

# La información una necesaria herramienta en la empresa apícola

Cañas Lloria, Silvia <sup>1</sup>

1- Vida Apícola. Barcelona (España). Tel. (+34)938956896. E-mail: v.apicola@montagud.com

---

## Resumo

La rentabilidad de una explotación apícola está condicionada cada vez más por factores que van más allá del manejo, la cosecha o la sanidad de las colmenas. La información se convierte entonces en un elemento fundamental en la empresa apícola. El conocimiento del mercado, marketing, control de calidad, etc. son tan importantes como el conocimiento técnico o científico. Se discute además del papel de las nuevas tecnologías en la información e interrelación entre los apicultores y entre éstos y los medios de comunicación especializados. Se aborda también la necesidad de ampliar la comunicación con la sociedad en general para concienciarla sobre el papel fundamental de las abejas y la apicultura.

*Palabras-chave:* información, empresa apícola, nuevas tecnologías, reconocimiento social

---

Manejar información puede ser tan importante en una explotación apícola como manejar las colmenas. Conseguir un valor añadido en la empresa apícola pasa en la actualidad necesariamente por que el apicultor además de producir asuma su papel como “empresario” con capacidad para tomar decisiones no sólo en los aspectos técnico-ganaderos. El conocimiento del mercado, de los precios, del marketing, de las tendencias en materia de política agraria o incluso de las ayudas y subvenciones a las que puede tener acceso son inputs también fundamentales en el rendimiento final.

Tradicionalmente las revistas técnicas han cubierto dos funciones básicas: un papel de “transferencia tecnológica” e información técnica y un papel de cohesión de los sectores plasmando las noticias y actividades que en ellos se producen.

Gracias a la primera, las investigaciones y avances relacionados con la apicultura han llegado a los profesionales del sector. Pero no sólo es importante la transmisión “vertical” de conocimientos; la transversalidad, es decir, el intercambio de experiencias y prácticas entre apicultores, es igualmente necesario y útil. Podemos concluir en este apartado que las revistas ha contribuido, sin duda, a la formación de técnicos y apicultores a lo largo de los últimos años.

Respecto a la segunda, es innegable su labor de cohesión, dando a conocer las actividades, ferias y jornadas que organizan las

agrupaciones de apicultores y las noticias que afectan al sector (económicas, legislativas, cosechas, etc.).

Las nuevas tecnologías permiten ahora un paso más allá. Internet significa conseguir un efecto multiplicador de la labor de divulgación de estos medios.

Cada vez son más las revistas que han volcando a la red sus contenidos con versiones digitales de sus tradicionales medios de papel. Pero también han empezado ya a nacer medios de comunicación en apicultura “puramente virtuales”, es decir que sólo existen en la red.

Sin embargo, aunque Internet es, en efecto, una buena fuente de datos, es un medio que es necesario manejar con precaución. Las mismas ventajas que ofrece la red, cualquiera puede con unos mínimos conocimientos “colgar” textos en este espacio virtual, puede convertirse en un problema. En la red cabe todo y no todo es serio. Uno de los principales retos actuales es pues discernir entre el aluvión de datos que podemos obtener.

Entran aquí en juego de nuevo los medios especializados en los que los apicultores tienen depositada su confianza como el medio de acceder de forma fácil y rápida a una información ya evaluada y cuya veracidad y/o fundamento científico han sido previamente contrastados, de la misma forma que en el medio tradicional.

Pero Internet significa también inmediatez, la posibilidad de un intercambio (casi a tiempo

real) en una información que puede contribuir a la transparencia del sector y el mercado y facilitar a los profesionales herramientas para decidir en sus explotaciones o negocios.

En estos momentos la apicultura en los países productores del mundo que llamamos desarrollado viene marcada, precisamente, por el mercado mundial de la miel. Las medidas antidumping que se toman en Estados Unidos o los cierres de frontera en la Unión Europea han afectado y afectan los precios globales y por tanto los precios internos a los apicultores. Las cosechas más o menos abundantes en Argentina, China, México o Brasil marcarán los precios a los productores de Europa. Estamos ya inmersos en una apicultura globalizada.

