



**LA ECONOMÍA APÍCOLA EN LA PROVINCIA DE LA
PAMPA DURANTE LA DÉCADA DE 1990:
¿Aporte al desarrollo regional o dependencia externa?**

Mg. ALDO FABIO ALONSO¹

¹ Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de La Pampa.
E-Mail: afalonso@cpenet.com.ar

(37 - 71) Aldo Fabio ALONSO

Abstract

APICULTURAL ECONOMY IN THE PROVINCE OF LA PAMPA DURING THE 90'S: a contribution to regional development or external dependence?

The purpose of this work is to analyse the behaviour of apiculture in the Province of La Pampa, within a context of strong external openness. It is a non-traditional activity, which has experienced unusual growth during the decade of 1990's, mainly because of the boost to international demand, the rise of prices, good natural conditions and state support.

The world market plays a central role, for the majority of production is targeted at it. Our hypothesis claims that in spite of dynamism in the activity – to a great extent explained by external impetus -, certain conditions of production and marketing processes put a brake on the full exploitation of the existing productive potential.

Some measures should be rapidly adopted: controlling transhumance, improving healthiness and imposing stricter laws on exportation, improving production techniques, adding value at point of origin, organising sales channels. For sustainable development, the necessary conditions must be generated; otherwise there will be only concentrated growth. Expansion is based on dependence from the foreign market, what does not necessarily presuppose a process of productive diversification and/or industrial development.

Key words: apiculture, conditions of production and marketing, foreign market.

(37 - 71) Aldo Fabio ALONSO

Resumen

El propósito de este trabajo es analizar el comportamiento de la apicultura en la Provincia de La Pampa, dentro de un contexto de fuerte apertura externa. Se trata de una actividad no tradicional, que durante la década de 1990 ha experimentado un crecimiento interesante, principalmente por el impulso de la demanda internacional, el ascenso de los precios, las buenas condiciones naturales y el apoyo estatal.

El mercado mundial ocupa un rol fundamental, pues la mayor parte de la producción está orientada hacia ese destino. Como hipótesis sostenemos que si bien el dinamismo de la actividad puede explicarse en buena medida por el impulso externo, ciertas condiciones de producción y los mecanismos de comercialización, se constituyen en frenos para el pleno aprovechamiento del potencial productivo existente.

Algunas medidas deberían tomarse rápidamente: controlar la trashumancia, mejorar la sanidad e imponer normas más estrictas para exportar, mejorar las técnicas de producción, agregar valor en origen, organizar los canales de ventas. Deben generarse las condiciones necesarias para un desarrollo sostenido, de lo contrario solamente habrá crecimiento concentrado. La expansión está basada en una dependencia del mercado externo, sin que ello presuponga un proceso de diversificación productiva y/o desarrollo industrial.

Palabras claves: apicultura, condiciones de producción y comercialización, mercado externo.

(37 - 71) Aldo Fabio ALONSO

1. Introducción

El propósito de este trabajo es analizar el comportamiento del sector apícola en la Provincia de La Pampa, dentro de un contexto de fuerte apertura externa. Se trata de una actividad no tradicional, que durante la década de 1990 ha experimentado un crecimiento interesante, principalmente por el impulso de la demanda internacional, el ascenso de los precios, las buenas condiciones naturales y el apoyo estatal, especialmente por medio del financiamiento de emprendimientos productivos¹.

La apicultura en Argentina está concentrada en la región pampeana, que se caracteriza por producir mieles claras, de buen aroma y sabor. Tiene un gran potencial de explotación, porque estas características son muy buscadas en los principales mercados de consumo (europeo, japonés y norteamericano). La actividad adquiere especial importancia: se trata de una fuente de ingresos para pequeños y medianos productores agrícolas y ganaderos, como alternativa o complemento de su actividad tradicional, que cuenta con un mercado externo en crecimiento. Sin embargo, y debido a la situación por la cual atraviesan los productores en la actividad agropecuaria en general, y en la apicultura en particular, nos parece apropiado presentar un diagnóstico de las condiciones iniciales en que tiene lugar, subrayando sus aspectos más sensibles, para proponer -al menos en forma enunciativa- alguna alternativa para la consolidación del sector².

El mercado mundial ocupa un rol fundamental, pues la mayor parte de la producción está orientada hacia ese destino. Como hipótesis sostenemos que si

¹ Por la disponibilidad de información, el trabajo ocupa el período 1990-1997.

² Advertimos sobre las limitaciones de la información utilizada que sólo nos permite una aproximación a la realidad del sector. La actividad se ha venido desarrollando en gran medida de modo artesanal, y se hace difícil conocer las cifras precisas de producción y consumo. Los registros oficiales solamente contienen datos que son voluntarios, y pocas veces verificados por inspecciones, de aquellos que han accedido a créditos.

bien el dinamismo de la actividad puede explicarse en buena medida por el impulso externo, ciertas condiciones de producción y los mecanismos de comercialización, se constituyen en frenos para su aprovechamiento pleno, a partir del potencial productivo de la apicultura.

En términos económicos, la actividad permite principalmente la cosecha y venta de miel, la obtención de otros productos como polen, jalea, propóleos, cera y veneno para uso medicinal (apitoxina) e incluso se pueden producir abejas -núcleos o reinas para la venta-. El hombre utilizó tempranamente la miel, que junto con el pan y la leche fueron los alimentos naturales que se citan a menudo en la Biblia. En la actualidad, su condición de producto natural va retomando importancia en el consumo diario, llevando a reconsiderar el desarrollo de una nueva actividad tendiente a la explotación y mejoramiento de la apicultura, para la atención de una demanda creciente a nivel mundial. La práctica se realiza en casi todas las regiones del mundo, estimándose que existen más o menos 50 millones de colmenas, cantidad seguramente insuficiente para aprovechar los inmensos recursos naturales que brindan las plantas fanerógamas.

En Argentina y en la Provincia de La Pampa, la miel adquiere el carácter de práctica casi exclusiva, por ello, cuando nos referimos a apicultura, estaremos haciendo mención a su producto más conocido. Desde el punto de vista de esta investigación, nos ocupamos de un producto no tradicional, cuya definición no es rigurosa y suele variar de país en país; para nuestro caso, definimos como tal, cualquier producto agropecuario cuya exportación era inexistente o muy limitada hasta la década de 1980, categoría a la que pertenece la miel.

2. Producción Mundial y Argentina de miel. La distribución regional nacional

La producción mundial ronda el millón de toneladas. Según la Organización

de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (F.A.O.)³, el continente asiático representa casi el 30%, seguido por Europa que aporta el 26% y América del Sur el 8% (el 68% producido por Argentina para la campaña 1994-1995). Dentro de los países productores es claro el predominio de China, cuya producción ronda el 15% del total mundial; a los 10 mayores países productores les corresponden **de alrededor del 50% de la producción mundial (CUADRO N° 1).**

CUADRO N° 1: Principales Países Productores de Miel (1990-1997) (en toneladas)

PAÍS	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
China	197.497	212.938	183.000	176.000	177.000	165.000	184.000	188.000
EE.UU	89.716	99.415	100.056	104.493	98.500	98.000	89.850	87.270
Argentina	45.636	54.402	61.295	61.111	69.374	70.568	57.000	73.427
México	66.493	69.495	63.886	48.000	41.500	38.000	47.997	53.681
Rusia	n/d	n/d	50.000	52.700	43.900	44.000	45.750	46.200
Canadá	32.109	31.606	30.773	34.245	30.353	31.500	24.895	30.201
Turquía	51.286	54.665	60.318	59.207	54.114	54.600	55.100	54.400
India	50.500	50.500	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000
España	23.458	25.300	23.958	28.393	28.000	28.000	27.000	28.500
Alemania	25.467	24.953	24.599	24.648	22.233	24.000	14.674	15.069
Otros	597.557	596.506	543.790	575.960	578.977	595.294	598.395	610.250
TOTAL	1.179.719	1.219.780	1.192.675	1.215.757	1.194.951	1.199.962	1.195.661	1.237.998

Fuente: FAO (www.fao.org).

