



# Alimentos Argentinos

Edición especial español - inglés

Nº 38 - Agosto 2007

Special Issue Spanish - English



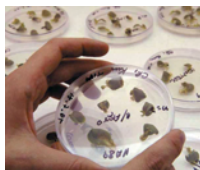
Informe sobre 12 producciones representativas de la variedad y la calidad de la oferta argentina de alimentos y bebidas.

*Report on 12 productions that reflect the variety and quality of the Argentine food and drink supply.*



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS

Jugo concentrado de manzana *Concentrated apple juice*. Productos lácteos *Dairy products*. Vinos *Wines*. Cebolla *Onion*. Azúcar *Sugar*. Olivo *Olive*. Miel *Honey*. Oleaginosas *Oleaginous crops*. Producción avícola *Poultry production*. Carnes de liebre y de conejo *Hare and rabbit meats*. Té y yerba mate *Tea and yerba mate*. Confecciones de chocolate *Chocolate confections*.



## El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria desarrolla:

- Procesos y tecnologías de calidad y seguridad agroalimentaria
- Tecnologías de producción de alimentos en ambientes sanos.
- Tecnologías de preservación, almacenamiento y transporte de alimentos
- Tecnologías para la industria agroalimentaria
- Tecnologías para la trazabilidad de alimentos
- Alimentos con denominación de origen
- Alimentos funcionales lácteos y cárnicos
- Buenas prácticas de producción de alimentos
- Tecnologías de producción de alimentos orgánicos
- Protocolos de producción y certificación de alimentos
- Nutrigenómica: diseño personalizado de alimentos
- Metodologías para evaluar la inocuidad microbiológica y toxicológica.
- Tecnología para la autoproducción de alimentos

### ¿Cómo lo hace?

- Colaborando estrechamente con el sector agroalimentario
- Investigando y experimentando en 47 Estaciones Experimentales Agropecuarias distribuidas en todo el territorio nacional y en el Instituto de Tecnología de Alimentos del Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias situado en Castelar.

### Participando en:

- Redes de cooperación científica nacionales e internacionales
- Proyectos de desarrollo
- Programas de extensión, capacitación y comunicación.



Servicio Nacional de Sanidad  
y Calidad Agroalimentaria

# Estrategia federal, acción regional

[www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)





Actualmente los mercados mundiales de alimentos se caracterizan por su gran competitividad, su alto grado de exigencia, y porque evolucionan al compás de una demanda que requiere productos diferenciados en función de la calidad, homogeneidad, contenido nutricional, presentación y otros atributos.

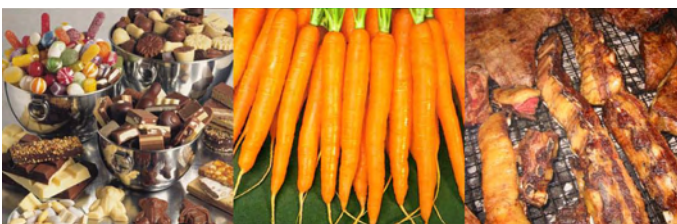


**Lic. Fernando Nebbia**  
 Subsecretario de Política  
 Agropecuaria y Alimentos  
*Undersecretary of Agricultural  
 Policy and Food*

# Alimentos argentinos, calidad para todos



*Argentine food,  
 quality for everyone*



World food markets are characterized today by great competitiveness and numerous consumer requirements. These markets evolve in response to a demand for differentiated products as regards quality, homogeneity, nutritional content, presentation and other food attributes.

Este proceso brinda grandes oportunidades para agregar valor, pero también implica nuevas y mayores exigencias respecto a la genética, manejo, procesos de elaboración, sanidad, calidad, trazabilidad, y otros aspectos que cada uno de los participantes de la cadena alimentaria debe satisfacer.

Argentina acepta estos desafíos en toda su plenitud, y aunque la actualización y la mejora no se agotan con el logro de un objetivo, el país ha obtenido resultados que puede exhibir con satisfacción. Se puede mencionar por ejemplo el crecimiento observado por los productos del sector agroalimentario. Estos en el 2006 alcanzaron el valor récord de 14 mil millones de dólares, superando así en un 18% las cifras del año anterior, y en un 56% las del 2003. Si se analizan en detalle las diferentes cadenas, algunas de las que brindan ese crecimiento son las siguientes:

- La Argentina ocupa el tercer puesto del mundo como productor y exportador de porotos de soja, y el aceite de soja nos sitúa como tercer productor y primer exportador en el ranking mundial. En el 2006 las exportaciones de este aceite representaron 5,7 millones de toneladas y 2.800 millones de dólares, cifras que superaron en un 18% y un 23% a las del año 2005.
- Exporta el 8% del total mundial de leche en polvo entera,

lo que convierte al país en el 2° exportador de este producto.

- Es el primer productor y exportador mundial de jugo concentrado de limón. En el 2006 se elaboró casi el 45% del que produjo el mundo, y el 90% del obtenido en el hemisferio sur.
- Ese mismo año, el país se situó como primer exportador mundial de miel y tercero en el ranking de producción.
- El azúcar ha protagonizado un crecimiento relevante en pocos años. En el 2006 se obtuvieron más de 2.438.000 toneladas y las exportaciones casi se triplicaron: 714.200 toneladas. Todo esto aplicando un manejo y una tecnología de vanguardia, sin incrementar las hectáreas sembradas y sin descuidar el consumo interno que en igual lapso se incrementó más del 30%.
- La incorporación de tecnología acrecentó la producción de carne aviar con valores que en 2006 alcanzaron un máximo histórico de 1.150.000 toneladas, frente a las 671.000 del año 2002.
- Respecto de la sanidad hemos recuperado el estatus de país libre de aftosa con vacunación; no tenemos enfermedad de Newcastle, Influenza Aviar ni Peste Porcina Clásica, y somos una de las cuatro naciones reconocidas como libres de B.S.E. o Mal de la Vaca Loca. Esto significa que Argentina se halla libre de las cinco enfermedades que

This process offers good opportunities to add value, but it also establishes new and stricter requirements relative to genetics, management, manufacturing processes, health, quality, traceability, and other aspects that each participant in food chains must satisfy. Argentina fully accepts these challenges.

Even though the need for modernization and improvement does not disappear with the achievement of one objective, the country has obtained results that may be exhibited with pride. For instance, the growth in sales of agro-alimentary products should be mentioned. In 2006 sales reached a record of 14 billion dollars, exceeding the previous year figures by 18%, and the results of 2003 by 56%. If the different food chains are analyzed in detail, we can see that some of those showing such a growth are the following:

- In the world ranking Argentina is the third largest producer and exporter of soy beans, and is the third largest producer and number one exporter of soy oil. In 2006, soy oil exports represented 5.7 million tons and 2.8 billion dollars. These figures exceeded those of 2005 by 18% and 23% respectively.
- Our country exports 8% of world total of whole powdered milk and is the number two exporter of this product worldwide.

• It is the number one producer and exporter of concentrated lemon juice in the world. In 2006, Argentina manufactured almost 45% of world total production and 90% of the total produced in the southern hemisphere.

- In the same year, Argentina became the world's number one honey exporter and ranked third in world production.
- Sugar production has evidenced an important growth in only a few years. In 2006, more than 2,438,000 tons were produced and exports almost trebled to 714,200 tons. These results were attained through innovative management and technology, without increasing the number of hectares devoted to sugar and without neglecting local consumption that increased more than 30% during the same period.
- The incorporation of technology increased the production of poultry meat that achieved a historical record in 2006 of 1,150,000 tons compared to 671,000 in 2002.
- Relative to animal health, Argentina has recovered its status as country free from foot-and-mouth disease through vaccination. Our farm animals are free from Newcastle disease, Poultry Influenza or Classic Pork Pest, and Argentina is one of the four countries acknowledged to be free from BSE, or Mad Cow Disease. This means that Argentina is free from the five diseases that threaten animal health worldwide.

amenazan la sanidad animal a escala mundial.

Más allá de lo estrictamente sanitario, nuestra oferta de productos satisface las más altas exigencias de calidad. Incluso nos hemos convertido en pioneros en el desarrollo de la agricultura orgánica en América del Sur.

Los principales actores de estos logros son miles de productores rurales de todas las regiones del país, industriales pequeños, medianos y grandes, cuyo esfuerzo es acompañado por organismos y áreas específicas de la administración estatal.

Es por esto que todos los proyectos que involucran a los alimentos, tienen el sello del esfuerzo compartido entre los pequeños productores y el Estado, en torno de fines sociales precisos: aumentar los ingresos del sector y las exportaciones agroalimentarias, generando mayor entrada de divisas, que se traducirá en la multiplicación de los puestos de trabajo y en un crecimiento sustentable para todo el país.

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, INTA, desarrolla la investigación, la puesta a punto y la difusión de los métodos, procedimientos y recursos técnicos destinados a mejorar e incrementar todos los rubros de la producción

rural, explorando los caminos que optimicen los rendimientos preservando al mismo tiempo el medio ambiente y los recursos naturales.

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, SENASA, actúa en el origen de la producción, con la tarea de neutralizar la aparición de enfermedades en animales y cultivos, como así también de controlar y verificar las condiciones de inocuidad y calidad de los alimentos elaborados y exportados.

Desde sus distintas áreas, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos impulsa la adopción de sistemas de gestión de la calidad, tanto en la producción primaria como en los establecimientos procesadores. Trabaja permanentemente en la actualización de la normativa alimentaria nacional e internacional, y lleva adelante acciones de capacitación a lo largo y a lo ancho del país y en todos los niveles de las empresas.

**Se trata de cambios que afrontamos con optimismo, porque somos conscientes del sustento que nos proporciona el campo y podemos mostrar al mundo resultados concretos.**

Beyond strictly sanitary matters, our products can satisfy the highest quality requirements. We have even become pioneers in the development of organic agriculture in South America.

The people responsible for these achievements are thousands of rural producers from all the regions of the country: small, medium-sized and large industrial enterprises that are accompanied in their efforts by specific organs and areas of the state administration.

For this reason, all the projects that involve food production are related to efforts shared by small producers and the State administration, and have well defined social aims: to increase the sector's income and the agro-alimentary exports that generate higher hard currency income. This will multiply the number of jobs and promote a sustainable growth in the whole economy of the country.

The National Institute for Agricultural Technology, INTA, works in the research, development and diffusion of methods, procedures and technical resources for improving and increasing the activity of all sectors of farm-production, exploring

ways to optimize yields preserving at the same time the natural environment and resources.

The National Service for Agro-alimentary Health and Quality, SENASA, has the task of identifying and eliminating any diseases in animals and crops. It also verifies the harmlessness of agro-products and controls the quality of manufactured and exported food.

In all its different areas, the Secretariat for Agriculture, Livestock, Fishing and Food, promotes the adoption of quality management systems in primary production as well as in processing plants. It works continuously in the updating of national and international food regulations and in the training of members of corporate staffs of food processing companies throughout the country.

These are the changes we face optimistically because we are aware of the positive contribution farming provides our economy, and because we can show concrete results to the world.



**Dr. Javier M. de Urquiza**

Secretario de Agricultura, Ganadería,  
Pesca y Alimentos

*Secretary for Agriculture, Livestock,  
Fishing and Food*

**Lic. Fernando Nebbia**

Subsecretario de Política Agropecuaria y  
Alimentos

*Undersecretary for Agricultural Policy and Food*

**Alimentos Argentinos**

Publicación de la Secretaría de  
Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos,  
realizada por la Subsecretaría de Política  
Agropecuaria y Alimentos

*Publication of the Secretariat for Agriculture,  
Livestock, Fishing and Food, edited by the  
Undersecretariat for Agricultural Policy and Food*

**Directora Nacional de Alimentos**

*National Food Director*

Ing. Agr. Mercedes Nimo

**Dirección de Industria Alimentaria**

*Food Industry Administration*

Lic. Eduardo Vilar

**Director de Promoción de la Calidad**

*Director of Quality Promotion*

Sr. Federico Ocampo

**Coordinación técnica**

*Technical coordination*

Ing. Agr. Mercedes Nimo

Gabriel Sunico

**Producción Editorial**

*Editorial Production*

Luis Grassino

**Arte, diseño y armado**

*Art, design and assembly*

Eduardo Siutti

Distribución gratuita. Publicación financiada por  
el Programa de Servicios Agrícolas Provinciales  
-PROSAP- con fondos del Préstamo BIRF  
7425, en el marco del proyecto "Calidad de los  
Alimentos Argentinos".

*Distribution free of charge. Publication financed  
by the Provincial Agricultural Services Program  
,PROSAP- with funds obtained through the  
Loan BIRF 7425, under the project "Quality of  
Argentine Food".*

Paseo Colón 922 - (C1063ACW)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Tel. (54-11) 4349-2253

Fax (54-11) 4349-2097

alimentos@mecon.gov.ar

www.sagpya.gov.ar/alimentos

© SAGPyA - República Argentina – 2007

ISSN 0328-9168

Oficina de Prensa SAGPyA:

*Press Office of the SALF&F:*

Tel (54-11) 4349-2588/89

prensa1@mecon.gov.ar

**5 Un aporte estratégico**

La evolución de las exportaciones del sector  
agroalimentario y su relevante importancia en  
el comercio exterior argentino.

**A strategic contribution**

*The evolution of exports in the agroalimentary  
sector and its significant importance for  
Argentine foreign trade.*

**Informes sectoriales**

**Sectorial Reports**

**11 Azúcar**

*Sugar*

**14 Jugo concentrado de manzana**

*Concentrated apple juice*

**20 Productos lácteos**

*Dairy products*

**26 Vinos**

*Wines*

**29 Cebolla**

*Onion*

**32 Confecciones de chocolate**

*Chocolate confections*

**36 Oleaginosas**

*Oleaginous crops*

**41 Producción avícola**

*Poultry production*

**45 Olivo**

*Olive*

**50 Miel**

*Honey*

**52 Carnes de liebre y de conejo**

*Hare and rabbit meats*

**55 Té y yerba mate**

*Tea and yerba mate*

**62 Alimentos, normas y trámites**

Informe sobre la normativa argentina de  
cumplimiento obligatorio para quienes  
participan en la producción y comercialización  
de alimentos.

**Food, regulations and procedures**

*Report on Argentine obligatory regulations for  
all participants in the production and sale of  
food.*

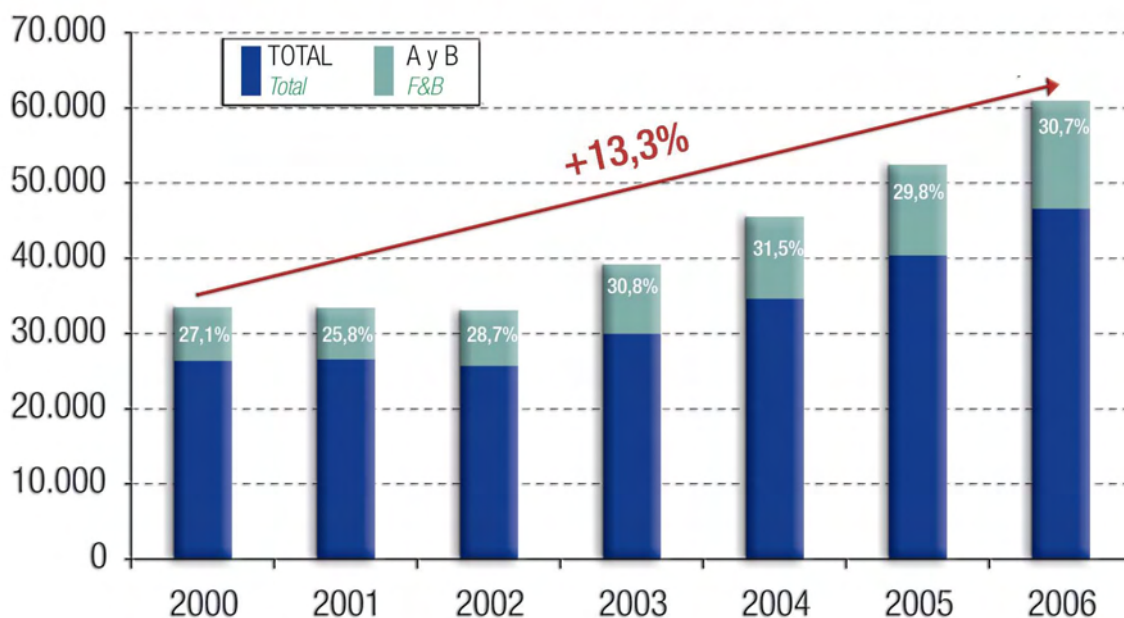
Los artículos y datos pueden ser reproducidos libremente citando la fuente. Las notas firmadas son responsabilidad de los autores.

*Articles and data may be freely reproduced provided the source is named. All signed articles are the responsibility of the authors.*

El crecimiento protagonizado por el conjunto de la economía argentina en los últimos años puede ser explicado de maneras diferentes. Una de esas formas es evaluar el desempeño económico que han tenido aquellas industrias, que al igual que la Industria de Alimentos y Bebidas (**A y B**), realizaron un aporte al incremento del PBI. Interesa particularmente en esta nota, destacar la importancia que la Industria Alimentaria tiene para el crecimiento de la economía del país.

### Gráfico 1 - Evolución de la participación de las exportaciones de AyB en el total exportado nacional - millones de dólares

*Chart 1 - Evolution of F&B exports share in total national exports in million US\$*



## Un aporte estratégico

### *A Strategic Contribution*

The growth of the Argentine economy in recent years may be explained in different ways: one is by evaluating the economic performance of industries, like the Food and Beverages Industry, that have contributed to increase the country's GDP. The aim of this article is to highlight the importance of Food Industry for the economic growth of Argentina.

**Lic. Alejandra Rocco**  
 Dirección de Industria Alimentaria  
 Food Industry Administration



Las recientes cifras oficiales destacan que durante 2006 el PBI total de la economía, creció un 8,5%, mientras que el de la industria de AyB lo hizo un 8,9%.

Las divisas originadas por las exportaciones totales del país alcanzaron durante el 2006 los 46.569 millones de US\$, mientras que para el acumulado enero-mayo 2007 registraron 20.066 millones de US\$. El valor de las exportaciones de alimentos y bebidas representó en 2006 el 30,7% del total de las exportaciones argentinas y el 29,4% del acumulado enero-mayo 2007. Ese porcentaje (30,7%) supera en un 13,3% al mismo indicador del año 2000, lo que no sólo representa crecimiento: también constituye una muestra clara de la importancia estratégica que tiene el sector en la generación de divisas para nuestro país (ver gráfico 1).

Sobre la base del sintético análisis anterior, cabe preguntarse entonces, cuánto es lo que aportaron los distintos sectores de la Industria de Alimentos y Bebidas en el buen desempeño

de los guarismos de comercio exterior.

La participación que tiene cada uno de los mismos en el total de los ingresos generados por exportaciones de la Industria Alimentaria puede visualizarse en los cuadros siguientes. En los mismos se destaca en el año 2006 el sector de *Aceites y Grasas* como principal generador de divisas, seguido por *Carnes y Productos Cárnicos*. Ambos sectores concentran el 68,9% del valor de las exportaciones de AyB (ver cuadro 1).

El mayor volumen exportado también está representado por los *Aceites y Grasas* pero seguidos por los *Productos de Molinería*. Entre ambos concentran el 87,6% del volumen exportado por la Industria Alimentaria (ver cuadro 2).

Normalmente los informes de coyuntura de la industria de AyB hacen hincapié en aquellos sectores que tradicionalmente se destacan en las exportaciones de este sector de la economía. Ahora bien, vale preguntarse cómo evolucionaron el resto de

**Cuadro 1 - Valor de las exportaciones, participación porcentual**

**Chart 1 - Percentage Share in Exports**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Aceites y grasas de origen vegetal y animal <i>Vegetable and animal oils and fats</i>	55,4	59,7	63,6	66,1	62,4	58,9	57,5
Carne y productos cárnicos <i>Meat and meat products</i>	11,5	5,7	8,0	8,1	11,6	14,0	11,4
Pescado y productos de pescado <i>Fish and fish products</i>	11,6	13,8	9,8	9,5	7,4	6,7	8,6
Frutas, legumbres y hortalizas <i>Fruit, pulse and vegetables</i>	5,0	5,3	4,6	4,6	4,8	5,3	5,6
Lácteos <i>Dairy products</i>	4,5	4,2	4,1	3,0	4,8	5,0	5,4
Vinos <i>Wines</i>	2,3	2,3	1,8	1,9	2,1	2,6	2,7
Productos de molinería <i>Milling products</i>	2,3	2,0	1,6	1,6	1,5	1,6	1,9
Azúcar <i>Sugar</i>	0,7	0,5	0,8	0,4	0,4	1,0	1,7
Otros productos alimenticios NCP <i>Other NCP Foodstuffs</i>	1,3	1,2	0,9	0,9	1,2	1,2	1,5
Cacao, chocolate y productos de confitería <i>Cocoa, Chocolate &amp; confectioner's products</i>	2,1	2,1	2,0	1,5	1,4	1,4	1,3
Bebidas malteadas y de malta <i>Malted and malt beverages</i>	1,1	1,0	1,0	0,8	0,7	0,7	0,6
Alimentos preparados para animales <i>Prepared food for animals</i>	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Productos de panadería <i>Bakery products</i>	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4
Almidones y productos derivados <i>Starch and by-products</i>	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3
Destiladas <i>Distilled drinks</i>	0,4	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Macarrones, fideos, farináceos similares <i>Macaroni, Noodles, Similar farinaceous products</i>	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2
Bebidas no alcohólicas; aguas minerales <i>Non alcoholic drinks, mineral waters</i>	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>TOTAL AyB</b> <i>Total F&amp;B</i>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Recent official figures indicate that in 2006 the total GDP of the economy grew 8.5% while that of the F & B Industry increased 8.9%.

Hard currency originated by total country's exports reached 46,569 million US\$ in 2006, while accumulated exports for the period January-May 2007 registered 20,066 million US\$. Total Food and beverages exports in 2006 represented 30.7% of total Argentine exports, and in the accumulated period January-May 2007, 29.4%. The 30.7 % share exceeds year 2000 figures by 13.3%. This not only represents

growth: it also constitutes a clear evidence of the strategic importance of this sector in the generation of hard currency for our country (See Graph 1).

Based on the previous brief analysis, it is legitimate to ask to what extent the different sectors of the Food and Beverages Industry contributed to the good performance of foreign trade figures.

The share of each one in the total income generated by Food Industry exports may be seen in the following charts. The Oils and Fats sector stands out in 2006



**Cuadro 2 - Toneladas exportadas, participación porcentual** *Chart 2 - Percentage Share in Total tons Exported*

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Aceites y grasas de origen vegetal y animal	<i>Vegetable and animal oils and fats</i>	85,8	87,9	87,3	88,1	85,9	85,1	84,7
Productos de molinería	<i>Milling products</i>	3,3	2,9	2,2	2,1	2,4	2,6	2,9
Frutas, legumbres y hortalizas	<i>Fruit, pulse and vegetables</i>	1,4	1,7	1,9	2,1	2,1	2,2	2,4
Carne y productos cárnicos	<i>Meat and meat products</i>	1,9	1,0	1,5	1,5	2,4	2,6	1,9
Azúcar	<i>Sugar</i>	0,8	0,5	1,1	0,6	0,8	1,6	1,8
Pescado y productos de pescado	<i>Fish and fish products</i>	2,3	2,0	1,8	1,7	1,7	1,4	1,6
Lácteos	<i>Dairy products</i>	0,8	0,7	0,9	0,6	0,9	0,8	1,0
Bebidas malteadas y de malta	<i>Malted and malt beverages</i>	1,3	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8
Vinos	<i>Wines</i>	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,7	0,8
Otros productos alimenticios NCP	<i>Other NCP Foodstuffs</i>	0,2	0,2	0,2	0,3	0,6	0,6	0,7
Alimentos preparados para animales	<i>Prepared food for animals</i>	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4
Almidones y productos derivados	<i>Starch and by-products</i>	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4
Cacao, chocolate y productos de confitería	<i>Cocoa, Chocolate &amp; confectioner's products</i>	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Destiladas	<i>Distilled drinks</i>	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1
Productos de panadería	<i>Bakery products</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Macarrones, fideos, farináceos similares	<i>Macaroni, Noodles, Similar farinaceous products</i>	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Bebidas no alcohólicas; aguas minerales	<i>Non alcoholic drinks, mineral waters</i>	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>TOTAL AyB</b>	<i>Total F&amp;B</i>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

los subsectores o cadenas productivas que si bien no tienen una alta participación, muestran interesantes variaciones interanuales tanto en valor como en volumen.

Por ejemplo, sectores como *Azúcar, Pescados, Macarrones, Productos de Molinería y Vinos* presentan variaciones interanuales, tanto en divisas como en toneladas, mayores que los sectores tradicionales. Con respecto a la generación de divisas, en 2006 esas variaciones fueron, respectivamente, de 93,6%, 53,9%, 47,8%, 42,2 y 23,2% para los rubros citados (ver cuadro 3).

En cuanto a las toneladas exportadas en el mismo año, los valores representaron incrementos del: 33,1%, 27,1%, 40,0%, 28,5% y 32,0% respectivamente para los mismos sectores anteriormente mencionados (ver cuadro 4).

De los guarismos registrados en el acumulado enero-mayo

2007 se observa que, comparadas con el año anterior, las exportaciones en dólares de AyB se incrementaron un 11,5% (ver cuadro N° 5) y las toneladas exportadas en el mes de mayo último respecto a igual mes del año anterior un 11,6% (ver cuadro 6).

Un dato interesante surge de comparar el acumulado enero-mayo 2007 con el acumulado del año 2000. Se observa entonces que las variaciones de las exportaciones de alimentos y bebidas en dólares respecto del año 2000, se incrementaron en un 111,4% (ver cuadro 7), y las toneladas exportadas aumentaron el 73,3% (ver cuadro 8).

