

# TRABAJO FINAL INTEGRADOR

***TITULO: “El valor agregado en origen  
como herramienta de desarrollo en un grupo  
de empresas en el centro-norte de la Pcia.de  
Santa Fe”.***

**Carrera: “Licenciatura en Apicultura para  
el Desarrollo”**

**ALUMNO: Tec. Apic. Juan Eduardo Dukart**

**DIRECTORA: Dra., Laura Gurini**

**CO DIRECTOR: Ing. Agr. Javier Caporgno**



## AGRADECIMIENTOS

## ÍNDICE:

### 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Marco conceptual.

1.2. Definición del término agregado de valor.

### 2, INFORMACIÓN Y ANTECEDENTES DEL TEMA.

2.1. Mercado de productos apícolas.

2.1. a. Situación Internacional.

2.1. b. Situación Nacional.

2.1. c. Situación Regional.

2.2. Normativas Locales, Nacionales e Internacionales.

### 3. METODOLOGÍA

### 4. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN INICIAL.

4.1 Caracterización de las empresas.

4.2. Caracterización general del grupo.

4.3. Situación actual y Futuro deseado.

4.4. Problemática

### 5-PLAN ESPECÍFICO

5.1- Objetivo general.

5.2. Objetivos específicos.

### 6. PLANIFICACIÓN

### 7. MAPA DE ACTORES

7.1. Descripción de las redes sociotécnicas

### 8- CONSIDERACIONES FINALES

### 9. ANEXOS

## **AGRADECIMIENTOS**

*A mi familia por el apoyo incondicional.*

*A las empresas que integran este TFI, que emprenden día a día nuevos desafíos, innovan y arriesgan, y están convencidas de la importancia del VAO en la actividad apícola.*

*A Laura, Javier y Paola por su predisposición y “aguante”.*

*A todo el equipo del INTA-PROAPI que participó del dictado de la tecnicatura en los años 1999-2000-2001 y de la licenciatura en 2018,2019 y 2020. Gracias a ellos en lo personal he podido desarrollar la actividad laboral que más me satisface“ la extension apícola en todos sus aspectos“, y por sobre todas las cosas han posicionado a la apicultura Argentina en primer plano a nivel internacional.*

## 1-INTRODUCCIÓN

**1.1. Marco conceptual:** La consideración del valor agregado como herramienta de desarrollo, obedece a que la actividad apícola tiene un gran potencial en la elaboración y obtención de productos con alto valor agregado, tanto en el rubro de la industria alimenticia como cosmética, veterinaria y farmacéutica, y, por la existencia de diferentes barreras, no se aprovecha en su totalidad.

Por su actividad antioxidante, antimicrobiana y antiinflamatoria, entre otras, los productos de la colmena tienen gran cantidad de beneficios en relación a los sintéticos y altamente industrializados; entre ellos podemos mencionar: las preferencias de los consumidores, que cada vez demandan más productos naturales, el escenario post-pandemia, en el que la sociedad en su conjunto está tendiendo a incrementar la alimentación y el uso de la medicina natural, eligiéndola por sobre la convencional, que constituyen ventajas competitivas para potenciar a las empresas involucradas que elaboran estos productos.

*“...la búsqueda de bienestar y el mayor consumo de productos saludables es una tendencia instalada a nivel global, y en Argentina viene creciendo en los últimos años. El 70% de los consumidores argentinos pondera el tema ambiental a la hora de decidir una compra, según un informe de Sustainable Brands, y un 45% dijo "haber dejado de comprar productos que no respetan el medioambiente". En tanto, "la búsqueda de productos "sustentables", "orgánicos" y "eco-friendly" creció un 140% el último año de acuerdo a una investigación realizada por Google para la marca Kerastase...”*<https://www.cronista.com/negocios> del 15/08/2017

*Carolina de Haro (Productora apícola de la provincia de Tucumán) comentó: “Es sabido que los productos de la colmena como la miel, el polen y la jalea real tienen abundantes propiedades nutritivas y medicinales por lo que comúnmente se los usa en la prevención y control de enfermedades como las respiratorias. Esto se vio reflejado en el aumento del consumo interno de estos productos, como un efecto de la pandemia. Se generaron mayores ventas, la gente entendió que es un producto sano que trae muchísimos beneficios”.* <http://suenaacampo.com/2021/02/24/tucuman-en-pandemia-aumento-el-consumo-de-miel/>

En el gráfico 1 se observa el aumento en las exportaciones de miel argentina, en los primeros cinco meses de 2020, en relación al año anterior, luego de comenzada la pandemia a nivel mundial.



Gráfico 1. Evolución comparativa de exportación de miel argentina en los primeros cinco meses de 2019 y 2020. INTA PROAPI, en base a INDEC.

**1.2. Definición del término agregado de valor:** Cuando hablamos de agregado de valor nos referimos a un término amplio, variado y de múltiples definiciones. Una definición compacta y concentrada la brinda el Diccionario de Oxford (s.f.), “*el monto por el cual el valor de un producto se incrementa en cada etapa de su producción, excluyendo los costos iniciales*”.

Esta definición incluye como aspectos importantes el valor monetario de un producto (o servicio) y el proceso productivo.

Este último elemento es retomado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2004):

*“El valor agregado proviene de la diferencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor”.*

Para el desarrollo de este Trabajo Final Integrador, en adelante “TFI”, tomando como base a las definiciones anteriores, podríamos definirlo como la “obtención o elaboración de productos de las colmenas, con transformación o no, que no se comercializan como miel a granel” entre los cuales podemos mencionar:

- Obtención de propóleos, polen, apitoxina (todos ellos procesados para uso veterinario, cosmético, farmacéutico o como suplementos dietarios) o cera (este último que no sea para la elaboración de cera estampada).
- Producción de miel orgánica o con algún otro tipo de diferenciación.
- Fraccionado de miel en sus diferentes envases y formas.
- Producción de Material Vivo.

## 2- INFORMACIÓN Y ANTECEDENTES DEL TEMA

### 2.1. Mercado de productos apícolas.

En el presente trabajo se realizó una búsqueda de información sobre la situación de los productos de la colmena en los mercados tanto internacionales como nacionales y regionales.

**2.1. a. Situación internacional.** A continuación, se presentan los principales países importadores de productos apícolas para dimensionar su demanda en el mundo.

Tabla N.º 1. Principales países importadores de productos apícolas.

Producto	Posición Arancelaria		País	U\$\$(En miles)
Cera de abejas	152190	Cera de abejas o de otros insectos y esperma de ballena y de otros cetáceos "espermaceti", incl. refinadas o coloreadas (exc. las ceras de triglicéridos)	E.E.U.U.	146.633
			Alemania	62.546
			Francia	46.886
Abejas Vivas	010641	Abejas Vivas	Arabia Saudita	68.372
			Canadá	17.673
			Emiratos Árabes Unidos	11.344
Polen y Jalea Real	041000	Productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte	China	848.667
			Hong Kong	330.597
			Singapur	188.055
Propóleos	130190	Propóleos (Gomas, resinas, gomorresinas y bálsamos naturales excluida goma laca y arábica).	India	168.552
			China	59.736
			Portugal	39.827
Miel Fraccionada	040900 (esta PA incluye la miel a granel)	Miel Natural	E.E.U.U.	2.035.059
			Alemania	430.080
			Japón	249.612

Fuente: Trademap (Plataforma de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas). 2020.

Aclaración: los datos presentados no corresponden específicamente a productos apícolas, son datos generales de la PA (Posición arancelaria) mencionada.

Los montos están en miles de dólares, ej. EEUU importó U\$S 2.035.059.000 de miel fraccionada.

**2.1.b. Situación Nacional:** En La Argentina, en comparación con otros países, es menor la producción y comercialización de productos de la actividad apícola con valor agregado.

La cultura del productor apícola argentino, que en general no tiene la visión de obtener otros productos que no sean miel a granel, y las insuficientes normativas y leyes adecuadas, son algunos de los principales obstáculos a vencer.

Existen líneas de apoyo financiero y de capacitación como el PROCAL, (Proyecto de asistencia integral para el agregado de valor a los alimentos), apoyo a grupos de Cambio Rural de VAO, Proyectos como INTERRIS (Programa de Inclusión Financiera, desarrollado por ArgenINTA), el Plan Nacional de Economía Social "Creer y Crear", el PRODERRI del Ministerio de Agr., Ganadería y Pesca de la Nación, Entramados Productivos del Ministerio de Trabajo, el PISEAR (Proyecto de inclusión socio-económica en áreas rurales) y otras líneas del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y otros Ministerios.

Sin embargo en general el grupo de empresas participantes del TFI, no las conocen y por ende no son aprovechadas.

Otra de las características de la producción nacional, es que el sector privado no tracciona para agregar valor a los otros productos de las colmenas, como sí lo ha logrado con la miel a granel, caso en el que hay empresas exportadoras, fábricas de insumos competitivas, laboratorios y otros actores público-privados que fortalecen y potencian la competitividad de la cadena de producción, posicionando a la Argentina como 3° exportador mundial de miel a granel.

Esta situación no es homogénea en todo el territorio nacional, ya que en muchos lugares del país se han logrado llevar adelante proyectos que se desarrollaron a través de diferentes procesos, en algunos casos a partir de organizaciones de productores y en otros como proyectos privados, que elaboran y comercializan productos apícolas con VAO. En el primer caso con un fuerte impulso de programas públicos y en articulación con Universidades, INTA, INTI u otras instituciones de Ciencia y Tecnología.