³ La información estadística de este párrafo ha sido obtenida de la página web del organismo (www.fao.org).

La posición de Argentina ha mejorado sustancialmente a lo largo del período considerado, consolidándose en los últimos años, pues mientras en 1990 ocupaba el sexto lugar con el 3,80% de la producción, en 1997 asciende al tercer puesto (6%).

El Censo Nacional Agropecuario de 1988, rebelaba la existencia en Argentina de casi 1.000.000 de colmenas. Hacia 1991 un Informe del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, 1999) daba cuenta de la existencia de 1.500.000. Actualmente, podemos decir que la cifra estimada llega a las casi 2.000.000 de colmenas explotadas por aproximadamente 16.000 productores⁴. De acuerdo a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, la producción nacional para 1990 fue de casi 46.000 Tn, en tanto para 1997 se elevó a 70.000 Tn, determinando un incremento del 53% (**CUADRO N° 2**). Estas cifras demuestran un fuerte crecimiento del sector que se ha ido afianzando en los últimos cinco años.

CUADRO N° 2: Producción de la República Argentina de Miel (1990-1997)

PRODUCCIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Producción (en Tn)	45.636	54.500	61.295	61.111	64.000	70.568	57.000	70.000
Variación anual (en %)		19.42	12.47	-0.30	4.73	10.26	-19.22	22.81

Fuente: Elaboración propia en base a datos: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, Dirección Nacional de Mercados Agroalimentarios, Área de Productos No Tradicionales. Programa Miel 2000.

Las desfavorables condiciones climáticas imperantes durante la campaña 1995-1996, produjeron una baja cercana al 20%. Las sequías retrasaron el co-

⁴ Información brindada por expertos de la Dirección de Ganadería de la Provincia de La Pampa (Mayo 1997).

mienzo de la producción, aunque no evitaron que el país ocupe el tercer lugar en cuanto a la producción y el segundo como exportador mundial.

El rendimiento normal por colmena en óptimas condiciones climáticas alcanzaría a 60 Kg en Buenos Aires y Santa Fe, 45-50 Kg en Entre Ríos y Córdoba, 40-45 Kg en la Provincia de La Pampa, y en el resto del país es inferior a 40 Kg. Las tres zonas apícolas principales son la región pampeana, la mesopotámica y la región serrana. Históricamente Buenos Aires genera la mayor producción: en 1993 es la principal productora con 60% del total nacional, seguida por Entre Ríos (11%), Córdoba (9%), Santa Fe (7.5%), y La Pampa (5%)⁵.

La producción está muy concentrada en la región central del país, principalmente en la Pampa Húmeda, que brinda excelentes floraciones de pasturas y cardos, en gran parte desplazadas en las décadas de 1970-1980 por la agricultura, con especies sin interés apícola (trigo, soja, maíz y sorgo) y que además requieren frecuentes aplicaciones de plaguicidas. Esto llevó a la desaparición de pequeños apicultores en el ámbito bonaerense y el traslado de los más grandes a zonas periféricas como a la Provincia de La Pampa.

3. La apicultura en la Provincia de La Pampa

3.1. Antecedentes y evolución de la apicultura provincial

La apicultura pampeana registra antecedentes desde mediados de siglo, pero el despertar como actividad comercial se ubica a mediados de la década de 1980. El despegue definitivo se dio a través de la Dirección de Economía Agropecuaria en el año 1991, mediante una línea de créditos a los apicultores⁶.

⁵ Para 1997 la composición muestra: Buenos Aires (57%), Entre Ríos (11%), La Pampa (10%), Córdoba (9%), Santa Fe (7%) y el resto (6%), mejorando entonces la posición de nuestra provincia.

⁶ Se trató de un préstamo de \$/US\$ 4.000 a baja tasa de interés y pagadero en general a valor producto, en un intento de proteger a la incipiente actividad que poseía muy bajo nivel tecnológico (Cfr. La Arena del Campo, 24-10-1998: XIII).

Desde los inicios de la actividad, el Estado Provincial ha participado en su apoyo y promoción, capacitación y asistencia crediticia, en parte como solución al problema de la desocupación de los 90'. En líneas especiales de financiamiento por convenio con el Banco de La Pampa o por medio del Consejo Federal de Inversiones, se prestó especial atención a esta alternativa productiva⁷.

Tratando de mejorar los controles que la ley obliga a los fines de ordenar la actividad, se delegó en Municipios y Comisiones de Fomento ciertas funciones como llevar el registro apícola, la emisión de guías, y el cobro de aranceles mediante la firma de distintos convenios. Se creó el Consejo Apícola Provincial⁸, organismo de consulta y asesoramiento de la autoridad de aplicación, previéndose profundizar su accionar, con participación activa de las entidades que lo integran, para que resulte una herramienta importante en la toma de decisiones del sector⁹.

“La Provincia de La Pampa reúne las mejores condiciones agroecológicas para producir miel de relevante calidad que tiene particular reconocimiento mundial. Como la zafra se realiza en la época estival [...] la temperatura ambiente es

⁷Especialmente dos líneas de crédito bajo la coordinación del Ministerio de la Producción y la Subsecretaría de Planificación y Evaluación de Proyectos: 1) Operatoria Microemprendimientos Productivos; y 2) Operatoria PROMECOM (Programa para el mejoramiento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas). Las dos líneas de crédito asisten a productores en marcha y observándose que no existían posibilidades de financiamiento a quienes se hallaban iniciándose en la actividad, el Ministerio de Producción decide crear una línea de crédito financiada con recursos propios que contempla la apicultura (Programa de Apoyo a Proyectos Productivos). Se entendía a la miel como una salida económica para los desocupados, recurriéndose a pequeños créditos de microemprendimientos.

⁸ En el Programa Miel 2000, presentado en febrero de 1997 en un informe de la S.A.G.P. y A., como una iniciativa conjunta de dicha Secretaría, los gobiernos Provinciales y entidades del sector público y privado, que apunta a fortalecer el sector de la producción y comercialización, en el cual las Provincias participantes, establecieron un Registro Apícola unificado en relación a los datos relevados a los productores. En La Pampa es de carácter obligatorio y está a cargo de la Dirección de Ganadería. Al momento de escribir esta investigación, están disponibles los datos iniciales (1998/1999).

⁹ Integrado por un representante titular y uno suplente de la Dirección de Ganadería, Dirección de Industria y Comercio, Cooperativas y otras formas de asociación de productores, industrias vinculadas a la actividad e invitados especiales según los temas a tratar.

alta, lo que hace que en forma natural no supere un contenido de 17% de humedad. Esto facilita su industrialización y conservación sin que pierda las naturales propiedades en su composición físico-química” (Stefanazzi, 1995: 2).