En el transcurso de los primeros cinco meses del año el precio promedio por tonelada exportada del total de la Industria Alimentaria aumentó un 15,0%, evidenciando un mejor posicionamiento en los mercados internacionales.

as main hard currency generator, followed by Meat and Meat Products. Both sectors concentrate 68.9% of total F&B sales abroad. (See Chart 1)

The highest volume exported is also represented by Oils and Fats, followed by Milling Products. Both together concentrate 87.6% of total volume exported by Food Industry (See Chart 2).

Reports on the F&B industry usually emphasize the role of those sectors that traditionally stand out in the exports of this sector of the economy. However, it is valid

to ask about the evolution of the other sub-sectors or productive chains that do not have a high participation but show interesting inter-annual variances in dollars as well as in volume.

For example, sectors like Sugar, Fish, Macaroni, Milling Products and Wines present inter-annual variances, in hard currency and in tons, higher than the traditional sectors. As regards generation of hard currency, in 2006 those variances were respectively 93.6%, 53.9%, 47.8%, 42.2% and 23.2% for each one of the above mentioned

**Cuadro 3 - Valor de las exportaciones variación interanual** *Chart 3 - Inter-annual variances in exports*

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Azúcar	<i>Sugar</i>	-25,7%	68,0%	-35,7%	23,2%	154,7%	93,6%
Pescado y productos de pescado	<i>Fish and Fish products</i>	14,1%	-23,5%	21,1%	-8,0%	-0,5%	53,9%
Macarrones, fideos, farináceos similares	<i>Macaroni, Noodles, similar farinaceous products</i>	-5,0%	-43,0%	125,8%	38,3%	67,8%	47,8%
Productos de molinería	<i>Milling products</i>	-13,6%	-16,9%	31,2%	7,9%	17,5%	42,2%
Otros productos alimenticios NCP	<i>Other NCP foodstuffs</i>	-13,8%	-20,2%	21,9%	70,9%	8,1%	41,9%
Productos de panadería	<i>Bakery products</i>	-7,2%	-23,3%	43,0%	-8,2%	19,6%	29,8%
Lácteos	<i>Dairy products</i>	-12,0%	6,0%	-10,0%	93,4%	14,0%	29,5%
Frutas, legumbres y hortalizas	<i>Fruit, Pulse and Vegetables</i>	2,3%	-7,0%	26,1%	22,5%	21,8%	27,3%
Vinos	<i>Wines</i>	-3,6%	-16,2%	31,2%	33,9%	33,9%	23,2%
Alimentos preparados para animales	<i>Prepared food for animals</i>	-0,9%	9,1%	28,4%	27,9%	20,8%	19,2%
Destiladas	<i>Distilled drinks</i>	17,3%	-11,7%	-12,3%	-6,0%	29,9%	18,2%
Aceites y grasas de origen vegetal y animal	<i>Vegetable and Animal oils and fats</i>	3,3%	14,4%	30,4%	11,3%	4,4%	16,0%
Cacao, chocolate y productos de confitería	<i>Cocoa, Chocolate and Confectioner's products</i>	-4,1%	-1,9%	-4,9%	13,9%	5,7%	13,0%
Almidones y productos derivados	<i>Starch and by-products</i>	-6,1%	-0,6%	32,9%	4,3%	-0,7%	11,1%
Bebidas malteadas y de malta	<i>Malted and malt drinks</i>	-15,0%	5,5%	-4,1%	6,5%	12,5%	10,0%
Bebidas no alcohólicas; aguas minerales	<i>Non alcoholic drinks, mineral waters</i>	-24,1%	-36,1%	14,0%	8,7%	-22,6%	-0,1%
Carne y productos cárnicos	<i>Meat and meat products</i>	-52,5%	51,5%	26,2%	68,5%	33,8%	-2,8%
<b>Total A y B</b>	<b>Total F&amp;B</b>	<b>-4,1%</b>	<b>7,4%</b>	<b>25,6%</b>	<b>17,9%</b>	<b>10,5%</b>	<b>18,9%</b>

**Cuadro 4 - Toneladas exportadas, variación interanual** *Chart 4 - Inter-annual variances of exports in tons*

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Macarrones, fideos, farináceos similares	<i>Macaroni, Noodles, similar Farinaceous products</i>	-2,4%	-10,1%	119,5%	16,2%	70,9%	40,0%
Azúcar	<i>Sugar</i>	-37,3%	128,1%	-38,3%	27,4%	139,4%	33,1%
Vinos	<i>Wines</i>	0,4%	32,2%	42,2%	-15,3%	34,7%	32,0%
Lácteos	<i>Dairy products</i>	-21,2%	42,0%	-27,8%	69,7%	4,1%	31,1%
Productos de molinería	<i>Milling products</i>	-12,4%	-17,9%	10,8%	13,2%	24,0%	28,5%
Pescado y productos de pescado	<i>Fish and Fish products</i>	-11,9%	-1,5%	2,4%	0,8%	1,1%	27,1%
Frutas, legumbres y hortalizas	<i>Fruit, Pulse and Vegetables</i>	27,3%	17,9%	25,0%	1,2%	21,2%	25,4%
Otros productos alimenticios NCP	<i>Other NCP foodstuffs</i>	13,5%	5,9%	67,0%	118,3%	27,6%	21,0%
Productos de panadería	<i>Bakery products</i>	2,4%	-5,6%	29,5%	-4,3%	18,1%	19,5%
Alimentos preparados para animales	<i>Prepared food for animals</i>	-13,2%	35,2%	26,2%	49,6%	41,0%	16,4%
Aceites y grasas de origen vegetal y animal	<i>Vegetable and animal oils and fats</i>	3,9%	8,4%	13,4%	-2,1%	15,6%	13,9%
Bebidas malteadas y de malta	<i>Malted and malt drinks</i>	-20,6%	9,7%	-8,6%	2,2%	11,2%	11,8%
Almidones y productos derivados	<i>Starch and by-products</i>	4,6%	5,9%	19,2%	7,9%	-9,3%	4,5%
Cacao, chocolate y productos de confitería	<i>Cocoa, Chocolate and Confectioner's products</i>	4,7%	23,7%	-3,8%	9,0%	-1,7%	0,7%
Bebidas no alcohólicas; aguas minerales	<i>Non alcoholic drinks, mineral waters</i>	-10,5%	-17,6%	12,4%	-2,9%	-32,5%	-9,2%
Destiladas	<i>Distilled drinks</i>	6,3%	-3,4%	-27,6%	-0,1%	25,3%	-14,1%
Carne y productos cárnicos	<i>Meat and meat products</i>	-46,6%	67,9%	10,7%	61,9%	25,3%	-17,9%
<b>Total A y B</b>		<b>1,4%</b>	<b>9,1%</b>	<b>12,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>16,8%</b>	<b>14,4%</b>

items (See Chart 3).

As regards tons exported in the same year, figures represented increases of: 33.1%, 27.1%, 40.0%, 28.5% and 32.0% respectively for the same sectors mentioned above (See Chart 4).

Accumulated figures for the period January-May 2007 indicate that F&B exports in dollars increased 11.5% compared to the previous year (See Chart 5) and tons

exported last May are 11.6% higher than the same month of the previous year (See Chart 6).

It is interesting to compare accumulated amounts for the period January-May 2007 with the same period of year 2000. Variances in food and beverages exports in dollars indicate an increase of 111.4% (See Chart 7) while exports in tons increased 73.3% (See Chart 8).

Cabe mencionar que para mayo último el precio promedio por tonelada se incrementó en un 15,4% en relación a igual mes del año anterior, alcanzando un valor de 387,4 U\$S FOB por tonelada comercializada.

variación de 112,3% respecto al año anterior y el sector Bebidas Destiladas mostró un crecimiento interanual de sus exportaciones del 103,4% (ver cuadro 10).

En el acumulado enero-mayo se destacan las Bebidas

<b>Cuadro 5 A y B Chart 5 F y B</b>				
Exportaciones en miles de U\$S FOB <i>Exports in US\$ (000) FOB</i>		Variación <i>Variance</i>		
2006	2007	Mes anterior <i>Previous month</i>	Año anterior <i>Previous year</i>	
		2007		
Enero	1.007.582	998.217	-25,6%	-0,9%
Febrero	955.567	1.115.666	11,8%	16,8%
Marzo	1.060.281	1.130.651	1,3%	6,6%
Abril	1.043.588	1.263.593	11,8%	21,1%
Mayo	1.263.667	1.437.692	13,8%	13,8%
Total	5.330.684	5.945.820		11,5%

<b>Cuadro 6 A y B Chart 6 F y B</b>				
Toneladas exportadas en miles U\$S <i>Tons exported in thousands</i>		Variación <i>Variance</i>		
2006	2007	Mes anterior <i>Previous month</i>	Año anterior <i>Previous year</i>	
		2007		
Enero	2.905	2.675	-23,9%	-7,9%
Febrero	2.714	2.652	-0,9%	-2,3%
Marzo	2.796	2.517	-5,1%	-10,0%
Abril	3.164	3.325	32,1%	5,1%
Mayo	3.764	3.711	11,6%	-1,4%
Total	11.580	11.169		-3,5%

<b>Cuadro 7 - A y B Exportaciones acumuladas en millones de U\$S Chart 7 - Accumulated exports in million US\$</b>								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Enero - Mayo <i>January - May</i>	2.812	2.350	2.613	3.340	4.510	4.479	5.331	5.946
Acuml. 2007 vs... <i>Accum. 2007 vs...</i>	111,4%	153,0%	127,5%	78,0%	31,8%	32,8%	11,5%	

<b>Cuadro 8 - A y B Toneladas exportadas acumuladas en miles de Ton Chart 8 - Accumulated exports in thousand tons</b>								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Enero - Mayo <i>January - May</i>	8.584	7.592	9.015	10.838	11.217	12.652	15.344	14.880
Acuml. 2007 vs... <i>Accum. 2007 vs...</i>	73,3%	96,0%	65,0%	37,3%	32,7%	17,6%	-3,0%	

Nuevamente, si se retoma el análisis por subsectores o cadenas productivas, en las exportaciones en dólares de lo que va del año, se destaca que el sector Almidones y Productos Derivados registró en mayo de 2007 una

Malteadas con una variación interanual del 80,6% y los Productos de Molinería con un crecimiento del 51,8% en sus saldos exportados (ver cuadro 10).

In the first five months of current year, the average price per exported ton corresponding to total Food Industry increased 15.0%, indicating a better positioning in international markets (See Chart 9)

It is worth mentioning that last May the average price per ton increased 15.4% compared to the same month of the previous year, reaching a value of 387.4 US\$ per exported ton (See Chart 9 and Graph 2).

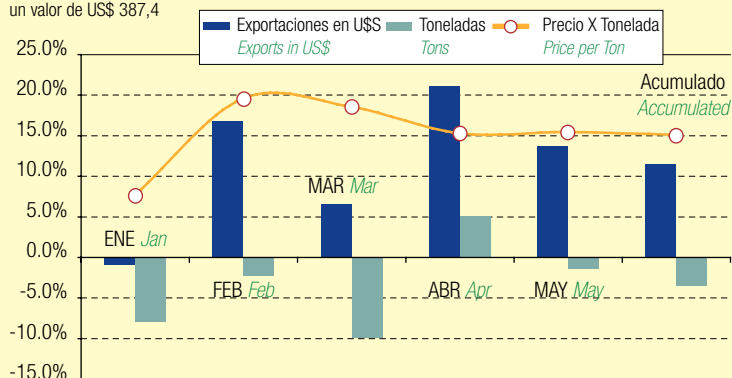
Again, if exports in dollars are analyzed by sub-sectors or productive chains year to date, the sector Starch and By-products stands out, as in May 2007 it registered a 112.3% variance compared to the previous year. Inter-annual variances in exports of the Distilled Drinks sector showed a FOB value growth of 103.4% (See Chart 10).

Malted Drinks accumulated figures in the period January-May stand out, with an inter-annual variance of 80.6%, while exports of Milling Products registered a 51.8%

## Gráfico 2 - Variación interanual de A y B - 2006/2007

Chart 2 - Inter-annual variance F & B - 2006/2007

El precio promedio por tonelada exportada The average price per Ton of food exported  
de alimentos en el mes de mayo registró in May was US\$ 387.4  
un valor de US\$ 387,4



Fuente de los cuadros: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INDEC.  
Source of all charts: National Food Administration based on data from INDEC.

## Cuadro 9 - A y B Variación Interanual 2007

Chart 9 - Inter-annual variance

	Exportaciones en US\$ <i>Exports in US\$</i>	Ton <i>Tons</i>	Precio X Ton <i>Price per ton</i>
Enero	-0.9%	-7.9%	7.6%
Febrero	16.8%	-2.3%	19.5%
Marzo	6.6%	-10.0%	18.5%
Abril	21.1%	5.1%	15.2%
Mayo	13.8%	-1.4%	15.4%
Acumulado	11.5%	-3.5%	15.0%

Lo interesante de los análisis de coyuntura enfocados hacia el comportamiento de actividades que presentan un fuerte crecimiento con baja concentración, radican en la posibilidad de incrementar su valor agregado y obtener mejores cotizaciones por los productos comercializados, como estrategia de desarrollo en el mediano plazo.

## Cuadro 10 - Exportaciones en miles de US\$ FOB Exports in thousand US\$ FOB

	May-07	Var. Mensual	Var. Interanual	Ene-May. 07	Var. Interanual Acumulada
Bebidas Malteadas y de Malta <i>Malted and malt drinks</i>	10.184	-46,0%	25,8%	54.453	80,6%
Productos de Molinería <i>Milling products</i>	35.330	41,8%	73,3%	137.767	51,8%
Alimentos Preparados para Animales <i>Prepared food for animals</i>	7.431	-1,2%	38,2%	35.931	42,7%
Destiladas <i>Distilled drinks</i>	4.182	-6,8%	103,4%	18.394	32,4%
Vinos <i>Wines</i>	37.509	5,4%	18,7%	168.381	24,0%
Bebidas No Alcohólicas; Aguas Minerales <i>Non alcoholic drinks, mineral waters</i>	1.232	15,4%	29,2%	6.032	23,9%
Frutas, Legumbres y Hortalizas <i>Fruit, Pulse and Vegetables</i>	77.908	15,3%	12,6%	320.535	20,1%
Carne y Productos Cármicos <i>Meat and meat products</i>	121.751	-4,7%	99,5%	613.849	17,0%
Productos de Panadería <i>Bakery products</i>	5.456	33,2%	24,4%	21.220	15,8%
<b>TOTAL AyB TOTAL F&amp;B</b>	<b>1.437.692</b>	<b>13,8%</b>	<b>13,8%</b>	<b>5.945.820</b>	<b>11,5%</b>
Aceites y Grasas de Origen Vegetal y Animal <i>Vegetable and animal oils and fats</i>	957.148	23,0%	14,3%	3.618.995	10,8%
Cacao, Chocolate y Productos de Confeitería <i>Cocoa, chocolate and confectioner's products</i>	12.547	-2,3%	-6,7%	70.161	7,0%
Almidones y Productos Derivados del Almidón <i>Starch and by-products</i>	6.584	112,3%	58,1%	20.137	5,9%
Otros productos Alimenticios NCP <i>Other NCP foodstuffs</i>	17.306	12,4%	9,3%	76.690	5,7%
Pescado y Productos de Pescado <i>Fish and fish products</i>	106.296	-15,4%	-12,7%	471.146	3,4%
Lácteos <i>Dairy products</i>	33.131	1,9%	-44,2%	287.556	-0,9%
Macarrones, Fideos, Alcuzczuz y Productos Farináceos Similares <i>Macaroni, noodles, alcuzczuz and similar farinaceous products</i>	1.387	14,0%	-39,9%	7.179	-23,5%
Azúcar <i>Sugar</i>	2.309	-	-61,3%	17.393	-57,9%

growth in their FOB value (See Chart 10).

Analyses of the current situation of the F&B industry focused on the behavior of those activities that show marked growth and low concentration are interesting, as

they offer the possibility of increasing the value added of sold products obtaining better quotations as a strategy for medium term development.



**Esteban Rezk**  
 Dirección de Industria Alimentaria  
 Food Industry Administration

# Azúcar

## Sugar

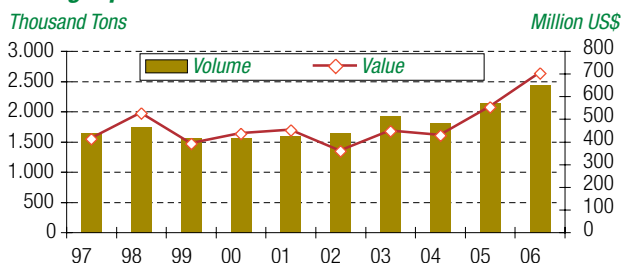


El sector azucarero argentino exhibió en los últimos años un notable aumento de la producción, pese a lo cual no necesitó aumentar considerablemente la cantidad de hectáreas sembradas.

Mientras la superficie conjunta de las provincias productoras (Salta, Jujuy y Tucumán) se halla en torno de las 250.000 hectáreas, los volúmenes obtenidos muestran un franco crecimiento.

El gráfico siguiente muestra la evolución de la producción de azúcar en la Argentina en los últimos 10 años en volúmenes y valores.

**1 - Sugar production in volume and value**



Source: National Food Administration on the basis of data of Customs.

- El aumento de la producción y las zafras récord llegan gracias a los esfuerzos de inversión realizados durante los últimos diez años, tanto en los cultivos como en el sector industrial.

The Argentine sugar sector has shown a remarkable production increase in recent years. However, there was no need of increasing the planted area in a considerable way.

While the whole area corresponding to the producing provinces (Salta, Jujuy and Tucumán) is around 250,000 hectares, the volumes obtained indicate a clear growth.

The graph 1 shows the evolution of sugar production in Argentina in the last 10 years, in volume and in dollars.

- The production increase and record harvests achieved by this sector are the result of investments in the growing activity and in the industrial processing made in the last ten years.
- In 2005 production was 2,138,826 tons of crude sugar (17.8% higher than the previous year). In 2006 production of crude sugar increased 14%, reaching 2,438,492 tons.

- En 2005 la producción fue de 2.138.826 toneladas a valor crudo (17,8 % superior a la del año anterior) y a su vez ésta se vio superada en un 14% por la producción del siguiente año 2006, que alcanzó a 2.438.492 toneladas a valor crudo.

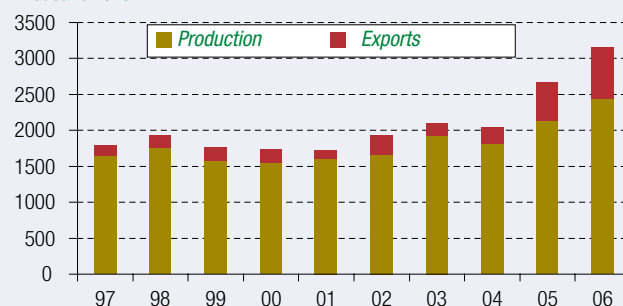
Como se comentó en un informe anterior las inversiones que viene realizando el sector fueron destinadas a:

- Maquinarias e instalaciones de los ingenios, con equipamiento que incorporó los últimos avances tecnológicos.
- Cañaverales que se concentraron en las áreas más aptas y se replantaron con ejemplares de mayor rendimiento, destacándose la especie LCP85-384 traída de Louisiana, EE.UU.
- Incorporación de cosechadoras de última generación, que además de ser más eficientes, realizan la recolección “en verde”, sin el tradicional quemado previo de la caña. Esto produjo una mejora notable en el aspecto ecológico, y ubicó al país a la vanguardia en el uso de estos sistemas.
- Para el presente año se estimaba lograr una zafra y producción record que superase en un 10% superior la del año 2006 con una producción de 2,68 millones de toneladas a valor crudo, pero una serie de inconvenientes parece estar dificultando este objetivo. En primer lugar la falta del insumo gas atrasó el comienzo de la zafra (sólo el comienzo, puesto que el principal insumo que se utiliza para continuar la zafra es el mismo bagazo).
- En segundo término, las lluvias registradas disminuyeron la firmeza del terreno dificultando así la introducción de las cosechadoras en el campo. Por último, pero no

menos importante, el negativo impacto de las heladas y consecuentes bajas temperaturas que padeció el norte y que harán disminuir el rendimiento de la caña. Por todo esto se calcula que la producción 2007 repetirá los valores del año 2006. El sector azucarero atiende principalmente al mercado interno, y procura incrementar la exportación apuntando a lograr aumentos en la producción. Los resultados de ese empeño se reflejan en el siguiente gráfico, que muestra la evolución comparada de la producción y la exportación durante la última década.

## 2 - Production and export 1997-2006

Thousand Tons



Source: National Food Administration based on data of Customs.

Se aprecia que en los últimos años al aumentar la producción consecuentemente se incrementaron las exportaciones. Puntualmente, la elaboración del año 2006 (2,4 millones de toneladas a valor crudo) es 32% superior a la del año 2004 (1,8 millones de toneladas a valor crudo) y para el mismo período las exportaciones aumentaron un 217,20 %.

As commented in a previous report, investments were directed to:

- Machinery and installations at sugar mills with equipment that incorporated the most recent technological innovations.
- Concentration of sugarcane plantations in the most suitable areas and replanting with higher yield species, the most outstanding being the LCP85-384 brought from Louisiana, United States.
- Incorporation of new generation combine harvesters that in addition to being more efficient can harvest green sugarcane without the traditional previous burning. This caused a remarkable improvement from an ecological viewpoint and placed our country as leader in the use of these systems.
- Record harvest and production of 2.68 million tons of crude sugar were estimated for the present year (10% higher than the previous year), but a series of problems seem to be hindering this objective. In the first place the lack of gas delayed the

beginning of the harvest (only at the start, as the main input used to continue the harvest is the same bagasse). In the second place, rainfall registered reduced the firmness of the land hampering the introduction of combine harvesters into the field. Finally, also important was the negative impact of frost and of low temperatures suffered by the north region that will reduce the sugarcane yields. As a consequence, it is estimated that 2007 production will repeat the figures of 2006.

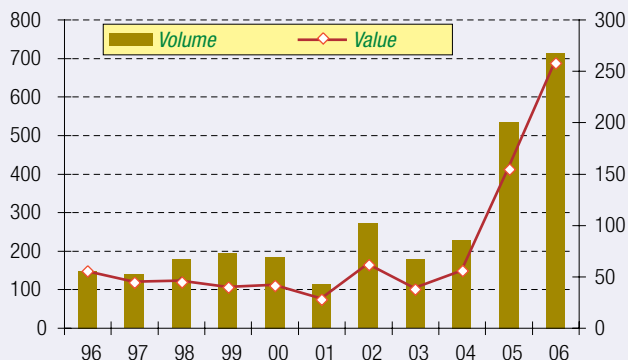
The sugar sector supplies mainly the local market, and is trying to increase exports aiming at achieving higher production levels. The results of these efforts are reflected in the chart 2, that shows the comparative evolution of production and exports in the last decade.

It can be observed that in recent years as production increased, there was a consequent increase in exports. 2006 production (2.4 million tons of crude sugar)

El siguiente gráfico muestra las exportaciones argentinas de azúcar en volúmenes y valores para el período 1996 – 2006.

### 3 - Sugar exports in volume and in dollars

Thousand tons US\$ millones Million US\$



Source: National Food Administration based on data from Customs.

- Entre enero y abril de este año se registraron exportaciones por 12.342,5 toneladas a valor crudo por un importe estimado de 3.702.750 US\$, y se cree que las exportaciones alcanzarán a fin de año las 600 mil tons.
- Otros parámetros importantes que registra la actividad son la importación y el consumo de azúcar.
- El panorama internacional muestra que Brasil (1er productor mundial) tendrá un crecimiento estimado del 11,2% en la producción de caña y que ésta tendrá un creciente vuelco hacia la producción de azúcar.
- La India (2do productor mundial) espera un enorme crecimiento del 42% de su producción de azúcar respecto al ejercicio anterior.
- Rusia (principal importador de este producto) se propuso

incrementar su productividad justamente para no estar obligado a importar y liberarse de las fluctuaciones del precio internacional.

El siguiente cuadro resume la evolución global del sector en los últimos 10 años en la Argentina.

AÑO	Producción	Importación	Exportación	Consumo
Year	Production	Import	Export	Consumption
	Ton <sup>1</sup>	Ton <sup>1</sup>	Ton <sup>1</sup>	Ton <sup>2</sup>
1997	1.649.140	63.401	139.732	1.469.915
1998	1.749.184	393	178.106	1.468.664
1999	1.568.156	1.456	195.894	1.283.858
2000	1.557.703	1.583	184.482	1.284.864
2001	1.607.423	1.367	114.600	1.396.439
2002	1.655.616	972	271.024	1.294.920
2003	1.924.779	402	177.314	1.585.655
2004	1.815.845	7.384	229.056	1.489.881
2005	2.138.826	2.826	535.780	1.500.815
2006	2.438.492	2.983	714.264	1.614.216

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos, en base a información del C.A.R.T. y del INDEC.

Source: National Food Administration based on information from C.A.R.T. and INDEC.

1 En valor de azúcar crudo.

1 Crude sugar.

2 Consumo aparente, en valor de azúcar blanco.

2 Apparent consumption of white sugar.

Estos factores se suman al hecho de que en el mundo hay 9 millones de toneladas que superan la demanda mundial, lo que da como resultado una caída del precio internacional, para el cual se toma como referencia habitual el Contrato N° 5 de Londres para el azúcar blanco. La cotización llegó a su punto máximo en 2006 cuando alcanzó los US\$ 500, en estos momentos ronda los US\$ 309, valor que a pesar de la merma sigue siendo muy bueno.

was 32% higher than that of 2004 (1.8 million tons of crude sugar), and in the same period exports increased 217.20%.

The graph 3 shows Argentine sugar exports in volume and in dollars for the period 1996-2006.

