

LA CONSTRUCCIÓN DE REDES EN EL SECTOR APÍCOLA ARGENTINO¹

GUSTAVO BERTOLINI²

La apicultura es una de las actividades que el hombre desarrolla desde épocas remotas. Existen dibujos rupestres que datan de más de 15.000 años que muestran hombres sacando miel³ de un risco. Los egipcios usaban miel y propóleos para embalsamar cadáveres y los griegos en medicina. En excavaciones egipcias, con más de 2000 años, fueron encontradas muestras de miel en vasijas que aún eran comestibles. La miel, junto con la leche y el pan es uno de los alimentos más citados en la Biblia. Es un producto natural con alto valor nutricional, extraordinarias propiedades dietéticas y terapéuticas, rico en glúcidos, proteínas, enzimas y sales minerales esenciales asimilables. Durante muchos siglos, fue casi el único edulcorante natural conocido, con la revolución agrícola industrial del siglo XIX fue sustituido por los azúcares de caña y remolacha. En los últimos años, la miel ha sido revalorizada ocupando nuevamente los primeros lugares entre las preferencias de los consumidores por su exquisito sabor y sus propiedades nutricionales y medicinales.

A diferencia de otros animales, la abeja melífera acompañó al hombre en casi todas sus migraciones importantes. Los colonizadores, en cada parte del Nuevo Mundo, llevaron con ellos sus colmenas de abejas. Se cree que han sido introducidas en la costa del oeste de Norteamérica aproximadamente en 1850, cuando fueron desembarcadas en California; desde allí las trasladaron a Oregón y luego a la Columbia Británica (Canadá). Si bien en nuestro país no se puede determinar con exactitud cuando se comenzó a desarrollar la apicultura como

¹ Este texto forma parte del libro: ELGUE, M. C. (Comp). (2012). *Emprendedores en red. El asociativismo productivo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Corregidor.

² Técnico Superior en Cooperativas y Mutuales. Ex funcionario del IPAC (Provincia de Bs. As.) y del INAES, en las áreas de promoción y capacitación. E-mail: bertolinigustavo@yahoo.com.ar.

³ Código Alimentario Argentino; Res. GMC 15 / 94: Reglamento Técnico Mercosur de Identidad y Calidad de Miel. 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 los panales de la colmena.

actividad productiva, se puede establecer como punto de partida el año 1851, aunque en la época de la colonia se hablaba de los “melters” y que según una publicación de Domingo Faustino Sarmiento en el periódico “El Nacional”, de 1857, menciona que ya en el gobierno de Rivadavia (1826–1827) se introdujeron las primeras colmenas aunque las mismas se perdieron.

En el año 1865 se publicó un tratado de apicultura, dando indicaciones para la cría y explotación de las abejas, siendo ésta la primera noticia de un trabajo de esta índole en nuestro país. Hasta principios del siglo actual, las explotaciones apícolas fueron aisladas y sin mayor importancia. Hay que tener en cuenta el concepto equivocado que en la época se tenía de las abejas, pues se consideraban peligrosas para el ser humano y las causantes de graves perjuicios en la fruticultura.

En los inicios del siglo XX, al aumentar la población con el gran caudal inmigratorio, muchos de los nuevos pobladores, traían de su país de origen técnicas y conocimientos apícolas; se instalaron colmenares en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza.

Los materiales se importaban, pero las necesidades de los apicultores cada vez mayores, hizo que comenzara en el país la industria de materiales apícolas, accesorios e implementos de toda naturaleza. Al mismo tiempo, el Estado, interesado por el desarrollo cada vez mayor que adquiría la apicultura, creó servicios encargados del fomento de la actividad y para orientarla y defender los intereses de los apicultores.

En la década del 40 se generaliza la importación de reinas de origen italiano, a las que siguieron las del mismo origen pero traídas de Estados Unidos.

El desarrollo de la apicultura en la República Argentina ha ido en constante aumento, estimándose que hoy día existen unas 3.000.000 de colmenas distribuidas prácticamente, en todo el territorio nacional, y unos 35.000 apicultores. La producción de miel pasó de 35.000 tn. en 1965 a casi 100.000 tn. en la actualidad.

La mayor parte de la producción es exportada (aproximadamente un 95% del total producido), siendo los principales compradores Alemania y Estados Unidos.

Hoy, Argentina es el segundo productor mundial de miel y el primer exportador, alternando esta posición con China que produce unas 300.000 tn. por año y exporta un tercio de ese volumen. En la actualidad, la práctica de la

apicultura se realiza en casi todas las regiones del mundo, estimándose que existen más o menos cincuenta millones de colmenas, cantidad insuficiente para aprovechar los inmensos recursos naturales que nos brindan las plantas fanerógamas.

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES APÍCOLAS

La producción de miel es realizada en nuestro país por unos 35.000 productores que se dedican a la actividad con explotaciones de diversas características. En general, se trata de hombres y mujeres que viven en las ciudades, más allá que la actividad se desarrolle exclusivamente en zonas rurales y que, en la mayoría de los casos, la apicultura sea una actividad complementaria.

