

# Las exportaciones mexicanas de miel: entre el desahucio y la sobrevivencia

• • • • • ALFREDO CASTRO ESCUDERO\*

## INTRODUCCIÓN

A mediados de los años setenta México era el principal exportador de miel en el mundo, al suministrar al mercado internacional más de 30 000 toneladas anuales. Con una quinta parte de las ventas totales, México superaba las aportaciones de China (18.5%), Argentina (13.7%), Australia (6.6%) y Hungría (5.6%).<sup>1</sup> En los años siguientes, empero, la miel mexicana perdió competitividad y fue desplazada paulatinamente de los principales mercados, en especial del estadounidense y el alemán.

Esta situación se agravó en el decenio en curso, cuando las exportaciones nacionales de miel se derrumbaron, al pasar de 50.4 millones de dólares en 1991 a 28 millones en 1992, esto es, una caída de 44.4%. Asimismo, la participación de la miel en las exportaciones agropecuarias se redujo a 1%, luego de representar hasta 4% en los años setenta.

Son varias las causas externas e internas que explican la crisis exportadora del dulce mexicano. De las primeras resaltan la creciente competitividad del mercado, las decididas y eficaces ofensivas exportadoras de China y Argentina y la permanente depresión de los precios internacionales. De las segundas, la abrupta caída de la producción nacional merced a agudos problemas estructurales y coyunturales, como atraso tecnológico, bajos índices de productividad, descapitalización del subsector, altos costos productivos, técnicas inadecuadas, falta de capacitación, difícil acceso al crédito, condiciones climatológicas

adversas y, a partir de los años ochenta, la presencia de la abeja africana y de la plaga de la varroasis (*Varroa Jacobsoni*).

En este trabajo se describe la situación actual del mercado mundial de la miel, destacándose sus principales antecedentes, características y tendencias, así como el desempeño de México en él. A partir del hecho irrefutable de que la falta de competitividad de la miel mexicana en el mercado mundial se deriva de las circunstancias productivas, se examinan en detalle las condiciones internas de la producción apícola, para señalar sus problemas y debilidades más obvios y las posibles vías para superarlos. Por último se exponen los puntos sobresalientes del Programa Rector para la Apicultura, el cual contiene los objetivos oficiales para que esta actividad supere su crisis productiva en los próximos cinco años, así como las estrategias comerciales que deberán seguirse a fin de que la miel mexicana recupere su importancia en los mercados externos.

## BREVE REPASO AL MERCADO MUNDIAL

En los últimos 20 años el mercado internacional de la miel prácticamente se duplicó. En ese lapso Japón, Alemania, Estados Unidos y el Reino Unido acapararon más de 70% de las importaciones totales del producto (véase el cuadro 1).

En esos años la estructura de los importadores no ha variado mucho. Tras las cuatro naciones históricamente más importantes se sitúan cuatro europeas que, empero, no son siempre las mismas. Hace 20 años Francia, la República Democrática Alemana, los Países Bajos y Suiza conformaban, en ese orden, el segundo grupo de importadores de miel; ahora son España, Italia, Holanda y Francia. También resalta el paulatino incremento de las importaciones de Arabia Saudita, que en 1994 se colocó en décimo segundo lugar mundial, al adquirir alrededor de

1. Héctor Islas, "La miel de abeja y su mercado". *Comercio Exterior*, vol. 28, núm. 6, México, junio de 1978, pp. 692-698.

\* Redactor de Comercio Exterior. Las opiniones son personales.

C U A D R O 1

## PRINCIPALES MERCADOS DE LA MIEL MEXICANA, 1990-1995 (MILES DE TONELADAS)

	1990		1991		1992		1993		1994		1995	
	Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
Alemania	24.9	57.3	37.5	74.5	27.9	74.2	26.4	73.3	22.0	72.8	15.8	72.4
Reino Unido	6.4	14.7	6.7	13.3	4.8	12.8	3.5	9.7	3.7	12.2	2.5	11.4
Estados Unidos	7.2	16.5	3.9	7.7	2.2	5.8	2.6	7.2	2.1	6.9	2.3	10.5
Arabia Saudita	—	—	—	—	—	—	—	—	0.2	0.6	0.5	2.2
Otros	4.9	11.5	2.2	4.5	2.6	7.0	3.5	9.8	2.2	7.5	0.7	3.5
Total	43.4	100.0	50.3	100.0	37.5	100.0	36.0	100.0	30.2	100.0	21.8	100.0

Fuente: Banco de México e INEGI.