En la Tabla N° 2 se presenta un listado de productos con VAO que se obtienen en el país. Algunos casos del territorio en estudio, se seleccionaron para analizar su realidad comercial y regulatoria, y fueron tenidos en cuenta para la elaboración del plan.

Tabla N° 2. Algunos productos con valor agregado que se obtienen en el país.

<b>Emprendimientos asociativos</b>	<b>Miel</b>	<p><b>Cooperativa COOPSOL</b> (Santiago del Estero). Mielees Wayra. Producción de miel orgánica y fraccionada, de Monte y de Atamisqui. <a href="https://cooperativacoopsol.wordpress.com/">https://cooperativacoopsol.wordpress.com/</a></p> <p><b>Consorcio Apícola de Chaco</b> (Chaco) Producción de miel orgánica. <a href="http://capich.com.ar/">http://capich.com.ar/</a></p> <p><b>COPAP Ltda.</b> Cooperativa de productores apícolas, con miel orgánica certificada por OIA, miel sin TACC y fraccionada en micro envases Sachet y Blister (Chaco). <a href="https://es-.facebook.com/mielchacocopap.com.ar/">https://es-.facebook.com/mielchacocopap.com.ar/</a></p> <p><b>Cooperativa Norte Grande (NOA).</b> Marca colectiva. Miel fraccionada. Proyecto IG miel de Azahar de Limón. <a href="https://www.facebook.com/Cooperativa-Apicola-Norte-Grande-922406361162122/">https://www.facebook.com/Cooperativa-Apicola-Norte-Grande-922406361162122/</a></p> <p><b>Cooperativa Apícola Pampero (Buenos Aires).</b> Miel y polen fraccionados convencionales, diferenciados según regiones. <a href="https://cooperativapampero.coop/">https://cooperativapampero.coop/</a></p> <p><b>Apicultores de Neuquén.</b> Miel de Aluminé. Organizan anualmente la Expo Alumiel. Diferenciación de mieles por regiones. Con apoyo de INTI y del Centro Pyme. Marca Mielees Diferenciadas Neuquinas. <a href="https://www.neuqueninforma.gob.ar/tag/miel/">https://www.neuqueninforma.gob.ar/tag/miel/</a>; <a href="http://www.adeneu.com.ar/2-uncategorised/95-concluyo-exitosamente-la-primera-exposicion-alumiel">http://www.adeneu.com.ar/2-uncategorised/95-concluyo-exitosamente-la-primera-exposicion-alumiel</a></p> <p>CAEMC (Cooperativas de Corrientes). Miel Sol Nativo. Mielees de Monte y Esteros y Monoflorales de <i>Citrus</i> y Eucalyptus. Envase Doy Pack. Procesan y comercializan cera virgen y estampada. <a href="https://www.caemc.com.ar/">https://www.caemc.com.ar/</a></p>
	<b>Polen y propóleos</b>	<p><b>Cooperativas Amuyén, Apidel (Buenos Aires) y Río Paraná, (Entre Ríos)</b> fraccionan y envasan polen y cuentan con plantas procesadoras. <a href="https://cooperativas.com.ar/valor-agregado-la-produccion-apicola-zona-norte/">https://cooperativas.com.ar/valor-agregado-la-produccion-apicola-zona-norte/</a></p> <p><b>FECOAPI, Federación de Cooperativas Apícolas,</b> cuenta con una pequeña planta de procesamiento de Propóleos, en articulación con la UTN</p>

		regional Delta (Buenos Aires). <a href="http://fecoapi.com.ar/">http://fecoapi.com.ar/</a>
	<b>Material Vivo</b>	En el año 2013 se creó la Asociación de Cabañas Apícolas Productoras de Material Vivo Certificado, con garantía PROAPI. <a href="http://asociacioncabanasapicolasmvca.blogspot.com/">http://asociacioncabanasapicolasmvca.blogspot.com/</a>
<b>Emprendimientos particulares</b>	<b>Miel</b>	<p>Aleluya, con una gran distribución de sus productos en toda Argentina</p> <p>Gala (Federación de Centros Juveniles Agrarios Cooperativistas). <a href="http://www.centrosjuveniles.com.ar/opciones/productos.ar">http://www.centrosjuveniles.com.ar/opciones/productos.ar</a></p> <p>Santa Brígida (<a href="https://www.facebook.com/lulosarli26/">https://www.facebook.com/lulosarli26/</a>).</p> <p>Granja Rosalia (alimento a base de miel?)</p> <p>Las Quinas, con mieles de varios orígenes botánicos, miel crema y miel orgánica. <a href="https://www.lasquinas.com.ar/">https://www.lasquinas.com.ar/</a>,</p> <p>Argenmieles, del grupo Grúas San Blas, comercializa mieles mono y multiflorales, miel crema y miel en panal y en distintos envases. Cuentan con varias certificaciones: Sin TACC, HACCP, Kosher, Halal, FSSC 2200. <a href="https://www.argenmieles.com.ar/">https://www.argenmieles.com.ar/</a></p> <p>Néctar de los dioses, del mismo grupo anterior, comercializa mieles en distintos tipos de envase, miel cremosa, en panal y cuadros de miel para desayunadores de hoteles. <a href="https://www.nectardelosdioses.com.ar/">https://www.nectardelosdioses.com.ar/</a></p> <p>Miel Orgánica Yunga Andina de la Provincia de Catamarca, procedente de las selvas de yungas. <a href="https://yungaandina.com/index.php?pagina=lista">https://yungaandina.com/index.php?pagina=lista</a></p> <p>La Agroapícola, en Pcia. de Bs.As., comercializa varios productos: miel de pradera, miel de limón, hidromiel, dulce de leche hecho con miel. Alfajores. <a href="http://www.laagroapicola.com.ar/inicio.aspx">http://www.laagroapicola.com.ar/inicio.aspx</a></p> <p>Endumel. Comercializa miel de orégano y miel con agregado de frutos secos en Mendoza. <a href="https://www.endumel.com.ar/es/">https://www.endumel.com.ar/es/</a></p> <p>Pampa Trade. Berazategui. Produce Miel en polvo. <a href="https://www.quiminet.com/shr/es/pampa-trade-2422431624/productos.htm">https://www.quiminet.com/shr/es/pampa-trade-2422431624/productos.htm</a></p> <p>Miel Elkargune, de la provincia de La Pampa, comercializa miel con certificaciones Kosher y Halal. <a href="https://www.mielelkargune.com.ar/noticias/">https://www.mielelkargune.com.ar/noticias/</a> <a href="http://www.halal.org.ar/halal/nuevo/index.php/">http://www.halal.org.ar/halal/nuevo/index.php/</a> Certificación Halal</p>
	<b>Propóleos</b>	<p>Natufarma (Santa Fe) <a href="https://www.natufarma.com/">https://www.natufarma.com/</a></p> <p>Laboratorios Natier (Buenos Aires), <a href="http://natier.com/">http://natier.com/</a></p> <p>Quemidur (Entre Ríos), <a href="https://www.apiter.com.ar/home/">https://www.apiter.com.ar/home/</a>.</p>

	<b>Apitoxina</b>	“Apis Argentina” <a href="https://www.apisargentina.com/">https://www.apisargentina.com/</a> , es la única empresa, siendo un producto con alto potencial de desarrollo y que por el momento no tiene una legislación específica para su comercialización.
	<b>Polen</b>	Polen reconvertido. Concentrado de polen bebible. Crinway. <a href="https://www.polencrinway.com.ar/informacion_sobre_polen_crinway.html">https://www.polencrinway.com.ar/informacion_sobre_polen_crinway.html</a>

Excluyendo a la miel, los volúmenes de venta y precios de los otros productos, son variables y no hay datos fehacientes de su comercialización, tanto en el mercado interno como externo, aunque se sabe que en este último caso es muy poco, porque algunos productos carecen de habilitaciones para ser comercializados en el exterior, como es el caso de la apitoxina.

### **2.1. c. Situación Regional:**

En la Provincia de Santa Fe, la mayor parte de la producción apícola se orienta a la obtención de miel a granel que se comercializa como tal, sin ningún tipo de diferenciación, siendo muy baja la producción y comercialización de otros productos de la colmena “diferenciados o no” o “con o sin transformación”.

Es importante mencionar que los operadores comerciales obtienen la materia prima a partir de compras particulares a productores locales, aunque en general, en un marco de informalidad.

En el periodo que va desde Enero a Julio del 2020 se exportaron desde la Provincia de Santa Fe 8 Tn. de otros productos (cera principalmente) por un total de U\$S 51.848 y en lo que respecta a miel a granel en el mismo periodo se exportaron, 4843 Tn. por un monto de U\$S 11.106.153. En el caso de los otros productos (polen, apitoxina, propóleos, material vivo, hidromiel), no existen datos de comercialización.

Esta investigación mostró la escasa información disponible respecto a los otros productos de la colmena, siendo un tema a considerar en el presente TFI.

Como información generada en el presente trabajo, existen en el relevamiento realizado varios emprendimientos que elaboran Hidromiel a partir de la miel producida por los apicultores locales.