Se podrían establecer tres “categorías” de apicultores, considerando variables que dependen más de la actitud y el posicionamiento frente a la actividad que al tamaño de la explotación, éstas son:

Apicultor aficionado: Se trata de personas que se dedican a la actividad por hobby. Por lo general tienen pocas colmenas y sólo le dedican el tiempo libre. No persiguen un fin económico sino más bien disfrutan de la posibilidad de regalar miel a familiares y amigos. Desarrolla la actividad en la informalidad y no le interesa modificar esta situación. No tiene como objetivo el crecimiento sino la mantención de las colmenas que dispone.

Apicultor microempresario: Si bien puede tener al comienzo un número de colmenas similar a la categoría anterior, este sí tiene un fin económico y su principal objetivo es el crecimiento en la cantidad de colmenas de su explotación. Por lo general, tiene otra actividad y le dedica todo el tiempo que dispone fuera de ella. Trata de reducir los costos de los insumos y lograr las mejores condiciones de comercialización a fin de aumentar la rentabilidad y reinvierte todo lo que puede. En los comienzos, vende la miel directamente a los consumidores ya que sus volúmenes son pequeños y así logra precios muy superiores a la venta a granel. Entre sus principales objetivos está el poder vivir como apicultor, es decir transformarla en su actividad principal. Si bien la mayoría comienza en la informalidad, reconocen la necesidad de cambiar esta situación y desean profesionalizar esta labor y tomarla con racionalidad empresaria, aunque en

general tienen una deficiente formación en gestión de emprendimientos productivos.

Apicultor Pyme: La apicultura es su actividad principal, generalmente tiene infraestructura acorde a sus necesidades de producción. Poseen una cantidad de colmenas que requieren la contratación de empleados por lo que se manejan dentro de la formalidad y tratan de tecnificar lo más posible el trabajo.

Otras características comunes a los tres grupos son las siguientes:

- a) Individualismo. Prejuicios sobre el asociativismo en general.
- b) Falta de capacitación en producción apícola.
- c) Bajo nivel de escala en la producción.
- d) Falta de recursos económicos para inversiones.
- e) Falta de formación en gestión de emprendimientos productivos.
- f) Escasa formación en gestión de organizaciones.
- g) Escasa o nula incidencia en la formación de precios de sus productos
- h) Dependencia absoluta del tándem *acopiador/exportador/importador* para la comercialización de la miel

2. LA CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIAL

El flujo de la miel desde los países productores hacia los principales países compradores, pone de manifiesto una de las mayores debilidades de la miel argentina: somos los segundos (o terceros) productores del mundo y los primeros (o segundos) exportadores de un producto de primera calidad, pero los consumidores no identifican a la miel Argentina, ya que consumen miel “alemana” o “estadounidense”, elaborada a partir de mezclas de nuestra miel con la producida por China y otros países exportadores. La miel argentina solo es requerida por los importadores y/o fraccionadores, pero los consumidores no saben que la consumen a diario, por lo que tenemos un excelente producto sin posicionamiento en el mercado.

La cadena productiva se caracteriza por estar formada por muchos productores dispersos en distintas provincias, por lo que existe una importante atomización en la oferta del producto. Por otro lado, son muy pocas empresas las

que compran y exportan miel, no más de siete exportan el 80% del total, de lo que se puede concluir que se trata de un mercado oligopsónico⁴.

Si se considera además que la mayoría de los exportadores son empresas subsidiarias de las empresas importadoras del producto originarias de los países de destino⁵, es claro que son éstos los que fijan el precio y las condiciones de comercialización. Prueba de ello son las barreras para-arancelarias que han aplicado en las últimas décadas a fin de mantener el precio de compra de la miel argentina, dentro de los parámetros de su conveniencia.

Sumado a esto, están las exigencias de un mercado internacional cada vez más competitivo, en cuanto a la calidad de los productos, que ha hecho que en la Argentina se dicten normas de regulación de la actividad, tendientes a establecer la trazabilidad⁶ del producto en toda la cadena. La principal norma⁷ es la que fija las características de las salas de extracción de miel, cuya consecuencia es que las inversiones para adecuar las mismas a dicha normativa sean excesivamente elevadas como para que la realicen los productores individualmente.

Estas salas de extracción se transforman automáticamente en “ordenadores” de la producción, ya que es allí donde se debe garantizar la trazabilidad de la miel y, por ende, se deben establecer pautas de trabajo adecuadas a las buenas prácticas de manejo. Un productor que no realice, por ejemplo, los tratamientos sanitarios en forma adecuada, podría perjudicar al resto ya que incorporaría residuos en toda la producción. Debido a estos riesgos, la organización primaria debe establecer métodos de control y proveer la capacitación adecuada a fin de evitar la pérdida de la calidad del producto final.

⁴ Oligopsonio: nos referimos aquí a una situación de mercado que se caracteriza por la existencia de un gran número de vendedores y un número muy reducido de compradores de determinado producto o servicio, lo que les concede cierto poder para determinar los precios y condiciones de compra.

⁵ Salvo ACA, –Asociación de Cooperativas Argentinas– que es uno de los principales exportadores, pero como esta organización agrupa productores agropecuarios y no apicultores, actúa en el mercado como un exportador más, es decir sin otorgar ningún beneficio a los productores apícolas que entregan su miel a las cooperativas asociadas a ACA que cumplen el rol de meros acopiadores.

⁶ Resolución 186/2003: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria. Miel. Apruébanse los sistemas de control tendientes a establecer las condiciones de Rastreabilidad o Trazabilidad para Miel, desde su obtención hasta su posterior destino a embarque para exportación.