4 000 toneladas. Este hecho es importante, pues la región del Medio Oriente, con aquel país a la cabeza, está destinada a convertirse, según algunos estudiosos, en un importante mercado emergente para la miel en un corto plazo.

A pesar del bajo precio internacional de la miel en los últimos años, así como de la fuerte competencia de las mieles artificiales, los jarabes, las compotas, etc., las exportaciones mundiales se han incrementado en forma importante. Este dinamismo lo encabezan Alemania, Canadá, China y Argentina. Incluso estos dos últimos desplazaron a México como principal vendedor del dulce en el mundo y en la actualidad absorben alrededor de 55% de las exportaciones totales. Destaca que a pesar de su carácter de principal importador de miel en el mundo, Alemania ocupa en la actualidad el cuarto lugar como exportador. Ello porque reexporta volúmenes importantes del producto que adquiere a granel, tras someterlo a variados procesos industriales. Pero también la producción alemana de miel se ha incrementado en forma notable: de 1985 a 1993 pasó de 10 900 a 24 600 toneladas, o sea un incremento de 126%. Este resultado se sustentó en los programas de reducción del uso de fungicidas y plaguicidas en la agricultura, lo que derivó en un aumento importante en la floración de plantas silvestres y con ello en el rendimiento de las colmenas.<sup>2</sup>

También es apreciable el crecimiento de las exportaciones de miel de Argentina, a pesar de que en los años ochenta fue uno de los países de América más castigados por el arribo de la abeja africana y del terrible ácaro de la varroa que atacó y destruyó miles de colmenas. Sin embargo, los oportunos programas técnicos y de supervisión que el gobierno aplicó en los últimos tiempos rindieron frutos y la apicultura del país austral ha podido desarrollarse y situarse como un fuerte competidor en el mercado externo.<sup>3</sup>

China, por su parte, ha ampliado su participación en los mercados más importantes consolidándose como el principal exportador mundial, con base en bajos costos de producción, téc-

nicas adecuadas, precios competitivos y novedosas estrategias comerciales.

La participación de México en el total mundial se ha reducido notablemente y en los últimos años colocó el mismo volumen de miel que hace dos décadas. De 1991 a 1994 exportó en promedio 38 500 ton del producto, con un valor promedio de 961 dólares por tonelada. La venta del último año (30 200 ton a 932 dólares por tonelada) representó el volumen más bajo en 20 años.<sup>4</sup>

Sin embargo, en mayo último el director del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana, Salvador Cajero Avelar, informó que en 1995 las exportaciones de miel se incrementaron a 30 millones de dólares, a pesar de que la oferta cayó a 25 000 ton. Ello se explica por la recuperación del precio internacional del producto y los efectos de la devaluación del peso en ese año.<sup>5</sup>

A diferencia de la estructura de los importadores, la de los exportadores de miel sí ha sufrido cambios sobresalientes en los últimos años. En la actualidad sólo China y Argentina suministran al mercado 65% del producto, frente a 39% de México y China en los años setenta. Asimismo, antiguos exportadores tradicionales del dulce, como Australia, Hungría, la otrora URSS y España, han sido desplazados del mercado por Alemania, Canadá y Uruguay. De mantenerse las tendencias actuales, China y Argentina incrementarán aún más su participación global en el mercado, mientras que en forma paralela la de México y el resto de los países exportadores seguirá reduciéndose.