Además de las empresas que participan de este TFI se mencionan los siguientes casos de experiencia regionales de productos con VAO, información aportada por la actual gestión del Programa apícola del Ministerio de Producción de la Provincia de Santa Fe (Giudicatti, R. 2021):

#### ➤ **A gran escala (exportación):**

Cooperativa COSAR. Cuenta con certificaciones de mieles orgánicas y Comercio Justo, comercializadas a Japón, Francia y Alemania entre otros, además del fraccionado de miel. <https://coopcosar.com/>

#### ➤ **A mediana y pequeña escala (comercializaciones provinciales e interprovinciales):**

Mieles saborizadas y barras de cereales con miel: Emprendimiento MIELAQ y una firma en la ciudad de Las Rosas de Ricardo Calañon con registro RNPA para fabricar barras de cereales. <https://mielaq.com/>

Actualmente en la Provincia hay 46 establecimientos fraccionadores de miel con RNE y RNPA, los que tienen diversidad de presentaciones (gramajes y material de envase), donde se destaca como innovación el envase de la firma LA ESTRELLA: envase doy-pack con pico vertedor.

La Cooperativa Apicultores Unidos Ltda. (APIUNI) comercializa en forma diferenciada pack con tres envases de 250 g. en el que presenta las mieles diferenciadas como de pradera, de monte y de isla y ha iniciado pruebas de comercialización de polen en presentación de 100 g. en el mercado local y ferias. Esta Cooperativa también tenía en el mercado local Hidromiel con RNPA la que ha dejado de comercializar en el año 2020, por causas de reducción de mercado y readecuación de estrategia de producción en alianza con cervecería líder de Santa Fe.

La Cooperativa Apícola Granjera San Javier comercializa miel orgánica, a granel y fraccionada. Participa de este TFI

[.http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Noticias/archivo.php?id=154](http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Noticias/archivo.php?id=154)

Las firmas de cervecería artesanal de Santa Fe Capital y Rosario en su mayoría tienen en su carta cervezas HONEY, donde se han desarrollado diferentes estilos con diferentes mieles (pradera, monte, isla, eucalipto, coriandro, citrus, etc.).

En lo que respecta a Jalea Real hay dos productores en las ciudades de Santo Tomé y Malabrigo.

Es importante mencionar que la Provincia de Santa Fe promulgó, en 2018, una ley Provincial Apícola (Ley N° 13.870): "Promoción, Protección y Desarrollo de la Actividad Apícola en la Provincia de Santa Fe". Varios capítulos y artículos de esta Ley serán fundamentales para el desarrollo de la presente propuesta.

- Autoriza el tránsito por todo el territorio provincial de colmenas, paquetes de abejas, núcleos, abejas reinas y todo otro material vivo relacionado con la actividad, siempre cumpliendo con los requisitos sanitarios establecidos por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria o el Organismo competente,
- Propende al desarrollo y elaboración de productos apícolas con fines alimenticios, farmacológicos, cosmetológicos y otros, a través del fomento de la experimentación a campo, investigación científica, innovación y desarrollo tecnológico.
- Impulsa el asociativismo entre los actores de la cadena apícola, fortaleciendo la organización por Nodos y fomentando la articulación Público-Privada en la Mesa de Diálogo Apícola Provincial.
- Crea el Programa Provincial de Impulso, Estímulo y Promoción de la Actividad Apícola y el Consumo de Miel y en este marco se crea un Fondo que considera la Financiación total o parcial para la formulación de planes de trabajo o proyectos de inversión para el proceso y desarrollo de obtención de normas de calidad, certificación oficial de calidad, sellos de calidad, certificación agroecológica, indicación de procedencia, denominación de origen, marcas de producción, marcas colectivas o cualquier otra estrategia de diferenciación basada en las características y cualidades de la producción apícola en el territorio provincial.

- Contempla aportes económicos para cubrir gastos de capacitación de los actores de la cadena de valor apícola, desarrollo y transferencia de tecnologías, trabajos de investigación y servicios de planeamiento de la producción y participación en reuniones, exposiciones y ferias.
- Así mismo crea la Mesa de Diálogo Apícola Provincial, que funcionará como cuerpo consultivo permanente siendo algunos de sus objetivos contribuir al posicionamiento de los productos de la colmena en el mercado interno y externo, tanto a granel como fraccionado y diferenciado y facilitar el acceso de la información técnica, económica y comercial a todos los agentes de la cadena de valor.

## 2.2. Normativas Locales, Nacionales e Internacionales

Se describe a continuación, una breve reseña de los requisitos regulatorios, tanto para la producción como para la comercialización de los otros productos de la colmena considerados en este trabajo. Dicha información servirá para contrastar la realidad actual de cumplimiento o no de las empresas que se eligieron para el desarrollo del presente TFI.

**Apitoxina Cristalizada:** De todos los productos apícolas es el más complejo en este punto, puesto que no está definido el marco regulatorio, y hay disidencias sobre qué organismo lo regula, ANMAT o SENASA.

Se cuenta con la norma IRAM N° 15.990 “Apitoxina. Buenas prácticas de Higiene y procesamiento”, publicada en el año 2018 que, si bien aporta pautas de inocuidad, no es suficiente para realizar la exportación legalmente.

Es un producto de alto potencial exportador, lo que constituye una limitante para el desarrollo de las empresas que quieren incursionar en este producto y de la cadena de valor en sí, dado que, sumado a la complejidad, los países importadores también tienen disidencias en los requisitos para su importación

**Cera:** A nivel nacional y regional (Mercosur) está regulada sobre dos conceptos fundamentales:

Insumo Apícola: Como insumo de la actividad apícola y sus productos está regulada por:

- Resolución MERCOSUR/GMC N° 23/07 - • Resolución SENASA N° 220/1995 –
- Reglamento (CE) N° 1069/2009 - Normas sanitarias aplicables a los subproductos animales y los productos derivados no destinados al consumo humano.

Aditivo Alimentario:

Como aditivo alimentario, está regulada en el Código Alimentario Argentino (CAA)

- Farmacopea Europea (EUROPEAN PHARMACOPOEIA 5.0) y Cera Flava o Amarilla y Cera Alba o Blanco.
- Norma General para los Aditivos Alimentarios (CODEX STAN 192-1995).

**Miel Fraccionada:** Es uno de los productos con regulaciones más definidas, existiendo diferentes alcances, tanto a nivel local, a través de los municipios y sus áreas de control, como a nivel provincial, a través de sus agencias y ministerios, y a nivel nacional, a través de SENASA. En el caso de la Provincia de Santa Fe, la responsable es la ASSAL (Agencia

Santafesina de Seguridad Alimentaria), quién regula y controla esta actividad para el comercio nacional e internacional, otorgando registros RNPA (Registro Nacional de Productores Apícolas) y RNE (Registro Nacional de Establecimiento).

**Miel orgánica:** En el caso de este producto, tanto fraccionado como a granel, existen protocolos y procedimientos que están disponibles para los emprendedores en esta cadena de valor, a través de las certificadoras acreditadas en el Organismo Argentino de Acreditación y el SENASA.

Las normativas son diferentes de acuerdo al destino (mercado de la UE o el de E.E.U.U.). Ambos son los más demandantes de este producto. Los productos orgánicos en Argentina se encuentran identificados en su rótulo con el sello “Orgánico Argentina” mediante la certificación de sus sistemas productivos y posterior elaboración, permitiendo su rotulado como “Orgánico”, “Ecológico”, “Biológico”, “Eco” o “Bio”.

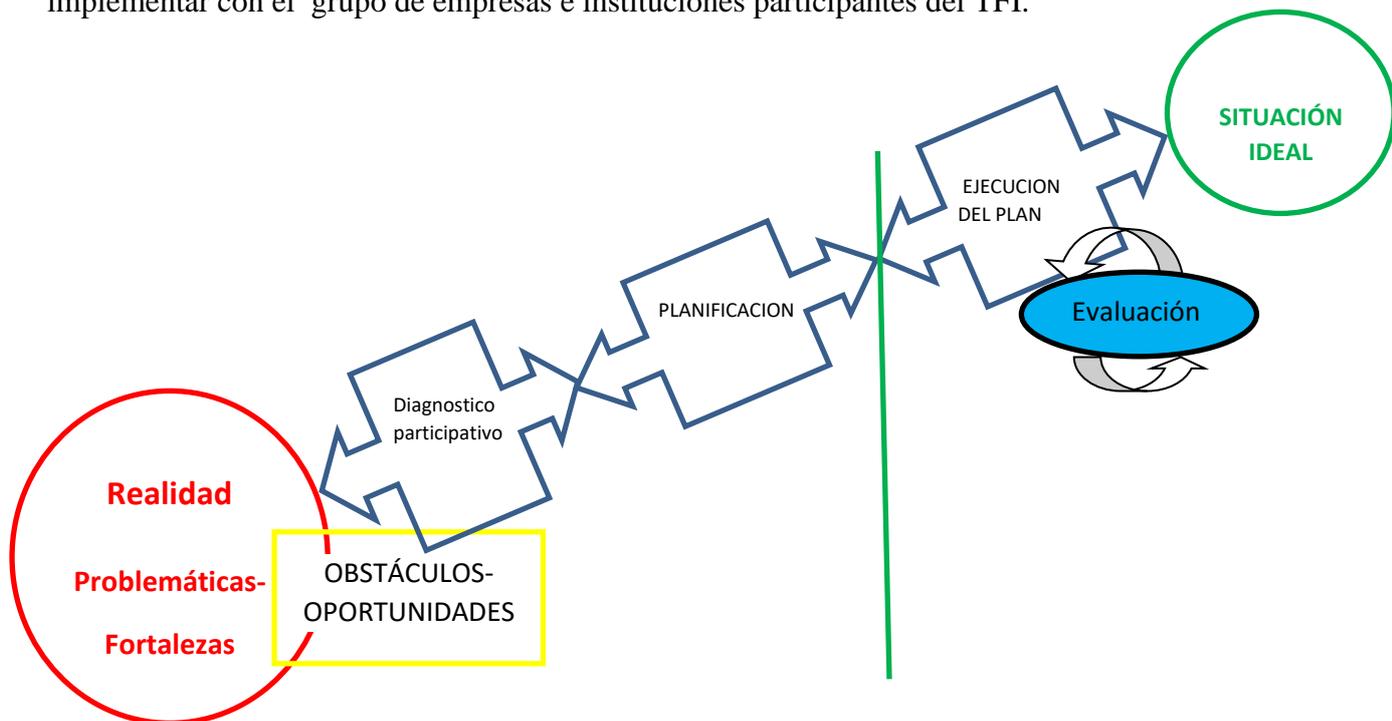
**Material Vivo:** De todos los productos mencionados anteriormente, justamente por no tratarse de un alimento, es el que menos complejidad presenta en cuanto a las normativas para producir y comercializar. El SENASA es el responsable de las inscripciones a través del Registro Nacional de Apiarios de Crianza Res. SENASA 278/13.