- Exports from January to April of the current year reached 12,342.5 tons of crude sugar (equivalent to an estimated amount of US\$ 3,702,750), and it is anticipated that exports will reach 600,000 tons by the end of the year.
- Other important parameters registered by this activity are imports and sugar consumption.

The chart summarizes the global evolution of this sector in the last 10 years.

- The international scene shows that Brazil (1st world producer) will have an

estimated growth of 11.2% in sugarcane production and that this production will be increasingly directed to industrial processing.

- India (the 2nd world producer) is anticipating a dramatic growth of 42% in sugar production compared to the previous year.
- Russia (main importer of this product) has the objective of increasing productivity precisely to avoid imports and get free from the fluctuation of international prices.

These factors are to be added to the fact that in the world there are 9 million tons exceeding world demand. The result of this is a fall in the international price that is usually referred to the London Contract Nr. 5 for white sugar. The quotation reached its peak of US\$ 500 in 2006. At the moment, it is around US\$ 309, and in spite of having decreased it continues to be a very good price.



**Ing. Agr. Iván Bruzone**

*Dirección de Industria Alimentaria*

*Food Industry Administration*

La industria argentina de jugo concentrado de manzana está integrada fundamentalmente por PyMEs, e históricamente, el 90% de la producción se destina al mercado externo, con destino a EE.UU. El incremento de la oferta mundial del producto, liderado por China, implica satisfacer mayores exigencias para nuestro país en cuanto a calidad.

# Jugo concentrado de manzana

*Concentrated  
apple juice*





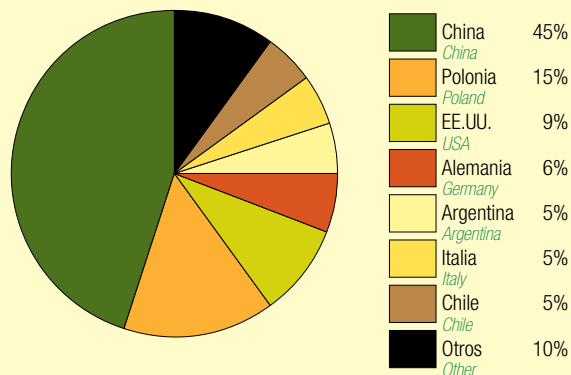
- Se considera *jugo concentrado de manzana* al producto obtenido por concentración del jugo de distintas variedades de manzana que cumpla con las exigencias del Código Alimentario Argentino. Se admite la restitución del aroma recuperado. Art. 1046 – Resol. 2067/88.
- Existen dos tipos de jugos concentrados de manzana: el “clarificado” (70°-71° Brix) que se emplea en la industria de jugos y como edulcorante para gaseosas, y el denominado “con pulpa” o “cloudy” (45° Brix) para jugos y néctares.
- Además de los grados Brix, la acidez es otra importante especificación técnica considerada al momento de la comercialización.
- El jugo concentrado producido en Argentina presenta valores de acidez media que oscila entre 1,4 y 3 %.
- La industria emplea aproximadamente 6,9 Kg. de manzana para obtener 1 Kg. de jugo concentrado. Esa relación varía en función del nivel tecnológico que se emplee en el procesamiento.

### El mercado mundial

- En 2006, la producción mundial fue de 1,2 millón de toneladas, 18% inferior al año anterior.
- Sin embargo, analizando el período 1997/2006 la tendencia es creciente, dado que la producción mundial de jugo concentrado de manzana aumentó el 50%.
- Este aumento se explica por el extraordinario avance de China -principal productor-, que elabora casi la mitad del

### Producción mundial de jugo concentrado de manzana 2006

*World production of concentrated apple juice*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos del USDA.

Source: National Food Administration based on data from USDA.

- total mundial y crece a una tasa promedio anual de 30%, pero con tendencia atenuada.
- La producción de EE.UU. presenta una tendencia decreciente, con una merma promedio anual de 2%. Entre otros factores, explican esta tendencia los menores precios del jugo importado.
- Argentina lidera la producción de jugo concentrado en el hemisferio sur.
- Casi la totalidad de la producción mundial se exporta, correspondiendo la mitad a China -el principal abastecedor- con 614.000 toneladas. de jugo concentrado.
- Tanto Japón como los países europeos, demandan jugos con alto porcentaje de acidez.
- En respuesta a esas exigencias, China está incorporando

Argentine concentrated apple juice industry is formed basically by PyMES (Small and medium-sized companies), and historically, 90% of production is exported to the United States. The increase in world offer of this product, led by China, implies higher quality requirements our country will have to satisfy.

- Concentrated apple juice is the product obtained by the concentration of the juice of different varieties of apples meeting the requirements of the Argentine Food Code. The restoration of the recovered aroma is admitted. Art. 1046 – Resol. 2067/88.
- There are two types of concentrated apple juice: the “clarified” (70°-71° Brix) used in the juice industry and as sweetener of soft drinks, and the so called “with pulp” or “cloudy” (45° Brix) for juices and nectars.
- Apart from the Brix degrees, the acidity is another important technical specification considered at the time of selling.
- The concentrated juice produced in Argentina presents mid acidity values oscillating from 1.4 to 3%.
- The industry uses approximately 6.9 Kg of apples to obtain 1 Kg of concentrated juice. This relation varies according to the technological level of the processing

plant.

The world market

- In 2006, world production was 1.2 million tons, 18% lower than the previous year.
- In the period 1997-2006 the world production of concentrated apple juice increased 50%, following a growing trend.
- This increase is explained by the extraordinary progress of China –main producer- which elaborates half of the world total and grows at an average annual rate of 30%, although with a more moderate trend at present.
- United States production presents a decreasing trend, with an average annual decrease of 2%. The lower price of imported juice, among other factors, explain this trend.
- Argentina is leading the production of concentrated apple juice in the southern hemisphere.
- Almost all the world production is exported, half by China – the main supplier – with 614,000 tons of concentrated juice.

plantaciones con variedades de manzana de alta acidez.

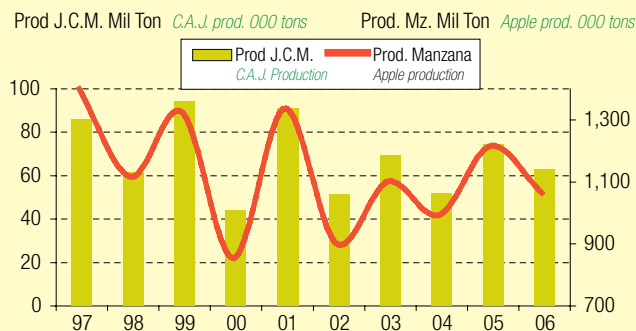
- Todavía el grueso del jugo exportado por China contiene un nivel insuficiente de acidez, lo cual obliga a los compradores a mezclarlo con otro que posea mayor porcentaje.
- El producto ofrecido por Polonia -segundo exportador mundial (20%) - es en su mayoría de mediana a alta acidez (con valores de hasta 6% y 7%).
- Argentina ocupa el 5° lugar como productor y exportador, ofertando el 5% del comercio mundial y superando en 10% a Chile.
- Alemania es el principal importador mundial, con el 50% de las compras, seguido por EE.UU. que absorbe el 40% de la demanda mundial.
- Argentina, Chile y China son los principales proveedores de EE.UU.
- El crecimiento en la demanda mundial de jugo concentrado de manzana se duplicó durante la década 1997-2006, no sólo por la mayor elaboración de jugos puros o mezcla, sino también por su utilización como aditivo en cosméticos y en la industria farmacéutica.

### Producción nacional

- En 2006, la producción argentina de jugo concentrado de manzana sumó 55.000 toneladas.
- Las variaciones en la producción de jugo concentrado tienen directa relación con la disponibilidad de fruta para molienda y con el precio internacional del jugo.

### Producción argentina de jugo concentrado de manzana

Argentine production of concentrated apple juice



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos privados.

Source: National Food Administration based on private data.

- El volumen de manzana que ingresa a industria, depende de la calidad de la fruta y de su precio en el mercado fresco.
- La mitad de la producción argentina de manzanas -que promedia el millón de toneladas- se destina a industria, debido al volumen de fruta que no cubre las exigencias de calidad del mercado fresco.
- El 80% de lo industrializado, tiene como destino la molienda para jugo concentrado.
- La producción es estacional. El período de mayor elaboración va de enero a mayo.
- El aroma de manzana es un subproducto que se recupera en la elaboración y se comercializa por separado.
- Equivale aproximadamente al 1,5% de la producción de jugo concentrado y es demandado por las industrias

- Japan and other European countries demand juice with a high percentage of acidity.
- In response to these requirements, China is incorporating plantations of high acidity apple varieties.
- Most of the juice exported by China still has an insufficient degree of acidity, so buyers must mix it with another juice with a higher percentage.
- The product offered by Poland –second world exporter (20%) - is mostly of medium to high acidity (with values up to 6% and 7%).
- Argentina is the fifth world producer and exporter and offers 5% of world trade, surpassing Chile by 10%.
- Germany is the world main importer, with 50% purchasing, followed by the United States with 40 % of world demand.
- Argentina, Chile and China are the main suppliers of the United States.
- The growth in world demand of concentrated apple juice doubled during the decade 1997-2006, not only due to an increase in the manufacturing of pure or mixed juices, but also because of the use of this juice as additive in cosmetics and

in the pharmaceutical industry.

#### National production

- In 2006, the Argentine production of concentrated apple juice was 55,000 tons.
- Variations in the production of concentrated juice are directly related to fruit availability for grinding and to the international price of the juice.
- The volume of apples entering the industry depends on the fruit quality and on the price in the fresh market.
- Half of the Argentine production of apples –averaging one million tons- is used for industrial purposes, due to the volume of fruit which does not meet the quality requirements of the fresh market.
- Eighty percent of the volume used for industrial purposes is to be grinded for the manufacturing of concentrated juice.
- Production is seasonal. The period of higher activity is from January to May.
- Apple aroma is a byproduct that is recovered in the manufacturing and is sold separately.

elaboradoras de bebidas y perfumes.

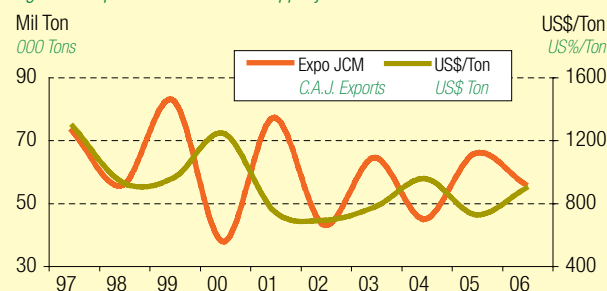
- La fruta es el factor que mayor incidencia tiene en la estructura de costos; le siguen en importancia las enzimas (importadas de Alemania y Francia) y los envases.

## Las exportaciones

- En promedio, el 90 % de la producción argentina de jugo concentrado se exporta, fundamentalmente a los EE.UU.
- Esto refleja una alta dependencia del mercado norteamericano, que demanda jugo concentrado clarificado.
- El ingreso a este mercado se realiza por el puerto de Filadelfia.
- Rusia es un nuevo demandante de jugo argentino, aunque los volúmenes que adquiere apenas representan el 3% del total.
- La salida de la Argentina es el Puerto de San Antonio Este, distante 450 Km. de la zona de producción (Alto Valle del Río Negro y Neuquén).
- En 2006, las exportaciones totalizaron 49 millones de dólares y un volumen de 55.000 toneladas.
- En 1997-2006, los envíos hacia EE.UU. disminuyeron a una tasa promedio anual de 3% en volumen, mientras que el precio FOB por tonelada cayó 30% en todo el período.
- En 2006, ese país pagó US\$ 890 por la tonelada de jugo argentino, cifra 2% menor al promedio de los últimos 10 años.

## Exportaciones argentinas de jugo concentrado de manzana

*Argentine exports of concentrated apple juice*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos del INDEC.

Source: National Food Administration based on INDEC.

- La presencia de China en el mercado internacional, ha sido un factor determinante en la baja de precios.
- Durante los primeros cuatro meses de 2007, los envíos fueron 25% superiores en volumen con respecto a igual período del año anterior, mientras que el precio promedio por tonelada creció 15%; cabe aclarar que estos envíos están conformados en parte por stocks del año anterior.
- El 80% del volumen exportado proviene de industrias ubicadas en Río Negro, el 15% de Neuquén y el 6% de Mendoza.
- Dos empresas exportan el 70% del volumen total, mientras que las primeras cuatro totalizan el 90% de los embarques.
- La comercialización se realiza a granel, en tambores de plástico o de chapa de 307 Kg., o en bins de madera (con bolsa de polietileno doble) con capacidad para 1.535 Kg. netos de jugo concentrado.

- It is equivalent to 1.5% of concentrated juice production and is used by industries that manufacture drinks and perfumes.
- Fruit is the factor of higher incidence on the cost structure, followed by enzymes (imported from Germany and France) and packaging.

### Exports

- In average, 90% of Argentine production of concentrated juice is exported, mainly to the United States.
- This reflects a high dependence on the North-American market which demands clarified concentrated juice.
- Argentine products enter this market through the port of Philadelphia.
- Russia is a new buyer of Argentine juice, although the volumes demanded by this market represent only 3% of the total.
- Argentine concentrated apple juice exports leave the country through the port of San Antonio Este, 450 Km away from the zone of production (Alto Valle del Río Negro and Neuquén).
- In 2006, exports totaled 49 million dollars and a volume of 55,000 tons.

- In the period 1997-2006, shipments to the United States decreased at an annual average rate of 3% in volume, while the FOB price per ton fell 30% throughout the period.
- In 2006, that country paid US\$ 890 per ton of Argentine juice, 2% less than the average in the last ten years.
- The presence of China in the international market has been a determining factor in the price fall.
- In the first four months of 2007, shipments were 25% higher in volume compared to the same period of the previous year, while the average price per ton increased 15%. It must be pointed out that part of these shipments were stocks from the previous year.
- Eighty percent of total export volume is produced by plants located in Río Negro, 15% comes from Neuquén and 6% from Mendoza.
- Two companies export 70% of total volume, while the first four total 90% of shipments.
- The sale is made in bulk, in plastic or tin drums, of 307 Kg or in wooden bins (with

- El producto se transporta en buques con bodegas (Sistema Reefer) refrigeradas a 0°C para el caso del jugo clarificado y a -20°C para el jugo con pulpa.
- Algunas empresas exportadoras se agrupan para negociar la contratación de los buques, a partir del mes de diciembre y enero. Sin embargo, no existe asociación para la venta del producto.
- El aumento de la oferta mundial, implica para Argentina mayores exigencias en cuanto a calidad, y la necesidad de buscar alternativas para reducir los costos.
- A las exigencias de trazabilidad, HACCP y buenas prácticas de manufactura (BPM) que ya imponía EE.UU., se sumó el cumplimiento de la ley de bioterrorismo que entró en vigencia en diciembre de 2004.
- El derecho de exportación para el jugo concentrado es de 5%. A su vez, el producto exportado goza de un reintegro extrazona del 5% sobre el valor FOB.

### Consumo interno

- El jugo concentrado que no se exporta, se vende a fábricas de bebidas locales que lo diluyen, lo mezclan o lo utilizan como edulcorante para gaseosas y lo envasan con marcas registradas.

### Las importaciones

- Las compras externas -que provienen de Uruguay y Brasil- promedian las 1.200 toneladas por año y corresponden

a fábricas de gaseosas que utilizan el producto como edulcorante.

### Materia prima

- La producción argentina de manzana ronda el millón de toneladas.
- La superficie total cultivada es de 71.000 ha.
- La región productora de manzana, se localiza en el Alto Valle del Río Negro (Neuquén y Río Negro suman el 80% de la superficie implantada) y el valle de Uco (Mendoza).
- Otras zonas de menor relevancia son 25 de Mayo (La Pampa) y el Valle del Tulum (San Juan).
- La provincia de Río Negro produce el 65% de la manzana del país y Neuquén el 15%.
- Para la molienda se utilizan distintas variedades, principalmente Red Delicious y Granny Smith.
- El precio de la fruta para industria responde al libre juego de la oferta y la demanda. La capacidad ociosa industrial, genera una competencia de precios con el mercado en fresco, a fin de cubrir con mayor volumen de fruta los costos fijos.
- En la campaña 2007, el precio promedio pagado por la industria juguera al productor osciló entre \$0,18 y \$0,20 por Kg. de manzana.

### Las empresas

- El sector industrial está integrado por PyMEs, que

double polyethylene bag) with a capacity of 1,535 Kg net of concentrated juice.

- Export products are transported in vessels with bulks (Reefer system) refrigerated at 0°C and -20°C in the cases of clarified juice and juice with pulp respectively.
- Some exporting companies get together to negotiate the rental of vessels, as from December and January. However, there is no association for selling the product.
- The increase in world offer implies greater demand for Argentina as to quality and need of new alternatives to reduce costs.
- Apart from traceability requirements, HACCP and good manufacturing practices (GMP) imposed by the United States, it is now necessary to comply with the Bioterrorism act that has been in force since December 2004. Export tax for concentrated juice is 5%. Furthermore, the exported product has an extra-zone reimbursement of 5% on FOB value.

#### Local consumption

- The concentrated juice that is not exported is sold to local drinks manufacturers to be diluted, mixed or used as sweetener for soft drinks and later packed under

registered trademarks.

#### Imports

- Imports –coming from Uruguay and Brazil- average 1,200 tons per year. Importers are local manufacturers of soft drinks that use the product as sweetener.

#### Raw materials

- Argentine production of apples is about 1 million tons.
- Total growing area is 71,000 ha.
- Apple producing regions are located in the Alto Valle del Río Negro (Neuquén and Río Negro have 80% of the planted area) and in the Valley of Uco (Mendoza).
- Other less relevant zones are 25 de Mayo (La Pampa) and the Valley of Tulum (San Juan).
- The province of Río Negro produces 65% of total apple production in the country and Neuquén 15%.
- Some varieties are used for grinding, as Red Delicious and Granny Smith.
- The industrial fruit price responds to the free interaction of supply and demand.



Empresas elaboradoras de jugo concentrado de manzana		
<i>Manufacturers of concentrated apple juice</i>		
Río Negro	Mendoza	Neuquén
Coop. Agríc. Colonia Choele Choe	Jugos de Cuyo S.A.	Jugos del Sur s.A.
Coop. De Colonia Julia y Echarren Ltda.		Natural Agri s.A.
Gold Juice s.A.		Sower s.A.
Jugos S.A.		
Proin S.A.		
Jugos del sur S.A.		
Zumos argentinos S.A.		

producen principalmente jugo clarificado con la calidad que demanda el mercado norteamericano.

- Existen 10 empresas elaboradoras que operan 11 plantas industriales.
- La mayoría de las empresas están nucleadas en CINEX (Cámara Argentina de la Industria y Exportación de Jugos de Manzana, Peras y Afines), con sede en Cipolletti (Río Negro).
- La capacidad instalada es de aproximadamente 100 mil toneladas. Existe capacidad ociosa por tratarse de una producción estacional.
- El nivel de ocupación del sector industrializador es de 1.000 a 1.100 puestos de trabajo. La mano de obra es calificada.
- Las inversiones que realizaron las empresas, apuntaron a mejorar la eficiencia del proceso, optando por tecnología

de origen italiano y norteamericano.

- Se registran casos de integración vertical en cooperativas y plantas empacadoras que avanzan en la cadena industrializando la producción.

Fuentes consultadas.

SAGPyA - Boletín Oficial de la República Argentina -. Cámara Argentina de la Industria y Exportación de Jugos de Manzanas, Peras y Afines (CINEX) - Dehais, F.; Comunicación personal - IEERAL de Fundación Mediterránea, Filial Comahue – INDEC - Jorge, J.; comunicación personal - Patagonia Norte S.A.- [www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov).



The industrial idle capacity generates a price competition with the fresh market, in order to cover fixed costs with greater fruit volumes.

- In the 2007 campaign the average price paid by juice manufacturers to apple growers oscillated from \$0.18 to \$0.20 per Kg of apples.

The companies

- The industrial sector is formed by PyMES that produce mainly clarified juice with the quality required by the North-American market.
- There are 10 manufacturing companies that operate 11 industrial plants. Most of the companies are grouped in the CINEX (Cámara Argentina de la Industria y Exportación de Jugos de Manzana, Peras y Afines) (Argentine Chamber for the Industry and Export of Apples, Pears and Derivatives), located in Cipolletti (Río Negro).
- The installed production capacity is approximately 100 thousand tons. There is some idle capacity because this is a seasonal production.
- The employment level of the manufacturing sector is 1,000 to 1,100 jobs, and the

activity requires skilled labor.

- The investment made by the companies aimed at improving the process efficiency, by using Italian and North-American technology.
- There are cases of vertical integration in cooperatives and packaging plants moving forward in the chain by industrializing production.

Sources consulted:

SAGPyA - Boletín Oficial de la República Argentina -. Cámara Argentina de la Industria y Exportación de Jugos de Manzanas, Peras y Afines (CINEX) - Dehais, F.; Comunicación personal - IEERAL de Fundación Mediterránea, Filial Comahue – INDEC - Jorge, J.; comunicación personal - Patagonia Norte S.A.- [www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov).

En el transcurso de la década que va desde 1997 hasta 2006 la cadena láctea exhibió en la mayoría de sus indicadores una evolución signada por los vaivenes de los ciclos económicos de expansión y contracción vividos por nuestro país en ese lapso. En la fase de crecimiento más reciente el sector en su conjunto hizo gala de su excepcional capacidad de recuperación y su nivel de competitividad, que se evidencian en su creciente rol como proveedor confiable de productos de calidad en casi 120 países de las más diversas latitudes.

# Productos lácteos

## *Dairy Products*

**Ing. Agr. Aníbal Schaller**  
*Dirección de Industria Alimentaria*  
*Food Industry Administration*

The evolution of most milk chain indicators in the 1997-2006 decade was characterized by the ups and downs of Argentina's economic expansion and contraction cycles in that period. The recent growth phase has evidenced the exceptional recovery capability and level of competitiveness of this sector as a whole, corroborated by its growing role as reliable supplier of quality products to almost 120 countries from the most diverse latitudes.



## Argentina en el contexto internacional

- En el transcurso de la última década los precios internacionales de los productos lácteos reflejaron la gran volatilidad característica de este mercado, reducido en términos del ratio comercio/producción.
- El índice de precios que calcula la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés) para los productos lácteos se duplicó en un período relativamente muy breve: pasó de un valor de 74 en agosto de 2002 (el nivel mensual más bajo desde 1990) a un récord de 148 en septiembre de 2005.
- Esa tonificación se debió, por el lado de la oferta, al pobre crecimiento de la producción en Oceanía y América del Sur, lo que determinó una reducción de los volúmenes exportables; y por el sostenido aumento de la demanda de importación, principalmente del SE Asiático y Latinoamérica. Sin embargo, entre octubre de 2005 y agosto de 2006 ambas tendencias se fueron revirtiendo y en consecuencia los precios disminuyeron un 11%.
- Finalmente, una nueva fase que combina una sostenida demanda de importación con una oferta restringida en varios proveedores relevantes –principalmente Unión Europea y Australia- derivó en una abrupta escalada de las cotizaciones: mientras las leches en polvo aumentaron 110%-120% entre septiembre de 2006 y junio último, la manteca y los quesos exhibieron repuntes de alrededor del 40%.
- Para el mediano plazo, tanto la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como el Instituto para la Investigación de las Políticas Agrícolas y la Alimentación (FAPRI) coinciden en sostener que la firmeza de la demanda, fundamentalmente en los países en desarrollo –en base al aumento de sus ingresos, el crecimiento poblacional, la urbanización y la tendencia hacia la “occidentalización” de la dieta– junto con un menor ritmo de crecimiento de la oferta en la UE y Nueva Zelanda, mantendrá la presión alcista sobre los precios.
- Según los últimos datos disponibles en la FAO, en 2005 la Argentina fue el 14° exportador mundial en volumen de productos lácteos en su conjunto, con una participación del orden del 2%. Estimaciones propias indicarían que esta proporción habría aumentado hasta un 2,5% en 2006.
- A nivel de productos individuales en 2005 la Argentina resultó el 2° exportador mundial de leche en polvo entera, el 16° de leche en polvo descremada y el 18° de quesos. Si bien la participación de nuestro país es significativa sólo en leche en polvo entera (8% del total mundial), como veremos más adelante, mostró una evolución muy positiva en la última década, al igual que el sesgo exportador (expo/producción), que se duplicó en ese lapso, hasta alcanzar el 26% en 2006.
- Medida en términos del peso relativo del principal rubro de exportación y del índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH)<sup>1</sup>, la concentración de la cartera de productos exportados resulta bastante elevada e incluso

### Argentina in the international context

- In the last decade, international prices of dairy products reflected the characteristic high volatility of this market, which is small in terms of business/production ratio.
- The price index calculated by the United Nations Food and Agriculture Organization (FAO) for dairy products has doubled in a relatively short period: it passed from 74 in August 2002 (the lowest monthly level since 1990) to a record figure of 148 in September 2005.
- This offer invigoration was due to poor production growth in Oceania and South America that determined a reduction in exportable volumes, and to a sustained growth of importation demand mainly in the Asian South East and in Latin America. However, between October 2005 and August 2006 both trends were gradually reverted, and as a result prices decreased 11%.
- Finally, a new phase that combines sustained importation demand with restricted offer in several important suppliers –mainly the European Union and Australia-derived in an abrupt rise of quotations: while powdered milk prices increased 110-120% from September 2006 to June 2007, butter and cheese showed an upturm of around 40%.
- Both the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) and the Food and Agricultural Policy Research Institute (FAPRI) sustain that in the medium term the firmness of demand, mainly in developing countries -based on income increase, population growth, urbanization and diet “occidentalization”- together with a slower offer growth in the European Union and in New Zealand will maintain an upward pressure on prices.
- According to the latest data available from the FAO, in 2005 Argentina was the 14th world exporting country of dairy products in terms of volume, with a share of around 2%. Our estimates would indicate that this proportion may have grown to 2.5% in 2006.
- In individual products Argentina was the 2nd world exporter of whole powdered milk, occupied the 16th place in skim powdered milk and the 18th in cheese. Although the participation of our country is significant only in whole powered milk (8% of world total), as we will see later, it has shown a very positive evolution in the

creció levemente entre 1997 y 2006. En este marco, resulta auspiciosa la creciente participación de algunas categorías de alto valor agregado, tales como suero y sus derivados, quesos semiduros, leches modificadas y más recientemente caseína.