## LA MIEL MEXICANA EN EL MUNDO

Tras mostrar un ligero repunte a finales de los años ochenta, en 1992 las exportaciones mexicanas de miel iniciaron un agudo declive que hasta 1994 representaba una caída de 45%. Asimismo, la participación del dulce en las exportaciones agropecuarias del país disminuyeron en este lapso de 2.7 a 1 por ciento (véase el cuadro 2). Esta situación contrasta con la bonanza

2. Consejería Comercial del Bancomext en Alemania, *Alemania: mercado de miel de abeja*, México, abril de 1995

3. Martín y Sonia Braunstein, "Beekeeping in Argentina", *American Bee Journal*, primera y segunda partes, vol. 133, núms. 9 y 10, Illinois, septiembre y octubre de 1993.

4. Carlos Morales Troncoso, *La miel en los mercados del mundo: situación actual y perspectivas*, mimeo.

5. *El Economista*, 16 de mayo de 1996.

del mercado internacional de la miel en la primera mitad del decenio en curso, la cual se reflejó en el crecimiento sostenido de la demanda internacional y en la expansión de las exportaciones mundiales.

C U A D R O 2

**MÉXICO: PARTICIPACIÓN DE LA MIEL EN LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROPECUARIO, 1989-1995**

Año	Millones de dólares	Porcentaje del total
1989	32.0	1.8
1990	37.5	1.7
1991	50.4	2.7
1992	38.0	1.8
1993	33.7	1.3
1994	28.0	1.0
1995 <sup>a</sup>	24.7	0.7

a. Cifras hasta septiembre.

Fuente: "Sumario Estadístico". *Comercio Exterior*, México, varios números.

Tradicionalmente la miel mexicana se coloca en tres mercados que en 1994 acapararon alrededor de 95% de los envíos: Alemania (72.4%), el Reino Unido (11.4%) y Estados Unidos (10.5%). Cabe destacar que esta concentración se ha acentuado en los últimos años, pues en 1990 estas tres naciones absorbían 88% de la oferta mexicana. El resto se exportó a Suiza, Bélgica, España, Holanda, Italia, Bahamas, Guatemala y Venezuela. A partir de 1994 el producto mexicano incursionó en Arabia Saudita, con lo que se abrió una interesante perspectiva de expansión hacia los mercados de Oriente (véase el cuadro 3).

El comportamiento de las exportaciones mexicanas de miel en los tres principales mercados del mundo ejemplifica en forma cabal su acelerada tendencia negativa.

Alemania experimentó una expansión constante de 1990 a 1994, al elevar su demanda externa de 78 978 a 82 660 toneladas.<sup>6</sup> Apesar de ello, la participación de la miel mexicana en este mercado, la principal hasta 1993, disminuyó de 31 a 26 por ciento, mientras que la de China aumentó de 2 a 14 por ciento y la de Argentina de 11 a 27 por ciento. Uruguay y Cuba también incrementaron su presencia en este mercado.

En el mismo período las importaciones de Estados Unidos crecieron 60%, al pasar de 34 944 a 55 896 toneladas, consolidándose como el segundo mercado mielero en el mundo. Al igual que en el caso anterior, el producto mexicano no sólo no participó en ese crecimiento, sino que redujo su participación: en 1990 ésta era de 21% del suministro total a ese país y en 1994 cayó a 4%. El segmento dejado por la miel azteca fue cubierto ampliamente por China y Argentina que en 1994 participaron con 53 y 33 por ciento, respectivamente. El dramático desplazamiento de la miel mexicana del mercado estadounidense pudo ocasionar

6. Carlos Morales Troncoso, con base en cifras del Departamento de Agricultura de Estados Unidos.

graves daños a la apicultura nacional de no haber mantenido ésta otros espacios externos. Como señaló un productor del principal estado apícola de México: "Si Alemania hubiera dejado de comprarnos miel, la producción apícola yucateca y la del país se hubieran derrumbado frente a la competencia china".<sup>7</sup> Considerando las ventajas comparativas obvias de México con respecto a China y Argentina en el mercado mielero de Estados Unidos (cercanía geográfica y, a partir de enero de 1994, la exención de pagos de aranceles para el producto nacional en el marco del TLCAN), sin duda resulta paradójico que sea México el que registre tan severo retroceso.