En el período estudiado se activa un proceso explosivo de crecimiento de la actividad apícola pampeana, que pasa a consolidarse como nuevo sector de producción agropecuario, reconocido por las organizaciones de productores tradicionales. Con un incremento en la producción de aproximadamente el 110% (1990-1997) (**CUADRO N° 3**), refleja valores que fluctúan relativamente en función de las condiciones climáticas, al punto que estimaciones de años de buen régimen de lluvia anual, acercan los volúmenes totales a casi 7 millones de toneladas (1996-1997). Es de destacar los años 1994 y 1995, donde las sequías prolongadas han llevado a incrementos mínimos en la producción con volúmenes más bajos en relación a otros años. Asimismo, el número de apicultores creció más del doble (117%), y la cantidad de colmenas aumentaron 130%¹⁰.

CUADRO N° 3: Crecimiento de la actividad apícola en la Provincia de La Pampa (1990-1997)

INDICADORES	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Nº de Apicultores	498	629	771	813	836	878	910	1.081
Nº de Colmenas	57.270	72.335	88.665	93.495	96.140	100.165	110.456	132.000
Producción (en Tn)	3.436	4.340	5.320	5.610	5.768	6.010	6.530	7.251

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Asuntos Agrarios de la Provincia de La Pampa.

¹⁰ Sin dudas, existen más apicultores y es mucho mayor el número real de colmenas, pero es difícil de estimar, porque no es la mayoría la que está registrada en el organismo oficial consultado.

La producción por colmena depende de la flora del lugar donde está instalado el apiario y de su manejo. El rendimiento promedio en el país está en el 30-50 Kg por año, cifra que puede superar los 100 Kg con un manejo intensivo o trashumante y disminuir a los 10 o 15 Kg con poca floración o deficiente manejo. Las estimaciones para toda La Pampa oscilan entre los 45 y 50 Kg/colmena/año, cuando en Buenos Aires se alcanzan unos 60 Kg/año de promedio.

Productores de Buenos Aires y Córdoba traen sus unidades a La Pampa, lo que habla a las claras de las excelentes condiciones ambientales -básicamente pasturas y clima- en las que esta actividad se desarrolla. Por otra parte, sólo el 35% de los productores registrados en la Provincia tienen colmenas propias (1994-1995), el resto corresponde a apicultores de las Provincias mencionadas (Cfr. Registro Provincial de Producción Agropecuaria, 1995). Esta particularidad, hace que La Pampa pierda recursos económicos y financieros, a partir de la transferencia de los excedentes hacia los lugares de origen de los productores.

La Provincia de La Pampa ha mejorado sustancialmente su posición a nivel nacional, pues en 1997 ocupa el tercer lugar, después de las Provincias de Buenos Aires y Entre Ríos, con el 10% del total producido. Se puede hablar de cuatro zonas de producción principales -conformadas por Departamentos-, en función a la cantidad de colmenas, más o menos diferenciadas. La **Zona I** o **Norte** (Departamentos de Chapaleufú, Maracó, Rancul, Realicó, y Trenel), **Zona II** o **Centro** (Capital, Catriló, Conhelo, Loventué, Quemú-Quemú y Toay), **Zona III** o **Sur** (Atreucó, Guatraché, Hucal y Utracán), y una **Zona IV** -que ocupa el resto del sur y el oeste- engloba a algunos sitios productivos con escasa incidencia en volumen, que comprende el resto de los Departamentos (Caleu Caleu, Curacó, Chalileo, Chical Co, Lihuel Calel, Limay Mahuida y Puelen)¹¹. Cada una de ellas posee

¹¹ Según datos proporcionados por el Ministerio de la Producción, la distribución de colmenas en las distintas zonas es la siguiente (1995): Zona I: 37.64%, Zona II: 22.32%, Zona III: 35.08%, Zona IV: 4.96% (se prevé una Zona V entorno al espacio bajo riego, que representa 3,45%, correspondiendo a la IV 1,51%).

condiciones especiales determinadas por variables como tipo de suelo, régimen pluviométrico, forma y oportunidad de hacer los trabajos agropecuarios, que determinan la calidad y volumen del producto.

En síntesis, el potencial del mercado apícola pampeano es inmenso, más teniendo en cuenta que la demanda mundial de derivados de la miel aumenta, por los cambios en los hábitos alimenticios del mundo desarrollado. El desafío de los próximos años es el agregado de valor a la producción, para obtener un producto que pueda identificarse por su origen o por su zona de obtención, desafío en el cual será necesario el aporte no sólo del Estado Provincial, sino de cada uno de los sectores involucrados.

3.2. Estructura productiva y requerimientos de factores productivos

3.2.1. Unidad productiva. Requerimiento de capital y tierra.¹²

Los informes de algunos organismos oficiales sitúan la unidad económica en 350 colmenas, y consideran que entre esa cifra y las 500 estaría el punto óptimo para alcanzar eficiencia. En opinión de Vuegen y Tricco “esa cifra puede disminuir si las colmenas son explotadas con intensidad y se diversifican los productos, situándose en ese caso la unidad económica en alrededor de las 250 unidades” (1994: 35).

Para los expertos, la denominada unidad económica es correlativa al mercado de la miel y su precio. Se considera que en los valores de 1,00 a 1,30 U\$\$/Kg. de miel a granel, para una familia tipo, la escala se ubica en 300-400 colmenas con un rinde promedio de 50 Kg. por zafra anual.

La actividad apícola no compite por el uso de la tierra con otras actividades ya que la instalación de un apiario no requiere de una superficie muy extensa, reco-

¹² Este apartado sigue el trabajo de Vuegen y Tricco (1994) al cual remitimos para cuestiones técnicas más específicas del proceso productivo [Cap. III, 37-41].

mendándose que unas 100 colmenas se distribuyan en unos 300 m². El apicultor establece con los propietarios de la tierra un “vinculo de hecho”, una relación en primera instancia, donde si se permite la instalación de los apiarios, y el apicultor tiene especial cuidado en cumplir ciertas medidas (por ej. avisar cuando ingresa al predio, cerrar tranqueras, instalar sus colmenas alejadas de bebederos y construcciones), perdura en el tiempo. El espacio “prestado” es el lugar donde se traslada con su colmenar para iniciar el flujo de producción que terminará en el consumidor de miel u otros subproductos como polen, jalea real, propóleos, en los respectivos lugares de venta (Cfr. Stefanazzi, 1995: 11).

En la Provincia de La Pampa, con poca cultura apícola, esta relación no fue fácil de establecer. Los productores ganaderos eran reacios a la presencia de abejas, porque en su imaginario estaba la representación de peligrosidad para su integridad física y la de sus animales. En la medida que la actividad fue creciendo y la apicultura tuvo trascendencia, la relación se fue allanando y el mismo propietario que se dedica a actividades agrícolas, solicita apiarios para favorecer el rendimiento de semilla de alfalfa, tréboles o girasol (Cfr. Stefanazzi, 1995: 11-12).