- En cuanto a los destinos de las colocaciones, cabe destacar un interesante proceso de diversificación iniciado hacia fines de los '90 y consolidado en años recientes. Entre 1997 y 2006, el IHH disminuyó 87%, la cantidad de destinos pasó de apenas 37 a 116 en la actualidad y el principal cliente en 2006 –Argelia- acaparó sólo un 13% del volumen, cuando una década antes, Brasil era el destino excluyente con un 72% del total.
- De acuerdo con las últimas proyecciones de mediano plazo del FAPRI, la producción mundial de leche crecerá a una tasa del 1,9% anual entre 2007 y 2016. A pesar del aumento de la producción doméstica de leche que en algunos países importadores promovida por la suba de los precios, el comercio de productos lácteos se expandirá sustancialmente en la próxima década, a tasas acumulativas anuales del 2,6% para los quesos, casi 3% para la leche en polvo descremada y 1,7% para la leche en polvo entera.

## Los números del sector

- Con una producción primaria del orden de los 9500 millones de litros en 2005, nuestro país ocupó el 17º lugar

del ranking mundial de países productores de leche de vaca, con una participación del 1,8% en el total.

- A nivel de productos finales, su rol fue mucho más destacado: 3er productor mundial de leche en polvo entera (con el 9% del total mundial) y 7º de quesos (con el 3%).
- En el plano doméstico, entre 1997 y 2006, la producción industrial total y la canasta de productos acusaron las fluctuaciones propias de la alternancia de ciclos de expansión y retracción económica que se sucedieron en el período.
- Así, la relación litros destinados a productos lácteos / litros destinados a leches fluidas (un indicador preliminar del valor agregado de la industrialización) evolucionó desde 4,5 en 1997 hasta un máximo de 4,95 en 1999; desde entonces se redujo a un mínimo de apenas 4,2 en 2003; para repuntar en los tres últimos años y situarse en el orden de 4,5 conforme se recuperaban los ingresos y el consumo.
- Según estimaciones propias, en 2006 Argentina produjo unos 10.100 millones de litros de leche cruda con los que se elaboraron casi 1.522.000 toneladas de productos lácteos y 1692 millones de litros de leches fluidas, por un valor bruto de la producción total a salida de fábrica del orden de los \$ 9838 millones (sin IVA).
- Uno de los hechos más destacables consiste en que si bien la producción primaria se ubicó 2,5% por debajo del récord de 1999, la producción industrial total y la de sus

last decade. Likewise, the exporting bias (expo/production), doubled in that period to reach 26% in 2006.

- Measured in terms of the relative importance of the main export goods and the Herfindahl-Hirschmann (IHH)<sup>1</sup> index, the concentration of the portfolio of exported products is quite high and it even grew slightly between 1997 and 2006. Within this framework, the increasing participation of some high value added product categories, such as whey and its by-products, semi-hard cheese, modified milks and more recently casein sounds promising.
- As regards destination of exports, an interesting process of diversification that started at the end of the 90s and was consolidated in recent years should be underlined. Between 1997 and 2006, the IHH decreased 87%, the number of destinations increased from 37 to 116 and the main customer in 2006 –Algeria- received only 13% of total volume while a decade before Brazil was the exclusive destination with 72%.
- According to the most recent medium term projections from the FAPRI, world production of milk will grow at an annual rate of 1.9% between 2007 and 2016. In

spite of local milk production growth promoted by price increases in some importing countries, the commercialization of dairy products will substantially increase in the next decade, at cumulative annual rates of 2.6% for cheese, almost 3% for skim powdered milk and 1.7% for whole powdered milk.

### The sector's figures

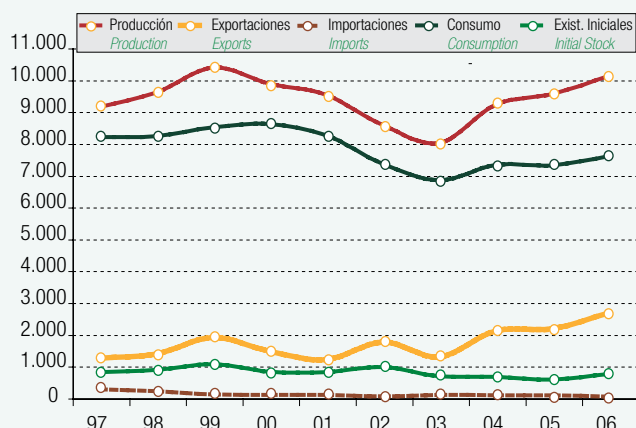
- With a primary production of around 9500 million liters in 2005, our country occupied the 17th place in the world ranking of cow's milk producer countries, with a total share of 1.8%.
- In final products its role was even more outstanding: 3rd world producer of whole powdered milk (with 9% of world total) and 7th of cheese (with 3%).
- In the local market, between 1997 and 2006, total industrial production and the product basket reflected fluctuations corresponding to the alternation of economic expansion and retraction cycles in that period.
- This way, the ratio liters destined to dairy products / liters destined to fluid milks (a preliminary indicator of the value added of industrialization) evolved from 4.5 in



## Componentes de la oferta y la demanda agregadas

### Aggregated offer and demand components

Millones de litros / Million liters



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del convenio SAGPyA - CIL - FIEL.  
Source: Food Industry Administration based on data from the SAGPyA - CIL - FIEL Agreement

dos componentes (leches fluidas y productos) habrían alcanzado nuevos niveles récord en 2006.

- En otro orden, la evolución del consumo interno por habitante atravesó en el transcurso de los últimos diez años por tres etapas diferentes: entre 1997 y 2000 se mantuvo en niveles elevados y relativamente estables del orden de los 220-230 litros; más tarde, siguiendo las fluctuaciones propias de la alternancia de ciclos de expansión y retracción económica se observa una retracción del 23%, hasta rozar los 180 litros en 2003.

- Finalmente, y en un contexto de precios minoristas en alza, en los últimos tres años se registró una lenta recuperación hasta alcanzar los 194 litros, nivel que se ubica 16% por debajo del récord de 2000.
- El análisis de la evolución de los índices de precios del sector durante la última década permite diferenciar claramente dos etapas: una primera mitad en la que los niveles se mantuvieron sin grandes fluctuaciones y con una tendencia bajista (más marcada en los precios al productor primario); y un quinquenio 02-06 con un fuerte cambio en los precios relativos debido a la devaluación del peso y con fuertes alzas en todos los eslabones de la cadena (una vez más, con tasas más altas a nivel del tambero).
- En esta segunda fase resulta evidente que, además de la recuperación de los precios domésticos, la exportación comienza a jugar un rol importante en la formación del precio que recibe el productor. Como dato de referencia cabe señalar que entre 2001 y 2006 las subas fueron: 211% al productor, 112% a salida de fábrica, 109% al consumidor y 193% en la exportación.

## Cambios significativos

- La senda de crecimiento de la mayoría de los índices físicos del sector que caracterizó a parte de la década de los noventa y se reinició en 2004, tuvo como sustento a una serie de **innovaciones tecnológicas y organizativas**,

1997 to a maximum of 4.95 in 1999. Afterwards it decreased to a minimum of hardly 4.2 in 2003 and finally increased in the last three years to around 4.5 as income and consumption began to grow.

- According to our estimates, in 2006 Argentina produced around 10,100 million liters of crude milk, used for the manufacturing of almost 1,522,000 tons of dairy products, and 1,692 million liters of fluid milks amounting to a total plant production of \$ 9,838 million (without VAT).
- One of the most outstanding facts is that although primary production was 2.5% below 1999 record, total industrial production and manufacturing of its two components (fluid milks and products) may have reached new record levels in 2006.
- Meanwhile, the evolution of local consumption per inhabitant passed through three different stages in the last ten years: between 1997 and 2000 it remained in high and relatively stable levels of around 220-230 liters. Later on, following the typical fluctuations of the alternation of economic expansion and retraction cycles, it experienced a retraction of 23% until it decreased to 180 liters in 2003.

- Finally, in the last three years, in a context of rising retail prices, there has been a slow recovery of local consumption that reached 194 liters, 16% below the 2000 record.
- The analysis of the evolution of the sector's price indices in the last decade allows a clear differentiation of two stages: a first half where levels remained without great fluctuations and with a decreasing trend (most evident in primary producer prices), and a 5-year period (2002-2006) with a substantial change in relative prices due to peso devaluation and marked increases in all links of the chain (once again, with rates higher than those of dairy farmers).
- In the second phase it is evident that in addition to the recovery of local prices, exportation begins to play an important role in the structure of the price received by producers. As reference datum it can be pointed out that from 2001 to 2006 producer prices rose 211%, factory prices 112%, consumer prices 109% and export prices 193%.

### Significant changes

- The growth track of the majority of the sector's physical indices, which characterized

tanto en la producción primaria como en la industria.

- **A nivel del tambo**, se verificó la mayor difusión de la confección de silos de maíz y pasturas, el suministro de dietas cada vez más ajustadas a las necesidades de las distintas categorías del rodeo, la incorporación de mejores técnicas de conservación de forrajes, la optimización del aprovechamiento y la calidad del pasto, la generalización del uso de equipos de frío en el tambo y la importación de material genético de excelente calidad, entre otras.
- **A nivel organizativo**, se observa una mejor articulación de los productores en distintas cámaras por cuencas o provincias, e incluso una única representación a nivel nacional.
- En los números, la actividad primaria mostró una tendencia generalizada a nivel mundial en los últimos años: producción total creciente, con menor número de tambos, rodeos más grandes, mayor producción por tambo y elevados rendimiento por vaca.
- Según estimaciones propias, entre 1997 y 2006, mientras la cantidad de tambos cayó casi un 50% y el rodeo nacional lo hizo en alrededor de un 14%, la producción total creció el 11%. Por su parte, la entrega media diaria por tambo aumentó 116%, el tamaño medio del rodeo repuntó un 70% y la producción por vaca lo hizo un 28%.
- **En la industria** se realizaron nuevas inversiones en tecnologías de proceso (leche en polvo, quesos), se consolidaron mejoras en los sistemas de pasteurización (microfiltrado, ultrapasteurización, tratamiento UAT),

automatización de procesos, tecnologías de envase y logística (industrias líderes con grandes centros de distribución, incluso automatizados), además de una marcada innovación en productos, que hoy distingue a las góndolas argentinas frente a la mayoría de los países de Latinoamérica.

## Inversiones y productividad

- De la mano de un mejor contexto internacional y con el consumo interno en recuperación, aproximadamente en 2004 se inició la más reciente “ola” de inversiones, orientadas principalmente a capitalizar las oportunidades de exportación.
- Los proyectos recientes más significativos se vinculan a la expansión de la capacidad de producción de leche en polvo y en menor medida a quesos, y tienen como sello distintivo una muy importante inyección de capitales extranjeros que se suma así al aporte de capital propio de empresas nacionales.
- El caso emblemático fue el de la leche en polvo: el flujo inversor permitió duplicar la capacidad instalada, elevándola hasta aproximadamente los 13,5-14 millones de litros/día. También son destacables los proyectos en quesos y en productos resultantes del secado del suero proveniente de aquellos, y también en la elaboración de caseína, todos ellos con excelentes perspectivas de colocación externa.

the 90s and reappeared in 2004, was based on a series of technological and organizational innovations in primary production as well as in industry.

- In dairy farms there was a profuse widespread of techniques for: building corn and pasture silos, supplying forage better adapted to the needs of different cattle categories, conservation of forage, optimization of pasture quality and use, generalization of the use of refrigerating equipment in dairy farms and importation of excellent quality genetic material, among others.
- Producers are now better organized in different chambers by regions or provinces, and there is also a unique representation at country level.
- Primary activity figures have shown a worldwide generalized trend in recent years: growing total production with less number of dairy farms, larger herds, more production per dairy farm and high yields by cow.
- According to our estimates, from 1997 to 2006, the number of dairy farms fell almost 50% and Argentina's total herd decreased around 14%, while total production increased 11%. The average delivery per dairy farm increased 116%, the average size of herds grew 70% and production per cow 28%.

- In the industrial sector there were new investments in processing technologies (powdered milk, cheese), and improvements in pasteurization systems (micro filtration, ultra-pasteurization, UAT treatment), in processing automation, and in bottling and logistics technologies (leading industries with large automated distribution centers) were consolidated. Moreover, Argentine products are also distinguished for being very innovative compared to most Latin American countries.

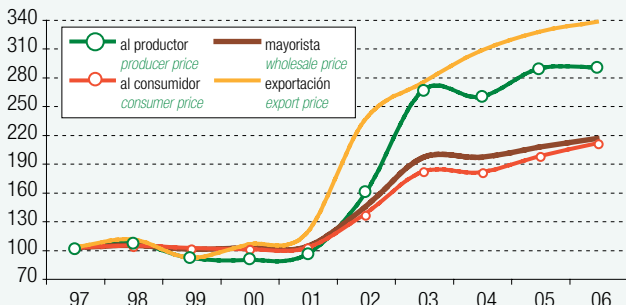
### Investments and productivity

- The most recent “wave” of investments, mainly aimed at capitalizing on excellent exportation opportunities, began approximately in 2004, driven by a better international context and a recovering domestic consumption.
- At present, the most significant projects are related to the expansion of the production capacity of powdered milk and to a lesser extent of cheese, and their hallmark is a very important foreign capital injection that is added to the capital contribution of local companies.

## Evolución de los índices de precios promedio anuales, en pesos

*Evolution of price indices Annual Average in Pesos*

Base promedio 1997=100 Precios de exportación neto de derechos y reintegros  
 1997 Average base = 100 Export price: net of duties and rebates



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del INDEC.  
 Source: Food Industry Administration based on data from INDEC (National Institute of Statistics and Census).

- Para caracterizar brevemente al sector industrial vale consignar que, según las últimas Estadísticas Tributarias de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) disponibles hasta 2005, ese año la rama estaba compuesta por 918 empresas, que ocupaban aproximadamente a 29.000 personas y generaban ventas totales (internas más exportaciones) por unos 12.600 millones de pesos.
- Tales guarismos ubican al sector en un lugar destacado en la industria de Alimentos y Bebidas, con participaciones del orden del 9%, 10% y 13%, respectivamente, en cada uno de los tres parámetros.
- De acuerdo a información del Centro de Estudios para la Producción (CEP), en la década 1997-2006 si bien

el Índice de Volumen Físico de Producción de la rama creció un 6,5%, su participación dentro del conjunto de la industria decreció 21% en términos de valor bruto de la producción y 4% en términos de puestos ocupados.

- Quizás lo más destacable sea que en diez años se registró un fuerte aumento de productividad, del orden del 25% tanto medido por obrero ocupado como por hora trabajada, mientras que el costo salarial real subió 27% (3,5% si se lo ajusta por productividad).

### Fuentes consultadas

OCDE - FAO - USDA - Dirección de Industria Alimentaria, SAGPyA, 2006. Estadísticas de Productos Lácteos, en [www.alimentosargentinos.gov.ar/lacteos](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/lacteos) - Convenio SAGPyA-CIL-FIEL - INDEC - Min. de Economía y Producción - Centro de Estudios para la Producción (CEP) - AFIP: Estadísticas tributarias 2005.

- 1 Se utiliza como herramienta para la medición de la concentración del mercado y se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones en el mercado. Los valores del IHH pueden oscilar entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopolístico). En general, se consideran no concentrados mercados en los que el índice resulta inferior a los 1800 puntos.

- An emblematic case was that of powdered milk: the investment flow duplicated the installed production capacity, increasing it to 13.5 - 14.0 million liters/day. Projects related to cheese and products derived from drying whey obtained from them, as well as to the production of casein are also worth mentioning, as all of them have excellent export prospects.
- In order to characterize this industrial sector it is worth mentioning that according to the latest Tax Statistics from the Federal Administration of Public Revenue (AFIP in Spanish) available until 2005, this sector comprised in that year 918 companies that employed approximately 29,000 people and generated total sales (domestic plus exports) in the amount of approximately 12,600 million Pesos.
- Those figures locate this sector in an outstanding place within the Food and Beverage Industry, with shares of 9%, 10% and 13% respectively, in each one of the three parameters.
- According to information provided by the Center for Production Studies (CEP), although the Physical Production Volume Index of this sector grew 6.5% in the 1997-2006 decade, its total industry share decreased 21% in terms of gross

production value, and 4% in jobs.

- Maybe the most outstanding fact is that there has been a marked productivity increase of 25% in ten years, measured by occupied workers as well as by worked hours, while the cost of real wages increased 27% (3.5% if adjusted by productivity).

### Sources consulted

OCED - FAO - USDA - Food Industry Administration, SAGPyA, 2006. Statistics of Dairy Products, in [www.alimentosargentinos.gov.ar/lacteos](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/lacteos) - SAGPyA-CIL-FIEL - INDEC agreement - Min. of Economy and Production - Center for Production Studies (CEP) - AFIP: Tax Statistics 2005.

- 1 It is used as a tool for measuring market concentration and is defined as the addition of the square of market shares. IHH values may oscillate from 0 (perfectly competitive market) to 10,000 (monopolized market). In general, markets where the index is below 1800 points are considered not to be concentrated.

# Vinos

## Wines

**Lic. Diego Grillo Trubba**

*Dirección de Industria Alimentaria*

*Food Industry Administration*

### Elaboración de vinos 1997/2006 en miles de hectolitros

*Wine production 1997-2006 (in hectoliters)*

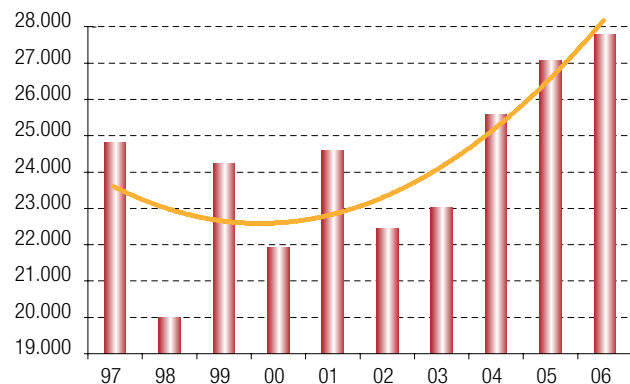


Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del INV.

Source: Food Industry Administration based on data from the National Institute of Viticulture

### Producción de uva 1997/2006 en miles de quintales

*Grape production, 1997-2006 (in quintals)*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del INV.

Source: Food Industry Administration based on data from the National Institute of Viticulture

El año 1996 representó el punto más bajo en los volúmenes de producción de vinos: 12,6 millones de hectolitros. Desde entonces, la vitivinicultura argentina protagonizó, desde el punto de vista de la producción, un doble proceso de reconversión: aumento en los volúmenes y en la calidad.

Uno de los primeros datos significativos se relaciona con la calidad y el rinde de la uva (relación quintales de uva producidos/hectolitros de vino obtenidos). Las uvas de mayor calidad tienen un rendimiento menor al de las que se destinan a un vino sin determinación varietal. Y, al mismo tiempo, como necesitan mayores cuidados requieren mayor espacio. Prueba de ello es que la cantidad promedio de quintales de uva necesarios para la obtención de un hectolitro de vino ha aumentado, entre 1997 y el 2006, en aproximadamente un 2%.

El “milagro vitivinícola” argentino, visto desde el ángulo de la producción, se refiere principalmente a una cadena productiva que ha comenzado en forma conjunta el pasaje hacia productos de mayor calidad.

Wine production reached its lowest volume level, 12.6 million hectoliters, in 1996. Since then, Argentine viticulture has gone through a double rationalization process from the point of view of production: increase of volumes and of quality.

One of the first significant data is related to the quality and yield of grapes (relation volume of grapes produced/hectoliters of wine obtained). Higher quality grapes have a lower yield compared to those destined to wines without varietal determination. At the same time, as they demand more care, they require more space. Evidence of this is that the average volume of grapes required for obtaining one hectoliter of wine has increased approximately 2% from 1997 to 2006.

The Argentine “viticulture miracle” observed from a production viewpoint refers mainly to the productive chain that as a whole is on its way to obtain higher quality products.

However, there is another element that is also determining to understand why this growth in production quality has been possible: the foreign market. Exports measured in volume have increased approximately 142% in the last decade, and when exports are measured in currency value the growth is extraordinary, almost 220%. This is another proof that wine production is on the road to higher quality production, capable of obtaining better prices in the foreign market.

Two are the essential reasons for this process:

- In the first place, there were important investments in the wine sector in the last decade, as the development of viticulture worldwide attracted the interest of international capitals in participating in the expansion of this product and settling themselves in ideal zones for wine production. Many companies passed to foreign



Existe otro elemento que resulta también determinante para comprender por qué se ha visto posibilitado este crecimiento en la calidad de la producción: el mercado externo. Si se toman en cuenta las exportaciones medidas en volumen, en la última década las mismas han crecido aproximadamente un 142%, y cuando se analizan las exportaciones medidas en valores monetarios, el crecimiento es extraordinario, casi un 220%. Se trata de otra prueba del rumbo hacia una producción de mayor calidad: que puede colocarse a precios más importantes en el mercado externo.

Las razones de este proceso son esencialmente dos:

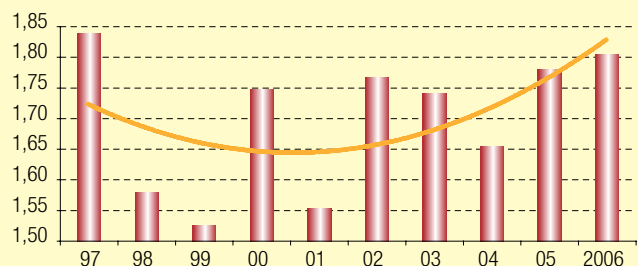
- En primer término, en la última década hubo grandes inversiones en el sector, puesto que el desarrollo vitivinícola en el mundo generó el interés de capitales internacionales por participar en la expansión de este producto, y la decisión de insertarse en zonas óptimas para la producción. No pocas empresas pasaron entonces a manos extranjeras, desarrollando de ahí en más una dinámica productiva y comercial hasta entonces inexistente.
- En segundo lugar, el crecimiento de las bodegas ha sido homogéneo, y los empresarios acordaron con el Estado estrategias globales de acción. Fueron fijadas en el Plan Estratégico Vitivinícola, que establece objetivos de largo plazo tanto a nivel del mercado externo como del interno, así como los pasos para alcanzarlo. A la luz de lo acontecido en los últimos diez años, el camino elegido ha sido exitoso: mientras en 1997 se exportaba un 5% de la producción, en el año 2006 se exportó un 13% de lo producido, lo que representa un crecimiento superior al 150%.

- Analizar una década permite comprender las líneas generales del proceso: la cadena vitivinícola crece, se moderniza, produce con mayor calidad, se orienta hacia el mercado externo. Pero, al mismo tiempo, detenerse a observar un período más acotado hace posible detectar ciertos detalles que se escapan en un proceso más prolongado.

Si se comparan los primeros tres meses del 2007 con los del 2006, el despacho para consumo de vinos aumentó en un 5%. No es un dato menor: luego de treinta años de caída ininterrumpida en el volumen consumido, por primera vez se detecta un aumento sostenido a lo largo de meses, que había sido insinuado el año anterior. Sin embargo la tendencia no resulta homogénea: mientras los vinos sin denominación varietal sólo han detenido su caída, los varietales han tenido un crecimiento del 25%. Una vez más, otra prueba de la transformación productiva, sólo que ahora esta modificación se detecta también desde el consumidor. Y, es importante destacarlo, esta transformación ha implicado un crecimiento inédito en el consumo. Reducido, es cierto, de alrededor del

#### Relación uva-vinos 1997/2006

*Ratio grape-wines 1997-2006*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos d el INV.

Source: Food Industry Administration based on data from the National Institute of Viticulture.

hands developing since then productive and commercial dynamics inexistent in the past.

- In the second place, the growth of wineries has been homogenous, and businessmen have agreed global strategies with the government. They were determined in the Strategic Plan for Viniculture that establishes long term objectives for the foreign and the domestic markets, in addition to steps to be followed in order to reach them. In view of events in the last ten years, the road followed has been successful: while in 1997 only 5% of production was exported, in 2006 exports reached 13% of total industrial output, which represents a growth above 150%.

The analysis of one decade enables us to understand the general lines of the process: the wine production chain grows, is modernized, achieves better quality products, and is oriented towards the foreign market. However, at the same time, to stop and observe a more limited period, makes it possible to detect certain details that are usually overlooked in a longer process.

If the first three months of 2007 are compared to the same period of 2006, wine shipments for consumption increased 5%. It is not a minor detail: after thirty years of continuous fall in consumption volumes, a sustained increase along months, that had become apparent the previous year, is detected for the first time. However, the trend is not homogeneous: while wines without varietal denomination have only stopped their fall, varietals have grown 25%. Once again, one more evidence of the productive transformation, this time detected by consumers. And it is important to remark that this transformation has resulted in a consumption growth without precedent. Although it is true that this growth of around 4% is low, it is also irrefutably unprecedented.

If the first quarters of 2006 and 2007 are compared, wine exports increased 45% measured in volume and 30% in dollars. This contrasts with the process of the decade analyzed before, as exports in recent times grow more in volume than in dollars. This implies a 10% decrease in the average price of each hectoliter exported, according to said comparison. If wines are broken down by type, the phenomenon is better

4%, pero irrefutablemente inédito.