El mercado de Japón, el tercero en importancia en escala mundial, prácticamente no se ha tocado. En 1989 México envió poco más de 500 ton, apenas 1% de la demanda nipona, y en 1994 sólo 50 ton, 0.12% de las importaciones de miel de ese país. A diferencia de los mercados alemán y estadounidense, el japonés se redujo de 1989 a 1994 poco más de una cuarta parte; en este último año sólo importó 40 112. China hace valer su cercanía geográfica y sus ventajas competitivas y cubre 90% de la demanda de miel japonesa. Argentina ocupa el segundo lugar, con una participación mínima de 4 por ciento.

C U A D R O 3

**PRINCIPALES IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE MIEL, 1975-1994 (MILES DE TONELADAS)**

	1975		1994	
	Volumen	%	Volumen	%
<i>Importadores</i>				
Alemania	55.1	37.3	82.7	30.6
Estados Unidos	21.0	14.2	55.9	20.7
Japón	18.0	12.1	40.0	14.8
Reino Unido	17.4	11.7	18.0	6.6
España	—	—	11.3	4.1
Italia	—	—	10.3	3.8
Otros	36.1	24.7	51.8	19.4
Total	147.6	100.0	270.0	100.0
<i>Exportadores</i>				
China	27.0	18.5	102.3	34.1
Argentina	20.0	13.7	62.3	20.7
México	30.1	20.6	30.2	10.0
Alemania	1.9	1.4	13.6	4.5
Canadá	4.7	3.2	8.4	2.8
Uruguay	—	—	2.1	0.7
Otros	62.2	42.6	81.1	27.2
Total	146.0	100.0	300.0	100.0

Fuentes: Carlos Morales Troncoso, *La miel en los mercados del mundo: situación actual y perspectivas*, mimeo., con base en informes del Departamento de Agricultura de Estados Unidos y la FAO.

El notable retroceso de las exportaciones mexicanas de miel en los últimos años, en medio de la expansión del mercado mundial, se debe a la pérdida de competitividad del producto (ausen-

7. Villamil Rodríguez, "Mayor competencia y rezago técnico detienen la exportación de miel", *El Financiero*, 3 de abril de 1994

cia de una estrategia moderna y eficaz de comercialización, precio poco atractivo debido a los altos costos internos y falta de clasificación, por su origen floral, del producto que se vende a granel) y a la caída de la oferta exportable. Ambos problemas tienen sus orígenes en el grave deterioro de la apicultura nacional. En consecuencia, un examen de las características y condiciones generales de la producción de miel en el país es inevitable, para establecer la posibilidad real de que las exportaciones de miel se recuperen en el mediano plazo.

### LOS VAIVENES DE LA APICULTURA NACIONAL

En México 45 000 apicultores se distribuyen en todo el territorio nacional para aprovechar poco más de 2.2 millones de colmenas, de las cuales 7% son rústicas y el resto parcialmente tecnificadas.<sup>8</sup> Estas cifras reflejan un importante cambio cuantitativo y cualitativo con respecto al decenio de los setenta, cuando los apicultores en el país eran 40 000, con dos millones de colmenas, 50% rústicas.<sup>9</sup>

A partir de los años setenta y hasta 1983, cuando se obtuvo una producción histórica de 69 500 ton, la actividad apícola se desarrolló en forma constante. Sin embargo, en los siguientes años la producción se estancó y en el decenio en curso retrocedió en forma alarmante. La profunda crisis del subsector se manifiesta en altos costos de producción, dificultades para obtener crédito, deterioro de las colmenas y atraso tecnológico relativo, a pesar del extraordinario abatimiento de las unidades rústicas en los últimos años.

En 1992 México era todavía el tercer productor de miel en el mundo, después de China y Estados Unidos, con un volumen de alrededor de 66 000 ton. En los siguientes dos años la producción cayó a 64 300 y 56 000 toneladas, respectivamente, y en 1995, según cifras preliminares, hasta 46 000 ton (38 000 según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos).<sup>10</sup> Es decir, una caída de poco más de 30% en los últimos tres años (y de 42.4% conforme a las cifras estadounidenses). Así, en 1995 México cayó al noveno lugar mundial, después de China, Estados Unidos, Argentina, Rusia, Turquía, India, Bielorrusia y Ucrania.