Existe la Asociación de Criadores de Material Vivo Certificado del PROAPI en la cual se ha logrado unificar una genética de alta prolificidad, comportamiento higiénico y mansedumbre.

### 3. METODOLOGIA

Tomando insumos metodológicos de la materia organización del trabajo, se analizaron en forma colectiva con las empresas, las problemáticas de la situación actual y la situación futura deseable, siempre en un marco de acciones conjuntas entre las instituciones públicas y las empresas.

El gráfico 2 se presenta a modo de resumen de la metodología implementada y a implementar con el grupo de empresas e instituciones participantes del TFI.



## Gráfico 2. Resumen Metodológico

En primer lugar, se realizó un relevamiento de información sobre productos con VAO que se desarrollan en el país y en la provincia de Santa Fe, y se seleccionaron algunos casos del territorio en estudio, para analizar su realidad comercial y regulatoria.

Es importante mencionar que las empresas que fueron seleccionadas y mostraron interés en participar, responden en primer lugar, a que desarrollan productos diferentes a los que tradicionalmente se producen y comercializan en la región (miel a granel sin diferenciación), en segundo término, a que son empresas que están autorizadas, o en trámite de serlo, por los organismos pertinentes y en tercero, por la relación laboral, comercial y cordial que existe entre ellas y el alumno.

Debido a la situación sanitaria, no se realizaron para la planificación reuniones grupales presenciales. Las actividades se realizaron on-line, excepto entrevistas presenciales entre el referente de cada empresa y el alumno.

Con la finalidad de definir los problemas de las empresas involucradas, sus objetivos, futuro deseado y acciones propuestas, se elaboraron y realizaron consultas mediante dos cuestionarios formales y varias comunicaciones telefónicas. Los formularios utilizados se presentan como ANEXO I y ANEXO II.

Con el objetivo de validar la información obtenida a través de las consultas individuales, se realizó una reunión virtual, en la que participaron las empresas involucradas (un referente por cada empresa), el alumno y la Directora del TFI.



Foto 1-Validación de Problemas y Futuro deseado. Reunión virtual por ZOOM 2/03/21

## 4. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN INICIAL

### 4.1 Caracterización de las empresas:



**APIARIOS MACK.** Es una empresa unipersonal que participa en varios eslabones de la cadena, desde la producción a campo, a la extracción, envasado y comercialización de miel. La empresa abastece con su producto miel fraccionada a comercios minoristas y mayoristas en el centro norte de la provincia de Santa Fe y el este de Córdoba. Se encuentra radicada en San Guillermo, y su propietario es Hugo Macagno.

<https://es-la.facebook.com/pages/category/Retail-Company/Apiarios-MACK-1002928976400993/>



**APICOLA VAUDAGNA.** Empresa familiar de producción de Material vivo, radicada en el centro de la Provincia de Santa Fe, más precisamente en Rafaela, una ciudad altamente industrializada, con escaso desarrollo apícola.

Comercializa sus productos (Celdas reales, Reinas Fecundadas y Núcleos) a las provincias de Santa Fe y Córdoba, siendo una de la más importante en escala y tecnología de la región centro. Sus propietarios son Enrique y Cristian Vaudagna,

<http://pampagringa.com.ar/contenido/173/apicultores-rafaelinos-agregando-valor-a-la-miel>



**CERAS PETEAN.** Empresa familiar de la ciudad de Reconquista que produce cera estampada para uso en colmenas, aunque le interesa participar del proyecto para elaborar algún subproducto de la cera. Ha realizado exportaciones de cera Virgen a Japón, esto la posiciona como una empresa con cierta especialización y liderazgo en la región en cuanto al procesamiento de cera. Sus propietarios son Ricardo y Francisco Petean.

<https://inta.gob.ar/videos/estampados-de-cera-de-calidad>



**MIEL CERESINA.** Pequeña empresa unipersonal de la ciudad de Ceres, fraccionadora de miel, cuya característica es que compra la producción a granel de otros productores de la zona y realiza el fraccionado. La comercialización de su producción es en Ceres y lugares cercanos, puesto que la estructura de fraccionado y envasado es de baja escala. Su propietaria es Esther Mendoza.

<https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-900272149-miel-pura-de-abejas- JM>

LA COOPERATIVA  
APÍCOLA GRANJERA  
SAN JAVIER

**COOPERATIVA APÍCOLA GRANJERA SAN JAVIER.** Ubicada sobre la Ruta Nacional 1 en el Centro-Este de la Pcia. a orillas del Río Homónimo. Es una organización de productores que produce y comercializa miel orgánica fraccionada y a granel. Ha realizado exportaciones de miel orgánica a granel, aunque de baja escala, a Alemania, en conjunto con otras organizaciones apícolas. Tiene un alto potencial productivo porque se encuentra en una zona que no está siendo afectada por el uso intensivo de agroquímicos. Además, los productores integrantes de la Cooperativa producen miel en las islas del Río San Javier, región con un ambiente natural único, pero que implica un alto costo de producción y una infraestructura adecuada. Muestra una interesante articulación con las instituciones del territorio. Su presidente es Carlos Micheloud y tiene 20 asociados más de la ciudad de San Javier. <https://cooperativas.com.ar/se-destacan-en-la-produccion-de-miel-organica/>



**WORLD APITOXIN.** Empresa dedicada a la extracción de apitoxina cristalizada radicada en la localidad de Hersilia.

Por sus características, este producto tiene un alto potencial exportador. La empresa tiene excelentes posibilidades de aumentar su producción en volumen y calidad. Uno de los potenciales más importantes lo constituye el encontrarse ubicada en una de las regiones de mayor cantidad de colmenas del país. Hasta el momento sólo extrae y comercializa apitoxina cristalizada en frascos de 2, 5 y 30 g. No produce ni comercializa ningún producto derivado de la apitoxina. Sus propietarios son Juan Pablo Prida y quien escribe este TFI.

<https://apitoxin.wixsite.com/apitoxin>



Figura 1-Ubicación de las empresas en el Territorio. Elaboración propia.

#### 4.2. Caracterización general.

Como se puede ver en el punto anterior, este grupo de empresas es heterogéneo, con diferentes fortalezas y debilidades y es importante resaltar que tienen diferentes estructuras y procedimientos productivos.

En general no tienen relación asociativa entre ellas, salvo alguna eventual venta de insumos, como se muestra más adelante en el Gráfico 3, Redes sociotécnicas. En este punto hay que mencionar que Apícola Vaudagna y Ceras Petean venden insumos necesarios para llevar adelante las empresas Apícolas que producen miel y agregan valor.

Respecto a la articulación con los organismos públicos, el INTA y el Ministerio de Producción Provincial, muestran una activa articulación con la mayoría de las empresas, aunque algunas mencionaron que no articulan con estos organismos por diferentes motivos,

no especificados en las entrevistas y charlas. Las Municipalidades y Comunas locales también articulan con las empresas. La Cooperativa de San Javier es la que mencionó que más apoyo recibe de este actor público.

Otro comentario es el rol que podrían llegar a tener los actores que no participaron directamente de esta propuesta, pero sí agregan valor en el territorio en cuestión. Éstos podrían sumarse y ser actores de suma relevancia a medida que se lleven adelante las acciones previstas en este TFI.

El promedio de edad del grupo es de 42 años. La mayoría de las empresas tiene la estructura familiar de una familia tipo, casados con hijos. La actividad de VAO que desarrollan es el principal ingreso económico en 4 de los casos. En los otros dos constituye una actividad secundaria. La composición del ingreso económico familiar de la mayoría de los integrantes del grupo proviene de ambas partes (Marido y Mujer). En todos los casos los integrantes del grupo son descendientes de Italianos.

En las charlas, entrevistas y encuestas previas de algunos de los miembros del grupo, surgió la posibilidad de emprender proyectos asociativos, y llevar a cabo acciones conjuntas.

Se comentó la posibilidad de diversificar aún más la oferta, generando nuevos productos, promocionar los productos a clientes del exterior (teniendo en cuenta los criterios presentados en la introducción), generar espacios de intercambio y articular con otros organismos.

Con el fin de generar un plan de trabajo ordenado y aplicable, se acordó con los integrantes del grupo realizar un taller para generar el diagnóstico y la planificación participativa con enfoque prospectivo.