⁷ Resolución 870/2006; Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos: Producción Apícola. Se establecen condiciones para la autorización del funcionamiento de todo establecimiento donde se extraiga miel que se destine para consumo humano, a fin de adoptar un ordenamiento reglamentario de exigencias higiénico-sanitarias y funcionales de las distintas Salas de Extracción de Miel.

Por otro lado, las salas de extracción se convierten, naturalmente, en centros de acopio de la producción ya que difícilmente un productor “retire” sus tambores de miel si existe la posibilidad de una comercialización en conjunto.

Al considerar esta etapa de organización como el eslabón primario de la cadena de comercialización, se debe contar con un segundo eslabón que permita la concentración de la miel de todos estos centros de acopio a los fines de reemplazar la función de los acopiadores/exportadores y realizar el ofrecimiento y la comercialización a los potenciales compradores del exterior.

Esta comercialización puede realizarse a granel, que es como sale actualmente la producción de nuestro país, o se le puede dar valor agregado fraccionándola, con beneficios obtenidos que se trasladan directamente al productor, reflejándose en un mejor precio sobre el producto entregado o en la posterior distribución de excedentes que realicen estas entidades en el caso que adopten el sistema cooperativo (basándose en el principio de equidad, es decir en función de la producción entregada).

En este escenario, la apicultura es una más de las tantas actividades que pasaron ser rentables para los productores pero sólo si se realiza en forma asociativa. El mero análisis de la inversión necesaria para una sala de extracción de miel, demuestra que se trata de una inversión improductiva, que llevaría varias décadas para amortizarse si la quisiera hacer un solo apicultor, independientemente del tamaño de su explotación. En todo caso, a un productor apícola con una gran cantidad de colmenas, lo puede beneficiar en comodidad, pero nunca resistiría un análisis técnico del punto de vista del rendimiento del capital inmovilizado y menos si se lo compara con el rendimiento de ese mismo capital invertido en colmenas, por ejemplo.

Del mismo modo, agregar valor a la miel implica avanzar hacia un trabajo cooperativo que permita realizar las inversiones y las gestiones necesarias para posicionar el producto en el mercado local, en primera instancia, para incursionar luego en los mercados internacionales, que es donde se encuentra el mayor consumo de este producto.

De acuerdo al Registro Nacional de Cooperativas del INAES –Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social– organismo responsable de otorgar la autorización para funcionar a estas entidades, existen en nuestro país más de 300 cooperativas apícolas, o con una sección apícola, y también hay datos sobre la existencia de unas 180 asociaciones civiles, aproximadamente, por lo que

podemos decir que el sector apícola argentino cuenta hoy con una importante red de estas organizaciones a lo largo y a lo ancho de nuestro territorio.

Por lo expuesto, no es desacertado pensar que el futuro de la apicultura argentina depende casi exclusivamente del grado de integración de los productores que se logre en los próximos años y de la eficacia que adquiera ese tejido organizacional.

3. LAS REDES EN LA PRODUCCIÓN

Las redes productivas se construyen en base a una concentración geográfica de emprendedores e instituciones que interactúan entre sí y que, al hacerlo, crean un clima en el que todos pueden mejorar su desempeño, es decir que pueden lograr la sinergia necesaria para generar un proceso de crecimiento acompañado de un desarrollo económico y social sustentable, basado en la equidad, en el compromiso y en la participación de todos los actores.

Respecto al concepto de red, varios autores se han referido al mismo: “Este concepto tiene multiplicidad de sentidos, hace alusión a un modo de funcionamiento de lo social, a una línea conceptual, tiene también un sentido instrumental, técnico. Es en muchos casos *“un modo espontáneo de organización”* pero también se presenta como *“forma de evitar la instituido”*. (Saidón, 1995, p.203).⁸ *“La noción de red está reñida fundamentalmente con el concepto de centralidad, por lo tanto en las redes no se habla de jerarquías absolutas, se introduce un nuevo concepto que es el de heterarquía en las relaciones, es decir, jerarquías relativas. Es así, que se concibe a las redes como una relación articulada que desarrolla la práctica de la intersectorialidad e integralidad.”* (Poggiese).⁹

“Representa una estructura de pensamiento diferente a la tradicional ya que cuestiona también nociones como adentro, afuera, lo de arriba o abajo (con las connotaciones que esto entraña) porque son concepciones ligadas a una topología que corresponden a un modelo cartesiano de pensamiento, en el

⁸ Saidón, Osvaldo. Redes, pensar de otro modo. En: Dabas-Najmanovich (Comp.). *Redes, el lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires: Paidós, Buenos Aires, 1995, p. 203.

