



# APICULTURA EM MODO DE PRODUÇÃO BIOLÓGICO EM PORTUGAL: CONSTRUIR O FUTURO

Paula Cabo<sup>1\*</sup>; Luís G. Dias<sup>1</sup>; Miguel Vilas-Boas<sup>1</sup>; Mário Gomes<sup>2</sup>

<sup>1</sup>CIMO - Centro de Investigação de Montanha e Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança

<sup>2</sup>FNAP – Federação Nacional dos Apicultores de Portugal



INSTITUTO POLITÉCNICO Escola Superior Agrária DE BRAGANÇA



## Representatividade da apicultura em modo de produção biológico (MPB) em Portugal

Uma boa evolução mas... LENTA!

Como potenciar o futuro?

Quais as estratégias a adotar para ultrapassar os atuais estrangulamentos e aproveitar as oportunidades?

### METODOLOGIAS DE ESTUDO:

- Realização de inquéritos individuais aos operadores em MPB, incidindo sobre equipamentos apícolas, apiário, condições sanitárias, manejo, custos de produção, comercialização, certificação e associativismo.
- Realização de inquéritos às entidades certificadoras.
- Promoção de nova regulamentação e documentos de suporte da atividade apícola em MPB.

Total de colónias: 562.557  
Colónias em MPB: 26.397 – 4,69%

Total de apicultores: 17.291  
Apicultores em MPB: 139 – 0,80%

Área agrícola em MPB – 7,6%

Colmeias expectáveis: 42.274

# SWOT

Análise interna

## Análise externa

### FORÇAS - S

- S1.** Relativa juventude do apicultor, elevado nível de escolaridade e com uma significativa formação técnica (e procura de) resultando na adequada aplicação de boas práticas no manejo produtivo, em todas as fases da fileira.
- S2.** Profissionalização crescente do sector.
- S3.** Elevada concentração do efetivo num reduzido número de apicultores (cerca de 5% dos apicultores são responsáveis por perto de 1/3 do efetivo total).
- S4.** Forte implantação regional das organizações de apicultores, proporcionando apoio técnico e na comercialização dos produtos apícolas.
- S5.** Localização das principais explorações apícolas no interior do país, em áreas de baixa densidade populacional e de sistemas de produção agrícola tradicional.
- S6.** Segurança sanitária e diferenciação do produto por via da certificação.
- S7.** Reduzido investimento inicial.
- S8.** Facilidade de conversão da atividade apícola para o MPB.

### FRAQUEZAS - W

- W1.** Caracter marginal da atividade. Reduzida dimensão média das explorações apícolas e elevada percentagem de micro e pequenos apicultores (perto de 1/4 das explorações detêm menos de 50 colónias).
- W2.** Escassez de mão-de-obra qualificada.
- W3.** Oferta insuficiente (e muitas vezes inexistente) de informação e formação.
- W4.** Alguma deficiência de manejo sanitário profilático e terapêutico, nomeadamente a nível de análises e tratamentos aplicados.
- W5.** Baixa produtividade da colmeia.
- W6.** Fiscalização deficiente.
- W7.** Eficácia variável dos produtos homologados para controlo da Varroa. Reduzido número de produtos/princípios homologados.
- W8.** Custos de produção mais elevados que no modo convencional.
- W9.** Oferta limitada no mercado de insumos apícolas em MPB, como rainhas, enxames, ceras, material e equipamento apícola.
- W10.** Oferta reduzida de outros produtos da colmeia e transformados (que não mel). Diversificação limitada de receitas e fraco incremento do rendimento da exploração por esta via.
- W11.** Comercialização ineficiente. Reduzida concentração da oferta. Deficiência das organizações de apicultores ao nível da comercialização, com escassa representação e reduzida capacidade negocial. Circuitos longos de comercialização, com conseqüente redução da margem individual e preços desfavoráveis ao produtor e consumidor final.
- W12.** Falta de planeamento estratégico e políticas de marketing deficientes. Reduzida dimensão/ incapacidade para aceder a mercados de exportação e dificuldades de acesso aos locais de grande consumo (apenas 1/3 do mel MPB tem por destino exportação e menos de 2% as grandes superfícies). Reduzida sensibilidade dos agentes à mais-valia do mel através da transformação e embalagem. Venda a granel com a conseqüente perda de mais-valia por parte dos apicultores e das suas organizações (quase 1/3 do mel é comercializado a granel).
- W13.** Baixo dinamismo de algumas associações de apicultores.
- W14.** Burocracia, complexidade e custos de contexto do processo de certificação em MPB.
- W15.** Legislação restritiva quanto à comercialização de mel através de UPP.
- W16.** Inexistência de subsídio à produção/repovoamento.