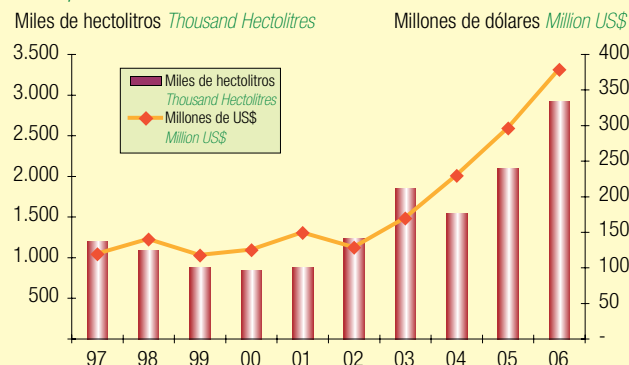
Si se comparan los primeros trimestres del 2006 y del 2007, las exportaciones crecieron un 45% en volumen y un 30% en valor. Este dato contrasta con el proceso de la década analizado párrafos atrás: en los últimos tiempos las exportaciones crecen más en volumen que en valor, lo cual implica un descenso en el precio promedio del hectolitro exportado, que cayó –en dicha comparación– un 10%. Si se discrimina entre tipos de vino, el fenómeno se comprende mejor: mientras en el período estudiado los vinos varietales aumentaron un 7% su precio promedio de exportación, los que no poseen determinación varietal lo hicieron un 30%.

Resulta útil detenerse en estos datos. Los últimos meses han demostrado algo que ya se infería desde antes: los vinos varietales y aquéllos que no determinan variedad son productos que por consumo, producción, comercialización y ubicación en el mercado externo, son diferentes, casi contrapuestos. Mientras el competidor natural del vino sin determinación es la cerveza, dicha competencia no se detecta en el caso de los varietales. Los compradores y los productores son distintos, y uno de los mayores riesgos para la cadena vitivinícola como conjunto sería que el subgrupo de vinos sin determinación supusiese que su dinámica es siquiera similar a la de vinos varietales.

Esta diferencia de lógicas puede comprobarse incluso en los destinos de las exportaciones. Los vinos varietales se envían mayoritariamente a la Unión Europea –y, dentro de ella, se destaca y destacó siempre el Reino Unido–, y a los países integrantes del NAFTA, entre los que tradicionalmente ha sobresalido Estados Unidos. Los vinos sin determinación tienen por destinatarios naturales los países sudamericanos, principalmente Paraguay, y, con notorio crecimiento en los

## Exportaciones de vinos en volumen y valor

*Wine exports in volume and value*

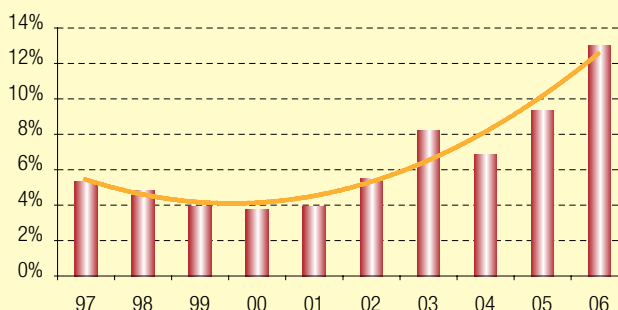


Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del INV.  
Source: Food Industry Administration based on data from the National Institute of Viticulture.

últimos tiempos –y con alto detrimento de los precios de exportación–, Rusia.

## Porcentaje de la producción de vino destinado a exportación

*Wine production percentage exported*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del INV.  
Source: Food Industry Administration based on data from the National Institute of Viticulture.

Se trata de productos diferentes, con dinámicas disímiles. Ni mejor ni peor producto, sólo distinto. Es previsible que esa diferencia se ensanche cada día más y, esto debe ser cabalmente comprendido por el sector productivo nacional.

understood: while in the period under study the average export price of varietal wines increased 7%, those without varietal determination decreased 30%.

It is useful to analyze these data. Figures in recent months have proven a fact that had already been inferred: varietals and wines without varietal determination are products that due to their consumption, production, commercialization and position in the foreign market, are different, almost opposite. While the natural competitor of wines without varietal determination is beer, said competition is not detected in the case of varietals. Buyers and producers are different, and one of the major risks for the wine production chain as a whole would be that the sub-group of wines without varietal determination believed that its dynamics might be even similar to that of varietal wines.

This logic difference may be verified also in the destination of exports. Varietal wines are mainly sent to the European Union (where the United Kingdom has always been the most outstanding importer), and to NAFTA member countries, among which the United States has traditionally been the most important destination. Natural destinations for wines without varietal determination are South American countries, mainly Paraguay, and Russia, with remarkable volume growth in recent times, and high detriment to export prices. Both products are different and their dynamics are dissimilar. They are neither better nor worse, only different. It is foreseeable that said difference will continue to increase, and if this is not fully understood, the productive sector could face serious problems in the coming years.



El consumo mundial de cebolla presenta una tendencia creciente. Los grandes consumidores coinciden en gran medida con los principales productores.

El cultivo presenta una amplia distribución entre países y regiones del mundo, y su producción muestra una tendencia creciente en la última década.

# Cebolla

## *Onions*

**Ing Agr. Natalia Curcio**  
*Dirección de Promoción de la Calidad*  
*Quality Promotion Administration*

The consumption of onions is showing an upward trend worldwide. Big consumers coincide to a large extent with the main producers.

Onion growing is widely distributed among countries and regions in the world, and in the last decade, its production figures indicate an upward trend.

- Onion occupies the fourth place in world production of vegetables, with a volume of 57.9 million tons (According to data from FAO, 2005).
- The increase of onion production worldwide is significant and results mainly from the enlargement of the growing areas.

- La cebolla ocupa el cuarto lugar en la producción mundial de hortalizas, con un volumen de 57,9 millones de toneladas (Según datos de FAO, 2005).
- El aumento de la producción de cebolla en el mundo es significativo, y responde principalmente a la ampliación de las zonas de cultivo.
- Los principales productores son: China (33%), India (10%) y Estados Unidos (6%).
- La producción de América Latina representa el 9% del total mundial, y las cifras más destacadas corresponden a Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México.
- En América Latina se destaca netamente Brasil, cuya producción anual alcanza a 1 millón de toneladas y representa el 2% del volumen mundial.
- Argentina participa con el 1% del total producido.
- Los principales países exportadores agrupan el 5% del volumen total del comercio, ellos son India, Países Bajos, China y Egipto.

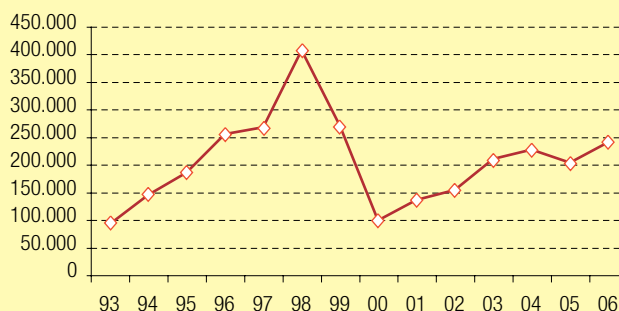
### Exportaciones argentinas

- La cebolla es el principal producto hortícola exportado por la Argentina, que ocupa el sexto lugar en el ranking de las exportaciones mundiales.
- En el 2006 el principal destino de los envíos argentinos ha sido Brasil (85%), seguido por la Unión Europea (14%).
- En el primer cuatrimestre del 2007 las exportaciones de cebolla alcanzaron las 120.284 toneladas, por un valor de 29.940.000 dólares.

- En el periodo enero-abril 2007, el principal destino fue Brasil, hacia donde se enviaron 69.078 Ton. por valor de 12.634.000 US\$, seguido por Bélgica, España, Francia, Italia, Países Bajos y Estados Unidos, entre otros.
- En 1998, se registró el mayor volumen exportado (400.000 Ton.), para el período analizado. Sin embargo, a partir del mismo las ventas externas descendieron abruptamente, alcanzando su mínimo en el año 2000, con un total de 100.000 Ton.
- A partir del año 2000, las exportaciones iniciaron un proceso de recuperación que continúa en la actualidad.

### Exportaciones de cebolla 1993-2006 en toneladas

*Onion exports in Tons*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.

Source: National Food Administration based on data from Customs.

### Importaciones

- Las importaciones de cebolla son muy reducidas: en el año 2006 alcanzaron las 240 toneladas. El 88 % de

- The main producers are: China (33%), India (10%) and the United States (6%).
- Latin American production represents 9% of world total, and the most remarkable figures correspond to Argentina, Brazil, Colombia, Chile and Mexico.
- The most outstanding onion producer in Latin America is Brazil, where production reaches 1 million tons and represents 1% of world total.
- Argentina participates with 1% of total world production.
- The main exporter countries concentrate 5% of the total business volume. They are India, the Netherlands, China and Egypt.

#### Argentine exports

- Onion is the main horticultural product exported by Argentina. Our country occupies the sixth place in world exports.
- In 2006 the main destination of Argentine shipments was Brazil (85%), followed by the European Union (14%).
- In the first four months of 2007, onion exports reached 120,284 tons, which amounted to 29,940,000 dollars.

- In the period January-April 2007, the main destination was Brazil that received 69,078 tons amounting to 12,634,000 dollars, followed by Belgium, Spain, France, Italy, the Netherlands and the United States, among others.
- The largest export volume for the period under analysis (400,000 tons) was registered in 1998. However, sales abroad decreased dramatically afterwards, reaching its minimum figure, 100,000 tons, in 2000.
- After 2000, exports initiated a recovery process that continues at present.

#### Imports

- The level of onion imports is very low: in 2006, they reached 240 tons. Eighty eight percent of that volume (213 tons), equivalent to US\$ 390,000, corresponded to dehydrated onions, and the remaining 12% (27 tons) in the amount of US\$ 2,295 pertained to fresh onions.

#### Production, consumption and Industrialization

- Onions are one of the most cultivated vegetables in Argentina. They occupy the third



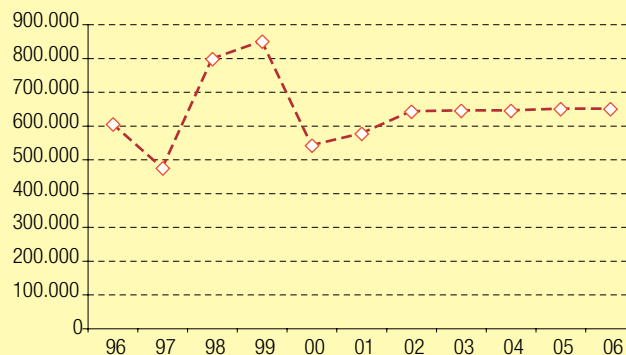
ese volumen (213 toneladas) correspondió a cebolla deshidratada por un valor de US\$ 390.000, y el 12 % restante (27 toneladas) a cebolla fresca cuyas compras representaron US\$ 2.295.

## Producción y consumo

- La cebolla es una de las hortalizas más cultivadas y ocupa el tercer lugar luego del poroto y la papa.
- Se estima que la superficie total cultivada en el país es de 15.000 a 20.000 ha. En el último año del período analizado el volumen obtenido alcanzó las 600.000 toneladas
- Las principales áreas productoras se hallan en las provincias de Buenos Aires ( 36%), Mendoza (18%), Santiago del Estero (14%) y San Juan (12 %). También producen cebolla Córdoba, Salta y Río Negro, pero con volúmenes menos significativos.
- El destino principal es el mercado en fresco, sin embargo en muy baja escala la producción es destinada a la industria del deshidratado.
- Argentina experimentó el mayor incremento en la superficie de cebolla en los años 1998/99, lo que permitió producciones que superaron las 800.000 toneladas.
- El rendimiento promedio en las principales zonas productoras de nuestro país es de 35 Ton. por hectárea.
- El consumo en nuestro país es de 11,6 Kg. /ha/ año, representado casi en su totalidad por producto fresco.
- Argentina está ubicada entre los países que consideran el consumo de esta hortaliza como de nivel medio.

## Producción de cebolla 1996-2006

Onion Production 1996-2006



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del CFI.

Source: national Food Administration based on data from CFI.

## Industrialización

- La industria absorbe el 3% del volumen total de cebolla producido en el país.
- El único destino de transformación para esta hortaliza es el deshidratado, que ubica a nuestro país como el mayor exportador de cebolla deshidratada de Latinoamérica.
- Esta industria concentra su actividad en la provincia de Mendoza, una de las principales productoras del país.

## Rasgos destacados

- Las características agroecológicas de Argentina, permiten obtener cebollas de calidad a lo largo de todo el año.
- El balance positivo que origina la producción sobre el

place after beans and potatoes.

- It is estimated that the total cultivated area in the country covers 15,000 to 20,000 hectares. In the last year of the period under analysis, the volume obtained reached 600,000 tons.
- The main production areas are in the provinces of Buenos Aires (36%), Mendoza (18%), Santiago del Estero (14%) and San Juan (12 %). Córdoba, Salta and Río Negro also produce onions but in less significant volumes.
- Due to their climate characteristics the different production zones allow growing early, intermediate and late varieties for fresh consumption and for industrialization.
- The main production areas are in the provinces of Buenos Aires (36%), Mendoza (18%), Santiago del Estero (14%) and San Juan (12 %). Córdoba, Salta and Río Negro also produce onions but in less significant volumes.
- The main destination is the fresh market, but on a very small scale production is also destined to the dehydrating industry.
- The largest increase in the area planted with onions occurred in 1998/99 when production was above 800,000 tons.

- The average yield in the main production zones of our country is 35 tons per hectare.
- The consumption of onions in our country is 11.6Kg/inh/year, represented almost entirely by the fresh product.
- Argentina is located among the countries that consider their consumption of this vegetable as medium level.
- The industry absorbs 3% of the total volume produced in Argentina.
- The only destination for the transformation of this vegetable are dehydration plants. This industrial processing positions our country as the main exporter of dehydrated onions in Latin America.
- This industry concentrates its activity in the province of Mendoza, one of the main producing provinces in the country.

Outstanding features

- The agro-ecological characteristics of Argentina enable the obtainment of quality onions throughout the year.

- consumo, posiciona al país como un exportador neto.
- La cebolla junto con el ajo, representan los principales protagonistas de la exportación de hortalizas frescas.
  - La concentración de destinos de exportación (en el mercado de Brasil), debe ser analizada con cuidado ya que deja muy expuesto al sector frente a las oscilaciones de ese mercado
  - Se generarán mayores oportunidades para la producción de esta hortaliza en la medida que los esfuerzos se dirijan hacia la explotación de, por ejemplo, variedades actualmente demandadas en otros mercados, como sucede con las cebollas dulces, muy apreciadas por el consumidor estadounidense.
  - Mientras las actuales variedades recuperan y mejoran aún más los rendimientos, la optimización del calibrado y la infraestructura de empaque, incrementarán significativamente la calidad del producto.
  - El sector cebollero incrementaría sus posibilidades comerciales si además de mantener los mercados actuales ampliara y diversificara tanto su oferta de variedades como los destinos de venta ,en función de las nuevas tendencias mundiales del consumo.

#### Fuentes Consultadas

Dirección General de Aduanas, DGA - Instituto de Desarrollo Rural - FAO – AACREA - INTA Cuyo - 120

- The positive balance originated by production compared to consumption, positions our country as a net exporter.
- Onions together with garlic are the most important fresh vegetables exported.
- The concentration of export destinations (in the Brazilian market) should be analyzed carefully as it increases the exposure of the sector to the oscillations of that market.
- More opportunities for the production of this vegetable will be generated insofar as efforts are focused on the exploitation of, for example, varieties demanded by other markets at present, as it happens with sweet onions, highly appreciated by consumers in the United States.
- While present varieties recover and further improve their yield, the optimization of packing calibration and infrastructure will significantly increase product quality.
- The onion sector would increase its business opportunities if in addition to maintaining present markets it enlarged and diversified its offer of varieties and sales destinations, in accordance with new world consumption trends.

#### Sources consulted

General Customs Administration, DGA - Institute for Rural Development - FAO – AACREA - INTA Cuyo - 120

Lic. María José Cavallera  
 Dirección de Industria Alimentaria  
 Food Industry Administration

# Confecciones de chocolate

*Chocolate  
Confections*



Las confecciones de chocolate son golosinas fabricadas a base de cacao, leche, azúcar y saborizantes, se encuentran enmarcadas dentro del Código Alimentario Argentino en el capítulo XV – Productos Estimulantes o Fruitivos – Cacao y Chocolate. El principal insumo empleado para la elaboración de estas confecciones es el cacao, que Argentina debe importar por carecer de condiciones agroecológicas favorables para su producción.

- Según datos estadísticos de 2005, la producción mundial de cacao está concentrada en un 70% en el continente africano. Asia produce el 18% del total, y el continente americano origina el resto.
- Dos naciones, Costa de Marfil e Indonesia generaron durante 2005 la mitad de la producción mundial de cacao.

### Segmentos de mercado

- Si se analizan las distintas variedades de confecciones de chocolate, quiénes las demandan y los momentos en los que se consumen, pueden identificarse distintos segmentos de mercado.
- **Segmento Masivo:** son confecciones industrializadas que se diseñan en presentaciones unitarias o en packs de acuerdo al canal comercial elegido por la empresa elaboradora. Mayormente se encuentran en el canal Impulsivo (kioscos, *drugstores*, minimercados, máquinas expendedoras). En el canal Supermercado se encuentran

en forma unitaria o en *packs*.

- **Segmento Bomboneras:** estas casas están modernizando su estilo clásico, siguiendo la tendencia mundial de elaborar piezas individuales, con motivos de diseño y combinaciones en las que la asociación con café o champagne es fundamental. Se encuentran bombones con frutos rojos, perfume de té de jazmín, flor de lavanda, etc.

### Mercado Local

- El mercado local de estas golosinas es muy sensible a la innovación en nuevos productos y presentaciones. De ahí que las empresas renueven permanentemente la oferta de productos, incluyendo extensiones de líneas, nuevas formulaciones y diseños apoyados por inversiones publicitarias.
- Durante 2002, la demanda de estas confecciones fue sensiblemente afectada, por el deterioro del poder de compra de los consumidores. Además en ese momento los empresarios del sector debieron afrontar los costos dolarizados de gran parte de las materias primas, fundamentalmente el cacao, el cual, a su vez, se incrementó en dólares acompañando los aumentos protagonizados por las *commodities* a nivel mundial.
- A partir de 2003, la recuperación de la demanda se dio en forma constante y creciente, apoyada fuertemente por acciones comerciales y publicitarias, lo que permitió recuperar en 2006 la rentabilidad y el volumen físico

Chocolate confections are delicacies manufactured with cocoa, milk, sugar and flavorings, described in Chapter XV of the Argentine Food Code – “Stimulating or Enjoyable Products – Cocoa and Chocolate”. Cocoa, the main ingredient for making these confections, must be imported from abroad, as Argentina lacks the required agro-ecological conditions for producing it.

- According to 2005 statistics, 70% of cocoa world production is concentrated in the African continent. Asia produces 18% and the American continent the rest.
- Two countries, Ivory Coast and Indonesia, generated half of total world production of cocoa in 2005.

#### Market segments

- It is possible to identify the distinct segments of the market, if the different varieties of chocolate confections, who are the buyers and when they are consumed, are analyzed.
- Mass market segment: Processed confections in one unit presentations or in packs according to the sales outlet chosen by the manufacturer. They are mainly found in the Impulse shopper outlets (kiosks, drugstores, mini-markets, vending

machines). In Supermarkets they are found in one unit presentations or in packs.

- Candy Stores Segment: these shops are modernizing their classic style, following the world trend of manufacturing individual pieces, with special designs and combinations where the association with coffee or champagne is essential. There are chocolates with red fruit, and others scented with jasmine tea, lavender flowers, etc.

#### Local Market

- The local market for this type of candy is very sensitive to innovation in new products and presentations. Therefore, companies permanently renew their product offer, including extensions of lines, new formulations and designs supported by advertising investments.
- In 2002, the demand for these confections was significantly affected by the deterioration in consumers' purchasing power. In addition, this industrial sector had to face the dollarized costs of a big part of raw materials, mainly cocoa. The price of cocoa also increased in dollars, accompanying the increase in prices of commodities worldwide.



alcanzado en 2001.

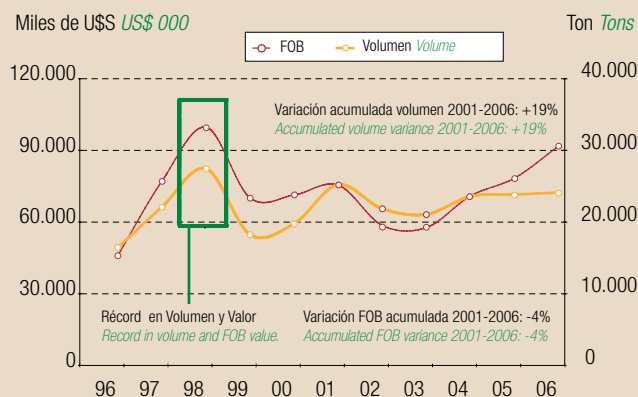
- No existen cifras precisas sobre el consumo interno *per capita* de chocolate, pero diferentes asociaciones y cámaras del sector estiman que el mismo es de, aproximadamente, 1.6/Kg./año, cifra ésta muy diferente de la que se registra en países como Suecia, Noruega, Bélgica y Alemania, que asciende a 9 Kg. *per capita* al año.

## Mercado Internacional

- Se estima que el comercio mundial de estas confituras durante el año 2005 totalizó 3,6 millones de toneladas, por un valor de US\$ 12.350 millones.
- Entre los 106 países exportadores de confecciones de chocolate, Argentina se ubicó en el 25° lugar, participando con un 0.71%, mientras que Alemania, Bélgica, Holanda, Francia y Canadá exportan históricamente el 50% de la demanda mundial de estas confecciones.
- Al igual que lo sucedido en el mercado interno, durante 2002 las ventas internacionales de golosinas argentinas cayeron, respecto del año anterior, 12% en volumen y 20% en valor. Recién en 2004 se verifica el comienzo de la recuperación de los mercados externos tanto en volumen como en valor.
- Durante 2006 las ventas externas fueron de 27.087 toneladas, por valor de US\$ 100 millones, lo que representó aumentos aproximados del 1% y 15% respectivamente.
- La mitad de las colocaciones correspondieron a “huevos y figuras no macizas”; un 29% se distribuyó entre “bombones”, “caramelos”, “chocolate sin relleno” y

## Evolución de las exportaciones de confecciones de chocolate

*Evolution of exports of chocolate confections*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.  
Source: Food Industry Administration based on data from Customs.

“cobertura de chocolate”, y el porcentaje restante estuvo compuesto por “confites y grageas”, “frutas recubiertas” y “chocolate con relleno”.

- Los principales destinos de las confecciones de chocolate son los países americanos. El 21% y 17% de las ventas de 2006 se realizaron a México y Brasil respectivamente, mientras que a Chile se vendió el 11%, y a Canadá el 7%.
- México creció un 32%, respecto de 2005, mientras que Brasil lo hizo en un 15% y Canadá en un 14%.
- Los datos provisorios de Aduana correspondientes al primer cuatrimestre de 2007, muestran operaciones por 8838 toneladas valuadas en US\$ 35 millones FOB. Este período del año, cerró con subas en volumen y valor respecto a igual cuatrimestre del año anterior.

- Starting 2003, there was a constant and growing recovery of demand, strongly supported by commercial and advertising actions. This enabled the recovery, in 2006, of the profitability and physical volume that had been reached back in 2001.
- At the moment, Argentina does not count with organized and updated information on its per capita consumption of chocolate, but different associations and chambers of this sector estimate that it is approximately 1.6 Kg/year. This figure is very different from that registered in countries like Sweden, Norway, Belgium and Germany which amounts to 9 Kg per capita per year.

### International Market

- It is estimated that in 2005 world sales of these confections totaled 3.6 million tons, equivalent to US\$ 12,350 million.
- Argentina ranked 25th among the 106 countries exporting chocolate confections,

with a share of 0.71%, while Germany, Belgium, Holland, France and Canada historically export 50% of world demand.

- Like in the local market, the international sales of Argentine candy fell in 2002 compared to the previous year, 12% in volume and 20% in dollars. The recovery of foreign markets in volume as well as in dollars began only in 2004.
- In 2006 sales abroad reached 27,087 tons, equivalent to US\$ 100 million, which represented increases of approximately 1% and 15% respectively.
- Half of the sales corresponded to “chocolate eggs and hollow figures”, 29% was distributed among “chocolates”, “candies”, “unfilled chocolate” and “chocolate icing”, and the rest was composed of “coated drops and sprinkles”, “chocolate covered fruit” and “filled chocolate”.
- Preliminary Customs data corresponding to the first four months of 2007 indicate a volume of 8,838 tons, equivalent to US\$ 35 million FOB. This period of the year closed with increases in volume and in dollars compared to the same four months

- En abril de 2007, las operaciones sufrieron una retracción del 29.77% en valor respecto a marzo de este mismo año; en cambio, en relación al mismo mes del año anterior se registró una suba del 8,87%, acumulando en el primer cuatrimestre de 2007 una suba equivalente al 17,80%.
- En referencia a los volúmenes comercializados de estas golosinas, si se analiza abril respecto a marzo de 2007 se evidencia una baja aproximada del 20%, aunque en relación a abril de 2006 se revela una suba en volumen del 7,6%, acumulando así en el período enero -abril 2007 un incremento del 13,87%.

### Participación de las categorías exportadas

Export Share by Product Type



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana  
Source: Food Industry Administration based on data from Customs.

- El valor promedio por tonelada exportada en el cuatrimestre enero-abril 2007, fue el más alto de la última década: ascendió a 3988 US\$/ton, registrando de ese modo un

aumento del 3,45% respecto al mismo período al año anterior.

