

Comercialización apícola: cambios y tendencias

■
A partir de la crisis de los nitrofuranos, los laboratorios comenzaron a desempeñar un rol fundamental dentro de la cadena comercial de la miel.

■
Las nuevas exigencias aceleraron la implementación de sistemas de trazabilidad para la producción y la reducción de la informalidad.

■
Desde mediados de 2005 se planteó un proyecto interinstitucional tendiente a desarrollar canales de comercialización en la región norpatagónica.

En los últimos cinco años, la actividad apícola ha atravesado importantes cambios que modificaron la situación de todos los actores frente a la comercialización. Como en toda *commodity*, la variable crítica es el precio y son muchos los factores que influyen en su determinación. En este período los productores han recibido precios superiores a dos dólares, y también algunos, por debajo del denominado “precio histórico de la miel”, con el que muchos no alcanzaban a cubrir siquiera sus costos. En definitiva, el mercado ha sido muy volátil en estos años, y es importante conocer tanto los cambios y tendencias como las fortalezas y debilidades de cada actor.

El propósito de este estudio es exponer los cambios en la cadena comercial apícola para entender el rol que actualmente juega cada uno de sus actores y las posibilidades de mejorar los márgenes en cada caso. En la segunda parte de la nota se exploran algunas alternativas comerciales bajo estudio.

La situación del mercado de productos apícolas ha sido muy volátil en los últimos años, fundamentalmente en lo que se refiere al precio de exportación de la miel.

Cambios en la comercialización apícola

Existe un consenso generalizado sobre el punto de inflexión que significó la denominada crisis de los nitrofuranos en la actividad apícola, especialmente en la comercialización. Más allá de las implicancias técnicas sobre la contaminación, se puede identificar a este quiebre como una “crisis de confianza”.

La cadena tradicional de comercialización involucraba generalmente a un acopiador que se abastecía de muchos productores. El acopiador conocía el historial productivo del apicultor, su forma de manejo y sus necesidades económico-financieras, por lo cual generalmente se adelantaban insumos a pagar con la miel del productor una vez finalizada la cosecha. Con la miel acopiada, los acopiadores podían realizar diferentes negocios con fraccionadores, uno o más exportadores, o incluso incursionar en la exportación directa.

Los nuevos actores: los laboratorios

Cuando se produce el incidente de contaminación por nitrofuranos, la confianza del acopiador en el productor (y del exportador en el acopiador) necesita ser avalada formalmente, para

reducir el riesgo de operaciones con miel contaminada. Es así como aparecen los laboratorios en el escenario apícola.

En realidad, la vinculación de los laboratorios con el sector apícola existía desde mucho antes de la crisis de los nitrofuranos. El cambio importante que se dio con este evento fue la disposición por parte de SENASA de la obligatoriedad de realización de determinados tipos de análisis, principalmente de residuos. Adicionalmente, los laboratorios habilitados inicialmente fueron escasos (lo siguen siendo), y los análisis tienen elevados costos.

La actuación de los laboratorios se acentuó a partir de la disposición del SENASA de realizar obligatoriamente determinados tipos de análisis.

Independientemente de la modalidad que utilizara el acopiador o exportador para realizar los análisis a los tambores de los productores, por lo general el costo final terminaba trasladándose hacia el productor. Por otro lado, si el productor quisiera podría realizar los análisis por su cuenta. Como el exportador no confía plenamente en sus resultados, realiza una evaluación propia. Por lo tanto, muchas veces los análisis se realizaban por duplicado. Finalmente, ha habido casos de diferentes resultados según el laboratorio, lo que genera un alto grado de incertidumbre.

Cambio del rol del acopiador

Los nuevos requerimientos para comercializar tuvieron un singular impacto en la estrategia de los exportadores y en el rol de los acopiadores. Se mencionó en párrafos superiores que una variable clave en el negocio de las commodities es el precio. La otra variable es el volumen. En este sentido, las empresas exportadoras deben asegurarse un flujo continuo de abastecimiento para reducir el riesgo de no poder afrontar los compromisos con sus compradores por falta de mercadería para enviar.