***Dada la imposibilidad de concretar esta reunión, se realizó el encuentro virtual mencionado anteriormente.***

### **4.3. Situación Actual y Futuro Deseado**

Como principales insatisfacciones planteadas en las entrevistas y en la reunión virtual surgieron:

Tabla 3: Ideal a alcanzar y Escenario presente

<p>IDEAL A ALCANZAR</p>	<p><b>Ser líderes en producción y comercialización de productos con VAO en cantidad y calidad bajo las normativas vigentes.</b></p>
<p>E S C E N A R I O  P R E S E N T E</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El individualismo es una barrera que afecta el cumplimiento de los objetivos.</li> <li>• Falta de conocimiento y confianza entre las empresas.</li> <li>• Enfrentan elevados costos de producción y comercialización.</li> <li>• Falta de rentabilidad de las empresas involucradas.</li> <li>• Heterogenidad de los sistemas productivos y comerciales, al obtener y comercializar distintos productos.</li> <li>• No en todos los productos existe un sendero tecnológico definido. A diferencia de la producción primaria de miel, en estas actividades los procedimientos productivos son diferentes, e implican exploraciones e innovaciones constantes.</li> <li>• Falta de acceso (principalmente por desconocimiento) a las herramientas públicas o privadas de ayuda financiera adecuadas, a créditos o ANRs según corresponda. Falta de tiempo y conocimientos por parte de los beneficiarios sobre cómo acceder a estos beneficios.</li> <li>• Desconocimiento de las herramientas públicas de apoyo al valor agregado.</li> <li>• Escaso conocimiento por parte de los beneficiarios sobre los potenciales mercados de los productos que obtienen.</li> <li>• Dificultades para ingresar a algunos mercados externos para productos específicos.</li> <li>• Desconocimiento por parte de los consumidores de los productos que se ofrecen, principalmente en el caso de las mieles.</li> <li>• Falta de mano de obra especializada para realizar los procedimientos productivos que son más complejos y minuciosos que en la producción primaria.</li> <li>• Es necesario contar con jóvenes que reemplacen a los adultos de edad avanzada.</li> <li>• Informalidad del sector.</li> <li>• Trámites administrativos engorrosos para el traslado regional de algunos productos (Material vivo y Cera).</li> </ul>

A pesar de las situaciones adversas que se presentan para estas actividades de VAO, surge la ilusión y el deseo de avanzar y seguir creciendo, que se reconozca la calidad de sus productos, que los productos lleven un sello que los identifique como originados en el territorio, que se mantenga la organización y que se acceda a nuevas posibilidades de mercados, buscando alternativas productivas asociativas superadoras, siendo conscientes de que el trabajo grupal es la fuerza para cumplir los objetivos previstos individuales y grupales.

También se menciona la articulación con los organismos e instituciones (Ver mapa de actores), como una de las acciones claves a realizar para alcanzar los objetivos y bajo este marco conseguir el mayor beneficio asociativo: “Ser líderes en producción y comercialización de productos con VAO en cantidad y calidad bajo las normativas vigentes”.

Como se menciona en la primera parte del TFI las posibilidades de incorporar VAO en la actividad apícola son amplias, más aún, ante un contexto post-pandemia, que muchos especialistas plantean como un “Nuevo Mundo” con obstáculos, pero con numerosas oportunidades.

Es por eso que uno de los mayores desafíos de esta propuesta, es generar una red para ejecutar acciones concretas y lograr posicionar en el mercado los productos con VAO obtenidos en el territorio. Como otro deseo surge el desarrollo y comercialización de nuevos productos. También surgió la propuesta de la formación de un cluster de los actores que agregan valor en origen, como han hecho otras empresas que se asociaron y potenciaron sus productos como COSAR, Coop. Norte Grande, entre otras.

A partir de estas ideas se propone considerar la creación de un sello o marca colectiva, que de valor a todos los productos obtenidos en el territorio, destacando su calidad, sus características distintivas, el cumplimiento de las normas vigentes y la aplicación de BPM. Acá tomo una frase de Juan Pablo Prida, de WORLD APITOXIN, en la entrevista realizada: *“es nuestro compromiso generar valor agregado al valor agregado”*

#### 4.4. Problemática

Se trabajó en el análisis de los obstáculos/problemáticas (tabla 4) que tiene el grupo actualmente y con las potencialidades que podemos aprovechar para llegar a una solución.

Tabla N° 4: Potencialidades ante los obstáculos actuales.

N.º	OBSTÁCULO/PROBLEMÁTICA	SOLUCION / POTENCIALIDADES
1	El individualismo sigue siendo una barrera que afecta el cumplimiento de los objetivos.	Metodologías de trabajo por parte de las instituciones locales para contrarrestar la cultura individualista.

2	Elevados costos de producción y comercialización.	Surge del grupo tratar de realizar compras y otras acciones conjuntas para sobrepasar esta problemática, como por ejemplo cajas, frascos y otros insumos comunes a todas las empresas. Equipo de trabajo de economía de INTA Rafaela podrá realizar el análisis de los costos.
3	Heterogeneidad de los sistemas productivos y comerciales.	Esta situación puede ser tomada como una fortaleza para ofrecer productos en cantidad y calidad a diferentes mercados que lo demanden. Se cuenta con Instituciones con las cuales se pueden generar convenios que permitan analizar los distintos sistemas productivos y comerciales.
4	Falta de acceso a herramientas públicas de ayuda financiera adecuadas, principalmente por desconocimiento.	La gestión de financiamiento ya sea para inversión en créditos, desarrollos tecnológicos, de procesos, búsqueda de mercados o promoción de productos en ANR es fundamental para el crecimiento empresarial. En forma asociada y articulando con diferentes instituciones y organismos se puede acceder a distintos financiamientos.
5	Falta de conocimiento y confianza entre las empresas.	Esto puede ser tomado como una potencialidad, ya que muchos grupos se potencian cuando se asocian sin tener experiencias previas. Se cuenta con capacidades institucionales para generar articulaciones entre las empresas.
6	En estas actividades los procedimientos productivos son diferentes e implican exploraciones e innovaciones constantes. No en todos los casos hay un sendero tecnológico a seguir como en la producción primaria, los ensayos los hace cada empresa y sin un método científico riguroso.	Existen en el territorio organismos de C y T que pueden brindar apoyo para normalizar procesos, generar protocolos, nuevos desarrollos tecnológicos, y generación de nuevos productos. (INTA, INTI, Universidades, CONICET).
7	Falta de mano de obra especializada para realizar los procedimientos productivos, que son mas complejos y minuciosos que en la producción primaria.	Posibilidad de generar espacios de capacitación a operarios, con temáticas específicas para cada actividad.
8	Escaso conocimiento por parte de los beneficiarios sobre los potenciales mercados de los productos que se producen.	A través de La Mesa apícola provincial se podrá contar con un especialista que podrá buscar oportunidades de nuevos mercados y asesorar en procesos de exportación.
9	Desconocimiento por parte de los consumidores de los productos que se ofrecen, principalmente respecto a las mieles.	Se cuenta con Instituciones de C y T con RRHH y equipamiento para analizar y describir los productos que se obtienen.

10	Trámites administrativos engorrosos para enviar productos regionalmente (Material vivo y Cera).	A partir de 2018 la Ley apícola provincial considera entre sus capítulos el movimiento de materiales apícolas en la Provincia. Se crea la Mesa Apícola ante la que es posible plantear las dificultades surgidas al momento de efectuar desplazamientos de material Vivo y Cera.
----	---	---

Como síntesis podemos definir la problemática fundamental del grupo como: “Empresas con dificultades comerciales, productivas y regulatorias diversas, que intentan avanzar en un escenario nuevo, poco conocido y con numerosos obstáculos”.

## **5-PLAN ESPECÍFICO**

### **5.1.Objetivo general.**

Avanzar estratégicamente, mediante acciones conjuntas, en el fortalecimiento del Valor Agregado de las empresas del Centro Norte de Santa Fe.

### **5.2. Objetivos específicos.**

En base al objetivo general planteado, se definieron los siguientes objetivos específicos:

- 1) Ajustar los procedimientos productivos, económicos y comerciales de las empresas ligadas al TFI, contribuyendo a mejorar su rentabilidad.
- 2) Generar una activa articulación entre los actores actualmente vinculados al proyecto, nuevos actores privados e institucionales.
- 3) Diversificar la oferta de productos con VAO, mediante la generación de nuevos productos de las empresas involucradas inicialmente y la incorporación de productos obtenidos por otras empresas.
- 4) Crear un sello o marca colectiva que valore los productos con VAO de empresas Santafesinas generando identidad territorial

## **6. PLANIFICACIÓN**

En base a las metas propuestas se consensuaron diferentes actividades como reuniones de gabinete virtuales y presenciales, capacitaciones en asociativismo, gestión de financiamiento a través de las instituciones y organismos participantes, creación y participación en la mesa apícola provincial de Valor agregado, asociación con otras empresas que obtengan los mismos productos y búsqueda de eficiencia y nuevos procedimientos para los productos que se obtienen actualmente.

Las tablas N° 5, 6, 7 y 8, corresponden al desarrollo de los objetivos específicos 1, 2, 3 y 4.

Tabla N° 5: Objetivo Específico 1.

