas Físicas. (1) (2) Sociedades de Hecho		
DOMICILIO LEGAL		
Calle: N°: Pcia: Cód/Dpto:		
Localidad: Provincia:		
Cód. Postal: Teléfono: Fax:		
Correo Electrónico:		
RUBROS PARA LOS QUE SOLICITA LA INSCRIPCIÓN (marcar con una cruz)		
EXPORTADOR <input type="checkbox"/> IMPORTADOR <input type="checkbox"/>		
..... Lagary Fecha Firma y Sello Responsable		
PARA USO EXCLUSIVO DEL SENASA		
<input type="checkbox"/> Solicitud Aprobada Inscripción N°		
Este registro se considerará válido hasta el / /		
<input type="checkbox"/> Solicitud denegada (motivo):		
.....		
..... Lagary Fecha Firma y Sello SENASA		
NOTA: A la presente Solicitud se deberá adjuntar: a) Constancia de inscripción en la Dirección General Impositiva. b) Constancia de inscripción en la Administración Nacional de Aduanas. c) Certificado/policial del domicilio legal y Fotocopia de/Vos DNI (Personas Físicas y Sociedades de Hecho) d) Fotocopia del Contrato o Estatuto Social inscripto en el/registro de control societario (Personas Jurídicas y Sociedad de Hecho de posesión) e) Registro de Firmas Autorizadas.		

ANEXO VI: Términos de comercio internacional. Posición arancelaria.

La posición arancelaria permite identificar de una misma manera a un producto en cualquier lugar del mundo. Sirve, para definir su situación arancelaria, establecer los impuestos aplicables y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en la aduana (permisos previos, certificaciones técnicas o sanitarias, etc.). La posición arancelaria se compone de ocho dígitos, más las aperturas del Sistema Informático María (SIM), de cuatro dígitos y una letra.

Gráfico N°4: “Incoterms” 2010

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											

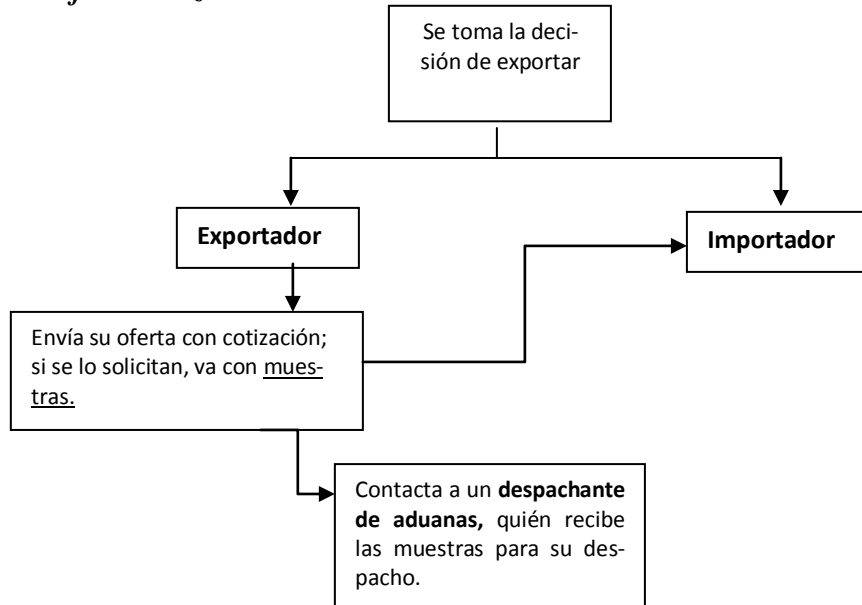
© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