Los exportadores, entonces, necesitaban "llegar" hasta los productores, dado que la mayoría se encuentran concentrados en la zona de Capital Federal. A su vez, los acopiadores necesitaban reducir el riesgo de sus operaciones. Se observó en el mercado, entonces, que los acopiadores cambiaron su rol, convirtiéndose en "agentes de compra" o "comisionistas" de los exportadores.

Es común ver cómo cada acopiador "compra para" algún determinado exportador. Con esto el exportador se asegura algún grado de conocimiento sobre el historial del productor, vía el acopiador. Respecto al rol anterior, este nuevo perfil disminuye el riesgo asociado a las operaciones comerciales, aunque seguramente también disminuye sus potenciales ingresos en relación a los negocios que podía realizar anteriormente.

La trazabilidad

Una consecuencia directa de estos cambios fue la implementación de manera más acelerada de los sistemas y requerimientos de trazabilidad para la producción. Tanto la inscripción de los productores apícolas en el RENAPA como la inscripción y habilitación de salas de extracción redujeron significativamente las operaciones informales.

Si bien todavía queda mucho camino por recorrer, este hecho le dio un perfil más profesional a una actividad en la que no hace muchos años menos de un cuarto de las operaciones de los productores primarios con algún agente estaban registradas. Por otro lado, sirvió para profundizar la concientización acerca de dos cuestiones fundamentales: la miel es un alimento y la explotación apícola es una empresa.

Tanto la inscripción de los productores apícolas en el RENAPA como la inscripción y habilitación de salas de extracción redujeron significativamente las operaciones informales.

Situación comercial actual

Luego de analizar los cambios sucedidos, conviene enfocar la situación actual de comercialización. En primer lugar, uno de los principales problemas para el productor es la dificultad para tener un rol activo en la comercialización. Esto significa poder defender su producto. Es decir, aunque se comercialice a granel en tambores, habría acciones que el productor podría hacer para lograr este fin, por ejemplo:

- ✓ realizar sus propios análisis de residuos
- ✓ realizar sus propios análisis físico-químicos
- ✓ diferenciar el producto a través de parámetros como el color o el origen botánico.

En definitiva, sería una comercialización orientada desde el productor, donde éste último tiene la miel con diferentes parámetros y calidades, y los compradores eligen de acuerdo a ello y pagan según el precio de mercado más un adicional. La cuestión fundamental radica en el escaso o nulo precio adicional que se obtiene en el momento de la venta del producto a los grandes operadores.

Sin embargo, hay indicios de que la diferenciación se realiza, pero lejos de la etapa productiva. De hecho, algunos exportadores han invertido en laboratorios intra-depósito con este objetivo. Por otro lado, en las estadísticas de compra de los países importadores se observan diferentes precios según el origen geográfico y según los parámetros de diferenciación mencionados.

La segunda característica de la situación comercial actual es la ausencia de contratos de comercialización fronteras adentro, aunque sí los haya entre exportador e importador. Cuando existe una comercialización basada en contratos se establecen dos factores fundamentales: previsibilidad y seriedad. Para que estos factores tengan peso hacen falta otras instituciones además de los principales involucrados (productor-exportador):

- ✓ agente que certifique la calidad del producto
- ✓ agente que haga cumplir el contrato

Con un contrato el precio queda establecido a futuro. Por lo tanto, si al momento de hacer efectiva la entrega del producto, el precio supera al del contrato, el productor se verá tentado a no cumplirlo, mientras que si el precio es menor, quien se verá tentado a no efectivizar la compra es su cliente. Por eso se necesita una institución que haga cumplir el contrato, es decir, penalice el incumplimiento. Muchos productores son reacios a esta forma de comercialización por los compromisos que genera y porque pueden perder beneficios potenciales de vender a precios más altos. Pero por otro lado, los contratos eliminan la posibilidad de obtener un precio más bajo al momento de la cosecha.

La situación comercial actual se caracteriza por la ausencia de contratos de comercialización fronteras adentro, aunque sí los haya entre exportador e importador.

Proyecto “Integración de la cadena productiva de la miel en la región sudoeste de la Provincia de Buenos Aires”

A partir de este diagnóstico de comercialización, y complementado con la importancia de la actividad apícola en la región, su crecimiento y su impacto social, algunas instituciones han sumado esfuerzos en pos de encontrar nuevas alternativas para los actores regionales. El fundamento de nuevas alternativas se basa en las siguientes necesidades:

- ✓ Necesidad de los exportadores de asegurar cantidad y calidad de productos para acceder a mercados internacionales.