El sector apícola de los países iberoamericanos tiene problemas comunes, no sólo desde el punto de vista económico y comercial, si no también desde el punto de vista sanitario (nuestras abejas deben luchar contra las mismas patologías y la amenaza de otras nuevas) y de la producción (exigencias en los controles de calidad, trazabilidad, etc.).

Cierto es que desde Europa, los países americanos, en especial Argentina, se han visto durante muchos años como competidores directos, pero cierto es también que a poco que alguien quiera conocer su realidad es evidente que sus productores, al igual que los europeos, aspiran a obtener el mejor precio para sus mieles y que de conseguirlo se favorecería un listón más alto en los precios internacionales. Algunas cooperativas y agrupaciones están ya buscando contactos y esfuerzos comunes con sus homólogos europeos.

La tendencia a la unión de esfuerzos y de empresas para formar estructuras mayores y más influyentes es un fenómeno que viene dándose en todos los sectores económicos y la industria de la miel no ha sido ajena a ello ni en América (norte y sur) ni en Europa.

También los apicultores pueden aprovechar esta fluidez en la comunicación y la información que permiten las nuevas tecnologías para formar organizaciones "supranacionales" que trabajen de forma conjunta en sus intereses.

Y por supuesto el mismo argumento es válido para los medios de comunicación especializados, buscando conformar una cooperación con el fin de abordar un provechoso intercambio de información, estableciendo un organismo que gestione, como primer paso y con el apoyo de Internet y las nuevas tecnologías, un banco de artículos y

datos de producción y mercados común que permita a los apicultores de los dos lados del océano conocer, en tiempo real, la situación de cada país. Naturalmente, al igual que los propios apicultores, los medios deben ser rentables para sobrevivir, pero es posible buscar aspectos de colaboración que no perjudiquen la justa competencia.

Queda, a mi entender un segundo aspecto, el de las redes sociales (facebook, twitter, etc.), a desarrollar en el mundo de la apicultura. Una forma de relación y comunicación en la red en el que ciertamente la sociedad ha avanzado a pasos agigantados, pero que requiere de medios económicos y un potencial humano que para los medios de este sector (modesto, no podemos olvidarlo en su potencial económico) son difíciles de asumir.

Sin embargo, ahí están y no me cabe duda que más pronto que tarde tomarán una relevancia (que ahora todavía tienen sólo a nivel individual), como una forma de interrelación entre los medios de comunicación y sus lectores, beneficiosa para ambos.

Estas nuevas herramientas van a posibilitar también en un futuro cercano (ya lo hacen en muchos otros sectores) una "suscripción a medida"; serán los propios profesionales quienes podrán confeccionar su propio "paquete" informativo con los artículos y temas que más le interesen entre la oferta amplia y de fácil acceso que posibilitan las webs.

Por lo dicho hasta ahora podría parecer que web pone en peligro la edición tradicional en papel. Sin embargo no es así en absoluto, si no todo lo contrario pues permite dar un valor añadido a sus suscriptores que pueden acceder como clientes preferenciales a los contenidos que en ella se vuelcan y que completan los de la edición tradicional (reportajes fotográficos, vídeos, paquetes temáticos, etc.).

Otro aspecto a considerar desde el punto de vista de la información es la relación entre apicultura y sociedad. Los apicultores sabemos la importancia de las abejas y las colmenas en la biodiversidad y la conservación del medio ambiente y su labor fundamental en la polinización de cultivos básicos en la alimentación humana. De la misma forma sabemos la importancia de la apicultura en el mantenimiento de las zonas rurales; cada vez más la población mundial se concentrando en grandes ciudades con el consiguiente abandono de estas áreas rurales.

Es pues fundamental hacer llegar esta información a los consumidores, explicar que la apicultura no es sólo una ganadería que da beneficios a los apicultores si no a la sociedad en general. Una muestra de que la gente está comprendiéndolo en estos últimos años son las reacciones a las noticias sobre el problema de la desaparición de las abejas, en especial en Estados Unidos. Es el único aspecto positivo de este gravísimo problema que afecta a los apicultores de gran parte del mundo. Dejando al margen la seriedad y la rigurosidad de algunas informaciones supuestamente “científicas” (como las de los teléfonos móviles por ejemplo), lo que está claro es que el problema del despoblamiento ha conseguido preocupar y alertar a la sociedad y a algunos gobiernos, concienciándolos de la necesidad de conservar a las abejas y a los apicultores.