Más de la mitad de la producción total de miel del país proviene de cinco entidades: Yucatán (15%), Jalisco (11%), Campeche (10%), Guerrero (8%) y Veracruz (7%). En 1994 el rendimiento nacional anual por colmena fue de 25 kg, notablemente bajo si se compara con el de Australia (68.1 kg), Canadá (62.6 kg), Estados Unidos (34.2 kg) y Argentina (32.7 kg). Cabe señalar que algunos estados de la República logran altos rendimientos, principalmente Baja California Sur (54 kg), Aguascalientes (41 kg) y Tlaxcala (40 kg). La actividad está orientada fundamentalmente al exterior, merced a la baja demanda interna del

8. La información cuantitativa sobre la infraestructura, producción, rendimiento y financiamiento de la actividad provienen del documento elaborado por Salvador Cajero Avelar, *Programa Rector de la Apicultura, 1995-2000*, Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana, SAGAR, septiembre de 1995, salvo que se señale lo contrario.

9. Héctor Islas, *op. cit.*

10. Carlos Morales Troncoso, *op. cit.*

producto. En 1994 el consumo per cápita en el país fue de sólo 288 gramos, frente a más de un kilo en otros países.

El financiamiento gubernamental a la actividad es insuficiente y se concentra sobre todo en el acopio, la distribución y la comercialización externa. Prácticamente no existe el apoyo a la producción directa ya que los activos apícolas (colmenas) no se aceptan como garantía predataria de los créditos. En 1995 el Gobierno federal destinó a la apicultura 50.7 millones de pesos, por medio principalmente del Banco Nacional de Comercio Exterior (21.6%), la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (15.7%), el Programa Nacional de Solidaridad (11.8%) y el Instituto Nacional Indigenista (8.8%).

Para integrar y unificar los programas financieros de esas instancias, en 1995 se creó el Comité Consultivo Nacional para el Control de la Abeja Africana.<sup>11</sup> El nuevo organismo busca constituirse en un instrumento de coordinación y asesoría del Ejecutivo Federal para la instalación y el cumplimiento del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana.

### Un diagnóstico de la crisis

Las causas estructurales de la profunda crisis de la producción y la comercialización externa de la miel nacional se pueden agrupar en tres puntos principales:

1. *Descapitalización del sector.* Ésta se explica por la caída pronunciada de las exportaciones del dulce y por las graves dificultades económicas y financieras del país, lo que se refleja en una severa falta de recursos y en el encarecimiento del crédito interno. A esta situación se agrega la práctica ausencia de un mercado interno alternativo, el cual con la crisis económica del país se reduce aún más. La descapitalización ha repercutido en el notable atraso tecnológico del subsector, lo cual se manifiesta en el pobre rendimiento por colmena, la baja calidad genética de las abejas reinas, el deterioro de las colmenas y la permanencia de las rústicas, las dificultades para poner en marcha los programas para elevar la producción y combatir a las plagas y el atraso constante en la capacitación de los productores. De este último punto cabe resaltar que de los 45 000 apicultores en el país, sólo 20% se encuentra capacitado para desarrollar la actividad, 50% lo está parcialmente y el resto es autodidacto.

2. *La abeja africana y el Varroa Jacobsoni.* Procedente de Sudamérica, en 1986 llegó al país la abeja africana, especie que destruye las colmenas de abejas nativas y es notablemente menos productiva. Ello afectó la producción del dulce, ante la inicial inexperiencia técnica para el combate integral del insecto, lo que, aunado al proceso de descapitalización de la actividad, elevó los costos y redujo el rendimiento. En los años noventa, empero, los programas aplicados por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (antecesora de la actual SAGAR) lograron reducir y controlar en forma significativa las colonias de esas abejas. Según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos los efectos nocivos de esta especie han sido por mucho menores en México que con respecto a otros países.<sup>12</sup>