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	METAS/ INDICADORES	¿CÓMO? Actividades	¿QUIÉN? En todas las actividades participan los referentes de las empresas.  Responsable	¿CUÁNDO? Punto de partida. Fechas- Plazos (meses)					
					6	12	18	24	30	36
Avanzar estratégicamente, mediante acciones conjuntas, en el fortalecimiento del Valor Agregado de las empresas del Centro Norte de Santa Fe.	1) Ajustar los procedimientos productivos, económicos y comerciales de las empresas ligadas al TFI, contribuyendo a mejorar su rentabilidad.	a) Obtener datos económicos y productivos de cada una de las empresas/ Establecer Costo a Corto, Mediano y Largo Plazo por producto y empresa.	Realizar reuniones grupales e individuales para obtener información de los sistemas productivos, económicos y sociales. Que servirían para analizar el estado inicial de cada empresa.	Área de economía de la EEA INTA Rafaela	x					
			Analizar económicamente y productivamente los datos de cada una de las empresas.	Área de economía de la EEA INTA Rafaela		x				
			Diagramar, junto con los participantes, planillas de tomas de datos, que permitan el seguimiento de sus actividades.	Área de economía de la EEA INTA Rafaela				x		
		Talleres de definición de los puntos débiles o dificultades en el desarrollo de los productos.	Agente de Desarrollo					x		

	b) Mejorar los procedimientos productivos, haciéndolos más eficientes y rentables/ Incrementar en un 20% la producción.	Identificar empresas que desarrollen los mismos productos en otros lugares del país identificando casos exitosos e interactuar con ellos.	INTA, Ministerio de producción de Santa Fe, Agente de Desarrollo				x			
		En el caso de no identificar la solución a los problemas proponer y realizar ensayos con instituciones de C y T que permitan avanzar en su resolución.	Universidades, INTI, INTA, CITES				x	x		
		Generar capacitaciones específicas para los procesos de obtención de los productos.	Universidades, INTI, INTA, CITES y Agente de Desarrollo					x		
	c) Analizar para cada empresa el cumplimiento de las normas vigentes para el/los producto/s que obtiene/ Control de calidad al 100% de los productos comercializados.	Facilitar el cumplimiento de las normas vigentes, mediante el apoyo de las instituciones (INTA-INTI- Ministerios provinciales y Municipios).	Agente de Desarrollo					x		
		Proponer/ sugerir, en caso de corresponder, los cambios que se consideren necesarios para el mejor cumplimiento de las normas.	Agente de Desarrollo					x		
		Generar Capacitaciones en BPM para los productos que ya cuentan con ellas.	INTA y Agente de Desarrollo							x

Tabla Nº 6: Objetivo Específico 2.

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	METAS/INDICADORES	¿CÓMO? Actividades	¿QUIÉN? En todas las actividades participan los referentes de las empresas. Responsable	¿CUÁNDO? Punto de partida. Fechas- Plazos (meses).					
					6	12	18	24	30	36
Avanzar estratégicamente, mediante acciones conjuntas, en el fortalecimiento del Valor Agregado de las empresas del Centro Norte de Santa Fe.	2) Generar una activa articulación entre los	a) Promover la organización de los productores con participación actual/ Formacion de una organización legalmente constituida.	Talleres para la constitución de alguna forma asociativa adecuada.	Agente de Desarrollo e INTA y consultor externo (Publico y/o privado)	X					
		b) Lograr que todas las empresas e	Presentar el plan de desarrollo a todas las instituciones	Agente de Desarrollo						

	actores actualmente vinculados al proyecto y nuevos actores privados e institucionales.	instituciones vinculadas internalicen y se apropien del plan/ Cumplimiento del 100% de las metas propuestas.	vinculadas a las empresas.			<b>x</b>				
		c) Conocer los RRHH y herramientas financieras que cada actor actual, o que se incorpore, puede ofrecer al desarrollo del proyecto general/ que cada empresa presente al menos 2 herramientas financieras.	Presentar las herramientas y beneficios que cada actor puede ofrecer al Plan de Desarrollo.	Todos los actores que participan del plan			<b>x</b>			
			Identificar nuevos actores.	Agente de Desarrollo				<b>x</b>		
		d) Concretar acciones conjuntas entre	Apoyar la formulación de los proyectos de cada empresa y en conjunto.	Agente de desarrollo y consultor externo (Público y/o privado)					<b>x</b>	



<p>Avanzar estratégicamente, mediante acciones conjuntas, en el fortalecimiento del Valor Agregado de las empresas del Centro Norte de Santa Fe.</p>	<p>3) Diversificar la oferta de productos con VAO, mediante la generación de nuevos productos de las empresas involucradas inicialmente y la incorporación de productos obtenidos por otras empresas, y acceder a nuevos mercados.</p>	a) Obtener un análisis de mercado de los productos que actualmente comercializa cada empresa y de nuevos que el mercado demanda/ 1 análisis de mercado por producto	Identificación de nuevos mercados para los productos que se obtienen actualmente.	Consultor externo (Publico y/o privado)	x					
			Identificación de nuevos productos demandados por los mercados en el nuevo contexto de pandemia.	Consultor externo (Publico y/o privado)	x					
			Identificación de fuentes de financiación para el desarrollo de nuevos productos.	Consultor externo (Publico y/o privado)		x				
			Articulación con instituciones para el desarrollo de nuevos productos.	Agente de desarrollo			x			
	b) Obtención de nuevos productos/1 nuevo producto por empresa.	Convenios con instituciones de C y T para la descripción de los productos, cuando fuera necesario(ej.Mieles regionales)	Agente de desarrollo				x			
		Difusión de las características y propiedades de los productos en ferias y eventos apícolas	Ministerio de la Producción de Santa Fe y Municipalidades y comunas locales						x	



					6	12	18	24	30	36
<p>Avanzar estratégicamente, mediante acciones conjuntas, en el fortalecimiento del Valor Agregado de las empresas del Centro Norte de Santa Fe.</p>	<p>4) Crear un sello o marca colectiva que valore los productos con VAO de empresas Santafesinas generando identidad territorial</p>	<p>Identificar el sello que mejor se adapte al objetivo propuesto/ Obtención de 1 sello común a todas las empresas.</p>	<p>Realizar reuniones con expertos en esta temática.</p>	<p>Alumno, directores y Equipo de INTA de la Plataforma I151. (Diferenciación y valorización de productos agropecuarios, alimentos y artesanías locales).</p>	x					
		<p>Desarrollar el sello territorial/ que todos los productos que se comercialicen tengan el sello consecuado.</p>	<p>Identificar nuevas empresas con interés en incorporarse al proceso de obtención de un sello.</p>	<p>Alumno, grupo de empresas y equipo de la plataforma I151.</p>	x					
			<p>Realizar talleres para consensuar con los interesados las condiciones y procedimientos que se deben cumplir para utilizar el sello. Por ej.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de insumos a proveedores del territorio o de la provincia.</li> </ul>	<p>Alumno, interesados y especialistas del INTA.</p>		x				

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación de plantas de procesamiento en el territorio o en la Provincia.</li> <li>• Cumplimiento de normativas Regionales y Nacionales.</li> <li>• Aplicación de BPM en la obtención de los productos para los que ya están definidas.</li> </ul>						
		Describir los productos que se incluirán en el sello.	Instituciones de C y T				x	
		Identificar actores que puedan desarrollar un manual de identidad visual.	Alumno. Interesados en incluir sus productos en el sello.				x	
		Desarrollar un manual de identidad visual.  (Crear un Logo. Definir colores).Concurso de logo.	Universidades					x
		Promocionar y difundir el sello en diferentes ámbitos, a nivel regional, nacional e	Todos los actores					x

			internacional.								
--	--	--	----------------	--	--	--	--	--	--	--	--

## 7. MAPA DE ACTORES

A continuación se presenta un listado con los principales actores que intervienen en este momento regionalmente, destacando si su implicancia es local, regional o nacional y los distintos recursos que pueden aportar al plan de desarrollo (Tabla 9).

Tabla 9: Actores que se encuentran en el territorio, involucrados en la obtención de VAO de productos apícolas en la región.

Participa inicialmente del proyecto	Tipo de Actor	Actor	Ámbito de acción	Que recursos o capacidades pueden aportar al proyecto
SI	Entidades Estatales Y Gubernamentales	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y otros Ministerios de la Nación	Nacional	Capacitación y financiamiento a través de sus herramientas de apoyo.
		Programa Nacional de Desarrollo Apícola y otros Instrumentos Programáticos de INTA	Nacional	Bajar a territorio las actividades del proyecto en las cuales se involucra al PROAPI. Participación activa y directa en acciones de extensión e investigación con las empresas. Apoyo en el desarrollo del sello de valorización territorial de los productos con VAO.
		Ministerio de Producción de la Pcia. de Santa Fe	Provincial	Al igual que el organismo anterior tiene líneas de apoyo económicas y de gestión. Apoyo a través de la Ley provincial.
		Municipios y Comunas	Local	Apoyo económico al proyecto, Legislar y ejecutar ordenanzas municipales que faciliten el desarrollo del Proyecto. Gestión ante otros organismos
	Beneficiarios actuales	Apiarios Mack, Apícola Vaudagna, Ceras Petean, La Cooperativa Apícola Granjera San Javier, Miel Ceresina y World Apitoxin	Regional	Beneficiarios directos del proyecto. Articulación con los demás actores para la Propuesta del Sello de valorización territorial de los productos.