- Si se analizan las colocaciones externas por grupos económicos durante el primer cuatrimestre de este año, se verifica que el 78.42% de las mismas se destinó a países del continente americano; 30.68% al MERCOSUR, 27.46% al NAFTA y 20.28% a miembros de la ALADI. Las naciones europeas sólo representaron el 3.04% de las ventas totales.
- Si se analizan las naciones, el principal país destino de estas golosinas durante enero - abril 2007 fue Brasil, que anotó compras por 1350 toneladas (US\$ 8,6 millones), cifras que representan incrementos del 8.26% en términos monetarios y del 16.7% en volumen con respecto al mismo período de 2006. En orden de importancia le siguieron México, Chile, Uruguay y Estados Unidos, por un total de 3.504 toneladas valuadas en US\$ 13.8 millones FOB.

En el año 2007 los objetivos de las empresas del sector se han orientado a incrementar su consolidación en el mercado local y a desarrollar nuevos mercados externos. A tal fin continúan apuntando a incrementar los niveles de ventas y rentabilidad través de la ampliación de la oferta de productos y la inversión en acciones de promoción comercial.

Fuentes consultadas;

Empresas del sector - Base Comtrade, FAO - Aduana.

of the previous year.

- In April 2007, operations showed a 29.8% retraction in dollars compared to March of the same year. However, compared to the same month of the previous year there was an 8.9% increase, and the accumulated growth in the first four months of 2007 reached 17.8%.
- April 2007 sales volumes of these confections registered an approximate 20% decrease compared to March of the same year, but compared to April 2006 volume increased 7.6%. The accumulated increase for the period January-April 2007 was 13.9%.
- The average value per ton exported during the period January-April 2007 was the highest in the last decade. It amounted to US\$ 3,988/ton, a 3.4% increase compared to the same period of the previous year.
- If exports corresponding to the first four months of the current year are broken down by economic group, 78.4% were sold to countries in the American continent,

30.7% to MERCOSUR, 27.5% to NAFTA and 20.3% to members of the ALADI. European countries represented only 3.04% of total exports.

- January-April 2007 exports of chocolate confections broken down by country indicate that Brazil was the main destination, receiving 1,350 tons (US\$ 8.6 million). These figures represent increases of 8.26% in dollars and 16.7% in volume compared to the same period of 2006. Brazil was followed by Mexico, Chile, Uruguay and the United States, in decreasing order. Total sales to these countries amounted to 3.504 tons, equivalent to US\$ 13.8 million FOB.

Companies in this sector have focused their 2007 objectives on increasing their consolidation in the local market and developing new markets abroad. To this end, they continue to aim at increasing sales level and profitability by expanding their product offer and investing in sales promotion.



La cadena de oleaginosas, que abarca la producción de granos, su industrialización para obtener aceite y pellets y la venta de estos productos, es el principal bloque exportador y uno de los pilares de la economía nacional. La soja es su integrante más destacado; en los últimos diez años fue el motor del crecimiento del sector.

The oleaginous crops chain that comprises grain production, manufacturing of oil and pellets, and sale of these products, constitutes the main exporting block and one of the pillars of the Argentine economy. Soybean is the most outstanding component part and it has been the driving force of the sector's growth in the last ten years.

# Oleaginosas

## *Oleaginous crops*

**Ing. Alim. Daniel Franco**  
*Dirección de Industria Alimentaria*  
*Food Industry Administration*



## Escenario Nacional

La soja y el girasol son los dos principales cultivos oleaginosos de nuestro país. Si bien este último es el de mayor tradición (su producción data de la década de 1920), la soja es la que ha tenido mayor crecimiento, en especial en la última década.

### Soja

- La superficie implantada con soja creció a un ritmo de 9 % anual en los últimos diez años. Pasó de 6,7 millones de hectáreas en 1996/97 a 15,3 millones en 2006. La producción en esos años fue de 11 y 40,4 millones de toneladas respectivamente. En la presente campaña 2006/2007 se estima un área sembrada de 16,1 millones de hectáreas (5 % superior al año anterior) y una producción de 45,2 millones de toneladas. Como puede observarse, también los rendimientos se incrementaron en el período.
- Por su volumen de producción Argentina es el tercer productor mundial de semilla de soja luego de Estados Unidos y Brasil. Su participación en el mercado alcanza al 20%.
- La adopción de la semilla genéticamente modificada permitió reducir el uso de agroquímicos además de facilitar la siembra directa y disminuir así costos de producción. Junto con las favorables condiciones agroecológicas que tiene el país constituyen las principales causas del crecimiento. A éstas hay que sumarle la buena predisposición de los agricultores para adoptar e incorporar

tecnologías nuevas.

- Las principales provincias productoras son Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe pero es creciente la implantación de soja en zonas consideradas marginales.

### Girasol

- El girasol, por su parte, tuvo una tendencia opuesta a la soja que fue desplazándolo. Su superficie pasó de 3,1 millones de hectáreas en 1996/97 con un máximo de 4,2 millones en 1998/99, a apenas 2,3 millones en 2005/06.
- La producción de 5,4 millones de tons. de 1997 se redujo a 3,8 millones en 2006. Para la presente campaña se estima un incremento del 8 % en la superficie: 2,44 millones de hectáreas que generarían 3,44 millones de tons.
- Los principales países productores son Rusia y Ucrania. Argentina ocupa el tercer lugar.
- En contraste con lo ocurrido entre 1975 y 1995, no se observaron incrementos significativos de rendimientos en los últimos 10 años.
- Entre 1997 y 2006 se registraron más de 250 híbridos comerciales, pero en el mismo período se observó el desplazamiento del cultivo hacia zonas marginales, lo que pudo haber contrarrestado el efecto de la ganancia genética. Sin embargo, si se tiene en cuenta que el objetivo del mejoramiento genético es el de aumentar el rendimiento de aceite, el resultado es exitoso.
- El girasol se cultiva mayormente en las provincias de Buenos Aires, Chaco y La Pampa.

#### The Domestic Scene

Soybean and sunflower are the two main oleaginous crops in our country. Although the latter is the most traditional one (sunflower production began back in the 1920s), soybean has grown more significantly, especially in the last decade.

#### Soybean

- The area planted with soybean has increased at an annual rate of 9% in the last ten years. It passed from 6.7 million hectares in 1996-1997 to 15.3 million in 2006. Production in those years was 11 and 40.4 million tons respectively. For the current season (2006-2007), estimates indicate a planted area of 16.1 million hectares (5% bigger than in the previous year) and total production of 45.2 million tons. As it can be observed, there was an increase in yields in that period.
- Due to its production volume Argentina is the world's third largest soybean seed producer, after the United States and Brazil. Its market share is 20%.
- The adoption of genetically modified seeds enabled a reduction in the use of agrochemical products and it also facilitated direct sowing, thus reducing

production costs. Together with the favorable agro-ecological conditions of the country, genetically modified seeds constitute the main reason for growth. The good predisposition of farmers to adopt and incorporate new technologies should also be taken into account.

- The main producing provinces are Córdoba, Buenos Aires and Santa Fe, but soybean planting is increasing in areas considered to be marginal.

#### Sunflower

- Sunflower followed a trend opposite to soybean and was gradually displaced. The planted area passed from 3.1 million hectares in 1996-1997 and a maximum of 4.2 million in 1998-1999 to 2.3 million in 2005-2006. The 1997 production that reached 5.4 million tons was reduced to 3.8 million in 2006. An 8% increase of the planted area is estimated for the current season: 2.44 million hectares that would generate 3.44 million tons.
- The main producer countries are Russia and Ukraine. Argentina occupies the third place.

## Características de la industria

- Actualmente se dedican a la industrialización de oleaginosas 47 plantas. En los últimos años se registra una tendencia hacia la reducción del número de unidades fabriles, pero con un incremento en su capacidad de producción.
- Casi la totalidad de la actividad industrial se localiza en la provincia de Santa Fe, en las zonas aledañas al río Paraná desde Puerto San Martín, al norte de Rosario, hasta Arroyo Seco, al sur. Las plantas procesadoras se aprovisionan de soja en un radio inferior a los 300 Km., lo que reduce sensiblemente el costo de flete.
- Esta cercanía entre la producción primaria y la industria transformadora genera una importante ventaja competitiva. En este aspecto, Argentina se encuentra en una posición favorable frente a Brasil, uno de los principales competidores, donde se deben recorrer unos 600 km. para abastecer las plantas.
- Para el girasol, se observa un desbalance regional entre las zonas de producción y la ubicación de las fábricas.
- Con relación al eslabón industrial de la cadena de oleaginosas cabe señalar que, en la última década, el continuo crecimiento de la producción primaria y la expectativa de una fuerte expansión de la demanda, impulsaron las inversiones destinadas a aumentar el nivel de molturación. La capacidad de molienda pasó de 64.000 toneladas diarias en 1996 a casi 92.000 en 1998.
- Después de 1998 se realizaron mejoras tecnológicas en

plantas existentes. A partir de 2004 surgieron nuevas inversiones tanto para la ampliación de instalaciones como para la construcción de nuevas plantas.

- Actualmente esta capacidad llega a las 132.000 toneladas diarias, y se continúan realizando obras que en el corto plazo elevarían este valor a más de 160.000 toneladas.
- La molienda es una industria capital-intensiva, y al producir al máximo de la capacidad instalada se logran menores costos fijos. La tecnología empleada es de vanguardia lo que permite trabajar a costos competitivos y ofrecer productos de calidad aceptada internacionalmente.
- Si a las inversiones que se vienen realizando se les suma el crecimiento de la producción agropecuaria, las obras de infraestructura y la sostenida demanda por parte del mercado externo, puede afirmarse que la industria de oleaginosas continuará con su proceso de expansión.

## Volúmenes de molienda

- El volumen de molienda de soja tuvo una tendencia creciente en los últimos diez años: de 10,4 millones de toneladas en 1997 llegó en el año 2006 a un récord de 32,7 millones. Por su parte el girasol, acompañando la tendencia de la producción primaria, redujo su nivel de industrialización de 5,4 millones de toneladas en 1997 a 3,7 en 2006.
- En 1997 se molían 2 toneladas de soja por cada tonelada de girasol. En 2006, esa relación llegó casi a 9 – 1.

• As a contrast to the 1975 - 1995 period, there were no significant increases in yields in the last 10 years.

- From 1997 to 2006 there were more than 250 commercial hybrids, but in the same period sunflower was displaced to marginal zones, which may have counterbalanced the effect of genetic gaining. However, considering that the genetic improvement objective is to increase the oil yield, the results may be deemed successful.
- Sunflower is grown mainly in the provinces of Buenos Aires, Chaco and La Pampa.

### Characteristics of the industry

- At present, industrialization of oleaginous crops takes place in 47 plants. In recent years, the trend has been to reduce the number of factory units, increasing at the same time their production capacity.
- Almost the entire industrial activity is located in the province of Santa Fe, in areas neighboring the Parana River, from San Martín Port, north of Rosario, to Arroyo Seco, on the south. Processing plants obtain their soybean supply within a radius of less than 300km, which reduces freight costs significantly.
- This proximity of primary production and processing industry generates an

important competitive advantage. In this regard, Argentina is in a favorable position compared to Brazil, one of the main competitors, where 800km must be traveled to supply industrial plants.

- Sunflower industry presents a regional misbalance between grain production zones and factory locations.
- Relative to the industrial link of the oleaginous crops chain, it can be remarked that in the last decade, the continued growth of primary production, plus prospects of a strong expansion of demand, encouraged investments aimed at increasing milling capacity level, which passed from 64,000 tons/day in 1996 to almost 92,000 in 1998.
- After 1998 technological improvements were carried out in existent plants. Starting 2004 new investments appeared for the enlargement of installations and the construction of new plants.
- Present capacity is 132,000 tons/day, and improvements continue to increase to reach an objective of more than 160,000 tons in the short run.
- Milling of oleaginous crops is a capital-intensive industry, and when producing at full installed capacity fixed costs can be reduced. The technology employed

## Perspectivas

- La demanda mundial de oleaginosas, fortalecida por el aumento en la elaboración de biocombustibles, excede la producción en la actual campaña. Esta situación hace que los precios se ubiquen en niveles históricamente altos. En la próxima campaña, Estados Unidos aumentaría la superficie destinada a maíz para etanol, en desmedro de la soja. Argentina y Brasil aparecen como los principales abastecedores para cubrir el faltante. Nuestro país incrementaría más del 4 % su participación actual.
- Por otra parte en el ciclo 2007/08 Rusia y Ucrania recortarían su producción de girasol. En reemplazo implantarían colza para elaborar biodiesel. Argentina por ser históricamente un importante productor, resulta el país mejor posicionado para captar esa porción del mercado. La participación subiría del 11,5 al 13,5 %.

## Exportación

- El sector oleaginoso argentino es una rama de la actividad económica estructuralmente orientada al mercado externo: concentra el 53 % de las exportaciones de origen agroalimentario. Los grandes volúmenes de producción, sumados a un bajo consumo interno, generan importantes saldos exportables, al punto que nuestro país es actualmente el principal exportador mundial de aceite de soja y segundo de aceite de girasol.

- En 2006, las divisas generadas por ventas de semillas, aceites y pellets representaron un total de 10.493 millones de US\$, cifra que superó a otras tradicionales producciones del agro, y a industrias con perfil exportador tales como cereales, carnes o vinos.
- Si la comparación se extiende a otros sectores de la economía como las exportaciones del sector petrolero - petroquímico, automotriz o siderúrgico, también queda en evidencia el liderazgo del complejo oleaginoso.
- Las exportaciones de aceite de soja, al igual que la producción, mostraron en los últimos diez años un crecimiento sostenido. De 1,96 millones de toneladas comercializados en 1997 crecieron a 5,7 millones en 2006. Casi la totalidad de las exportaciones corresponden al aceite crudo a granel.
- Los envíos argentinos llegan a más de 100 países, pero en los últimos años se verifica una tendencia a la concentración. India y China, con el 24% y el 23% de los embarques respectivamente, fueron los principales destinos en 2006.
- Las exportaciones de aceite de girasol, que siguieron la misma tendencia que el nivel de molienda, llegan a más de 60 mercados. Países Bajos, Turquía, Sudáfrica y Francia son los principales destinos de los embarques.
- Un porcentaje del aceite de girasol se exporta refinado y envasado. En volumen sólo representa un 9 % del total, pero el precio unitario es mayor al del aceite crudo.
- Otra característica de nuestras exportaciones es la

is innovative, and this enables to operate at competitive costs and offer quality products internationally accepted.

- If investments being carried out are added to farming production growth, infrastructure works and sustained demand from the foreign market, the industry of oleaginous crops will continue its expansion process.

### Milling volumes

- Soybean milling volumes followed an upward trend in the last ten years: from 10.4 million tons in 1997 to a record figure of 32.7 million in 2006. Sunflower, following the trend of primary production, reduced industrialization level from 5.4 million tons in 1997 to 3.7 in 2006.
- For each ton of sunflower 2 tons of soybean were milled in 1997. In 2006 that ratio became almost 9 to 1.

### Prospects

- World demand for oleaginous crops, strengthened by the increase of bio-fuel production, exceeds industrial output in the current season. This situation makes

prices reach historically high levels. In the next season, the United States would increase the area destined to corn for ethanol, to the detriment of soybean. Argentina and Brazil appear as the main suppliers to satisfy demand. Our country would increase its present share by more than 4%.

- On the other hand, in the 2007-2008 cycle Russia and Ukraine would reduce their sunflower production. In its place, they would plant colza to produce bio-diesel. Argentina, as historically important producer, will be the best positioned country to gain that portion of the market. Argentina's share would increase from 11.5 to 13.5%.

### Exports

- The Argentine oleaginous crops sector is a branch of the economic activity structurally oriented to the foreign market: it concentrates 53% of agro-food exports. Large production volumes added to low domestic consumption generate important exportable balances to the point that our country is at present the world's main exporter of soy oil and the second of sunflower oil.
- Hard currency generated by sales of seeds, oils and pellets in 2006 represented



continuidad en la presencia en los mercados de destino. En los países más importantes, Argentina realizó operaciones continuamente durante los últimos diez años.

- El río Paraná es la principal vía de salida de las exportaciones de oleaginosas del país. Su dragado y mantenimiento realizado a partir de 1995 por la concesionaria Hidrovía S.A., es una de las grandes obras que favoreció al comercio exterior argentino. El calado se llevó de 25 a 32 pies y en una etapa reciente, a 34 pies. En una instancia posterior el objetivo es alcanzar 36 pies.
- A mayor profundidad, los buques podrían llenar enteramente sus bodegas en puertos argentinos, evitando así una escala de completamiento en Brasil y los costos adicionales y días de navegación extra que esto genera.

### Consumo, inversión y competitividad

- Hasta la década de 1990 el aceite de girasol era el más consumido en Argentina, hecho que se revirtió a partir de 2002. El aceite de soja pasó a ocupar las preferencias del mercado nacional, situación muy llamativa, ya que en 1996 el consumo de girasol era 9 veces superior al de soja.
- Hasta junio de 2007 inclusive, las exportaciones de aceite de girasol alcanzaron 510.000 toneladas y un valor de

US\$ 335 millones. Las de aceite de soja, por su parte, representaron 2.680.000 toneladas y US\$ 1600 millones.

- Los aceites modificados, como el aceite de girasol de alto oleico, aparecen como alternativas de diferenciación y agregado de valor.
- En los diez últimos años, el sector oleaginosas desarrolló su actividad en un escenario complejo, caracterizado por fuertes oscilaciones en los precios, aplicación de políticas proteccionistas en países competidores y barreras al ingreso en mercados de exportación.
- Sin embargo, las inversiones fueron constantes, lo que permitió a la industria incrementar los volúmenes procesados, mantener el liderazgo mundial en las exportaciones y consolidarse entre las más desarrolladas en su tipo a nivel mundial.

Resulta evidente que el “complejo oleaginoso” reúne sobrados indicadores para ser considerado uno de los sectores más competitivos de la economía nacional.

Fuentes consultadas

Oil World - INDEC - CIARA - J.J. Hinrichsen - Dir. Nac. de Mercados Agroalimentarios, SAGPyA - ASAGA - ASAGIR

a total of 10,493 million US\$, amount that exceeded other traditional farming production and industries with exporting profile such as grain, beef or wine.

- If comparison is extended to other sectors of the economy as the oil-petrochemical, automotive or iron and steel sectors, the leadership of the oleaginous crops complex becomes evident.
- Soy oil exports and production showed a sustained growth in the last ten years. From 1.96 million tons sold in 1997 they increased to 5.7 million in 2006. Almost all exports correspond to crude oil in bulk.
- Argentine shipments go to more than 100 countries, but in recent years the trend is to concentrate exports. India and China were the main destinations in 2006 with 24% and 23% of shipments respectively.
- Sunflower oil exports, that followed the same trend as milling levels, go to more than 60 markets. The Netherlands, Turkey, South Africa and France are the main shipment destinations.
- A percentage of sunflower oil is exported refined and bottled. Although in volume it represents only 9% of the total, the unit price is significantly higher than that of crude oil.
- Another characteristic of our exports is the continuity in the destination markets. In the last ten years, Argentina has permanently carried out business transactions, in the most important countries
- The Paraná River is the main country's exit for exports of oleaginous crops. The

dredged and maintenance carried out by Hidrovía starting 1995, is one of the large works that favored Argentine foreign trade. The depth was increased from 25 to 32 feet and more recently to 34 feet. The objective for the future is to reach 36 feet.

- With more river depth, vessels could fill their holds entirely at Argentine ports, thus avoiding stopovers in Brazil to complete their cargo, plus additional costs and navigation days.

Consumption, investment and competitiveness

- Until the 1990 decade, sunflower oil was the highest consumed oil in Argentina, situation that was reverted starting 2002. Soy oil attracted the preference of the local market, which seems even more remarkable when recalling that in 1996 sunflower consumption exceeded that of soybean by 9 to 1.
- In the last ten years, the oleaginous crops sector developed its activity in a complex scene, characterized by strong oscillations in prices, application of protectionist policies in competitor countries and access barriers to export markets.
- However, investments remained constant, and this enabled industry to increase processed volumes, maintain world leadership in exports, and consolidate its position among the highest developed in its kind worldwide.

**It is evident that the “oleaginous crops complex” counts with more than enough indicators to be considered one of the most competitive sectors of the Argentine economy.**

**D**urante los últimos años diez años el sector avícola manifestó una importante evolución en todos sus indicadores productivos.

Entre 1997 y 2000 el crecimiento fue sostenido: partiendo desde 751.000 toneladas en 1997 alcanzó en el 2000 un volumen de 919.000, pero con la crisis del 2001 la producción cayó a 671.000 toneladas (2002).

# Producción avícola

## *Poultry Production*

**Ing. Agr. Karina F. Lamelas**  
**Ing. Zoot. Gisela Mair**  
*Dirección de Ganadería – Area avícola*  
*Livestock Administration – Poultry Area*



In the last ten years the poultry sector showed an important evolution in all its production indicators.

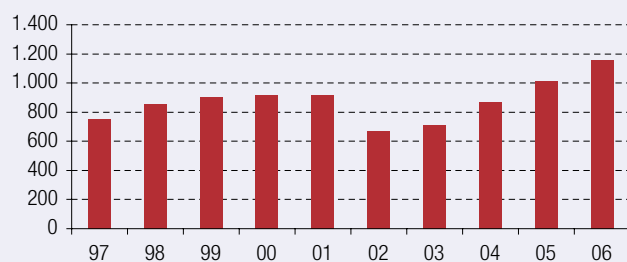
From 1997 to 2000 there was a sustained growth: from 751,000 tons in 1997 to a volume of 919,000 tons in 2000. However, after the 2001 crisis production fell to 671,000 tons in 2002.

- After the end of convertibility, poultry companies drew up a growth project including production, consumption and export targets until 2010.
- In 2006 there was a new historical production peak of 1,150,000 tons of poultry meat and it is estimated that by 2010 production will reach 1,500,000 tons.

## Producción de carne aviar 1997-2006

### Poultry meat production 1997-2006

Miles de toneladas *Thousand Tons*



Fuente: Dirección de Ganadería, SAGPyA.

Source: Livestock Administration, SALF&F.

- Tras la salida de la convertibilidad, las empresas avícolas trazaron un proyecto de crecimiento con metas de producción, consumo y exportaciones fijadas hasta el año 2010.
- En 2006 se registró un nuevo máximo histórico de 1.150.000 toneladas de carne aviar y se estima que al 2010 la producción alcanzaría 1.500.000 toneladas.
- La faena de aves durante período 1997-2006 aumentó 53%. En los establecimientos habilitados por el SENASA se sacrificaron 295 millones de cabezas en 1997, llegándose al 2006 a un volumen de 450 millones.
- Este crecimiento resulta de la conjunción de varios factores, entre los que pueden mencionarse las inversiones realizadas a lo largo de la cadena de producción (frigoríficos, granjas de reproductores, granjas de engorde, incubación, etc.), la eficiencia técnica, la interacción entre las instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector, la situación sanitaria nacional y mundial y el contexto macroeconómico nacional favorables.

- Argentina sigue siendo uno de los pocos países declarados libre de Influenza Aviar y de la enfermedad de Newcastle, lo que resulta fundamental para competir con éxito
- A ello se suma la disponibilidad de cereales y oleaginosas, imprescindibles para la formulación del alimento balanceado.
- En relación con la evolución de la cantidad de frigoríficos con habilitación de SENASA, hacia fines de la década de 1990 operaban 52 plantas, en los primeros años de la década del 2000 operaban 49 plantas y actualmente son 45 las que se encuentran activas (2007).

## Exportaciones

- Durante los últimos 10 años las exportaciones avícolas se incrementaron significativamente.
- El incremento se hizo más notorio a partir de los años 2002/2003, con la recuperación de la producción y en un contexto caracterizado por buenas condiciones sanitarias y un marco macroeconómico favorable.
- En 1997 se exportaron 20.000 toneladas, y el volumen de 2006 llegó a las 144.000 ton., crecimiento que equivale al 600%. En términos de valor, las mismas significaban 12 millones de US\$ FOB en 1997 y 140 millones en 2006.
- Los vaivenes del mercado internacional ocasionados por los brotes de Influenza Aviar en distintos países han generado un espacio que la Argentina pudo aprovechar, por tener producto y condiciones sanitarias adecuadas.
- Las exportaciones actuales representan el 12 % (2006) de la producción nacional, considerando el conjunto de las mismas (comestibles y subproductos), en tanto que en

- Poultry slaughter increased 53% in the period 1997-2006. In 1997, 295 million birds were slaughtered in establishments authorized by the SENASA, while in 2006 the volume increased to 450 million. It is estimated that volume will reach 500 million in the current year.
- This growth is the result of several factors. Worth to mention are investments throughout the production chain (meat processing plants, breeding farms, fattening farms, incubation, etc.), technical efficiency, interaction between public and private institutions linked to the sector, favorable sanitary situation in the country and worldwide, and Argentina's positive macroeconomic context.
- Argentina continues to be one of the few countries declared to be free from Poultry Influenza and Newcastle Disease. This is essential in order to compete successfully.
- Another favorable aspect is the availability of cereals and oil seeds, indispensable for the formulation of balanced feed.

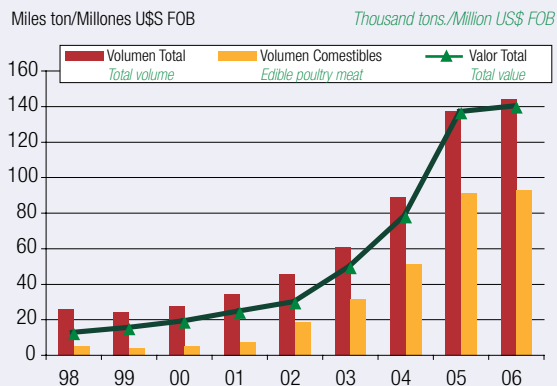
- By the end of the 1990s there were 52 poultry processing plants authorized by the SENASA. In the first years of the 2000s the number decreased to 49 and at present only 45 are in operation (2007).