⁹ Poggiese, Héctor. *El papel de las redes en el desarrollo local como prácticas asociadas entre estado y sociedad*. Monografías.com. Cap. 3. <http://www.monografias.com/trabajos901/papel-redes-desarrollo-local/papel-redes-desarrollo-local.shtml>

cual hay un ordenamiento a priori de la realidad y entonces se resuelve de antemano lo que está afuera, adentro, en el centro, en el Norte y en el Sur, poniendo de manifiesto y jerarquizando las nociones de diversidad, simultaneidad, complejidad como inherentes a la realidad social, y nos da una nueva idea de la temporalidad: el tiempo de la construcción colectiva, diferente de la temporalidad de los relojes. Por otra parte, recupera la noción de la historia como reconstrucción de los actores sociales involucrados, dato no secundario en este contexto. En este sentido, "pensar en red no puede estar guiado por una actitud voluntarista sino que requiere de un pensamiento acerca de la complejidad, que tenga en cuenta la producción de subjetividad social en los más diversos acontecimientos". (Saidón, 1995, p.203).¹⁰

Si consideramos a las redes productivas como herramientas del desarrollo local debemos analizar si las mismas se sustentan sobre una realidad existente en la región o se basan en relaciones que se pueden crear a partir de una estrategia de desarrollo. En el caso apícola, debemos partir de la vinculación de los actores preexistentes ya que en la mayoría de las regiones del país hay apicultores, proveedores, prestadores de servicios, organismos públicos y/o áreas de promoción y fomento de la actividad, acopiadores del producto, empresas comercializadoras e incluso fabricantes de materiales e indumentaria apícola.

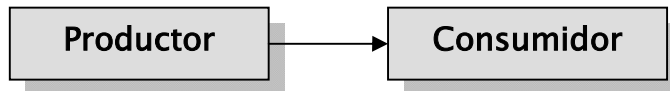
El proceso para poner a funcionar una red productiva debe surgir de abajo hacia arriba, es decir que es desde el propio territorio de donde deben emerger las estrategias, teniendo en cuenta no solo los aspectos que hacen al crecimiento económico sino todos aquellos relacionados con la idiosincrasia del lugar, las costumbres, los valores y todo lo atinente a la identidad y a la cultura de la comunidad.

Para que las conexiones entre los distintos integrantes de una red productiva sean sólidas deben estar basadas en la confianza; por un lado, se requiere un reentrenamiento empresario y un proceso de capacitación de todos los actores de modo que actúen aunados para la elaboración de proyectos comunes a mediano y largo plazo y, por otro lado, es fundamental que el Estado comprenda cuál es su rol y contribuya al logro de los objetivos del conjunto.

¹⁰ Saidón, Osvaldo. *op.cit.* pag.203.

4. ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS/COMERCIALES

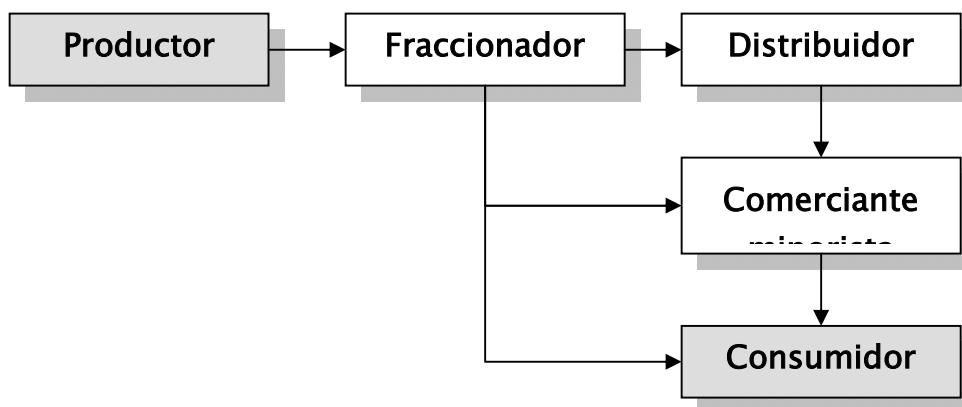
El ejemplo más sencillo que vincula la producción con el consumo es el caso en que el apicultor comercializa sus productos directamente al consumidor, sin ningún tipo de intermediaciones (venta al menudeo).



Si bien esto es común en la apicultura, y se da con frecuencia en muchas regiones de nuestro país, la posibilidad se diluye a medida que se incrementa el nivel de escala y entonces esta cadena, que a simple vista parecería la ideal, se modifica con los intermediarios, muchas veces imprescindibles como parte del proceso productivo-comercial, ya que contribuyen a la eficiencia del sistema. Aunque otras veces actúan como simple intermediaciones parasitarias que sólo incrementan los costos del producto, perjudicando tanto a los productores como a los consumidores.

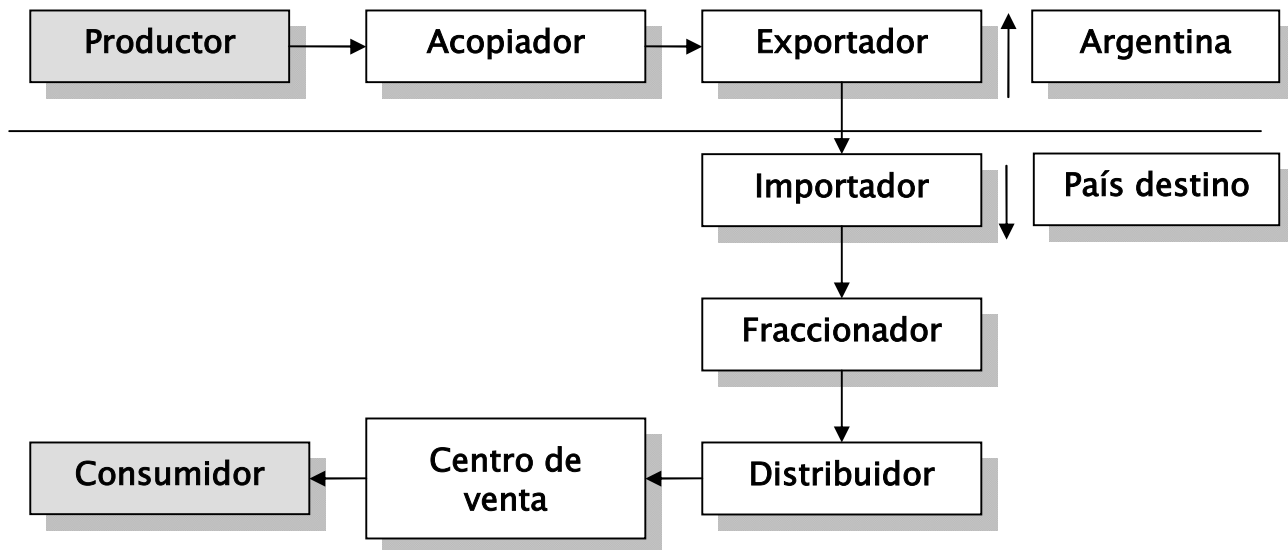
En el ejemplo anterior (*productor/consumidor*), el productor comercializa su miel a \$20 o \$25 que es lo que paga el consumidor por kilogramo de miel.