11. D.O. del 10 de abril de 1995.

12. United States Department of Agriculture, *National Honey*

En 1992 la SAGAR notificó oficialmente la existencia de la plaga *Varroa Jacobsoni* en todos los cultivos de miel del país, salvo en los de Baja California Sur, Nayarit, Durango y Quintana Roo. Este ácaro ha ocasionado el mayor daño a la apicultura en escala mundial en los últimos tiempos y es en extremo difícil combatirlo y erradicarlo. La varroa infecta y mata a la abeja en muy poco tiempo, arrasando materialmente colonias enteras. Las abejas infectadas presentan malformaciones en alas y vientre, así como reducción de peso y de vida.<sup>13</sup> Por medio de la Campaña Nacional contra la Varroasis de las Abejas (D.O. del 28 de abril de 1994) se ha tratado de frenar la expansión de esta parasitosis, aunque sin mucho éxito, debido principalmente a la insuficiencia de recursos. En consecuencia, la plaga se ha convertido en el enemigo a vencer de la apicultura nacional. Según los apicultores de Yucatán, Campeche y Quintana Roo, en 1995 la producción de miel en esos estados cayó 66% debido principalmente a que la varroasis afectó a casi 80% de los apiarios. La Federación de Apicultores de Chiapas, por su parte, notificó en marzo último que en esa región, así como en Veracruz, Oaxaca y Tabasco, las exportaciones de miel se suspendieron prácticamente merced a la misma plaga.<sup>14</sup>

3. *Comercialización externa.* La pérdida constante de competitividad de la miel mexicana en el mercado mundial no sólo se explica por los elevados costos de producción, el difícil acceso al crédito y el atraso tecnológico, sino también por la carencia de una práctica exportadora profesional. Ello explica el desplazamiento de la miel mexicana del mercado estadounidense por la proveniente de China y Argentina.

La comercialización de la miel mexicana presenta en general los siguientes problemas: *i)* deficiencias en el empaque y embalaje; *ii)* escasa clasificación del producto por color y prácticamente nula por floración; *iii)* falta de competitividad en el precio; *iv)* venta del producto a granel, lo que permite al país importador procesarla y reexportarla con un mayor valor agregado, y *v)* carencia de estrategias comerciales acertadas para atacar mercados nuevos y defender y ampliar los ya obtenidos.

Además de los tres puntos señalados, otros elementos afectan en forma negativa la apicultura del país, como la falta de una legislación federal adecuada y actualizada que regule eficazmente la actividad, la desvinculación e inoperancia de las diversas organizaciones de productores y los escasos canales de comercialización directa entre el productor y el consumidor.

### LOS ESFUERZOS POR VENIR

Para enfrentar la crisis de la apicultura mexicana, el Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana, organismo dependiente de la SAGAR, elaboró en septiembre de 1995 el *Programa Rector de la Apicultura, 1995-2000*, en el cual se

*Market News*, 22 de agosto de 1994

13. Sóstenes Rodríguez, Moro Méndez y Otero Colina, "Varroa Found in Mexico", en *American Bee Journal*, vol. 132, núm. 11, Illinois, noviembre de 1992, pp. 728-729. Según estos autores este ácaro invadió los apiarios de México desde 1987, cuando se detectó en Estados Unidos.

14. Véase *Excelsior*, 18 de marzo y 10 de abril de 1996

examina la situación actual de la actividad y se establecen las estrategias generales para su desarrollo.

Los principales objetivos del Programa en torno al mejoramiento productivo para este período son: incrementar la producción nacional de miel a un ritmo anual de 17.1%, hasta sumar alrededor de 113 612 ton en el año 2000; elevar la rentabilidad promedio anual por colmena de 25 a 30 kilogramos, así como incorporar a la producción 300 000 colmenas cada año; sustituir 75% de las colmenas rústicas, principalmente en Yucatán, Veracruz, Jalisco, Puebla y Michoacán, e impulsar la producción de abejas reinas y elevar su número en este lapso de 793 600 a 2.3 millones. Para lograr esto último la SAGAR instrumentará programas de mejoramiento genético y adquirirá y distribuirá en los apiarios del país 780 000 de estas abejas en los próximos cinco años.<sup>15</sup>

Son tres las líneas estratégicas generales para concretar las metas planteadas:

1) Reactivar el Comité Consultivo Nacional para el Control de la Abeja Africana, para alentar la participación de las dependencias gubernamentales en apoyo del Programa Rector.