En nuestra opinión, aquí radica uno de los factores explicativos el crecimiento apícola, conjuntamente con las condiciones del mercado mundial. Piénsese que la tradicional base socio-económica de la Provincia de tipo agrícola-ganadero lleva varios años de crisis¹³. La apicultura, además no compite con la producción tradicional en el uso de la tierra, sino que contribuye a mejorar los rendimientos de

¹³ Tal situación se manifiesta por ej., desde la década de 1980, cuando es apreciable la reducción de los stocks ganaderos, y las cosechas de cereales, forrajeras y oleaginosas, han tenido problemas o de obtención o de colocación, en un mercado mundial con precios descendentes. El deterioro de las condiciones agroecológicas es muy marcado en ciertos Departamentos por el uso indebido del suelo. Las inundaciones han afectado buena parte del noreste productivo provincial. Estos dos últimos factores obligaron a extender la frontera productiva -tradicionalmente ubicada en la isohieta de los 500 milímetros- hacia el oeste, incorporando tierras de calidades inferiores, con las consiguientes consecuencias sobre los rendimientos de los pastos y cosechas. Además el tipo de cambio fijo existente en el país, demasiado bajo ha sido causante de un sesgo antiexportador.

los pastizales e incluso al productor le permite elevar los ingresos normales o remontar aquéllos períodos en que las cosechas de cereales son más reducidas o los precios están más bajos¹⁴.

3.2.2. Organización de la unidad productiva. Requerimiento de mano de obra

La apicultura es una excelente actividad tanto en forma complementaria como principal, que permite aumentar los ingresos de los productores, con bajos gastos de mantenimiento y requerimientos del terreno, que además no compite con las producciones tradicionales a las que favorece por el aumento en los rindes de los cultivos entomófilos.

En función a la dedicación del personal ocupado¹⁵, podemos efectuar la siguiente clasificación de la dimensión de las explotaciones en Argentina: “1) Apicultura casera: menos de 49 colmenas (49%); 2) Apicultura de dedicación personal parcial: de 50 a 199 colmenas (30%); 3) Apicultura con plena dedicación personal: de 200 a 499 colmenas (16%); y 4) Apicultura industrial: más de 500 colmenas (5%)” (Ecolatina, 1996: 20).

En opinión de Beltrán y Stefanazzi, “la tipología de productores es un método largamente practicado y difundido entre los investigadores agrarios, independientemente del paradigma teórico al que se adscriban” (1999a: 12)¹⁶. En La Pam-

¹⁴ En las producciones frutihortícolas, se formalizan contratos donde el finquero paga un precio por colmena instalada en el momento de la floración. La apicultura es muy importante para el productor agrícola ya que de ella depende que pueda aumentar sus rendimientos, por el actuar del agente polinizador. A pesar de esta ventaja, en el área de riego de 25 de Mayo, especializada en producción frutihortícola, no existen registros de producción de miel. Los apicultores pampeanos, se movilizan fuera de la Provincia, específicamente, al Alto Valle de Río Negro y Neuquén, donde se generalizan estos contratos. Sin dudas se trata de una desarticulación productiva interna, que debería tratar de solucionarse, para favorecer el complemento entre ambas actividades.

¹⁵ Recurrimos a una variable de origen teórico: el tipo de fuerza de trabajo aplicado en la unidad.

¹⁶ La más frecuentemente citada en los textos es la que sigue un criterio de clasificación basado en el tamaño de empresa, medido por su capacidad para generar empleo. Uno de los principales puntos de referencia de esa

pa se pueden hacer referencia a varios tipos de productores apícolas¹⁷:

⇒ **Trashumante externo**: productor apícola con características empresarias que posee un número importante de colmenas -5.000 a 6.000-, proviene de otras regiones y se instala en campos que consigue con permisos precarios -de palabra- atraído por las características productivas. Muchos de ellos son de la Provincia de Buenos Aires a quienes los períodos de inundaciones los obligó a trasladarse. Desde entonces se llevan sus alzas completas en períodos de cosecha, recolectadas por personal que traen especialmente con esos fines, realizando la extracción y acondicionamiento de la miel en su lugar de origen. Algunos de ellos, ya se han ambientado a la región y comienzan a producir y extraer en La Pampa, pero todavía no comercializan.

⇒ **Trashumante interno**: son productores pampeanos -1.000 o más colmenas- con características empresarias que recorren las zonas nectaríferas fuera y dentro de los límites provinciales. Es común que en julio se trasladen con sus apiarios hasta el Valle de Río Negro y Neuquén, donde los fruticultores les pagan a través de contratos firmados por colmena instalada en cada chacra. Esto favorece la poliniza-

clasificación es la *unidad familiar*, entendiéndose como tal a la que puede proveer empleo para una familia, sin necesidad de aportes de trabajo externos a la misma y que es capaz de generar la ganancia necesaria mediante la utilización de técnicas de producción promedio (Cfr. Solá, 1991: 458).

¹⁷ La clasificación de las unidades productivas ha sido siempre un problema en el conjunto agropecuario, y se han elaborado distintas tipologías según las variables involucradas. La complejidad es aún mayor en el caso de un producto no tradicional, relativamente novedoso, en donde nos hemos encontrado con un vacío bibliográfico. No obstante, creemos necesario -al menos primariamente- ensayar alguna clasificación y exponer los criterios seguidos. Hemos optado por esta vía, porque rechazamos esa imagen de homogeneidad que parece predominar en los pocos estudios existentes, producto seguramente de una primera visión superficial del conjunto económico. Si bien es difícil identificar las variables que deben ser consideradas para la determinación de los pequeños y medianos productores, no podemos caer en la simplificación del gobierno, que define en sus distintos programas de apoyo, como tales, a aquellos cuyo ingreso neto anual es del orden de los \$10.000, al considerar que ese es el nivel mínimo que lograría financiar las necesidades familiares y la evolución de la empresa. La clasificación expuesta fue obtenida de Stefanazzi (1995: 12).

ción de los árboles frutales de modo que el interés es mutuo. A fines de agosto, cuando la floración termina, regresan a los límites provinciales, instalándose en la zona de monte hasta noviembre, aprovechando la flora del lugar, especialmente prolifera. Entre noviembre y diciembre se ubican con sus colmenas en los campos de donde partieron para aprovechar alfalfa, abrepuño, nabos y también caldenes; desde enero a marzo en el mismo sitio o trasladándose nuevamente, siguen la floración de los lotes con girasoles sembrados en distintas épocas.

Dentro de las categorías se pueden diferenciar, según el grado de dedicación a la actividad:

a- Productores full-time: son los que viven de la actividad, con traslados en los límites provinciales, de acuerdo más o menos a la flora descripta, incluyendo a los procedentes de las provincias limítrofes. Viven en los centros urbanos y sus apiarios se ubican tanto cerca o más lejos de su lugar de residencia como permita la calidad del vehículo que posea, oscilando entre 300 a más de 1.000 colmenas su unidad de producción.

b- Productores part-time: complementan la apicultura con su actividad principal. Se ubican profesionales de las más variadas disciplinas, cuentapropistas como chapistas, pintores, carpinteros y empleados de distintas ramas, fundamentalmente estatales. El tamaño de sus apiarios es pequeño, no superando el centenar de colmenas, aunque existen casos en el rango de entre 100 y 300. Generalmente están cercanos, entre 50-100 Km del lugar de residencia, los atienden los fines de semanas y el traslado depende de la calidad del vehículo. En muchos casos existen asociaciones de hecho donde comparten utilitarios e instrumentos de trabajo. La tarea con preferencia la realiza el hombre, aunque a veces se suma la mujer y algún hijo o todos ellos.