Veamos el caso de un productor apícola que, por su nivel de escala no comercializa directamente al consumidor sino que la vende a granel a un fraccionador local. Aquí el productor percibe alrededor de \$10 o \$11 (y la devolución del tambor) y el consumidor deberá pagar entre \$30 y \$35 por cada kilo de miel al adquirirlo en los comercios o en los grandes centros de ventas.



Estas intermediaciones son necesarias ya que, de otro modo, debería el mismo productor fraccionar la miel y distribuirla directamente a los consumidores, con lo que su actividad, inicialmente productiva, se vería modificada, debiendo incorporar tareas para las que probablemente no esté preparado y que, seguramente, harían que desatienda su actividad principal.

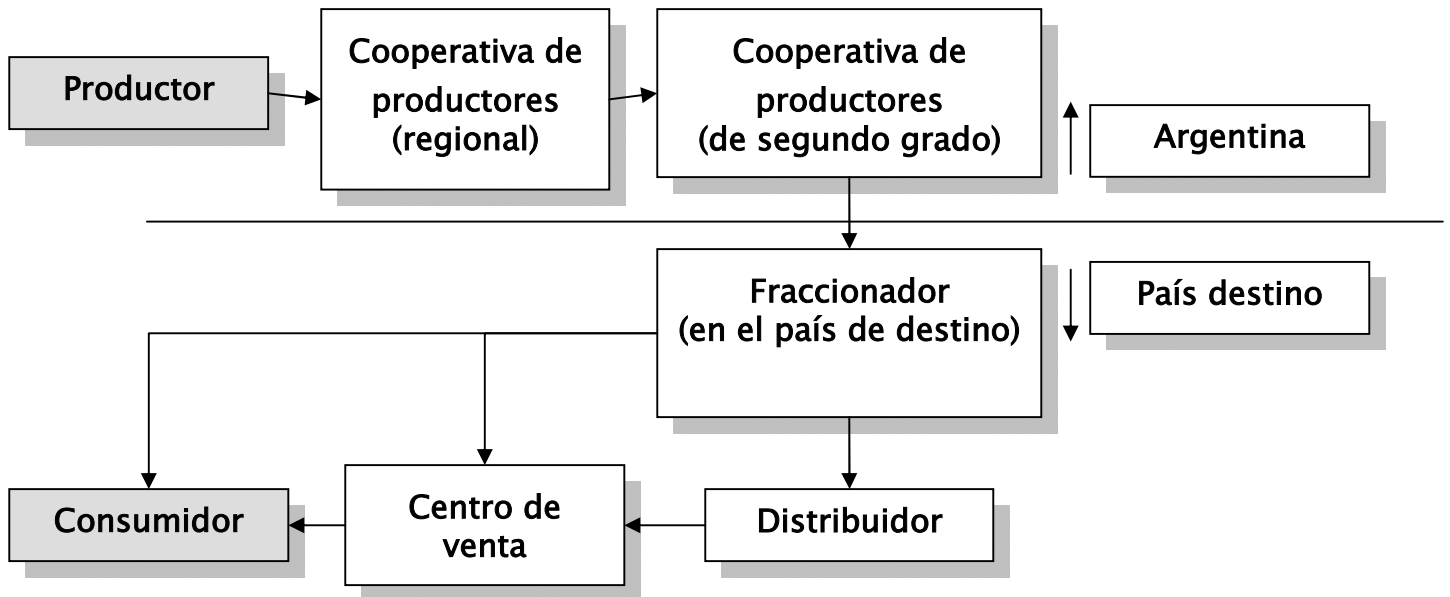
Ahora, analicemos el caso de una cadena comercial de un productor apícola que ingresa su producción al circuito de exportación de miel (tengamos en cuenta que más del 90% de la miel que se produce en nuestro país se exporta por lo que esta es la cadena más común).



El productor apícola recibirá \$8/9 por kilo de miel y el consumidor deberá pagar \$40/50 por kilogramo de miel (en las góndolas de los supermercados europeos, el frasco de 500grs se comercializa entre 4,5 € y 5,5 €).

