



Apícola

En el mundo se producen cada año aproximadamente 1,4 millones de toneladas de miel. El principal continente productor es Asia, seguido por América. Por el lado de la demanda, se observa una tendencia hacia al consumo de alimentos naturales y saludables que aseguren su calidad, origen botánico, geográfico, entre otros, para lo cual Argentina cuenta con un extraordinario potencial, pudiendo generar un incremento extra de entre un 15% - 30% en su cotización de venta.

Argentina es el tercer productor mundial representando el 75% de la producción de Latinoamérica y tradicionalmente se ha destacado en el mundo por la calidad de su producto. Es una actividad desarrollada mayoritariamente por pequeños y medianos productores, estimándose unos 25.000 en todo el país. Los mismos se encuentran atomizados en gran parte del territorio nacional, generando en su conjunto exportaciones entre 60.000 a 75.000 toneladas anuales por un valor de más de U\$S 160 millones. Asimismo, el sector contribuye al desarrollo regional, la demanda de mano de obra y al cuidado del medioambiente, mantenimiento de la biodiversidad.

El sector apícola argentino ha logrado a lo largo de los años posicionar su producto a nivel mundial, a pesar de las dificultades propias de escala, coordinación y financiamiento. Argentina se ha consolidado como proveedor entre los principales consumidores mundiales, sorteando las dificultades y estándares cada vez más exigentes en términos de calidad y sanidad impuestos por los mismos, como así también diferenciarse de la miel de otras procedencias. Esto sumado a las ventajas comparativas del sector dadas por las condiciones agroclimáticas y el bajo consumo local, le otorgan un potencial para la conquista de mercados alternativos y nichos que propicien el agregado de valor y la diferenciación de la miel natural argentina y subproductos. Actualmente el 90% de las exportaciones son a granel, en tambores de 330 kilos y sin diferenciación.

Análisis FODA

Fortalezas

- Posicionamiento en el mercado mundial. Marca país y denominación de origen.
- Reconocimiento internacional del nivel científico – tecnológico apícola.
- Desarrollo de un sistema de transferencia de tecnología en todo el territorio.
- Desarrollo de tecnologías para la producción de miel sin el uso de antibióticos.
- País libre de plagas como “*Aethina tumida*”.
- Alternativas de diferenciación de la miel. Sistema de trazabilidad.
- Competitividad
- Presencia en numerosos mercados.
- Extensión geográfica productiva.
- Potencial de exportación de una amplia y diversificada gama de productos y servicios de la cadena.
- Apicultores nacionales profesionalizados con rapidez en adecuación de nuevas reglas.
- Capacidad de producción de miel orgánica, reconocida internacionalmente.



Oportunidades

- Incremento del consumo mundial.
- Tendencia de consumo de productos naturales, sanos, con beneficios para la salud y preservación del ambiente, y orgánicos.
- Preocupación por el medio ambiente, donde la apicultura ofrece una alternativa de cuidado de la biodiversidad.
- Consumo en nuevos mercados. Medio Oriente, Sudeste Asiático.
- Mercados prioritarios: EEUU, UE, Japón, EAU, Arabia Saudita, Suiza, China, Malasia.

Debilidades

- 98% de las exportaciones de miel argentina son a granel.
- Pocos acuerdos sanitarios resueltos en el corto plazo que faciliten la apertura de nuevos mercados en diferentes países.
- Exportaciones concentradas en pocos mercados.
- Insuficiente financiamiento para el grado de informalidad del sector.
- Poca coordinación entre pequeños productores.
- Desarrollo de tecnologías de detección de sustancias contaminantes cada vez más precisas y de mayor costo.
- Modelo agropecuario argentino no amigable con la producción apícola.
- Altos costos logísticos relativos al tamaño de los productores.

Amenazas

- Producción altamente dependiente del mercado externo.
- Barreras zoosanitarias. Ejemplo: Brasil y Chile.
- Barreras para-arancelarias y requisitos de ingreso cada vez más exigentes en países destino.
- Escalonamientos arancelarios que dificultan fraccionamiento.
- Desconocimiento del origen de la miel por parte de los consumidores de los países importadores
- Alta variabilidad en los precios del “commodity”.
- Surgen nuevos competidores, países de Europa del Este; Vietnam, India, con acuerdos bilaterales con los países competidores con Nuestro País.
- Incremento constante de los requerimientos de calidad e inocuidad por parte de los países compradores.