- ✓ Necesidad de avanzar en la cadena de comercialización para acrecentar la rentabilidad de la actividad.
- ✓ Necesidad de desarrollar canales comerciales alternativos con predominio de actores regionales para incrementar el impacto regional.
- ✓ Necesidad de coordinar acciones a nivel regional para fortalecer la competitividad de las empresas regionales .

Desde mediados de 2005 se planteó entonces un proyecto inter-institucional que tiene por objetivo desarrollar canales de comercialización de la miel en la región de la Norpatagonia Argentina, en el que puedan participar las empresas y entidades regionales ligadas a la actividad, a partir del cual se pueda exportar a través del Puerto de Bahía Blanca, mieles de calidad diferenciada y respaldada por una marca regional.

A largo plazo, el proyecto busca desarrollar el mercado regional de la miel, a partir del cual puedan fijarse cotizaciones de referencia que permiten orientar las decisiones de compra y de venta de los actores intervinientes en la cadena de comercialización, realizándose las operaciones en un marco institucional que asegure reglas claras y transparentes en la comercialización del producto, con la intervención de un tribunal arbitral que garantice la exigibilidad de los compromisos asumidos en las operaciones de compraventa del producto y la intervención de entidades que apunten a la certificación de la calidad de los productos transados, y cuyo dictamen sea de reconocimiento internacional.

La esencia del proyecto es desarrollar regionalmente la cadena de valor de la miel; incentivando la participación de los productores de la zona con precios estables y que supongan una razonable mejora en relación a los fluctuantes precios del mercado doméstico, limitando la incertidumbre en la comercialización y aportándoles un horizonte de estabilidad económica y financiera que les permita proyectar inversiones destinadas a expandir la escala y/o la calidad de los procesos productivos.

Para participar del esquema, deberán observar el requisito del seguimiento de un protocolo de prácticas de producción, acordado con los exportadores y la certificación de calidad del producto con la intervención de una entidad que cuente con reconocimiento en mercados externos, así como el cumplimiento de un programa de entregas del producto bajo las condiciones acordadas. El propósito de estas pautas contractuales consiste en limitar el riesgo de provisión del producto para los exportadores y de cobro por la venta para los productores.

La articulación de los eslabones entre productores y exportadores se realizaría a través de la participación de los Municipios y Cámaras de la Región, aglutinadas en el Foro de Entidades Económicas Regionales (FEER).

El esquema se desarrollaría a partir de la asociación voluntaria entre exportadores regionales y grupos de productores regionales. Estos últimos previamente deberían conformar libremente núcleos o agrupamiento de proveedores. En forma paralela, las instituciones que promueven el proyecto –fundamentalmente el FEER y el CREEBBA, a las que se suman otras, todas de carácter regional– propondrían un marco contractual general. Este marco se pondría a consideración de los representantes de productores y exportadores para facilitar la integración de la o las cadenas productivas.

El marco contractual contemplará los lineamientos y requisitos antes descriptos, proponiendo un esquema de coberturas de los principales riesgos –de producción, de provisión, logísticas, comerciales y financieros– que puedan representar impedimentos al estricto cumplimiento del plan acordado para la producción y comercialización de la miel.