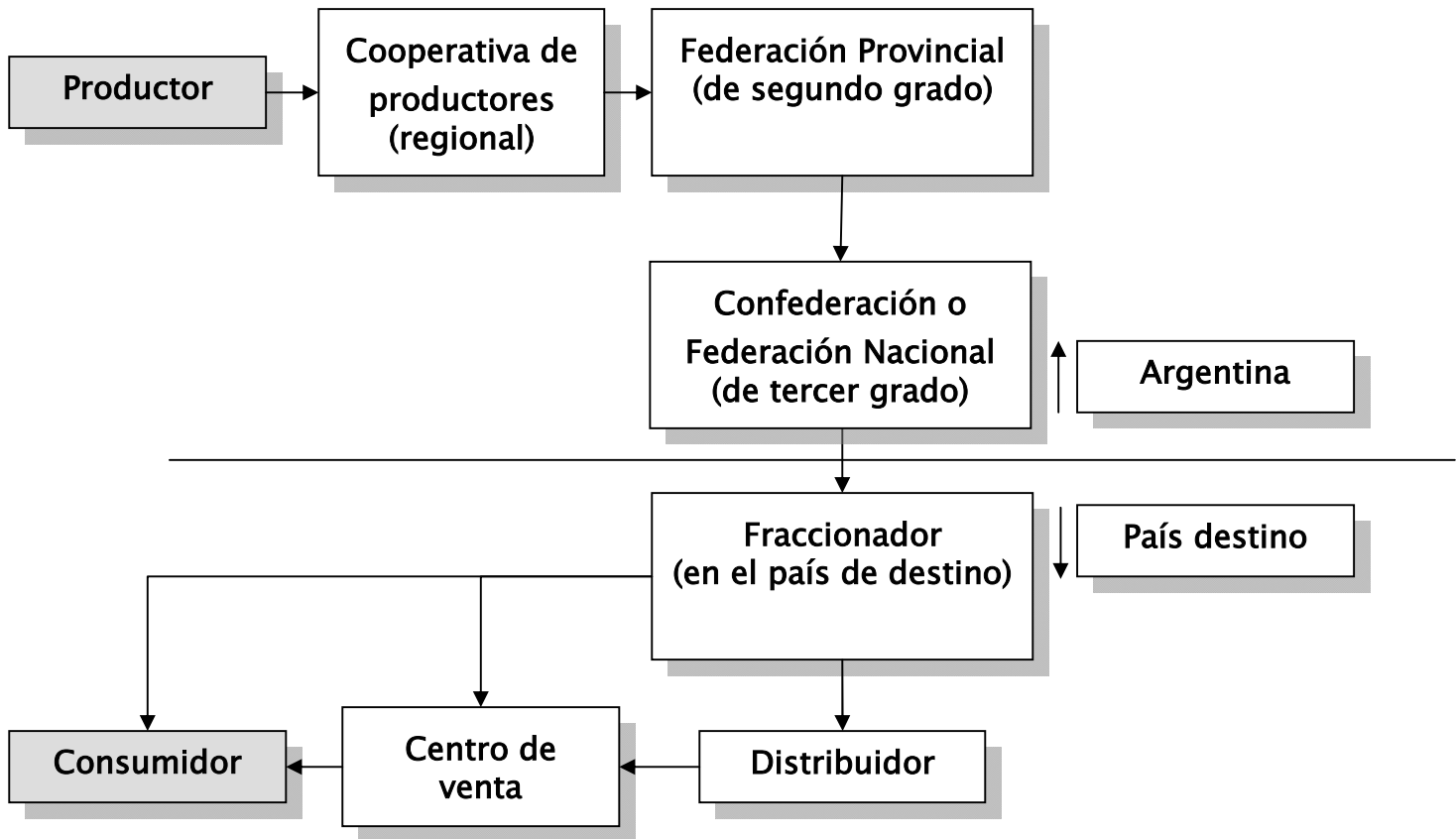
Indudablemente, la brecha entre el precio que recibe el productor y lo que paga el consumidor es demasiado grande y es en estos casos en los cuales se debe trabajar, para evitar algunas intermediaciones innecesarias y que, a través de las organizaciones de productores, se podrían obviar.

Veamos ahora algunos ejemplos para reducir la brecha, buscando una mayor equidad entre ambos valores.



En este caso, los apicultores organizados en una cooperativa de primer grado (ya existen en distintas zonas del país este tipo de organizaciones) se integran con otras cooperativas similares a través de una entidad de segundo grado (federación de cooperativas) y es ésta la que se encarga de la comercialización ya que contaría con los volúmenes de miel adecuados para proveer a los compradores del exterior. En nuestro país, ya hubo una experiencia de este tipo que fue la FACAP –Federación Argentina de Cooperativas Apícolas– que llegó a reunir a 35 cooperativas de distintas provincias y exportó la producción a empresas fraccionadoras de Francia, España, Italia y EE.UU.¹¹

¹¹ La experiencia de la FACAP tuvo una estrecha relación con el organismo autárquico cooperativo (IPAC) del Ministerio de la Producción de la Pcia. de Bs. As, recibiendo del mismo apoyatura técnica, de capacitación y económica.



Este es otro caso de integración cooperativa: las cooperativas de base se organizan en federaciones provinciales para luego avanzar a la conformación de una organización de carácter nacional, que podría ser una confederación (entidad de tercer grado que agrupa federaciones) o una federación nacional (entidad formada por representantes de las federaciones provinciales, que permite la participación de alguna entidad de primer grado que no esté federada).