2) Crear mecanismos viables de financiamiento con la participación de los apicultores, envasadores, exportadores, banca comercial y de fomento y gobiernos federal y estatal. Se pretende impulsar una mayor variedad de mecanismos de financiamiento a la actividad, como fideicomisos, cajas de ahorro, sobre promesa de venta, mercados de futuros y Bolsa de Miel.

3) Instrumentar programas de tecnificación apícola que incorporen el enorme potencial néctar-polinífero del país, mejoren la genética, diversifiquen la producción y controlen y erradiquen las enfermedades y plagas, en particular de la varroa.

### El costo/beneficio del Programa Rector

El Programa Rector demuestra que de lograrse los incrementos productivos previstos al final del período, el plan propuesto sería rentable, aun en las condiciones económicas actuales del país. Según el estudio, de 1995 a 2000 el valor de la apicultura nacional aumentará de 205 millones de pesos a 1 241 millones, lo que representa un crecimiento de 505%. "Comparando éstos se obtiene un valor actual neto de 375.6 millones de pesos, calculado a una tasa de actualización de 51.25% anual (tasa que manejan los FIRA para productores de segundo nivel) y la relación de beneficio-costo es de 2.02. Es decir, que por cada peso invertido se obtiene un beneficio de 1.02 pesos, por lo que se concluye que el Programa Rector es rentable."<sup>16</sup>

El Programa, empero, va más allá y señala las graves consecuencias que tendría para la apicultura el no aplicar las medidas propuestas. Así, en caso de retirarse los precarios apoyos y

15. En este sentido la SAGAR puso ya en marcha interesantísimos programas, como por ejemplo el establecimiento de cuatro criaderos regionales con capacidad de producción de 15 000 abejas reinas cada uno; la distribución de reinas mejoradas en Yucatán y en la isla de Cozumel, y la creación de la Reserva Genética de las Islas Marías que producirán al final del período más de 30 000 de estas abejas que se distribuirán en todo el país como pie de cría.

16. Véase *Programa Rector...*, op. cit., pp. 17 y 18.

estímulos que aún recibe la apicultura nacional, y con base en criterios técnicos, la producción de miel se derrumbaría casi 50% en el año 2000, al sumar sólo 28 414 ton. Ello representaría la quiebra de miles de apicultores y el virtual desplazamiento del producto en el mercado mundial. Incluso manteniendo los apoyos gubernamentales actuales la producción del dulce al final del período alcanzaría alrededor de 64 000 ton (14% más que en 1994), volumen, sin embargo, insuficiente para iniciar una recuperación sostenida y mantenerse en el mercado internacional.

Se considera que el Programa Rector representa en la actualidad la única opción viable para enfrentar y superar la crisis; de su cabal cumplimiento podría depender la subsistencia de la apicultura del país y el regreso de la miel mexicana a los primeros lugares internacionales.

### A la reconquista de los mercados

De lograrse los objetivos productivos, el Programa Rector estima que la oferta exportable de miel se incrementará más de 270% para el año 2000, al alcanzar 81 600 ton. Sin embargo, la colocación de esta gran cantidad de miel en el mercado internacional no se logrará de forma automática; ello dependerá en buena medida de una eficaz estrategia de comercialización externa, de la que actualmente se carece. En este sentido son cuatro las áreas en que se debe trabajar:

1) La creación de un centro que coordine los esfuerzos de los productores, empaques y exportadores. "Es indispensable propiciar una organización más eficiente que permita identificar con precisión la coincidencia de los intereses particulares de los participantes y analizar más adecuadamente los apoyos que el gobierno federal y estatal puedan otorgar en favor de la eficaz promoción de las exportaciones."<sup>17</sup>

2) La realización inmediata de una norma general de exportaciones de miel, con base en las exigencias formales de los mercados foráneos, con el propósito de asesorar y uniformar calidades y clasificaciones de floraciones y tipos. Con ello se combatiría la caótica situación actual de marcas y calidades heterogéneas que ha contribuido a la pérdida de competitividad del producto en el exterior.