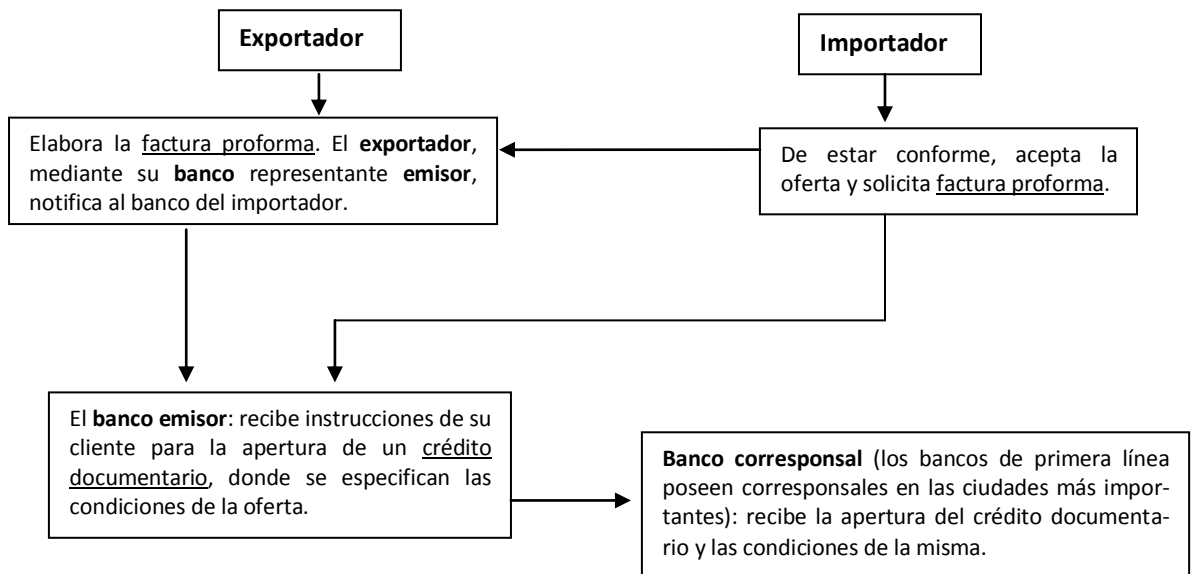
Fuente: BlogWordpress.com

ANEXO VII: Secuencia de exportación

Etapa n°1: Oferta cotización:



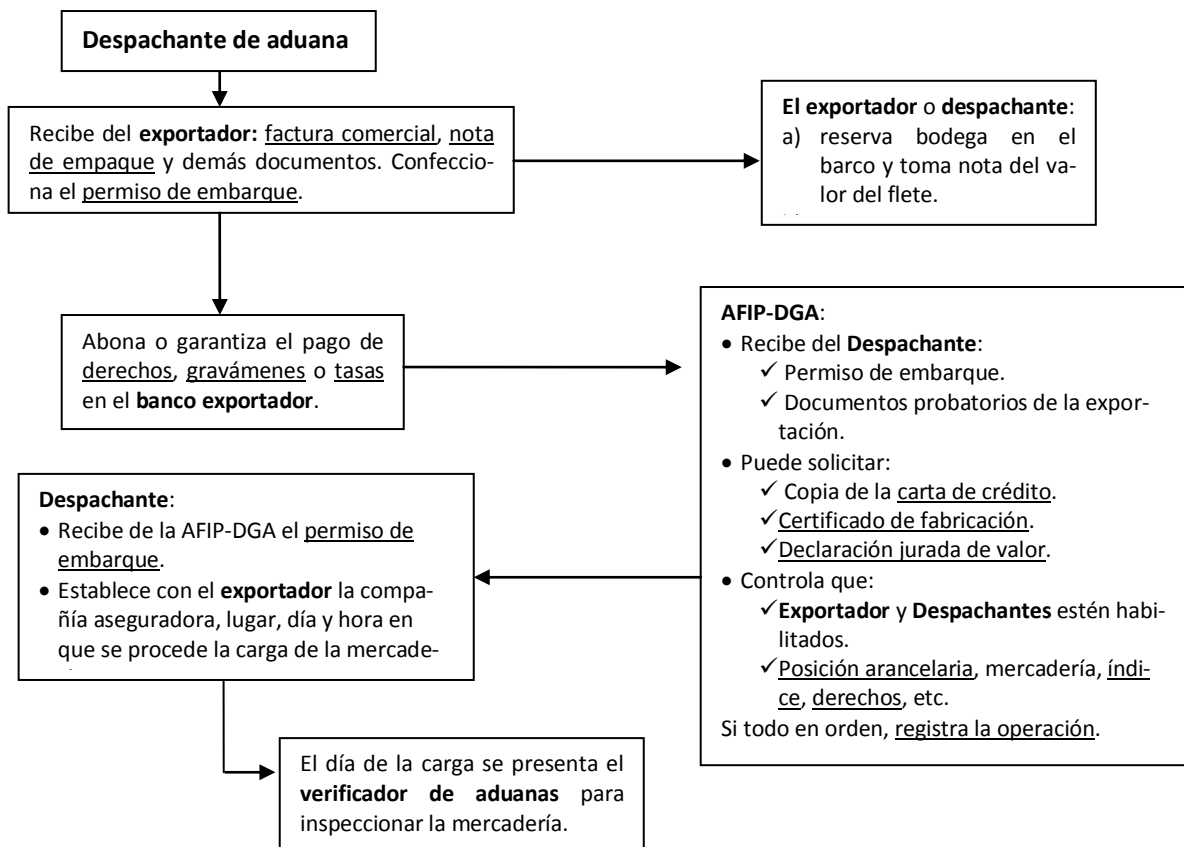
Etapa n°2: Aceptación de la oferta:



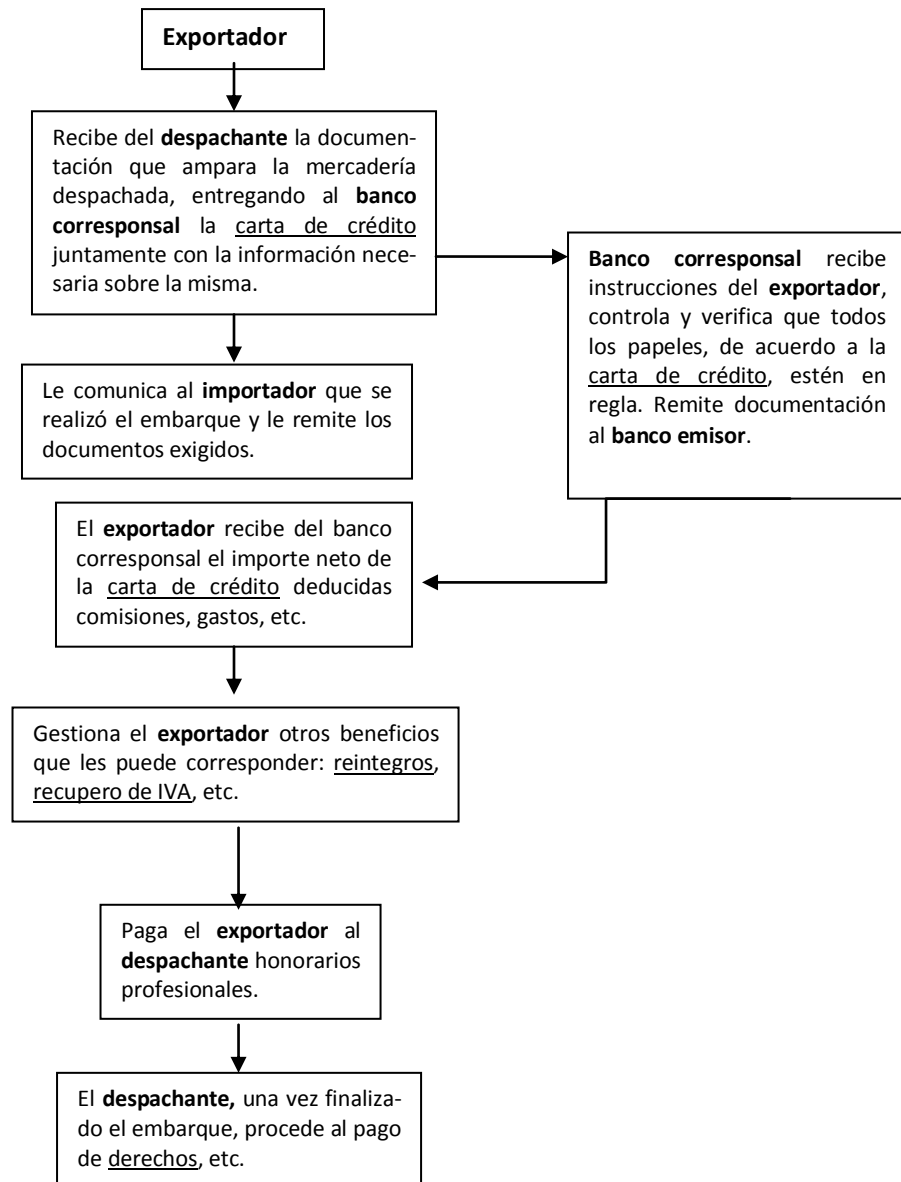
Etapa n°3: Operativo previo al despacho



Etapa n°4: Operativo del despacho



Etapa n°5: Pos-despacho



AGRADECIMIENTOS

“La vida no es tan corta que no haya siempre tiempo para la cortesía.”
Ralph Waldo Emerson

Un sincero agradecimiento en primer lugar a mi director de tesis, el MV Daniel Saravia, que fue la persona que supo guiarme por este camino plagado de oportunidades y desafíos constantes. Porque en todo este tiempo ha sabido contagiarme de pasión por la investigación y el análisis por este alimento milenario: la miel.

A la Facultad de Ciencias Veterinarias, por cedernos todas las semanas un espacio físico donde reunirnos con mi Director. Al MV Santiago Audisio y por su intermedio al Ministerio de la Producción del Gobierno de La Pampa por brindarme tan valiosa información del sector apícola pampeano. A mis compañeros y colegas que colaboraron en la realización de encuestas. A cada uno de los apicultores y proveedores que abrieron las puertas de su sala de extracción y de su casa para colaborar desinteresadamente en cada una de las entrevistas que realicé en toda la provincia. Estoy en deuda con la Licenciada Verónica Duarte por su gran aporte al realizar las correcciones de mi trabajo.

Por último, a mí querida familia, en especial a mi madre y a José Manuel, por su inquebrantable apoyo y amor. Ellos se encuentran en el espíritu de este trabajo.