### OPORTUNIDADES - O

- O1.** Existência de grande riqueza florística e de grandes áreas adequadas para desenvolvimento da apicultura biológica e um clima que permite prolongar o tempo de atividade das abelhas. Classificação de 25 % do território com um estatuto ambiental reconhecido e protegido, ideal para a prática apícola (áreas protegidas e/ou Rede Natura 2000). Existência de culturas permanentes com interesse apícola, a nível regional.
- O2.** Acréscimo significativo da área agrícola em MPB.
- O3.** Existência de produtos de uso veterinário homologados para a apicultura, que possibilitam a sua utilização em MPB.
- O4.** Potencialidades da UE, maior importador mundial de mel, como parceiro comercial.
- O5.** Imagem forte do mel junto do consumidor, como alimento de grande riqueza e pureza e terapêutico.
- O6.** Crescimento do segmento de mercado de produtos biológicos, naturais e saudáveis.
- O7.** Enquadramento legislativo favorável à produção e comercialização de produtos de qualidade.
- O8.** Possibilidade de articulação do consumo com outros frutos biológicos locais, como a castanha, noz, figo ou amêndoa.
- O9.** Existência do Programa Apícola Nacional com apoios ao desenvolvimento das condições de produção e de comercialização no setor apícola.

### AMEAÇAS - T

- T1.** Recessão económica, diminuição do rendimento disponível das famílias, retração da procura interna.
- T2.** Degradação das áreas de produção (incêndios, aumento da área florestal e má gestão).
- T3.** Êxodo rural e escassez de mão-de-obra.
- T4.** Perda de competitividade: concorrência dos principais países produtores da UE, especialmente Espanha, com custos de produção menores resultantes da maior dimensão média das explorações.
- T5.** O preço do mel no mercado europeu dependente diretamente das flutuações do preço no mercado mundial.
- T6.** Baixo consumo de mel per capita e não reconhecimento dos consumidores e de outros agentes da mais-valia do MPB.

### Estratégia SO

Explorar os pontos fortes para tirar partido das oportunidades

- SO1.** Diferenciação do produto. Aposta na vantagem competitiva do MPB enquanto certificado da qualidade para o consumidor. Diferenciar o mel MPB do mel convencional; o consumidor tende a considerar que todo o mel é biológico, saudável, um alimento de elevada qualidade.
- SO2.** Integração. Evolução na cadeia de valor pela transformação e processos de comercialização. Fomentar a criação de marcas de qualidade que estejam em condições de negociar com grandes superfícies e de aceder ao mercado internacional.
- SO3.** Qualidade. Incremento da fiscalização e controlo dos agentes da fileira. Homogeneizar os procedimentos de certificação. Continuar a aposta na formação dos apicultores e dos técnicos das associações.
- SO4.** Crescimento Concentrado. Continuação da aposta na comercialização e valorização do mel MPB através da maior profissionalização do setor.
- SO5.** Diversificação. Expansão da atividade apícola, nomeadamente, através do fornecimento de serviços de polinização de outras atividades agrícolas em MPB.

### Estratégia ST

Considerar os pontos fortes para evitar ameaças

- ST1.** Penetração de mercado. A profissionalização crescente do setor poderá potenciar o crescimento da atividade e a conquista de uma maior quota de mercado. Criação de redes estruturadas de comercialização.
- ST2.** Desenvolvimento do mercado. Aposta no mercado europeu, especialmente Norte da Europa, um mercado com poder de compra e que valoriza produtos de qualidade. Criação de redes estruturadas de comercialização.
- ST3.** Promoção. Aposta na promoção e divulgação nacional e internacional do mel em MPB. Fomentar a sua procura e consumo, sensibilizando o consumidor para a mais-valia do MPB.

### Estratégia WO

Tirar partido das oportunidades por forma a minorar os pontos fracos

- WO1.** Desenvolvimento do produto. Aposta no consumo articulado com outros frutos biológicos locais, como a amêndoa, a noz, a castanha, figo e a avelã.
- WO2.** Diversificação concêntrica. Diversificar a oferta pela produção e comercialização de novos produtos, como pólen, própolis, cera, geleia real, enxames ou rainhas, bem como, de produtos transformados. Esta estratégia permite explorar eventuais sinergias entre produções, maximizar o rendimento e diminuir o risco da exploração.
- WO3.** Associativismo. Promover o associativismo real. Revitalizar as organizações do setor. Fomentar a concentração da oferta e a criação de marcas de qualidade que estejam em condições de negociar com grandes superfícies e de aceder ao mercado internacional.
- WO4.** Fomento do MPB. Promover o MPB através da aposta na investigação, experimentação, formação, extensão, assistência comercial e transformação. Homogeneizar e simplificar os procedimentos de certificação. Criação de redes estruturadas de comercialização.

### Estratégia WT

Estratégia defensiva de modo a minimizar os pontos fracos e evitar as ameaças

- WT1.** Redução de custos. Adoção de políticas que potenciem a diminuição de custos de produção, nomeadamente, estender o gasóleo agrícola à atividade apícola, e estimular a competitividade no mercado de ceras, enxames, alimento homologado e material apícola, potenciando a descida dos preços e a disponibilidade e qualidade destes insumos. Subsidiar a produção/repovoamento.
- WT2.** Fiscalização efetiva. Aumento da fiscalização nomeadamente no controlo da densidade e distância dos apiários, erradicação dos focos de contaminação e aplicação do regulamento do MPB.