En los apicultores de categorías empresariales, la dotación de recursos es muy significativa, con vehículos grandes y modernos, acondicionados para la

actividad y con personal permanente o temporario en primavera-verano¹⁸ (Cfr. Stefanazzi, 1995: 13-14).

Los tipos de productores apícolas considerados en la Provincia de La Pampa se caracterizan como¹⁹: a) *Organización familiar*: tareas físicas y administrativas ejecutadas por miembros de la familia hasta un porcentaje mayor o igual al 80%. b) *Organización familiar empresarial*: tareas físicas realizadas por personal asalariado en una proporción mayor o igual al 80%, mientras que las tareas administrativas son realizadas en su totalidad por el productor o miembros de la familia. c) *Organización empresarial*: tareas físicas y administrativas realizadas por personal asalariado en una proporción mayor o igual al 80%²⁰.

¹⁸ Este espectro de productores está organizado bajo alguna forma asociativa, principalmente cooperativas agrícolas. Durante los años 90, se registra el nacimiento, afianzamiento y potenciación interna de las cooperativas apícolas. Un hito fundamental se da en 1989, cuando la Cooperativa de Obras y Servicios Públicos de Doblas anexa el rubro apícola dentro de sus actividades. Además de jornadas de capacitación, cursos, gacetillas, más recientemente organiza muestras productivas, comerciales e industriales denominada "Expo-Doblas", que se ha transformado en una exposición con características y reconocimiento nacional e internacional. También mencionamos la Cooperativa Apícola de Toay Ltda., que desde 1993 agrupa a pequeños productores de dedicación part-time; y la Cooperativa Apícola de Catrileo (1996).

¹⁹ Hemos readaptado una clasificación de Martínez (1983), producto de una encuesta de productores del sur santafesino, quien eligió como base de clasificación, la organización laboral, por considerar que es la que mejor sintetiza la correspondencia entre el sistema de producción social en el que están insertas las explotaciones y las relaciones que se dan internamente a la empresa. Toma entonces tres variables: 1) la base social donde se reclutan los miembros para realizar las tareas (grupo familiar o conjunto de la sociedad); 2) los roles desempeñados por los miembros de la organización laboral; y 3) la remuneración otorgada por la realización del trabajo y el tipo de contratos existentes (por labores, por producción, que implican delegación total o parcial del proceso productivo).

²⁰ Desde el punto de vista de la clasificación, se toma -como Martínez (1983)- la existencia del grupo familiar como una variable clave en términos de su capacidad explicativa de las conductas productivas. Se asume como dato central la base social que aporta la fuerza de trabajo, lo que implica subordinar otras variables, como la dotación de capital y tierra, que en la apicultura no son significativos, con lo cual nos pareció apropiada esta tipología. De cualquier manera reconocemos las limitaciones de la misma, en cuanto a que fija las conductas alrededor de la cuestión familiar y relativiza, por ejemplo, el cambio tecnológico y las políticas económicas. No hemos encontrado en la Provincia de La Pampa, una organización empresarial donde las tareas físicas y administrativas sean realizadas por personal asalariado.

Si cruzamos las dos clasificaciones, los productores que componen la apicultura pampeana son en su mayoría emprendimientos familiares de tipo part-time o medio tiempo, es decir, individuos que complementan esta apicultura con otra de ingreso familiar, pero que, a su vez, son los responsables del mayor porcentaje de la producción global provincial²¹.

Los apicultores full-time, sean transhumantes externos (los que ingresan a la Provincia desde otros lugares ocupando espacios productivos), o internos (los productores pampeanos que se desplazan a zonas frutícolas en época de floración, luego en los límites provinciales buscando la del monte natural, y después la cultivada como girasol), tendrían más características de empresarios capitalistas que familiares, dado por la escala de producción.

El trabajo pesado se concentra en la cosecha, época en la cual se requiere un alto porcentaje de mano de obra, especialmente cuando se produce polen y jalea real, lo cual sucede en muy pocas ocasiones ya que ésta actividad se está desarrollando como complemento de la actividad apícola principal, y en La Pampa estos productos, representan cantidades mínimas en relación a la miel.

4. Mercados apícolas. Canales de comercialización

4.1. Mercado interno. Consumo Nacional

La Argentina constituye uno de los principales países productores del mundo, pero el consumo interno es bajo, aproximadamente 300 Gr por habitante y por

²¹ La naturaleza de la actividad indicaría que una gran proporción de los productores pampeanos la asume como complementaria, y al no requerir una dedicación total, para el caso de productores pequeños y medianos, muchos poseen otras actividades que les permiten obtener ingresos adicionales que posteriormente pueden invertir en la apicultura. Pero a la vez, esto se reflejaría en una significativa presencia de colmenares que se encuentran por debajo de la unidad económica, y que se desarrolle en un porcentaje considerable dentro de la economía informal. Según el Ministerio de la Producción el 59,25% de la producción apícola pampeana la producen los productores part-time con menos de 300 colmenas. Además, cerca del 80% de los apicultores tendría hasta 300 colmenas, lo que indicaría que se encuentran por debajo de la unidad económica.

año²². Sin embargo, paulatinamente es posible apreciar un cambio debido a la tendencia de consumir alimentos naturales sin componentes químicos. En opinión de Nimo “el mercado interno ha estado desatendido debido a que la producción siempre estuvo orientada a la exportación, [hubo] falta de promoción y publicidad de los productos apícolas. Actualmente existen varias empresas agroindustriales que destinan gran parte de su producción al consumo interno, además muchos apicultores compiten con ellas vendiendo sus productos ya sea directamente al consumidor o a establecimientos comerciales. [...] En el país no existe una tradición en el consumo de miel” (1994: 1).

La producción estimada que se destina al consumo interno se encuentra entre 3.000 y 7.000 Tn anuales, cantidad muy escasa comparada con el nivel de producción del país que ronda las 60.000 Tn. No existe ninguna forma de tipificación de la miel, impidiéndose en cierta medida, dar valor agregado y obtener un beneficio por poseer un producto de calidad superior²³.

En lo que respecta a las preferencias del consumidor -interno o externo-, la miel de mesa color claro tiene, en general, más aceptación que la oscura y también se prefiere la miel líquida a la cremosa y cristalizada. La miel es un alimento muy importante para el consumo humano ya que renueva tejidos, da energía y tiende a

²² Téngase presente, a los fines comparativos, otros países consumidores, por ejemplo Austria y Japón (2 Kg per cápita) o Estados Unidos y Alemania que ronda el Kg per capita. Los expertos identifican como principales causas del bajo consumo, entre otras, el desconocimiento por parte de los consumidores de las propiedades, usos y beneficios de la miel y de los subproductos, y la inexistencia de acciones de promoción y difusión sobre estos productos.