Este es el modelo que desde hace unos años está madurando en nuestro país, aunque sin seguir una estrategia preestablecida. En distintas provincias se han conformado cooperativas apícolas (de primer grado) y ya son varias las federaciones provinciales que se han constituido con el objeto de acopiar y comercializar la producción de la zona y, en algunos casos, han instalado fraccionadoras de miel a fin de tratar de dar valor agregado a la producción. No hay aún experiencias de exportación de miel de manera sostenida

por parte de estas instituciones, dado que los volúmenes que manejan aún son pequeños para la escala del comercio internacional.

Con este tipo de encadenamiento, las federaciones provinciales podrían tener un rol protagónico en el desarrollo de la apicultura de su provincia, realizando la compra de insumos para distribuirlo en las distintas cooperativas integrantes y desde allí a los apicultores, concentrando e incluso procesando la cera que se obtiene, vinculándose con los organismos estatales de promoción y fomento y participando directamente en las políticas de apoyo a la actividad, accediendo al financiamiento para proyectos de la propia entidad o bien para trasladarlo a las cooperativas integrantes y/o a los apicultores que las conforman.

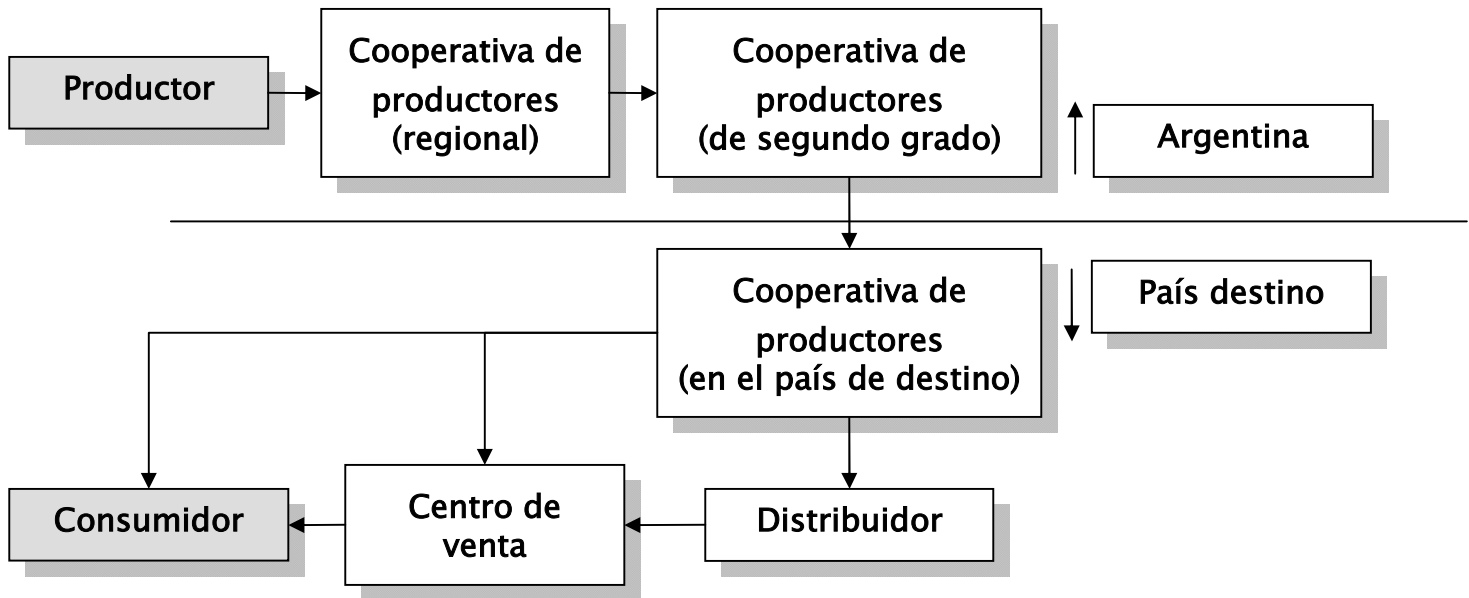
En el caso de marchar hacia la integración de estas federaciones apícolas en una organización nacional, ésta tomaría fundamentalmente la función de comercializadora y, eventualmente, la de incursionar en alguna de las otras actividades, logrando niveles de escala impensables de otra manera.

Si analizamos la posibilidad de dar un paso más en la cadena, se podría pensar en la integración con cooperativas apícolas conformadas por productores de los países de destino de nuestra producción, estableciendo convenios para lograr el máximo valor agregado y trasladando los beneficios a los productores.

Esto sería posible teniendo en cuenta que los productores (tanto europeos como estadounidenses) ven en la apicultura argentina una amenaza para su propia actividad en tanto y en cuanto los grandes volúmenes de miel que ingresan a sus países forman el precio de su producción. No debemos dejar de tener en cuenta que la miel argentina es exportada por 7 u 8 empresas y que la mayoría son subsidiarias de empresas extranjeras, es decir no somos nosotros quienes vendemos la miel sino que son los propios importadores los que, mediante “sucursales” de sus empresas instaladas en nuestro país, se “llevan” la producción, fijando el precio al productor. A su vez, al adquirir miel a muy bajos precios la ingresan a sus países, logrando así fijar también los precios de los productores de allí. (¿Porqué los fraccionadores europeos o estadounidenses pagarían un mayor precio a los apicultores si consiguen miel argentina y china a precios más bajos?).