				Definición de condiciones del sello. Motorizadores del proceso.
	Actores Privados	CITES	Local	Centro Tecnológico del grupo SANCOR Seguros, cuenta con RRHH humanos altamente capacitados en llevar adelante proyectos de I+D.
NO	Actores Privados	Coop. de Provisión Apícola (COSAR)	Local, Regional e Internacional	Su organización y estructura permitiría comercializar los productos con VAO.
		Otras empresas que obtengan los mismos u otros productos con VAO	Local, Regional y Nacional	Propuestas de mejora de los procesos de obtención de los productos. Participar en la propuesta y definición de condiciones del sello.
		Elaboradores y Vendedores de insumos	Nacional	Aportar los insumos necesarios y adecuados, para desarrollar y mejorar los sistemas productivos.
		Cooperativa de San Jerónimo	Regional	Producir y comercializar productos con VAO.
		Laboratorios Privados	Provincial	Procesar productos y comercializarlos. Realizar los análisis de calidad de los productos primarios y procesados.
		Asociaciones representantes de Consumidores	Regional	Participar en la propuesta del sello. Promocionar el sello y sus productos.
	Entidades estatales	Universidades	Nacional	Describir productos. Generar el manual de Identidad Visual del Sello.
		Escuelas agrotécnicas.	Nacional y Provincial	Capacitación, consumo y difusión de los productos y difusión del sello.

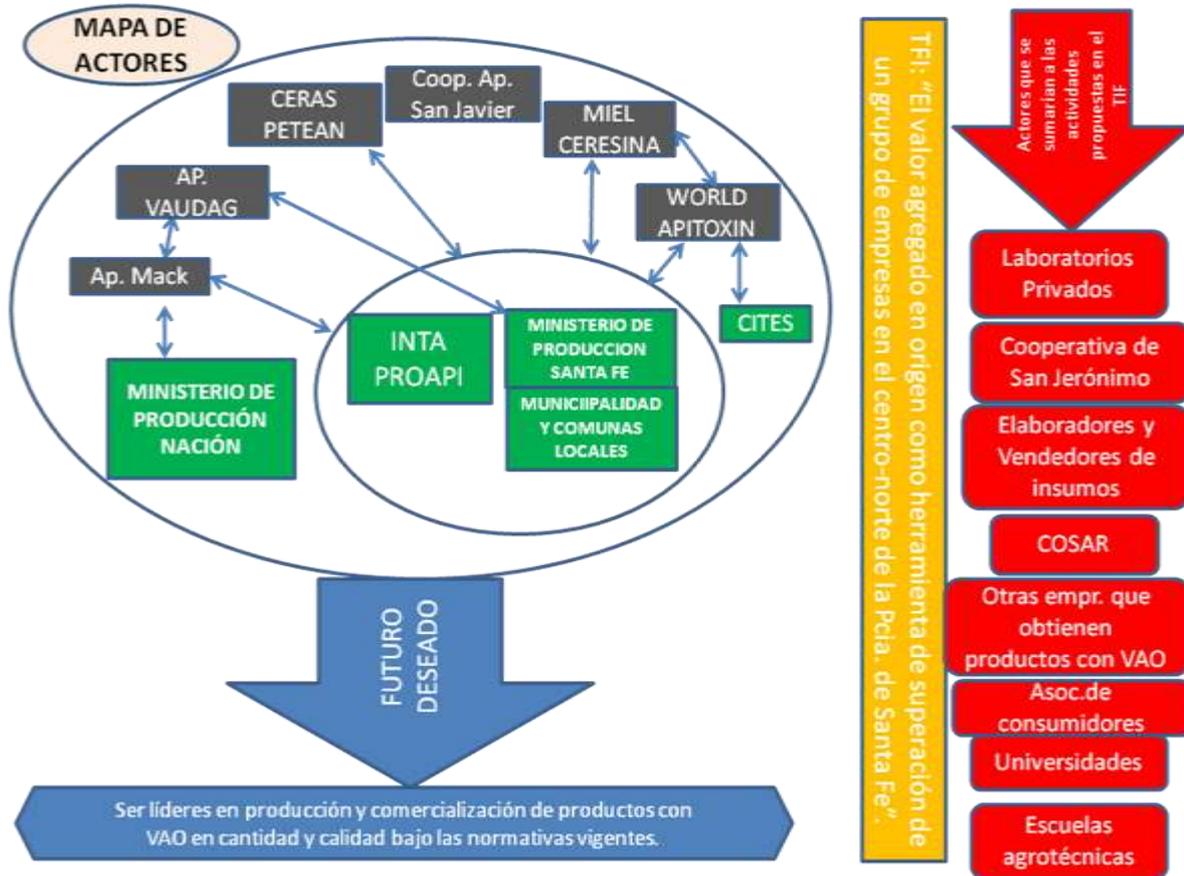
**Tabla N°10. Un mayor detalle del tipo de vinculación.**

<b>ACTORES</b>	<b>INTA PRO API</b>	<b>Min. Nación</b>	<b>Ministerio de Producción Pcia. de Santa Fe</b>	<b>CITES</b>	<b>Municipal. de su ciudad</b>	<b>APIARIOS MACK</b>	<b>APICOLA VAUDAGNA</b>	<b>CERAS PETEAN</b>	<b>COOP. APÍCOLA GRANJERA SAN JAVIER</b>	<b>MIEL CERESINA</b>	<b>WORLD APITOXIN</b>
INTA PROAPI											
Min. de la Nación	E										
Ministerio de Producción de la Pcia. De Santa Fe	E	E									
CITES	N	N	BR								
Municipalidad de su ciudad	BR	BR	BR	N							
APIARIOS MACK	BR	E	BR	BR	BR						
APICOLA VAUDAGNA	N	N	E	N	BR	N					
CERAS PETEAN	E	NS	BR	BR	BR	NS	E				
LA COOPERATIVA APÍCOLA GRANJERA SAN JAVIER	E	NS	E	NS	E	E	E	E			
MIEL CERESINA	BR	NS	BR	N	BR	N	N	N	NS		
WORLD APITOXIN	BR	NS	BR	E	BR	BR	BR	BR	NS	BR	
Coop. Apic. Pampero									E		

**Referencias de Vinculación: Excelente (E); Buena a Regular (BR); Nula (N); No se sabe (N/S)**

### 7.1. Descripción de las redes sociotécnicas

En el gráfico 3 se representan esquemáticamente los actores, y las redes locales a conformar.



**Gráfico 3. Representación de las redes sociotécnicas.**

Como se visualiza en el mapa de actores, en la actualidad no hay una articulación continua o un trabajo en red entre los diferentes actores públicos y privados que participan del TFI, siendo uno de los mayores desafíos generar y desarrollar esta articulación.

## **8 –CONSIDERACIONES FINALES**

- La mayoría de las empresas conocen parcialmente los aspectos legales sobre la temática de VAO, por lo que se visualiza como indispensable trabajar para enmarcar sus productos en las normativas vigentes a nivel nacional e internacional y poder insertarlos en los mercados demandantes.
- La infomacion comercial es insuficiente y poco específica. Este tema tambien debe desarrollarse a través de estudios de mercados más detallados, para contar con una planificacion comercial acorde a cada producto y empresa.
- El involucramiento de Instituciones de C y T permitirá describir los productos del territorio, mejorar su calidad y contribuir al desarrollo de nuevos productos, mediante acciones conjuntas realizadas en el marco de convenios de Asistencia Técnica. Un ejemplo sería la caracterización de las mieles que se obtienen en el territorio y que ya cuentan con avances realizados por INTA Rafaela.
- Es importante generar una activa participación en la Mesa provincial, haciendo uso de los RRHH disponibles para la búsqueda de Herramientas de apoyo e identificación de nuevos mercados para los productos obtenidos y sumando actores al desarrollo del proyecto.
- Uno de los mayores desafíos será fortalecer la interacción entre las empresas actualmente involucradas, y concretar nuevas interacciones con otras empresas y con los demás actores, generando una red que consolide las posibilidades de generar valor agregado a los productos apícolas.
- La creación de una marca colectiva o sello modificará el valor de los productos, destacando su calidad, cumpliendo con las normativas vigentes, aplicando BPM y generando una nueva valorización relacionada con características del territorio.
- Las empresas actualmente comprometidas podrán actuar como disparadoras del proceso.
- La figura del agente de desarrollo para gestionar el trabajo asociativo aparece como una cuestion fundamental a la hora de poner en marcha el proyecto.
- La red de técnicos del PROAPI actuará de soporte para las actividades a desarrollar para alcanzar el Futuro Deseado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CODEX STAN 192-1995. Norma General para los Aditivos Alimentarios. FAO. 54. Cera de abeja Blanca y Amarilla.

Código Alimentario. Capítulo X. Art 785 - (Res 1550, 12.12.90). Denominación de polen.

Convenio INTI-UE. 2016. Guía de Buenas Prácticas de Producción de Cera de Abejas. Proyecto Mejora de las Economías Regionales y Desarrollo Local.

INTI. Relevamiento de Elaboradores de Hidromiel. INTI- Neuquén. Actualización 11/07/2016.

Ley 25.127. 1999. Producción ecológica, biológica u orgánica. Concepto, ámbito y autoridad de aplicación. Promoción. Sistema de control. Créase la Comisión Asesora para la Producción Orgánica en el ámbito de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

Ley 13.870. Promulgada el 07-01-2019, Art. 57 C.P. Ley de promoción, protección y desarrollo de la actividad apícola en la provincia de Santa Fe. Legislatura de la provincia de Santa Fe.

MARCONI, CLAUDIO; UGALDE, DIEGO; HAAG, MATÍAS. 2016. Guía de buenas prácticas de producción de cera de abejas. Cuaderno Tecnológico n° 34. INTI. Proyecto Mejora de las Economías Regionales y Desarrollo Local. INTI-UE. pdf

Farmacopea Europea (EUROPEAN PHARMACOPOEIA 5.0) Cera Flava o Amarilla y Cera Alba o Blanco.

GIUDICATTI, R. 2021. Comunicación personal. Casos de Productos Apícolas con Valor Agregado en Santa Fe.