²³ Una información llamativa: la Argentina es importadora de miel, por ejemplo, en 1996 ingresaron 53 Tn de mieles monofloras como naranja y acacia para su utilización en productos cosméticos por parte de empresas multinacionales. Consultadas dichas firmas respecto al por qué de importar miel, respondieron que a pesar de haber contactado a tradicionales firmas comercializadoras, ninguna de ellas podía suministrar un análisis que demostrara el origen botánico y las características de calidad requeridas. Entendemos que es lamentable desperdiciar este nicho de mercado, que incluso paga precios superiores a los 4,50 US\$/Kg (Cfr. Campo & Abejas, 1997: 11).

la conservación de la salud. Contiene vitaminas, minerales, proteínas, lípidos y azúcares naturales. Como alimento natural no es sometido a transformaciones, modificaciones, purificaciones o mejoras, ni a peligrosas manipulaciones industriales.

4.2. Mercado externo

Los tres países exportadores más importantes -China, México y Argentina-, en conjunto, suministraron en 1990 el 14% del total de la producción mundial, y al primero de ellos le correspondió el 50% (**CUADRO N° 4**). China está como primer proveedor en el período considerado. La calidad de su miel ha mejorado considerablemente y sus principales mercados son Japón, Alemania y Estados Unidos.

CUADRO N° 4 : Principales Países Exportadores de Miel (en Toneladas)

PAIS	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
China	88.150	69.958	82.956	96.538	102.285	86.991	83.462	88.217
Argentina	39.684	47.306	55.165	55.000	62.437	63.511	53.559	70.363
México	43.767	50.089	36.093	34.950	30.167	25.640	27.448	22.681
Alemania	13.041	11.260	12.259	13.805	13.626	14.000	14.500	14.650
Canadá	7.770	10.259	11.137	8.353	8.431	12.000	9.520	11.250
Mundo	293.903	273.978	295.881	284.445	294.820	299.218	335.213	352.161
TOTAL	488.305	464.841	495.483	495.084	513.760	506.306	523.702	559.322

Fuente: Ecolatina, en base a datos del Promex. Para 1996/1997 datos USA.

La Argentina de ser tercer exportador mundial durante 1990-1991, pasó al segundo lugar para el resto del período, desplazando a México, que en los años 70

había ocupado el primer sitio entre los países exportadores, y durante la mayor parte de la década siguiente se había ubicado después de China²⁴.

La miel argentina reúne las características que la hacen adecuada a la demanda de los principales países importadores, con lo cual ocupa un lugar importante en el contexto apícola mundial. Su color varía de blanco a extra ámbar claro y se caracteriza por su aroma suave, y se la reconoce por su buena calidad, procedentes en gran parte de trébol blanco, alfalfa y cardo. Las exportaciones del país muestran un paulatino crecimiento durante el período (**CUADRO N° 5**).

CUADRO N° 5 : Exportaciones Argentinas de Miel (1990-1997)

EXPORTACIONES	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Exportación (en Tn)	39.684	47.306	55.165	55.000	62.436	63.512	53.559	70.363
Exportación (en miles de dólares) (FOB)	30.791	42.923	51.569	50.157	53.783	70.456	90.646	104.178

Fuente: Elaboración propia en base a datos: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca., Dirección Nacional de Mercados Agroalimentarios, Área de Productos No Tradicionales. Programa de Miel 2000. Información obtenida de www.siiap.sagyp.meccon.ar/aliment/miel/estadisticas, consulta 12/07/1999.

El principal destino de las mieles argentinas (**CUADRO N° 6**), en el período 1990-1995 fue Alemania, siendo reemplazada por los Estados Unidos en los dos años siguientes²⁵, que venía incrementando su participación. Otros destinos importantes son Italia, Japón, Reino Unido, y Brasil.

²⁴ Al explicar esta situación, seguramente ha influido la presencia de la abeja africana y de la enfermedad llamada varroa, en su principal zona de producción de miel -Yucatán-, que redujo notablemente las exportaciones de México.

²⁵ Una modificación que impactó favorablemente a las ventas externas argentinas fue la cuotificación que Estados Unidos impuso a la compra de miel a China.

CUADRO N° 6: Principales Exportaciones Argentinas de Miel (miles de dólares)

DESTINO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Estados Unidos	5.315	8.792	12.956	14.923	14.835	14.657	51.945	69.617
R.Fed. Alemana	10.137	19.792	19.397	17.990	20.498	28.812	20.511	13.660
Italia	4.240	5.352	5.954	3.796	4.221	6.776	4.850	7.400
Reino Unido	1.563	1.552	1.937	2.260	2.378	4.655	1.854	3.158
Japón	4.226	1.794	1.408	2.323	1.539	1.883	2.242	2.356
Brasil	2.130	1.448	488	1.158	1.109	2.459	1.725	1.428

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Programa de Miel 2000 - Dirección de Mercados Agroalimentarios, Área de Productos No Tradicionales. Información obtenida de www.siiap.sagyp.mecon.ar/aliment/miel/estadisticas, consulta 12/07/1999.

No solamente la Argentina ha registrado un récord de exportación de miel durante 1997 sino que la Provincia de La Pampa alcanzó el valor más alto en tonelaje exportable de su historia, con más de 7.000 Tn y un ingreso de divisas del orden de los 11 millones de dólares, con un crecimiento medio de más de un 20% por año (**CUADRO N° 7**).

En cuanto a los destinos de la producción provincial, siguen la tendencia nacional, en los primeros años hacia Alemania, y luego la presencia de Estados Unidos es mayor aunque también existen destinos menores.

4.3. Comercialización y distribución de productos

La miel es producida con destino a exportación. Existen dos formas elementales para su comercialización: 1) A *granel*: en tambores de 330 Kg de peso aproximadamente, con destino al mercado interno o a exportación, en la generalidad de los casos, con costo a cargo del productor, quién remite a acopiadores,

consignatarios, fraccionadores o exportadores para que éstos posteriormente coloquen el producto en los distintos mercados, siendo poco frecuente que exporte **directamente**; **2) Fraccionada**: en envases identificados en forma individual de entre 300 Gr y 1 Kg de miel, por el propio productor o fraccionadores -aquellos que adquieren el producto a granel para su posterior envasado y venta-. A nivel local o regional, el apicultor enfrenta la competencia de la industria y de otros apicultores, por lo cual la proporción del mercado a abastecer es baja.

CUADRO N° 7: Exportaciones de la Provincia de La Pampa de miel (1992-1997)

26

AÑOS	MILLONES DE DÓLARES	VARIACIÓN (%)
1992	3.50	--
1993	5.00	43,00
1994	6.50	30,00
1995	7.20	10,80
1996	8.40	16,70
1997	11.20	33,30
1998	11.70	4,50

Fuente: Ministerio de la Producción de la Provincia de La Pampa. Informe Comercio Exterior (1998-1999).

En Argentina, el 98% del total exportado es a granel, sin ningún tipo de diferenciación o agregado de valor que pueda aumentar su precio. Sólo el 2% se

²⁶ No hemos podido obtener datos para los años 1990-1991.

vende como miel fraccionada, forma que comenzó a utilizarse en 1991²⁷. Este comportamiento se ve favorecido por los factores externos y los altos costos internos de fraccionamiento y envasado. A modo de ejemplo, los costos de fraccionamiento y envase representan el 36% del total, por lo cual, Argentina -con la tecnología disponible- aún no puede competir en ese segmento del mercado mundial. Los países importadores, compran mayoritariamente miel a granel que luego procesan, envasan y destinan tanto al mercado interno como a la reexportación, reproduciendo para esta actividad más reciente, el modelo del intercambio desigual en el comercio internacional, con que se caracterizara a la relación entre los productos primarios -alimentos y materias primas- y los productos industriales.