### Exports

- In the last 10 years poultry exports increased significantly.
- This increase became more evident as from 2002/2003, with the recovery of production in a context characterized by good sanitary conditions and a favorable economic framework.
- 1997 exports amounted to 20,000 tons, while in 2006 export volume reached 144,000 tons, equivalent to a 600% growth. In currency terms, exports represented 12 million US\$ FOB in 1997 and 140 million in 2006.
- The ups and downs of the international market caused by the outbreaks of Poultry Influenza in different countries generated business opportunities and

## Evolución de las exportaciones avícolas en volumen y valor

### Evolution of poultry exports in volume and value



Fuente: Dirección de Ganadería, SAGPyA, SENASA.  
Source: Livestock Administration, SAGPyA, SENASA.

1996 representaban el 3%.

- Además del aumento del volumen y del valor de las exportaciones en el período bajo análisis, se registraron variaciones en su composición.
- En términos relativos se incrementó la participación de los productos comestibles de mayor valor (pollo entero, patamuslo, pechuga, supremas, alas, etc.) en detrimento de otros de menor valor (garras, sebos, harinas para alimentación animal, etc.) sobre el total de los envíos.
- En 1997 los productos comestibles representaban el 28 % del total de productos exportados, mientras que en el 2006 esa incidencia fue del 65 %.
- Durante estos años los mercados de destino de las exportaciones aumentaron considerablemente, puesto que en 1996 se exportaba a 20 países y en 2006, a 83.
- En 1997 Asia concentraba el 68 % de los envíos (garras),

la UE 15 % (pollo entero, trozado y gallina procesada), América 12 % (harinas para uso animal y menudencias) y Rusia y Medio Oriente 6 % (aves enteras).

- En 2006, los principales destinos de las exportaciones avícolas fueron: América (32 %), Asia (25 %), África (23 %), UE (14 %), Medio Oriente (5 %) y Rusia (2 %).
- La reducción porcentual observada en Asia responde a que en 1997 gran parte de las exportaciones correspondía a garras destinadas a China y Hong Kong, mientras que en la actualidad las exportaciones de pollo entero y trozado se han incrementado especialmente con destino a América, África y la UE.

## Importaciones

### Pollos

- Las importaciones avícolas comenzaron a crecer a partir de la apertura e integración de la Argentina en el Mercosur (1992) alcanzando un máximo en el año 1998 (66.000 ton). Los productos de Brasil representaban más del 90 % de las importaciones.
- Entre 1997 y 2002 los principales productos importados fueron: pollo entero (70 – 88 % según el año), pollo trozado (11 -18 % según el año) y otros productos comestibles (bocaditos, hamburguesas, etc.) menos del 7 %.
- Entre los años 2000 y 2003, como resultado de la investigación llevada a cabo ante la denuncia de dumping efectuada por los productores argentinos de pollos, el Gobierno Nacional impuso valores mínimos de exportación FOB Brasil al pollo entero proveniente de ese país.

Argentina could take advantage of them because products were available and sanitary conditions were adequate.

- In 2006, exports represented 12% of Argentina's total production as a whole (edible meat and byproducts), while in 1996 they only represented 3%. At present, 14% of production is exported (January-May 2007).
- In addition to exports increase in volume and in dollars in the period under analysis, there were variances in the exports composition.
- The exports share of higher price edible products (whole chicken, leg/thigh, breast, boneless breast, wings, etc.) increased in relative terms, in detriment of other lower price products (paws, fats, poultry meal for animal feed, etc.)
- In 1997 edible products represented 28% of the total products exported, while in 2006 the incidence was 65%.
- The number of exports destinations increased considerably in those years, taking into account that in 1996 exports went to 20 countries and in 2006 to 83.

- In 1997, Asia concentrated 68% of shipments (paws), the European Union 15% (whole chicken, chicken pieces and processed hens), America 12% (chicken meal for animal feed and giblets) and Russia and Middle East 6% (whole chicken).
- The main destinations for poultry exports in 2006 were: America (32%), Asia (25%), Africa (23%), European Union (14%), Middle East (5%) and Russia (2%).
- The percent reduction in Asia is due to the fact that in 1997 a great part of exports corresponded to paws shipped to China and Hong Kong, while at present exports of whole chicken and chicken pieces have increased especially to America, Africa and the European Union.

Imports  
Chicken



- A partir de 2002 las importaciones se redujeron hasta alcanzar 16.000 mil toneladas en 2006 por un valor de 16 millones de US\$ FOB.
- En los últimos 5 años los principales productos importados han sido productos no comestibles (harinas para alimentación animal, cartílagos, otros).

### Pavos

- Durante los primeros cinco años del período bajo análisis, las adquisiciones de pavos (aves enteras, pechuga y fiambres) representaron entre 4 y 5 % del total del volumen de productos avícolas importados.
- Luego pasaron a ser casi nulas hasta 2006, cuando significaron el 3 %. Los volúmenes importados habían representado 2000 ton. y 3 millones de US\$ FOB en 1997, y fueron de 1300 ton por 2 millones de US\$ FOB en el 2006.
- El principal origen de estas compras fue Brasil con 75 % en los primeros años, seguido por Chile y Estados Unidos. A partir del año 2003 el 98 % de los productos importados provinieron de Brasil.

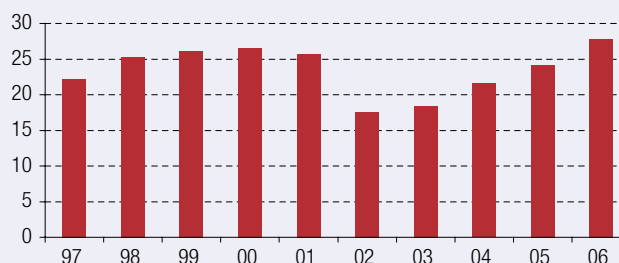
### Consumo

- El consumo aparente total de carne aviar en la Argentina, pollo principalmente, ha crecido fuertemente durante los últimos 10 años, pasando de 792.000 toneladas en 1997 a 1.082.000 en 2006, con una caída en 2002 debido a la crisis ya mencionada.

### Consumo de carne aviar 1997-2006

*Poultry meat consumption 1997-2006*

Kg/hab/año *Kg/cap/year*



Fuente: Dirección de Ganadería, SAGPyA, SENASA.

Source: Livestock Administration, SALP&F, SENASA.

- Actualmente el mercado local se encuentra firme y en expansión, absorbiendo una importante parte del crecimiento proyectado por el sector. El consumo per capita aumentó de 22,2 kg./año en 1997 a 27,8 kg./año en 2006.

El aumento observado en el consumo se vincula con la reducción del precio del pollo al consumidor, y a la mejor relación de precios con respecto a otras carnes. También impulsaron el consumo los cambios en los hábitos alimenticios y en el estilo de vida, caracterizados por un aumento en las preferencias por las carnes blancas debido a razones dietéticas y nutricionales, y a la disminución del tiempo que se dedica a la preparación de comidas.

- Poultry imports began to grow after the opening and integration of Argentina in the Mercosur (1992), reaching a peak of 66,000 tons in 1998. Brazilian products represented more than 90% of total imports.
- From 1997 to 2002 the main products imported were: whole chicken (70-80% depending on the year), chicken pieces (11-18% depending on the year) and other edible products (snacks, hamburgers, etc.) less than 7%.
- As from 2002 imports decreased reaching 16,000 tons in 2006, for a value of 16 million US\$ FOB.
- In the last 5 years the main products imported have been non edible products (poultry meal for animal feed, cartilage, others).

#### Turkey

- In the first five years of the period under analysis, purchasing of turkeys (whole birds, breast and cold meat) represented 4 to 5% of total volume of poultry products imported.
- Later on they went down to almost zero in 2006, when they represented only 3%. Imported volumes had been 2,000 tons and 3 million US\$ FOB in 1997, while in 2006 they were 1,300 tons equivalent to 2 million US\$ FOB.

- In the first years imports came mainly from Brazil (75%), followed by Chile and United States. As from 2003 98% of imported products came from Brazil.

#### Consumption

- Total apparent consumption of poultry meat in Argentina, mainly chicken, has grown significantly in the last 10 years, passing from 792,000 tons in 1997 to 1,082,000 tons in 2006, with a fall in 2002 due to the above mentioned crisis.
- At present, Argentina has a firm and expanding local market that absorbs an important part of the projected growth of the sector. Per capita consumption increased from 22.2 kg/year in 1997 to 27.8 kg/year in 2006.

Consumption increase is related to a reduction in chicken consumer price, and to better prices compared to other meats. Consumption was also boosted by changes in food habits and life style, characterized by an increase in white meat preference due to diet and nutritional reasons, and to a reduction in the time devoted to food preparation.

De acuerdo a datos publicados por el Consejo Oleícola Internacional, para la campaña 2006/7 la producción mundial estimada de aceite de oliva y aceitunas de mesa es de 2.819.800 toneladas y 1.832.900 toneladas respectivamente.

El crecimiento experimentado por ambas producciones en la última década, asciende al 14,4% y 67,5% en aceite de oliva y aceitunas de mesa respectivamente. Esa destacada performance le permitió a nuestro país una mejora en su *share* y posicionamiento dentro de la producción mundial.

**Lic. Sofía Tagarelli**  
*Dirección de Industria Alimentaria*  
*Food Industry Administration*

# Olivo

## Olive



According to data published by the International Olive Growing Council, world production of olive oil and table olives totals 2,820,000 tons and 1,832,500 tons respectively.

In the last decade, olive oil and table olives production increased 14.4% and 67.5% respectively. The remarkable performance of the olive growing sector in connection with table olives and olive oil production enabled the improvement of our country's share and positioning in world production.

#### General Outlook

- The UE concentrates the greatest percentage of global production as ten years ago, Spain prevailing over the rest of the member countries.
- The first three world producers of table olives are Spain (25.4%), Turkey (13.1%) and Egypt (11.5%).
- As regards world production of olive oil, the first three positions correspond to Spain (38.9%), Italy (22.3%) and Greece (13.1%).
- According to preliminary figures provided by COI, corresponding to the above

## Panorama general

- Tal como diez años atrás, la Unión Europea concentra el mayor porcentaje de la producción global, prevaleciendo España por sobre el resto de los países comunitarios.
- Respecto de la producción de aceitunas de mesa los primeros tres productores mundiales son España (25,4%), Turquía (13,1%) y Egipto, (11,5%).
- En referencia a la producción de aceite de oliva las primeras tres posiciones corresponden a España (38,9%), Italia (22,3%) y Grecia (13,1%).
- Según las cifras provisionarias de la campaña mencionada, Argentina ocuparía en la producción mundial de aceituna de mesa y aceite de oliva el 9° y 12° lugar respectivamente en el ranking global de las mismas, según datos de COI.
- Las exportaciones mundiales acompañan el crecimiento global del sector. Las de aceitunas de mesa señalaron un crecimiento del 71,2% en volumen durante la última década -2006/7 vs. 1997/8-, situando a la Argentina entre los primeros cuatro principales vendedores externos mundiales: España con el 39,6%; Turquía con un 12,3%; Marruecos con el 11,9% y nuestro país con 10,9%.
- Las colocaciones externas de aceite de oliva exhibieron un incremento en volumen del 67,3% en el período mencionado. Con el 2,1%, Argentina ocupó el 10° lugar en el *ranking* que tiene como protagonistas a Italia (32,3%), Túnez (17,6%), España (16,9%) y Turquía (11,0%).

## Exportaciones argentinas de aceite de oliva

- En la última década (2006 vs. 1997) las colocaciones externas de aceite de oliva crecieron en volumen un 142,1%

mentioned campaign, Argentina would occupy the 9th place in world production of table olives and the 12th place in world production of olive oil.

- World exports followed the sector's global growth. Table olives showed a 70.9% volume growth during the last decade (2006/7 versus 1997/8), placing Argentina among the first four exporters in the world: Spain 39.6%, Turkey 12.3%; Morocco 11.9% and our country 10.9%.
- Olive oil export sales volume increased 67.3% in the above mentioned period. With 2.1% Argentina occupied the 10th place in the ranking, where the main actors are Italy (32.3%), Tunisia (17.6%), Spain (16.9%) and Turkey (11.0%)

Argentine exports of olive oil

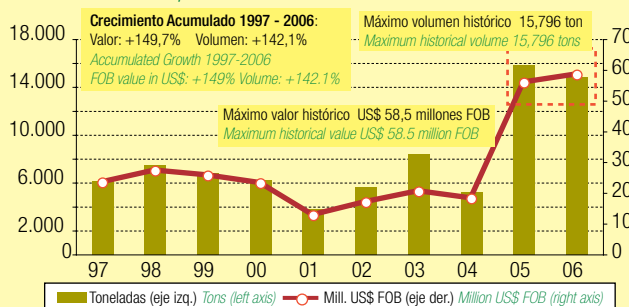
- In the last decade (2006 versus 1997) olive oil export sales volume increased 142.1% and measured in dollars 149.7%. In 2006 they reached 14,818 tons and

y en valor un 149,7%. Alcanzaron en 2006 un volumen de 14.818 toneladas y un monto de US\$ 58,5 millones FOB, máximo valor registrado en esos diez años.

- En la campaña 1997, el 73% de las colocaciones en volumen y el 71% de su valor correspondieron a la posición de aceite de oliva. Le siguieron las ventas de aceite de oliva refinado, con el 19% del volumen total y 17% de su valor.

## Evolución de las exportaciones de aceite de oliva 1997-2006

*Evolution of olive oil exports*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.  
Source: National Food Administration based on data from Customs.

- Hasta mediados de la década analizada esta tendencia continuó, comercializándose en una mayor escala aceite de oliva. En los últimos cuatro períodos, a partir de 2003, la situación se revirtió y predominaron las ventas de aceite de oliva virgen, que en 2006 representaron el 90% en valor y volumen, frente a colocaciones de aceite de oliva que sólo alcanzaron el 9% del volumen y valor exportado.
- Las empresas exportadoras de aceite de oliva evidenciaron en esta década un excepcional incremento, llegándose en 2006 a una participación de 97 firmas, número que casi quintuplica al de las 22 empresas que operaron en 1997.

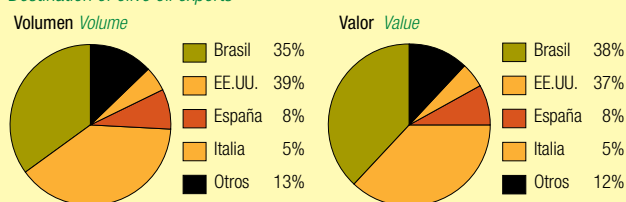
in FOB value US\$ 58.5 million, maximum value registered in those ten years.

- In 1997, sales of olive oil were 73% of the total sales volume and 71% of the total sales dollars, followed by sales of refined oil which were 19% and 17% respectively.
- This trend continued until the middle of the decade under analysis, and consequently, olive oil sales increased. In the last four periods, starting 2003, the situation was reverted and sales of virgin olive oil were predominant. In 2006, they represented 90% of total sales measured in dollars and in volume, while olive oil sales reached only 9% of the total.
- The number of olive oil export companies increased significantly in that decade. Ninety seven companies participated in the business, almost quintuplicating the number of companies (22) that operated in 1997.
- As regards destination of olive oil exports, sales to the United States showed an

- Respecto al destino de las exportaciones de aceite de oliva, el transcurso de la última década señaló entre otras cosas un gran incremento en las colocaciones realizadas a EEUU, que junto con Brasil es uno de los principales compradores de la Argentina.
- A lo largo de la década se aprecia el incremento de las ventas a mercados importantes en producción olivícola, como España e Italia, cuyas participaciones representan el 8% y el 5% del valor y volumen comercializado en 2006.

### Destino de las exportaciones de aceite de oliva 2006

Destination of olive oil exports



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la Aduana.  
Source: Food Industry Administration on based ef data from Customs.

- En relación a las ventas externas registradas para el primer cuatrimestre de 2007, las mismas mostraron un incremento acumulado del 2,8% en volumen y una caída de 5,8% en su valor respecto al mismo período de 2006.
- Brasil (52,3%), EEUU (21,4%) e Italia (13,4%) se posicionaron como principales destinos en dicho período.

### Exportación de aceitunas de mesa

- Las colocaciones externas de aceitunas de mesa alcanzaron en 2006 el mayor volumen y valor comercializado hasta

important increase in the last decade, and this country became one of Argentina's main buyers together with Brazil.

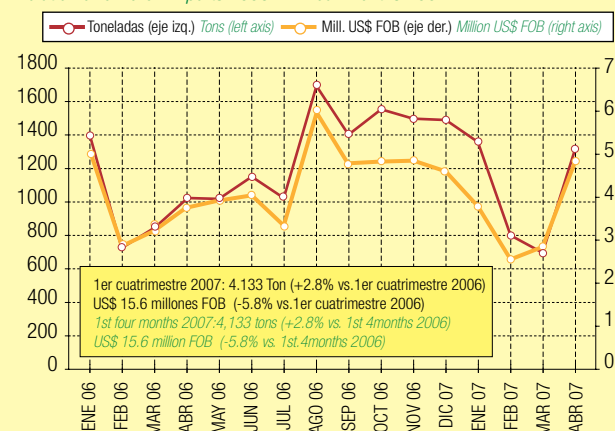
- Along that decade, sales to important olive production markets like Spain and Italy increased. Spain's share represented 8% and Italy's 5% of the total 2006 export sales volume and dollars.
- In the first four months of 2007, there was an accumulated increase of 2.8% in foreign sales volume and a fall of 5.8% in dollars, compared to the same period of 2006.
- Brazil (52.3%), United States (21.4%) and Italy (13.4%) became the main destinations in that period.

Exports of table olives

- In 2006, table olive exports registered the highest volume and value in dollars ever reached. They continued to show a positive trend and in the last decade export

### Evolución de las exportaciones de aceite de oliva 2006 - 1er cuatrimestre 2007

Evolution of Olive Oil Exports 2006 - 1st four months 2007



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.  
Source: National Food Administration based on preliminary data from Customs.

el momento. Continuaron así con la tendencia positiva registrando un crecimiento en la última década de 106,9% y 35,3% en volumen y valor respectivamente. Las operaciones realizadas alcanzan 81.109 toneladas por valor de US\$ 93,3 millones FOB.

- Las ventas externas realizadas por el sector están compuestas en su mayoría por aceitunas de mesa en salmuera, presentación que marca la tendencia de la última década analizada. En 2006 el 81,8% del valor comercializado perteneció a este producto.
- Las empresas exportadoras de aceitunas de mesa, evidenciaron en esta década un gran incremento: en 2006 una participaron 102 empresas, frente a las 68 que comercializaban en el año 1997.

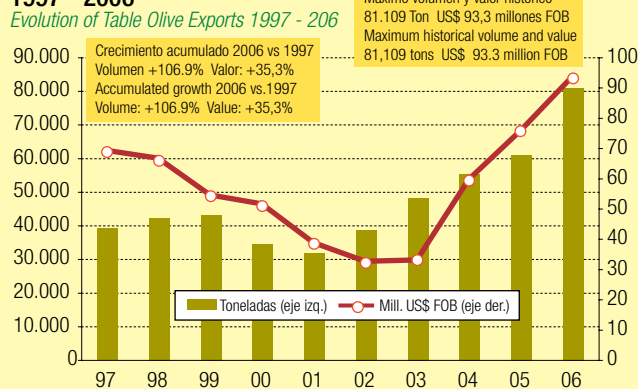
sales increased 106.9% in volume and 35.3% in dollars. Transactions carried out reached 81,109 tons and an amount of US\$ 93.3 million FOB.

- Export sales corresponding to the olive growing sector consisted mainly of table olives in brine, presentation that marked the trend in the last decade. In 2006, 81.8% of the total sales dollars corresponded to this product.
- The number of table olives export companies increased significantly in this decade. In 2006 around 102 companies participated in the business compared to 68 in 1997.
- Although from 1997 to 2006 the main destination of table olives exports was Brazil, there was a gradual decrease in sales to that country during this decade, as the United States and Spain became buyers of Argentine products. In 2006 they occupied the second and third place, respectively, as destinations of export sales measured in dollars.



- Si bien en 2006 el mayor destino de las exportaciones de aceitunas de mesa se realizó a Brasil -como en 1997-, en el transcurso de esta década se registró una disminución

### Evolución de las exportaciones de aceitunas de mesa 1997 - 2006



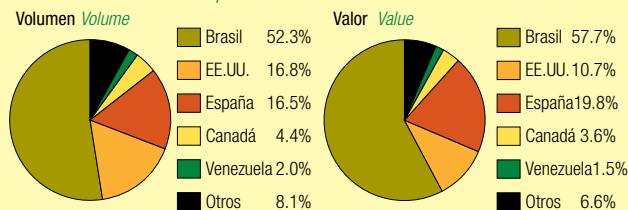
Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la Aduana.  
Source: Food Industry Administration on based of data from Customs.

paulatina en las colocaciones a este país, apareciendo en forma gradual EEUU y España como compradores de productos de origen argentino. En año 2006 ocuparon el segundo y tercer lugar, respectivamente, en los destinos del valor de las ventas efectuadas.

- La alentadora performance exportadora del sector, continúa reflejándose en las cifras de comercio exterior para el primer cuatrimestre de 2007, registrándose nuevos récord en las operaciones concretadas de aceitunas de mesa respecto a igual período de 2006.
- Según cifras provisorias de la Dirección General de Aduana, las colocaciones externas exhibieron un crecimiento de 14,4% en valor y 6,9% en volumen respecto a igual

### Destino de las exportaciones de aceitunas de mesa 2006

*Destination of table olive exports 2006*

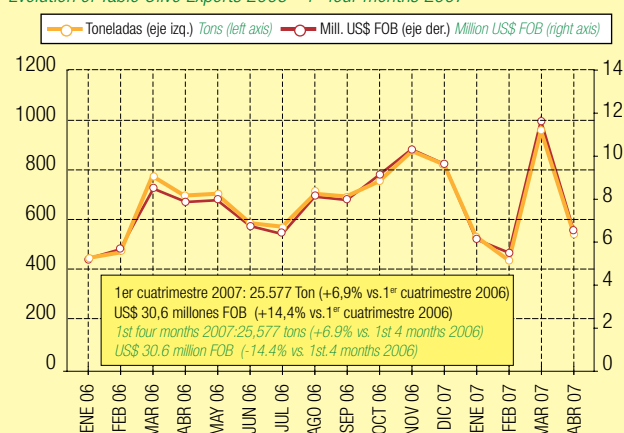


Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la Aduana.

período de 2006. Las operaciones concretadas alcanzaron 25.577 toneladas y un valor de US\$ 30,6 millones FOB.

### Evolución de las exportaciones de aceitunas de mesa 2006 - 1er cuatrimestre 2007

*Evolution of Table Olive Exports 2006 - 1st four months 2007*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.  
Source: National Food Administration based on preliminary data from Customs.

### Importaciones

- Las importaciones de aceitunas de mesa y aceite de oliva

- The encouraging export performance of this sector continues to be reflected in the foreign trade figures for the first four months of 2007, and new record sales of table olives are registered compared to the same period of 2006.
- According to preliminary figures from the General Customs Administration, export sales showed a 14.4% growth measured in dollars and 6.9% in volume, compared to the same period of 2006. Transactions carried out reached 25,577 tons and a value of US\$ 30.6 million FOB.

#### Imports

- The volumes of table olives and olive oil imports registered a 97.9% and 93.2% fall respectively, in the last decade. Their value in dollars reflects the same trend and shows a fall of 94.9% for olive oil and 86.8% for table olives.
- Along the last decade there was a great variance in the behavior of the series

under analysis. The same depends, among other things, on the decision to take preventive measures to protect local industry from the competition of olive oil coming from the European Union.

- To this end, in 1998 Argentina established compensatory rights for olive oil imported from European Union countries because of the subsidies this industry receives in said economic block. This measure had a clear effect on total imports.
- When those compensatory rights matured, the Ministry of Economy of the Nation issued Resolution 823/2006, which established a common external tariff for olive oil.
- Since October 31, 2006 there is a 31.5% tariff for the following positions: 1509.10.00 –virgin olive oil-, 1509.90.10 –refined olive oil-, 1509.90.90 –olive oil-. In this context, imports were additionally affected by the evolution and development of the olive growing sector in Argentina.

registran en la última década una caída del 97,9% y 93,2% respectivamente en el volumen adquirido. El valor de las mismas exhibe la misma tendencia, mostrando una caída en los últimos diez años del 94,9% y 86,8% en el caso del aceite de oliva y aceitunas de mesa respectivamente.

- A lo largo de la última década se observa una gran variación en el comportamiento de la serie analizada. La misma depende, entre otras cosas, de la decisión de tomar medidas de prevención de la industria local frente al aceite de oliva proveniente de la Unión Europea.
- Para este fin, Argentina estableció a partir de 1998, derechos compensatorios a la importación de aceite de oliva desde dicho bloque económico en razón de los subsidios que recibe esta producción en los países comunitarios, lo que desde entonces repercutió claramente en las importaciones totales.
- Cuando esa medida venció, el Ministerio de Economía de la Nación dictó la Resolución 823/2006, que estableció un arancel externo común para el aceite de oliva.
- A partir del 31 de octubre de 2006 rige un arancel de 31.5% para las siguientes posiciones: 1509.10.00 –aceite de oliva virgen-, 1509.90.10 –aceite de oliva refinado-, 1509.90.90 –aceite de oliva-. Dentro de este contexto las importaciones se vieron afectadas adicionalmente, por la evolución y desarrollo que experimentó el sector olivarero en Argentina.
- El origen de las colocaciones realizadas en el país se modificó en el transcurso de esta década. En 1997 el 96,2% del volumen y el 93,2% del valor importado de aceite de oliva era de origen español, participación que cayó en 1998 luego de la vigencia de los derechos compensatorios aplicados al aceite de oliva de la Unión

Europea.