En base a este análisis, una estrategia podría ser establecer acuerdos con las cooperativas de productores de esos países a efectos de enviarles la miel y que sean ellos los que le den valor agregado, eliminando todas las

intermediaciones y llegando a los consumidores con un producto de calidad garantizada (del productor al consumidor) y a un precio justo.



Al reemplazar las intermediaciones mercantiles por organizaciones de los propios productores, que sólo tienden a cubrir sus costos operativos, los apicultores de una región de nuestro país estarían participando en los beneficios de toda la cadena, realizando una distribución más equitativa del valor agregado del producto y logrando precios por su producción que, de otra manera, serían inalcanzables. Pero, para llegar a este grado de organización y desarrollar la capacidad operativa adecuada, es imprescindible construir esa cadena productiva apícola en nuestro país.

Seguramente se presentarán diferentes mecanismos de integración, puesto que las mismas deben surgir de las capacidades endógenas de cada territorio y, seguramente, en cada región se pueden dar variantes diversas, tras los mismos objetivos.

5. A MANERA DE UNA CONCLUSIÓN

Las exigencias de los mercados internacionales, la regulación interna de la actividad y la imperante necesidad de inversión en el sector apícola argentino, tanto en infraestructura adecuada, como en crecimiento de las explotaciones, nos llevan a aseverar que la apicultura debe desarrollarse en forma asociativa.

Esto significa, ni más ni menos que utilizar la fuerza de compra y la fuerza de venta de los apicultores asociados a fin de reducir los costos de los insumos, compartir inversiones y mejorar las condiciones de comercialización de la producción, incorporando el mayor valor agregado a la misma.

Para quienes compartimos que este es el camino que debe tomar la apicultura argentina, el desafío del presente es superar los prejuicios existentes en muchos productores, técnicos y otros actores vinculados al sector, que consideran que las formas asociativas vigentes en nuestro país no son las adecuadas para alcanzar el grado de integración necesario que satisfaga las necesidades de los apicultores.

De esta forma, asociaciones civiles, cooperativas, consorcios de cooperación, agrupaciones de colaboración empresarias y sociedades comerciales, van siendo descartadas como formas jurídicas aptas para la producción apícola con lo que deberíamos aceptar que indefectiblemente debemos seguir el camino del individualismo.

Evidentemente, esta concepción errónea, y muchas veces mal intencionada, perjudica e impide el crecimiento de los productores y el avance hacia la profesionalización de la actividad.

No existen mejores o peores formas asociativas, sólo se trata de elegir la que mejor se adapta al proyecto y a los objetivos establecidos por el grupo. Con esa apertura y considerando el perfil de la mayoría de los apicultores argentinos, la figura de la cooperativa es la que, con su doble dimensión, asociativa y empresarial se distingue del resto de las formas jurídicas, permitiendo a los productores construir su propia empresa, de propiedad conjunta y democráticamente controlada, para proveerse de insumos en tiempo y forma, transformar la producción agregándole valor y comercializar la misma en mejores condiciones que si lo hicieran individualmente.

A su vez, las cooperativas apícolas fortalecidas por sus asociados y con una sólida gestión por parte de sus dirigentes, se integran naturalmente (y legalmente) en organizaciones de segundo grado –federaciones– que pueden tener carácter provincial o regional y éstas pueden confluir en una organización de

3º grado –confederación– de carácter nacional, que sería la genuina representación de los productores argentinos organizados. Ello les permitiría comercializar la producción de los mismos, incursionando en los mercados externos y reduciendo sensiblemente los costos de producción, concentrando la provisión de los insumos básicos.

El camino es visible y el objetivo está planteado y lejos de ser una utopía inalcanzable, solo se necesita de la decisión de los protagonistas de este sector productivo para comenzar a transitarlo, seguramente habrá obstáculos que superar y muchos esfuerzos que realizar pero, parafraseando a Arthur Schopenhauer¹², *"no hay ningún viento favorable para el que no sabe a qué puerto se dirige"*.

¹² Filósofo alemán, nació en Danzig el 22 de febrero de 1788 y falleció en Fráncfort del Meno, Reino de Prusia el 21 de septiembre de 1860. Su filosofía, concebida esencialmente como un «pensar hasta el final» la filosofía de Kant, es deudora de Platón y Spinoza, sirviendo además como puente con la filosofía oriental, en especial con el budismo, el taoísmo y el vedanta.

Referencias bibliográficas

Resolución 186/2003: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria. Miel.

Resolución 870/2006; Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos: Producción Apícola.

Código Alimentario Argentino; Res. GMC 15 / 94: Reglamento Técnico Mercosur de Identidad y Calidad de Miel.

Poggiese, Héctor. *El papel de las redes en el desarrollo local como prácticas asociadas entre estado y sociedad*. Monografías.com. Cap. 3. <http://www.monografias.com/trabajos901/papel-redes-desarrollo-local/papel-redes-desarrollo-local.shtml>

Saidón, Osvaldo. Redes, pensar de otro modo, En: Dabas-Najmanovich (Comp.). *Redes, el lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires: Paidós, 1999, p. 203.