Con respecto a la miel fraccionada, el principal destinatario es Brasil, aunque en 1994 presentó barreras paraarancelarias a la entrada, aduciendo la existencia de loque americana, razón por la cual algunos envíos fueron devueltos. Esta enfermedad también está presente en ese país, aunque no se ha comprobado en forma fehaciente²⁸.

Tanto para la comercialización a granel o fraccionada, hay que cumplir con requisitos fundamentales de calidad y con las respectivas habilitaciones, municipales, provinciales, nacionales y de los organismos de control higiénico-sanitarios y bromatológicos.

Los países compradores han impuesto normas específicas relacionadas a la sanidad e higiene, tanto del producto que importan como del establecimiento que lo realiza. El cumplimiento de estos aspectos es evidentemente uno de los principales

²⁷ Las principales empresas exportadoras en el año 1997 son la Asociación de Cooperativas Argentinas (18%), Honeymax (15%), Bergerco (12%), Compañía Europeo Americana (11%), Radix (6%), Mielar (6%), Times (5%), Olega (5%), que concentran cerca del 80% del total de miel exportada (Cfr. La Arena del Campo, 24-10-1998: XIII).

²⁸ La loque americana es una grave enfermedad, que ha llevado a la implementación de planes sanitarios, con el objetivo de erradicarla, como el Plan Nacional del Centro del país, contemplado dentro del Programa Miel Bonaerense. Más recientemente, la presencia de nitrofuranos ha complicado las exportaciones argentinas.

requisitos para posicionarse debidamente en el sector de miel fraccionada y diferenciada. La miel argentina en su mayor parte de color ámbar extra claro, alcanza precios más altos que la miel de México²⁹, que en una gran proporción es ámbar claro, y la de China que es de diversos colores.

“Los precios internacionales están influidos por diferentes factores: las condiciones de producción y demanda de los países exportadores e importadores, la calidad y tipo de miel ofrecida, la existencia de productos sustitutos y sus precios en el mercado, el país de destino y las políticas vigentes, [y] la situación política y económica internacional” (Nimo, 1994: 7). No necesariamente se forman como resultado de la combinación de oferta y demanda, sino que la situación política y económica internacional ha influido significativamente en el mercado mundial de la miel, debido principalmente al proceso de globalización³⁰. El precio histórico es de \$/US\$/Kg 0,70 y/o \$/US\$/Kg 0,80 e incluso en la temporada 1995/96 llegó a pagarse \$/US\$ 2,40; con el transcurso de los meses los precios fueron bajando y en la temporada -1996/1997- oscilaron entre \$/US\$/Kg 1,40 y \$/US\$/Kg 1,60, lo que sigue siendo un valor muy bueno. Así, mientras se mantenga esa situación, el productor argentino podrá beneficiarse por algún tiempo de elevados precios; pero es importante que el país diseñe una estrategia a largo plazo que le permita obtener un lugar significativo como proveedor del mercado internacional, con una miel tipificada, de excelente calidad, y con un alto valor agregado para mantener la rentabilidad, más allá de las condiciones coyunturales³¹.

El diferencial de precio obtenido por la miel envasada y diferenciada

²⁹ Sin embargo, hay que considerar que el valor de la miel no está determinado únicamente por su origen botánico, color, aroma o sabor, sino fundamentalmente por su grado de pureza y presentación.

³⁰ La falta de divisas ha obligado a algunos países exportadores a comercializar miel o a acordar contratos de canje por insumos, principalmente durante los años 80.

³¹ Por ejemplo, los precios de 1997 disminuyeron notablemente debido al incremento de la oferta mundial de miel y a que los principales países productores mejoran en una enorme cuantía sus cosechas.

especificando a qué flora corresponde es muy significativo, en comparación a la de granel, lo cual debería actuar prontamente como un estímulo para virar la comercialización hacia este tipo de exportaciones.

4.4. Canales de comercialización

Los canales de comercialización son variados y dependen en gran medida de los volúmenes que deban ser vendidos. Podemos mencionar dos sistemas: los locales y los regionales o nacionales. El primero involucra a los productores que tienen bajos volúmenes de producción y comercialización, que realizan ellos mismos el fraccionado y envasado en forma precaria, sin tener en cuenta especificaciones y reglamentaciones. Estos productores que poseen una cantidad relativamente pequeña para la comercialización, suelen ubicarla con mejores precios en el menudeo en centros urbanos, ya sea en almacenes o directamente al público. Con respecto a los sistemas regionales o nacionales, se amplía el límite de comercialización surgiendo nuevos agentes intermediarios y empresas fraccionadoras.

A través de distintos canales de comercialización, el productor puede obtener mayores o menores precios, que le permitirán pagar los gastos de producción e ir amortizando la inversión. De ahí la importancia de su estudio y de buscar alternativas de colocación. Los principales canales de comercialización de la miel en Argentina son: 1- *Venta a través de acopiadores*: es el canal más utilizado ya que entre el 50% y el 65% de la producción se acopia para su posterior comercialización en el mercado interno e internacional; 2- *Venta directa en el mercado interno*: el productor realiza la coordinación de la cadena llegando al consumidor. Es el caso de los productores medianos del país que producen miel, la fraccionan, y luego la venden a supermercados, comercios tradicionales, casas de productos dietéticos y naturistas. Entre el 15% y el 18% de la producción nacional se comercializa por este sistema; 3- *Venta directa a exportadores*: en general es la modalidad utilizada por los productores de grandes volúmenes quienes de esta manera evitan al acopiador;

4- *Venta directa al público a través de un servicio de fraccionamiento*: la efectúan aquellos que no poseen el capital necesario para realizar una inversión en una fraccionadora con capital propio. Es el mecanismo utilizado por pequeños y algunos medianos productores. Necesitan disponer de un local de venta al público; y 5- *Venta directa al mercado externo*: son grandes productores los que incursionan en este canal de comercialización. No se utiliza a los exportadores, quien produce y fracciona la miel, también se encarga de la exportación (Cfr. Folmer, 1997: 24).

En la Provincia de La Pampa, una de las mayores dificultades con que tropieza el sector, es la imposibilidad de manejar la comercialización de la producción. Existe en el territorio provincial una oferta muy atomizada que se dirige a exportadores que se encuentran vinculados al comercio exterior. Por ejemplo, la Cooperativa de Doblás acopia el 70% de la miel destinada a exportaciones, pero no exporta directamente durante el período estudiado, sino que lo hace la Asociación de Cooperativas Argentinas. La comercialización se realiza a través de acopiadores que, en general, trabajan con un único exportador. Toda la miel que el productor vende tiene el mismo precio, no existiendo diferencia por calidad.

Resulta necesario trabajar en este aspecto, para que la comercialización se pueda agrupar en mayores volúmenes y de esta forma obtener mejores precios, inclusive sin depender de intermediarios, tratando de que sean los propios productores o su organización, quien realice la operación directa de venta.