GURINI, L. 2020. Comunicación personal. Casos de productos Apícolas con Valor Agregado en Argentina.

Norma IRAM N° 15.990 “Apitoxina. Buenas prácticas de Higiene y procesamiento”. Publicación 2018.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2004).

Oxford English Dictionary. Publicado por la editorial Oxford University Press, 2016.

Reglamento (CE) N° 1069/2009 - Normas sanitarias aplicables a los subproductos animales y los productos derivados no destinados al consumo humano.

Reglamento (UE) N° 142/2011 – disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 1069/2009 y la Directiva 97/78/CE en cuanto a determinadas muestras y unidades exentas de los controles veterinarios en la frontera en virtud de la misma.

Resolución MERCOSUR/GMC N° 23/07 - Requisitos zoosanitarios para la importación de abejas reinas y productos apícolas destinados a los estados partes.

Resolución N° 392, 2005, de la ex – SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS. Creación del Sello Alimentos Argentinos una elección natural. Ley 26.967. 2014.

Resolución N° 1291/2012 del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación Argentina. Creación del isologotipo “Orgánico Argentina” que identifica los productos orgánicos producidos en el territorio nacional que cumplan con lo establecido en la Ley 25.127.

Resolución SENASA N° 220/1995 – Habilitación, inscripción, y funcionamiento de todo establecimiento donde se trate, manipule, industrialice, procese, extraiga, fraccione, estacione, acopie, envase o deposite miel u otros productos apícolas.

Resolución SENASA 0108/2010. Solicitud de habilitación de destino de exportación para productos y subproductos de origen animal.

Resolución SENASA 278/13. Registro Nacional de Apiarios de Crianza. Existe la asociación de criadores de Material Vivo Certificado del PROAPI en el cual han logrado unificar una genética de alta prolificidad, comportamiento higiénico y mansedumbre.

RODRÍGUEZ, A., RODRIGUES, M., SOTOMAYOR, O. Y WANDER, 2019. Innovación, agregación de valor y diferenciación: estrategias para el sector agroalimentario de América Latina y el Caribe en un mundo complejo. 2030 - Alimentación, Agricultura y Desarrollo Rural en América Latina y el Caribe, No. 13. Santiago de Chile. FAO. 15 p. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

TRADEMAP (Plataforma de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas). 2020.

Valor Agregado. Caracterización, Diferenciación Y Transformación de los Productos Apícolas como Herramientas para Agregar Valor. Guía de la UNIDAD III. Licenciatura en Apicultura para el Desarrollo. Asignatura: Gestión de la calidad y agregado de valor.

## **Páginas consultadas**

[http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Organicos/informes\\_y\\_listados.php](http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Organicos/informes_y_listados.php)

<http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/HAV/>

Herramientas de agregado de valor

<http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/SAIPA/>

Servicio de Asistencia Integral para PyMEs Agroalimentarias-Tiene como propósito aumentar la eficiencia y disponibilidad de la información para las PyMEs agroalimentarias, con el fin de contribuir a la mejora en su gestión interna y desempeño en los distintos mercados.

[http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/valorAr/organicos/normativa/prod\\_organica.php](http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/valorAr/organicos/normativa/prod_organica.php)

<https://www.redlac-af.org/visualizadorexportaciones>

<https://es-la.facebook.com/pages/category/Retail-Company/Apiarios-MACK-1002928976400993/>

<http://pampagringa.com.ar/contenido/173/apicultores-rafaelinos-agregando-valor-a-la-miel>

<https://inta.gob.ar/videos/estampados-de-cera-de-calidad>

<https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-900272149-miel-pura-de-abejas- JM>

<https://cooperativas.com.ar/se-destacan-en-la-produccion-de-miel-organica/>

<https://apitoxin.wixsite.com/apitoxin>

<https://www.cronista.com/negocios>

<http://suenaacampo.com/2021/02/24/tucuman-en-pandemia-aumento-el-consumo-de-miel/>

<https://cooperativacoopsol.wordpress.com/>

<http://capich.com.ar/>

<https://es-.facebook.com/mielchacocopap.com.ar/>

<https://www.facebook.com/Cooperativa-Apicola-Norte-Grande-922406361162122/>

<https://cooperativapampero.coop/>

<https://coopcosar.com/>

<http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Noticias/archivo.php?id=154>

<https://www.neuqueninforma.gob.ar/tag/miel/>

<http://www.adeneu.com.ar/2-uncategorised/95-concluyo-exitosamente-la-primera-exposicion-alumiel>

<https://cooperativas.com.ar/valor-agregado-la-produccion-apicola-zona-norte/>

<http://fecoapi.com.ar/>

<http://www.centrosjuveniles.com.ar/opciones/productos.ar>

<https://www.facebook.com/lulosarli26/>

<https://www.lasquinas.com.ar/>

<https://yungaandina.com/index.php?pagina=lista>

<http://www.laagroapicola.com.ar/inicio.aspx>

<https://www.guiminet.com/shr/es/pampa-trade-2422431624/productos.htm>

<https://www.mielelkargune.com.ar/noticias/>

<http://www.halal.org.ar/halal/nuevo/index.php> Certificación Halal

<https://www.natufarma.com>

<http://natier.com>

<https://www.apiter.com.ar/home/>

<https://www.apisargentina.com/>

<https://mielaq.com/>

<https://www.facebook.com/argenmieles/>

<https://www.nectardelosedioses.com.ar/>

<https://www.endumel.com.ar/es/>

<http://asociacioncabanasapicolasmvca.blogspot.com/>

## ANEXO 1

### Cuestionario de la propuesta del Trabajo Final Integrador

Fraccionado de Miel	Productor de Polen	Productor de Propóleos	Productor de Apitoxina	Productor de Miel orgánica	Productor de Material vivo	Otro

<p><b>¿Cuáles son los 3 PRINCIPALES PROBLEMAS que afectan a su empresa que le impiden avanzar? Mencíónelos por orden de importancia 1º, 2º y 3º lugar (Pregunta abierta)</b></p>	
1º Lugar:	
2º lugar:	
3º Lugar:	
<p><b>¿Qué grado de <u>importancia</u> le <u>asigna Ud.</u> a cada uno de los siguientes TEMAS dentro del sector APÍCOLA? Califique de 1 a 10 (1Menor importancia – 10 Mayor importancia)</b></p>	
Asociativismo.	
Innovación tecnología.	
Comercialización	
Financiamiento.	
Asesoramiento técnico.	
Trabajo en conjunto entre el sector público y privado.	
Planificación de las actividades de su empresa.	
Diferenciación de producto (origen, sistema de producción, etc.).	
Otro:	

**Le interesaría participar de un proyecto de valor agregado en origen para generar estrategias para potenciar su empresa en el VAO?**

si	Ns/Nc	No

**Justifique su respuesta**.....

## ANEXO 2

### Cuestionario de Trabajo Final Integrador

Le solicitamos contestar las preguntas en forma clara y precisa, para poder llevar adelante una estrategia de trabajo conjunto con empresas en la misma situación que la suya.

Nombre de la empresa:

- 1- ¿Cómo considera la situación actual de su empresa en los siguientes aspectos, puede agregar algún otro? Marcar con una X

	Buena	Regular	Mala
Productivo			
Comercial			
Económico			

- 2- Marque con una cruz como es la articulación con cada uno de estos actores .Puede incorporar otros actores que conozca de su territorio (como por ej. Asociaciones Para el Desarrollo o de Apicultores).

	Excelente	Buena a Regular	Conoce a este organismo o institución, pero no hay articulación.	Desconoce a este organismo o institución.	Observaciones
Ministerio de la Nación					
INTA PROAPI					
Ministerio de Producción de la Pcia. De Santa Fe					
CITES (Centro de Innovación tecnológica, empresarial y social)					
Municipalidad de su Ciudad.					
APICOLA VAUDAGNA					
APIARIOS MACK					
CERAS PETEAN					
LA COOPERATIVA APÍCOLA GRANJERA					

SAN JAVIER					
MIEL CERESINA					
WORLD APITOXIN					

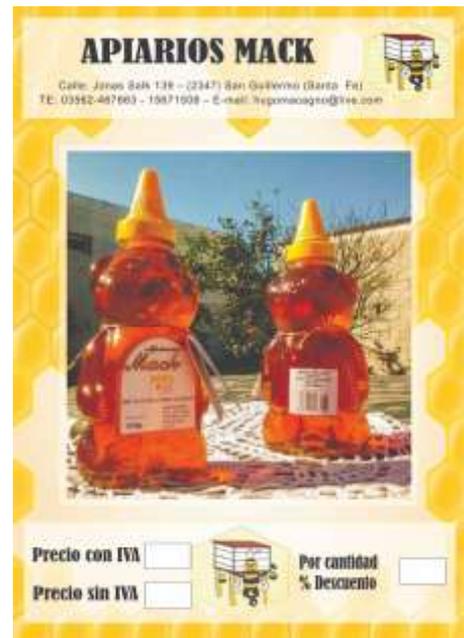
**3-** Mencione 3 acciones o proyectos que se podrían obtener en forma conjunta asociándose con otras empresas.

## ANEXO 3

### Participantes actuales y sus productos



Celdas reales y Reina Fecundada. Apícola Vaudagna.



Miel fraccionada. Apiarios Mack.



**Lámina de Cera. Ceras Petean.**



**Apitoxina cristalizada. World Apitoxin**



**Cooperativa San Javier.**



**Miel Ceresina.**