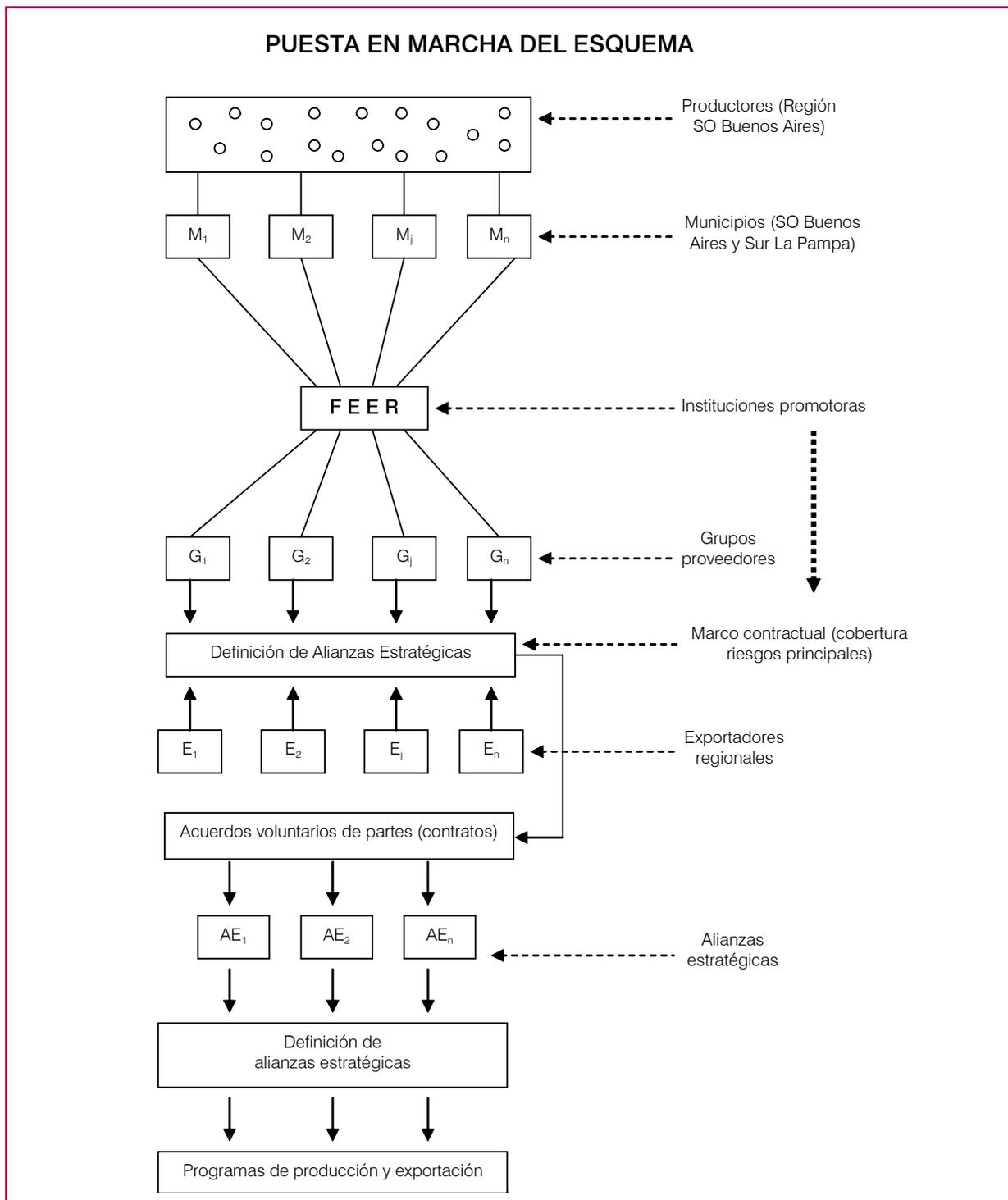
Los resultados esperados se resumen en los siguientes conceptos:

La articulación de los eslabones entre productores y exportadores se realizaría a través de la participación de los Municipios y Cámaras de la Región, aglutinadas en el Foro de Entidades Económicas Regionales.