3) La elaboración sistemática de planes de negocios profesionales, para canalizar en forma eficaz y exitosa los esfuerzos de los exportadores de miel. El aprovechamiento integral de las oportunidades que ofrecen los mercados podrá lograrse por medio de adecuadas estrategias de mercadotecnia, evaluaciones de las ventajas comparativas de las empresas comercializadoras y el estudio de nichos de mercado viables.

4) La creación de un moderno centro de información especializado que dé cuenta de manera oportuna y periódica de la situación del mercado mundial de la miel, en especial de las tendencias de la demanda, e informe con oportunidad de la celebración de ferias, exhibiciones y misiones comerciales.

Sin duda alguna el papel del Bancomext en los esfuerzos por incrementar las exportaciones de miel en los próximos años será fundamental. Las tareas de la institución de desarrollo no sólo

se limitan al financiamiento de la actividad, sino también al asesoramiento y promoción de las exportaciones del producto. De hecho las consejerías comerciales del Bancomext en Estados Unidos y Alemania han elaborado perfiles del mercado de la miel en ambos países en los que se incluyen las oportunidades detectadas y se ofrece información oportuna al comercializador.<sup>18</sup> Las oficinas foráneas de la institución también tienen la importante responsabilidad de coordinar con las empresas extranjeras la venta directa de la miel mexicana envasada y en granel, para reducir el actual intermediarismo que encarece el dulce.

El Centro de Servicios al Comercio Exterior del Bancomext es una opción viable para que el exportador de miel consulte revistas especializadas, perfiles de mercado e información estadística. En cuanto a la elaboración de planes de negocios y estrategias comerciales profesionales, la institución ofrece asesoría y apoyo a las empresas por medio de sus técnicos promotores en toda la república.

### CONSIDERACIONES FINALES

La grave crisis de la apicultura nacional, la cual se manifiesta en el derrumbe de la producción y la consecuente pérdida de los mercados internacionales, no puede seguir acentuándose. Ello representaría la desaparición de la actividad en el país en unos cuantos años. El Programa Rector propuesto pretende no sólo salvar esta actividad tradicional en México, sino darle una salida viable a la crisis del subsector y consolidar y fortalecer en forma integral su práctica productiva y comercial.

En el ámbito interno, este magno esfuerzo se enfrenta a una situación desfavorable, merced a la delicada situación económica y financiera que vive el país desde diciembre de 1994, lo que compromete los recursos urgentes que requiere la actividad y estrecha aún más el de por sí reducido mercado interno de la miel. En lo externo, la delantera tomada en el mercado por China y Argentina, con base en el desarrollo de estrategias comerciales y niveles aceptables de competitividad, y el paralelo rezago externo de México en esas materias, hacen que las posibilidades de una recuperación rápida de las exportaciones nacionales de miel, por lo menos en el mediano plazo, sean inciertas.

A pesar de la gravedad de la situación y de los enormes obstáculos por vencer, la apicultura mexicana tiene una buena oportunidad para sortear la crisis. De cumplirse cabalmente las metas principales del Programa Rector y de ponerse en práctica nuevas e imaginativas estrategias comerciales y de promoción, con el apoyo del Bancomext, la miel mexicana podrá abrirse camino de nueva cuenta en los mercados externos, con base en su reconocida calidad, un mejor precio y la explotación de su vasta variedad de floración. ②

18. La Consejería Comercial en Alemania, por ejemplo, coordina y asesora a los exportadores mexicanos de miel que participan en las importantes ferias de ANUGA, con frecuencia bianual y la próxima a celebrarse en Colonia en octubre de 1997, y la de Grune Woche (semana verde) que se celebra todos los años en Berlín en los últimos días de enero.

17. Carlos Morales Troncoso, *op. cit.*