El productor local, generalmente con una unidad productiva pequeña (entre 200 y 300 colmenas), no conforma una oferta comercial fuerte y debe caer en manos de los intermediarios o exportadores que son los que realizan el negocio, a pesar de que existen firmas exportadoras grandes como la mencionada Asociación de Cooperativas Argentinas, Honey Max, Bergerco, Conagra y la Europeo Americana, que en conjunto absorben el 70% de la producción nacional. Aquí radica uno de los puntos a donde dirigir la acción: es necesario organizar la oferta para permitir el acopio y retener la producción hasta que el volumen almacenado permita acce-

der a cupos exportables o mejorar sustancialmente el precio de la comercialización, que fluctúa principalmente en función de la oferta dispersa a pesar de la firme demanda externa.

La falta de agrupación de los apicultores les ha dificultado la comercialización de volúmenes mayores de miel, a precios similares a los de otras Provincias, quizás con menos potencial que La Pampa. Por ello, una de las alternativas más cercanas a las necesidades de los pequeños productores es la formación de consorcios o cooperativas, que en la Provincia están representados por importantes emprendimientos, como los que se vienen desarrollando en Doblas, Consorcio Valle Argentino, Jacinto Arauz, Rolón y la Cooperativa Apícola de Toay. Al tener mayor presencia en el mercado, se logran mejores precios³², y si con el tiempo se pueden obviar algunos pasos en la comercialización, como por ejemplo exportar en forma directa, la rentabilidad del negocio aumenta.

CONCLUSIONES

Del análisis del mercado mundial, surge claramente la tendencia positiva constante a través de los años en cuanto a la producción, comercialización y consumo del principal producto de origen apícola: la miel, fundamentalmente por el mejoramiento del nivel de vida en algunos países y un mayor uso industrial, pero además porque tanto la Unión Europea y los Estados Unidos están dejando de subsidiar a la apicultura, con lo cual la oferta mundial comenzó a reducirse y en la Argentina y la Provincia de La Pampa a expandirse.

El potencial del mercado apícola pampeano es inmenso. Del análisis del

³² Durante el primer trimestre de 1997 algunos productores locales exportaron miel a granel a Chile y Brasil, a un valor de U\$S/Kg 1,40 y U\$S/Kg 1,55, cuando durante el resto del año la demanda mundial llegó apenas a U\$S/Kg 1,24, pero teniendo en cuenta las sequías que se pronostican, la escasa miel en acopio será utilizable en parte para el alimento de las colmenas, y por tanto, muy pocos productores locales podrán especular si el precio comienza a crecer por una caída de la oferta mundial.

proceso productivo se puede inferir que la actividad se caracteriza por una escasa o nula participación directa del recurso tierra; por una disponibilidad de capital media para ejecutar las inversiones e instalaciones y baja para solventar los costos operativos anuales, mientras que el requerimiento del factor trabajo es medio, con cierta estacionalidad en la época estival, que cuenta además con mercado asegurado, ideal para emprendimientos asociativos y desarrollo a nivel de microempresa.

En la Provincia de La Pampa se aplica el sistema de apicultura extensiva; una gran cantidad de apiarios pertenecen a productores de la Provincia de Buenos Aires y Córdoba, que transfieren sus excedentes hacia los lugares de origen, con los perjuicios en términos económicos y fiscales para La Pampa. La producción continúa en franca expansión pero en forma desarticulada a raíz de la introducción de estos colmenares foráneos y las fluctuaciones que presentan los precios en el mercado internacional.

Algunas medidas deberían tomarse rápidamente: controlar la trashumancia, mejorar la sanidad mediante un plan nacional e imponer normas más estrictas para exportar, mejorar las técnicas de producción, para que el aumento en la producción no se deba a la existencia de un mayor número de colmenas. En igual sentido, debe solucionarse el problema de la comercialización. Además, cabe advertir sobre la irrupción de grandes inversores en la actividad apícola que seguramente terminarán desalojando de los campos provinciales a los pequeños tenedores de colmenas si no se actúa prontamente. Resulta factible la incorporación de la actividad apícola en un esquema de crecimiento a mediano y largo plazo, generando las condiciones necesarias para optimizar el uso de la mano de obra familiar excedente y una relativa capacidad de capital, para financiar las inversiones necesarias que permitan aumentar la escala de producción.

Como reflexión final: es cierto que la actividad apícola ha mejorado la posición de la economía provincial. La Pampa crece a partir de sus vínculos con una economía abierta, pero no se desarrolla, en la medida en que esta expansión está

orientada hacia una rama de producción dependiente del mercado externo, sin que ello presuponga un proceso de diversificación productiva y/o desarrollo industrial. Continúa por tanto con una inserción histórica, encadenada a la suerte de las producciones primarias.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ARGENTINA (1988). *Censo Nacional Agropecuario*. Buenos Aires: INDEC.
- BELTRAN, Renato y Raúl STEFANAZZI (1999a). “Tipos de productores de miel en La Pampa”, en *Suplemento El Campo*, Diario La Arena, Santa Rosa, 20 de marzo.
- BELTRAN, Renato y Raúl STEFANAZZI (1999b). “Capacitación, tecnología y rendimientos en la apicultura”, en *Suplemento El Campo*, Diario La Arena, Santa Rosa, 3 de abril.
- CAMPO & ABEJAS (1997). Año 1, N° 1. Buenos Aires.
- DIARIO LA ARENA. *Suplemento Apicultura Regional*: varios ejemplares, octubre 1998-diciembre 1999. Santa Rosa: La Arena.
- DIARIO LA ARENA. *Suplemento El Campo*: Varios ejemplares, octubre 1998-diciembre 1999. Santa Rosa: La Arena.
- DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (1995). *Registro Provincial de Producción Agropecuaria*. Santa Rosa: Gobierno de la Provincia de La Pampa, Edición N° 5.
- ECOLATINA (1996). *Miel. Análisis de su comercialización y aspectos relevantes del mercado*. Buenos Aires: Latin Eco S.A..
- FOLMER, Oscar D. (1997). *Investigación y desarrollo de un programa apícola provincial*. Santa Rosa, La Pampa – Consejo Federal de Inversiones: Informe Final.
- MARTINEZ, A. y S. CLOQUELL (1983). *Diagnóstico de las limitaciones al aumento de la productividad en el sur santafesino*. Rosario: Convenio INTA-MAG-UNR.
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN DEL GOBIERNO DE LA PAMPA (1999). *Producir y Crecer*. Santa Rosa: Año 1, N° 1, Gobierno de La Pampa, marzo.
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN DEL GOBIERNO DE LA PAMPA (1998). “Comercio Exterior de La Pampa”, Informe de Comercio Exterior, Santa Rosa.
- NIMO, Mercedes (1994). “Productos Apícolas, producción, industrialización, y venta”, Buenos Aires, Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2ª. Edición.
- SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTACION (1997). *Base de datos electrónica* (en Internet). Buenos Aires: SAGPyA.
- STEFANAZZI, Raúl B. (1995). *Ocupación del espacio en la apicultura argentina*. Santa Rosa: Documento Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de La Pampa.
- SOLA, Felipe (1991). “Los tipos de empresas agropecuarias”, en BARSKY, Osvaldo (editor) (1991). *El desarrollo agropecuario pampeano*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoameri-

cano, p. 455-492.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (1999): *Honey Final Estimates 1993-1997*. NASS, USDA, Statistical Bulletin Number 956, february.

VUEGEN, Carlos Alberto y Héctor Raúl TRICCO (1994). *Análisis de mercado y factibilidad económica de la actividad apícola* (Serie B N° 1). Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Proyecto Diversificación Productiva.