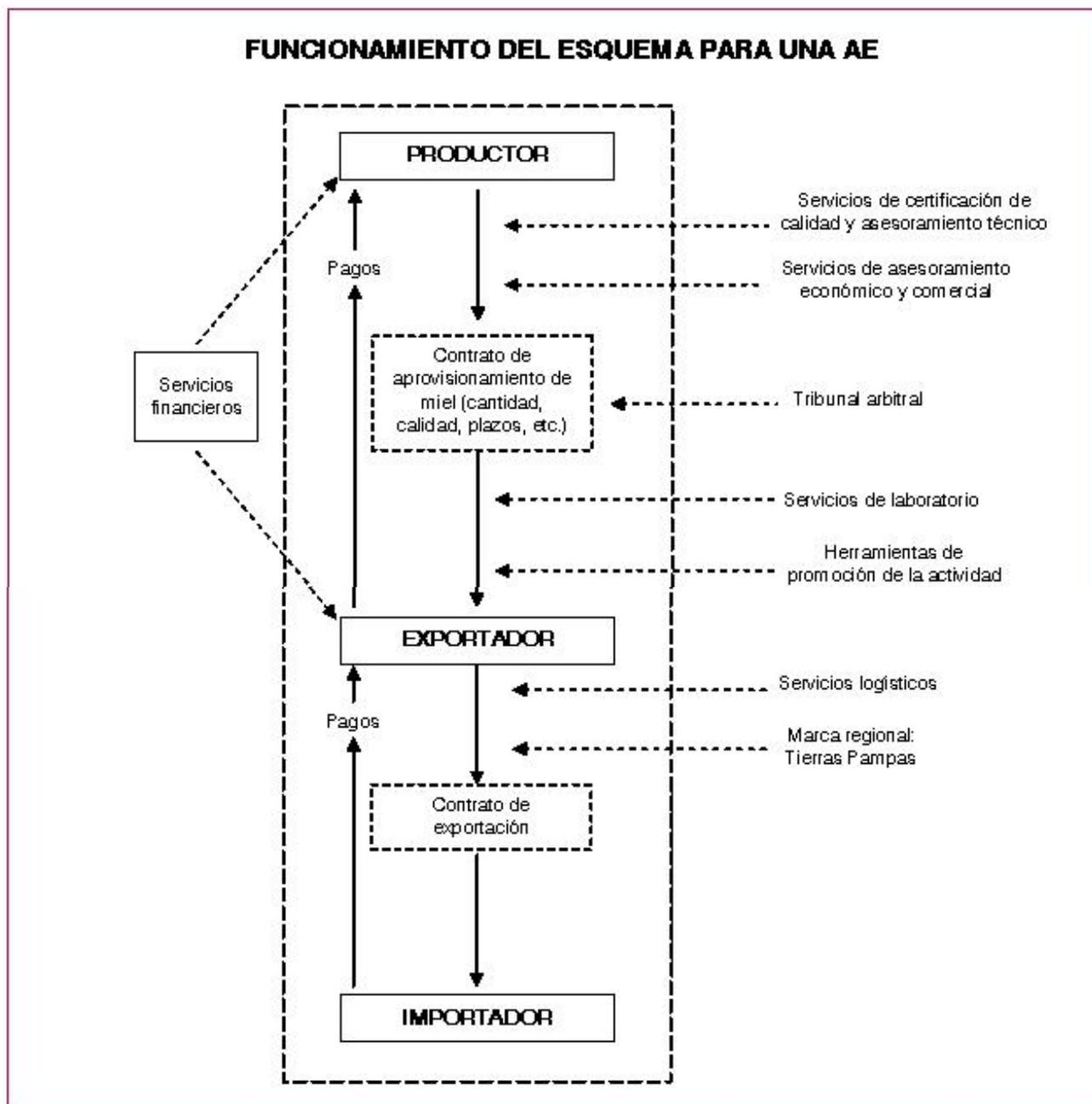
- ✓ Previsibilidad
- ✓ Eficiencia
- ✓ Continuidad
- ✓ Creación de valor

A continuación se pueden observar dos esquemas que resumen el funcionamiento del proyecto. El Esquema 1 expone la implementación general del proyecto, mientras que el Esquema 2 identifica los posibles eslabones una vez que el programa entre en funcionamiento, y en función de ellos, los actores regionales que podrían participar del esquema.

Esquema 1



Esquema 2



Comentarios finales

La importancia de la actividad apícola en la región amerita buscar soluciones a las dificultades que encuentran todos los actores al enfrentar un escenario comercial sustancialmente diferente al dominante hace unos años. El trabajo interinstitucional en pos del proyecto mencionado busca justamente mejorar la posición de los actores regionales, agregando valor a la producción.

Teniendo en cuenta que el objetivo final se podrá alcanzar en el largo plazo y atravesando diferentes y sucesivas etapas, el primer paso es comenzar a incursionar en el terreno de la comercialización mediante contratos. Este primer paso, aunque sencillo conceptualmente, es difícil de llevar a la práctica. Las instituciones están avanzando a paso lento pero firme, con el objetivo de que los cambios logrados se consoliden para mejorar la situación de los actores regionales y para que la región sea considerada un referente obligado en materia apícola. ■