- A partir de este último año, se incrementaron las colocaciones de aceite de oliva producido por Turquía. En 2005 la participación en las compras realizadas por Argentina a este país alcanzó un 82,8%, el segundo puesto correspondió el aceite proveniente de Túnez, y recién en tercer puesto el español con el 5,4% de las colocaciones efectuadas.
- Las compras efectuadas en 2006 por la Argentina ascendieron a las 144 toneladas, por un valor US\$ 874.936 CIF. Ese año, el aceite de oliva español ocupó nuevamente el primer lugar entre nuestros proveedores, encabezando el siguiente ranking: 1° - España (valor: 49.5%, volumen: 47.5%); 2° - Italia (valor: 26.9%, volumen: 22.4%); 3° - Túnez (valor: 23.0%, volumen: 29.4%).
- En relación al volumen de aceitunas de mesa importadas, en 1997 las colocaciones realizadas por España representaron el 87,5% del volumen. Tal participación cayó al 41,2 % en el año 2005, superando a las mismas las compras realizadas a China, que proveyó el 43,0%.
- Las compras realizadas en 2006 alcanzaron las 29 toneladas, por valor de US\$ 98.350 CIF, posicionándose como principales proveedores: España (valor: 91.2%, volumen: 87.5%), Italia (valor: 5.2%, volumen: 3.0%) seguidos por China, que perdió el protagonismo del año anterior (valor: 3.2%, volumen: 8.7%).

Fuentes

Aduana - Consejo Oleícola Internacional (COI) - Federación Olivícola Argentina - Cámaras empresarias provinciales - Gobiernos provinciales.

- The origin of imports was modified in this decade. In 1997, 96.2% of total volume of olive oil imports and 93.2% of its value in dollars corresponded to Spain. However, this market share fell in 1998, after compensatory rights were applied to olive oil from the European Union.
- After that year, imports of olive oil produced by Turkey increased. In 2005, Turkey's share in Argentine imports reached 82.8%, the second place corresponded to olive oil coming from Tunisia and the third place to Spanish olive oil with only 5.4%.
- Argentine imports in 2006 amounted to 144 tons, for a total value of US\$ 874,936 CIF. That year, Spain occupied again the first place among our suppliers of olive oil, leading the following ranking: 1st. Spain (value: 49.5%, volume: 47.5%); 2nd Italy (value: 26.9%, volume: 22.4%); 3rd Tunisia (value: 23.0%, volume: 29.4%).

- As regards volume of imported table olives, in 1997 imports from Spain represented 87.5% of the total. That share fell to 41.2% in 2005, and was exceeded by imports from China that reached 43.0%.
- In 2006 imports reached 29 tons, for a total value of US\$ 98,350 CIF. The main suppliers were: Spain (value: 91.2%, volume: 87.5%), Italy (value: 5.2%, volume: 3.0%), followed by China that lost its privileged position of the previous year (value: 3.2%, volume: 8.7%).

**Ing. Agr. Flavia Vázquez**

*Dirección de Industria Alimentaria  
Food Industry Administration*

# Miel Honey

La apicultura argentina juega un rol importante en el mercado internacional ya que el destino principal de la producción de miel y los otros productos de la colmena (cera, propóleos y material vivo) es la exportación, y Argentina viene siendo potencia como tercer país productor y primer exportador mundial.

- La producción mundial de miel es del orden de las 1,4 millones de toneladas, de las cuales el 50 % es concentrado por seis países. En la última década ha presentado una tendencia levemente creciente.
- Argentina es el tercer productor mundial, después de China y Estados Unidos y representa el 70% de la miel de América del Sur, el 25% de la de América y el 6% del total mundial.
- Según los datos del RENAPA (Registro Nacional de Productores Apícolas), que coordina y administra la Dirección Nacional de Alimentos (Res. SAGPyA 283/01), la actividad apícola es desarrollada actualmente por algo más de 30.000 productores que cuentan con 3.900.000 colmenas, estimándose que se podrían mantener en producción más de 5.000.000 colmenas.

Argentine apiculture plays an important role in the international market, as the main destination for honey and other beehive products such as beeswax, propolis and living bees is the foreign market, where Argentina occupies a privileged position as the world's third producer and first exporter country.

- Honey world production is around 1.4 million tons. Six countries concentrate 50% of total world production where there has been a slightly growing trend in the last decade.
- Argentina occupies the third place as honey producer worldwide, after China and the United States. Its production volume represents 70% of South American honey, 25% of American honey and 6% of total world production.
- According to data provided by the RENAPA (National Registry of Apicultural Producers), under the coordination and management of the National Food Administration (SAGPyA Res. 283/01), the apicultural activity is developed at present by a little more than 30,000 producers who count with 3,900,000 beehives. Estimates indicate that more than 5,000,000 beehives could be held in production.
- Average national yield is between 30 and 35 kg/bee hive/year. In some areas harvests average 60-70 kg/bee hive/year, similar to the highest in the world.
- The province of Buenos Aires concentrates more than 40% of national honey production.
- Slightly more than 104,000 tons of honey in bulk and fractioned were produced

- El rendimiento promedio nacional se encuentra entre los 30 y 35 kg/col/año. En algunas zonas se obtienen cosechas promedio de 60-70 kg/col/año, similares a las más altas del mundo.
- En 1997 se exportaron 70.400 toneladas de miel por valor de 90,6 millones de US\$. Diez años después, los cambios registrados en el sector elevaron esas cifras a 98.800 toneladas y 145 millones de US\$.
- La provincia de Buenos Aires concentra más del 40% de la producción nacional de miel.
- Durante el año 2006 se produjeron algo más de 104.000 toneladas de miel a granel y fraccionada, cifra un 10% superior respecto a la del año 2005. Los ingresos generados representaron valores cercanos a los 154 millones de dólares.
- Con respecto a la producción de 2007, las primeras estimaciones dan cuenta de una merma de la producción cercana al 30%.
- Las exportaciones argentinas de miel de enero/junio de este año, presentaron una disminución en el volumen del 20% respecto del mismo tramo del 2006, llegando en igual período de este año prácticamente a las 43.500 toneladas.
- Los ingresos generados (68 millones de dólares) han sido un 13% superiores respecto a igual período del año anterior, y fueron realizadas por 78 empresas.
- Acompañando la tendencia exhibida por la miel, las colocaciones de otros productos de la colmena muestran un franco crecimiento. Entre ellos, la cera se perfila como el más significativo en términos de ingresos para el sector.
- En lo que va de 2007 se han exportado 149 toneladas por un valor FOB de 482 mil US\$ un 84% superior en volumen y un 57% en valor respecto a igual período del año pasado, destacándose como principales destinos EEUU, Japón, Alemania y España.
- Medidas en dólares, también las ventas externas de propóleos y de abejas reinas crecen por segundo año consecutivo.
- Los principales destinos del propóleos fueron Italia, Alemania y España, en tanto que el material vivo partió preferentemente hacia Francia, Libia, Italia, Alemania y Líbano.

### Potencialidades

- La apicultura argentina es hoy uno de los principales protagonistas del mercado mundial, ya que cuenta con diversas ventajas comparativas y competitivas.
- Figuran entre ellas una oferta floral importante, amplitud de climas para la producción, vastas extensiones incontaminadas donde prospera flora autóctona, buena calidad de la miel y de los productos de la colmena.
- Se suma a eso un sistema de trazabilidad considerado modelo en su tipo y reconocido por los principales compradores.
- La alta concentración de los envíos hacia naciones de la Unión Europea no debe clausurar la posibilidad de explorar nuevos mercados para la miel argentina, particularmente cuando emergen países que pueden ser potenciales destinos de nuestras exportaciones, tales como Marruecos, Argelia, Túnez, Egipto, Libia y otras

in 2006. This figure indicates a 10% increase compared to 2005, and income generated was near 154 million dollars.

- The first production estimates indicate a production decrease of around 20% in the present season.
- Argentine honey exports from January to June 2007 were practically 43,500 tons, showing a 20% volume reduction compared to the same period in 2006.
- Generated income (68 million dollars) has been 13% higher compared to the same period in the previous year, and export operations were carried out by 78 export companies.
- Following the honey trend, sales of other beehive products show a marked growth. Among those products, beeswax appears as the most significant in terms of income for the apiculture sector.
- In 2007 year to date, 149 tons have been exported for a FOB value of 482,000 US\$, 84% higher in volume and 57% higher in dollars, compared to the same

period of the previous year. The most outstanding destinations were United States, Japan, Germany and Spain.

- Sales of propolis and queen bees abroad, measured in dollars, have grown for two consecutive years.
- The main destinations for propolis were Italy, Germany and Spain, while living bees were shipped mainly to France, Libya, Italy, Germany and Lebanon.

#### Potential

- Argentine apiculture is today one of the main actors in the world market as it counts with many comparative and competitive advantages.
- Some of them are important flower offer, variety of climates for production, vast uncontaminated fields where the native flora prospers, good quality of honey and beehive products.
- In addition, it counts with a traceability system considered to be a model in its type,

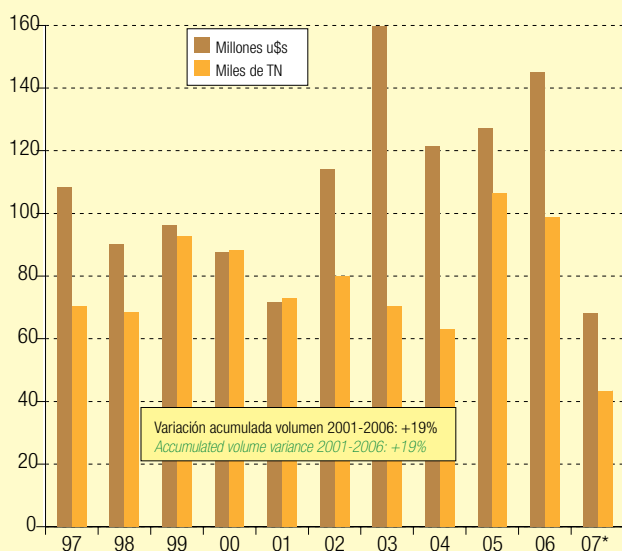


naciones africanas o de América.

- En el aspecto de la producción resulta conveniente encarar la regionalización de nuestras mieles, a fin de obtener los mejores productos característicos de cada zona, abriendo así nuevas posibilidades a la oferta de mieles diferenciadas que pueden permitir excelentes resultados comerciales en los mercados interno y externo.

### Evolución de la exportación de miel en volumen y valor

*Evolution of exports of honey confections in Tons and US\$*



\* Acumulado de Enero a Junio del 2007

Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la Aduana.

Source: Food Industry Administration based on data from Customs.

### Fuentes consultadas

Aduana - FAO - SENASA - RENAPA - Empresas del sector

acknowledged by the main buyers.

- The high concentration of shipments to countries within the European Union should not close the possibility of exploring new markets for the Argentine honey, particularly when countries that may be potential destinations for our exports are emerging, such as Morocco, Algeria, Tunisia, Egypt, Libya and other African and American countries.
- Regarding production, it is convenient to implement a regionalization of our honeys in order to obtain the best typical products of each region, thus opening new possibilities for the offer of differentiated honeys that would enable excellent commercial results in the domestic as well as in the foreign market.

Ing. Agr. Erica Maggi

Dirección de Industria Alimentaria

Food Industry Administration

# Carnes de liebre y de conejo

## Hare and rabbit meats



Non traditional products may be defined as those where production and sales abroad are related to taking comparative advantages that increased their competitiveness and offered the possibility of establishing and strengthening niches in international markets, as in the case of hare and rabbit meats. Some non traditional export products have been able to modify the exportation structure of their countries of origin while in other cases those changes have been hardly perceptible (CEPAL, 2000).

Los productos no tradicionales pueden ser definidos como aquellos cuya producción y venta externa se relacionan con el aprovechamiento de ventajas comparativas que elevaron su competitividad y permitieron establecer y fortalecer nichos en mercados internacionales, como sucede con la carne de liebre y la carne de conejo. Algunos productos de exportación no tradicional, han logrado modificar la estructura exportadora de los respectivos países, mientras que en otros casos esos cambios han sido apenas perceptibles (CEPAL, 2000).

## Producción

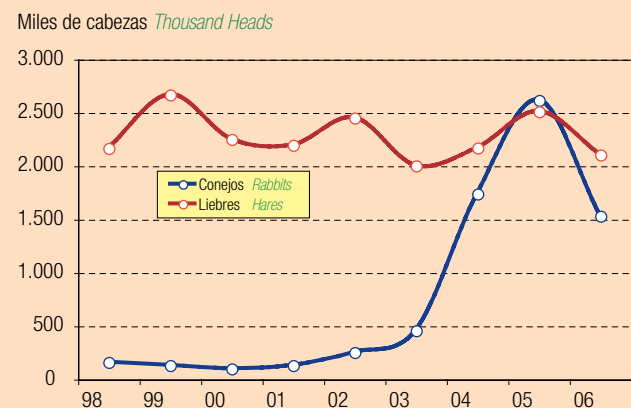
- Durante los últimos años, los registros de faena de la carne de conejo variaron sustancialmente, en función de las condiciones económicas del país. Pueden así identificarse tres situaciones claramente marcadas: un escenario predevaluación, otro postdevaluación y por último, la actualidad.
- **Escenario predevaluación.** El tipo de cambio “1 dólar = 1 peso”, no resultaba favorable para la exportación, y el consumo interno de carne de conejo era muy bajo, la faena se mantenía en torno de 130 mil cabezas, en promedio.
- **Escenario postdevaluación (2002-2004).** La nueva paridad cambiaria instaurada a partir del año 2002 generó nuevas oportunidades de negocio para las carnes alternativas. Además, China -hasta entonces el principal proveedor de carne de conejo de Europa-, debió retirarse del mercado europeo por problemas sanitarios. De exportar un total de 33 mil toneladas de carne de conejo en 2001 pasó a 9 mil en 2002 (FAOSTAT, 2007).
- **Actualidad(2005-2007).** La prohibición europea al ingreso de carne china de conejo fue levantada paulatinamente,

y el reingreso de China como abastecedor de grandes volúmenes y bajos precios provocó una importante merma en la producción argentina de esta carne, cuya permanencia en el mercado se halla fuertemente asociada a su excelente calidad.

- En 2006 la faena total fue de 1.531.753 cabezas lo que generó una oferta de 2298 toneladas de carne, volumen 12% inferior al registrado en 2004.
- El procesamiento fue realizado por 12 frigoríficos habilitados por el SENASA, distribuidos en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Chubut.

## Evolución de la faena de conejos y liebres 1998 - 2006

*Evolution of Rabbit and Hare Slaughter*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del SENASA.  
Source: National Food Administration based on data from SENASA.

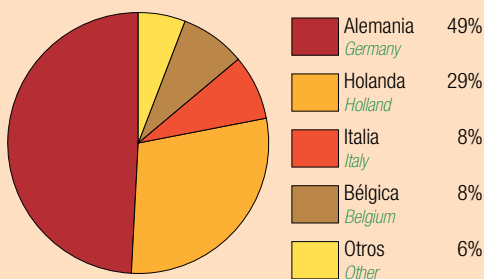
- En el caso de la carne de liebre, el procesamiento de esta especie se ha mantenido estable con una tendencia levemente decreciente a través de los años
- En 2006 los 12 frigoríficos habilitados para exportación, ubicados en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe,

### Production

- In recent years, rabbit slaughter varied substantially according to the economic situation of the country. Therefore, three clearly defined situations can be identified: a pre-devaluation scene, another post-devaluation and finally, the present one.
- Pre-devaluation scene. The “1 dollar = 1 Peso” exchange rate was not favorable for exports, and as the local consumption of rabbit meat is very low, the slaughter remained in around 130 thousand heads in the average.
- Post-devaluation scene (2002-2004). The new exchange rate established as from 2002 generated new business opportunities for alternative meats. In addition, China –the main supplier of rabbit meat to Europe until that moment- was forced to retire from the European market due to sanitary problems. From total rabbit meat exports of 33,000 tons in 2001, China passed to 9,000 in 2002 (FAOSTAT, 2007).

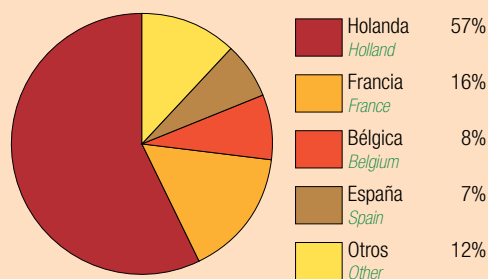
- Present situation (2005-2007). The European prohibition of rabbit meat imports from China was gradually lifted and China returned as great volume and low prices supplier. This caused an important reduction in the Argentine production of this meat. The permanence of this meat in the market is strongly associated with its excellent quality.
- In 2006, total slaughter was 1,531,753 heads. This generated an offer of 2,298 tons of meat, a 12% lower volume compared to 2004.
- Rabbit meat processing was carried out by 12 processing plants authorized by the SENASA, distributed in the provinces of Buenos Aires, Córdoba and Chubut..
- Processing of hare meat has remained stable with a slightly decreasing trend throughout the years.
- In 2006, the 12 processing plants authorized to export (located in the provinces of

### Destino de la carne de liebre 2006 en toneladas 2006 Destination of Hare Meat in Tons



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del SENASA.  
Source: National Food Administration based on data from SENASA.

### Destino de la carne de conejo 2006 en toneladas 2006 Destination of Rabbit Meat in Tons



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos del SENASA.  
Source: National Food Administration on the basis of data of SENASA.

Chubut, Córdoba y Santa Cruz, faenaron un total de 2.106.011 liebres.

- La oferta de esta carne tiene como rasgo su estacionalidad, puesto que se halla ligada a la época de caza comercial, que se realiza entre los meses de mayo, junio, julio y agosto, según la provincia.
- Tanto la producción de carne de conejo como la de carne de liebre, son actividades netamente exportadoras, ya que sólo registran cierto nivel de consumo las regiones donde se lleva a cabo la actividad.

### Exportaciones

- Durante 2006, las exportaciones de estas carnes generaron una entrada de divisas de 22.185.000 dólares, correspondiendo a la carne de liebre el 68% de este valor.
- En el primer semestre de 2007 se exportaron 1389 toneladas de carne de liebre y conejo, por valor de 5.660.000 dólares. A la carne de liebre correspondieron 866 toneladas, pero como la temporada de caza recién se inicia, ese volumen

se incrementará notoriamente en los próximos meses.

- Los principales destinos de ambas carnes se hallan en Europa, donde existe una mayor tradición de consumo.
- Alemania, Italia, Holanda y Bélgica concentran más del 90% del volumen exportado de carne de liebre, mientras que para el caso de la carne de conejo se suman a los anteriores Francia y España como principales destinos.

Cuando se analiza este tipo de productos es indispensable considerar el comportamiento y la dinámica del mercado externo, particularmente del europeo. El escaso conocimiento de las características de estas carnes y su forma de preparación para el consumo, sumado a una asociación directa de estas especies con mascotas, hacen que la demanda interna sea muy baja en comparación con la de otros países.

Fuentes consultadas:

CEPAL – IICA – FAO - SENASA

Buenos Aires, Santa Fe, Chubut, Córdoba and Santa Cruz), slaughtered a total of 2,106,011 hares.

- The offer of this meat is seasonal as it is related to the commercial hunting season that generally lasts from May to August, depending on the province where it takes place.
- The production of rabbit and hare meats are clearly exporting activities as these meats register only a low consumption level in the regions where the activity takes place.

### Exports

- In 2006 exports of these meats generated a hard currency income of 22,185,000 dollars. Sixty eight percent of this amount corresponded to hare meat.
- In the first half of 2007, 1389 tons of hare and rabbit meat were exported, for a

value of 5,600,000 dollars. Only 866 tons corresponded to hare meat, but this volume will increase significantly in the next months, as the hunting season has just begun.

- The main destinations of both meats are in Europe, where there is a higher consumption tradition.
- Germany, Italy, Holland and Belgium concentrate more than 90% of the volume of hare meat exported, while the main destinations of rabbit meat exports are France and Spain in addition to the above mentioned countries.

When analyzing this type of product, it is essential to take into account the behavior and dynamics of the foreign market, particularly the European one. The insufficient knowledge on the characteristics of these meats and their preparation for consumption, together with the direct association of these species with pets, cause local demand to be very low compared to that in other countries.

Argentina produce dos de las infusiones más demandadas por su mercado interno: el té y la yerba mate. Ambas poseen elevada presencia en los hogares, y son consumidas a toda hora del día. Por otro lado ambas comparten la zona de producción: Misiones y el noreste de Corrientes.

# Té y yerba mate

## *Tea and yerba mate*



**Ing. Agr. Patricia A. Parra**  
*Dirección de Industria Alimentaria*  
*Food Industry Administration*



Argentina produces two of the most demanded infusions in the local market: Tea and *yerba mate* (mate tea). Both are present in the majority of Argentine homes and are consumed at any time of the day. On the other hand, both share the same production area: Misiones and the northeast of Corrientes.



El té (*Camellia sinensis*) es una especie originaria de Oriente que en la actualidad se cultiva y consume en los cinco continentes. A partir de la misma materia prima (brotes y hojas de la citada especie) se obtienen diversos productos finales, según método de industrialización, variedades botánicas, tecnologías de cultivo, época y tipo de cosecha. Los tipos de té más conocidos son el té negro, el té verde, el té rojo y el té blanco.

Es importante señalar que la región tealera argentina, es la más austral del mundo y produce mayormente té negro. El destino principal de la producción nacional es la exportación y Argentina se consolida año tras año como país productor y exportador de té.

La yerba mate (*Ilex paraguariensis Saint Hilaire*) es nativa de las regiones subtropicales de Argentina, Brasil y Paraguay, y su área de distribución natural se halla restringida a estos países. Su consumo tiene diversas modalidades: en Argentina la forma más tradicional consiste en colocar yerba mate en un recipiente específico, echarle agua caliente y succionar la infusión mediante una bombilla. En épocas de altas temperaturas el agua agregada puede ser fría. También puede beberse en taza, en cuyo caso la infusión se prepara de forma similar al té.

Este producto, de arraigada tradición de consumo en la Argentina y los países limítrofes, tiene una enorme potencialidad para acrecentar su inserción en el mercado mundial de las infusiones.

The tea plant (*Camellia sinensis*) is a species originated in the East that, at present, is cultivated and consumed in the five continents. With the same raw material (shoots and leaves of the above mentioned species) diverse final products are obtained, according to the method of industrialization, botanic variety, growing technologies, season, or crop type. The best known tea varieties are black tea, green tea, red tea and white tea.

It is important to point out that the region where Argentine tea is grown is the farthest south in the world, and produces mainly black tea. The principal destination of the country's production is the export market, and year after year, Argentina is gaining importance as tea producing and exporting country.

The yerba mate (*Ilex paraguariensis Saint Hilaire*) originated in the subtropical regions of Argentina, Brazil and Paraguay, and its natural distribution area is restricted to those countries. It is consumed in various ways: in Argentina the most traditional form consists in placing the yerba mate in a specific container, pour hot water on it and suck the infusion by means of a special tube. When the weather is hot the water used

## TÉ

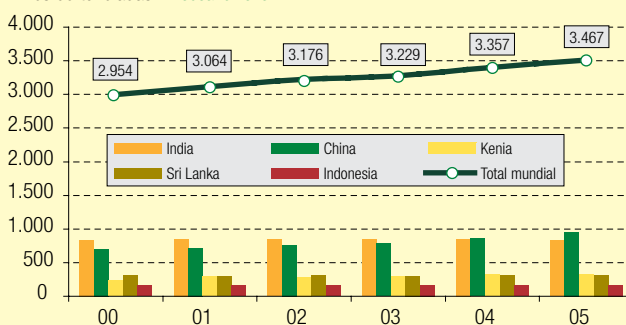
### Producción

- El cultivo del té se lleva a cabo en los cinco continentes, y cada zona origina un producto con cualidades diferenciales tanto por las condiciones agroecológicas como por sus técnicas de cultivo e industrialización.
- La producción mundial de té muestra tendencia positiva: entre los años 2000 y 2005 registró un crecimiento en volumen del 17%. Esto se vincula a las cosechas récord obtenidas en China, Vietnam, Sri Lanka y Kenia durante el año 2005.

### Producción mundial de té en volumen

World Production of Tea

Miles de toneladas Thousand Tons



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la FAO.

Source: Food Industry Administration based on data from FAO.

- Considerando el contexto mundial, más de la mitad del volumen de té producido lo aportan India y China.

may be cold. The mate tea may be drunk also from a cup, in which case the beverage is prepared in a way similar to tea.

This product forms part of a deep-rooted tradition in Argentina and neighboring countries, and has an enormous potential for increasing its insertion in the world market.

### TEA

Production

- Tea growing takes place in the five continents, and each zone originates a product with differential qualities as a result of special agro-ecological conditions, farming techniques and industrialization.
- World production of tea shows a positive trend: from 2000 to 2005, it registered a 17% volume growth. This is related to record crops in China, Vietnam, Sri Lanka and Kenya in 2005.
- Considering the world context, more than half of total tea production volume is

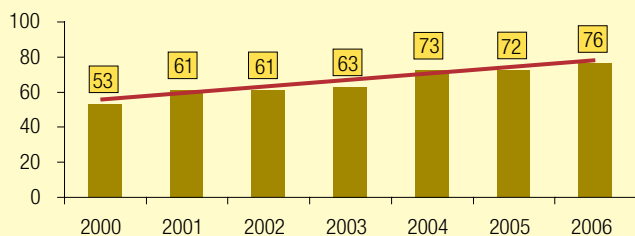
Entre 2000 y 2004, India obtuvo en promedio el 27% del volumen global, seguido por China, nación que produjo en promedio 24%. Durante 2005 el país asiático se posicionó como el mayor productor mundial, aportando el 28% del total, secundado por India con el 24%.

- Argentina acompaña la tendencia mundial superado la magnitud de crecimiento global, con incrementos del 44% en el volumen producido entre los años 2000 y 2006.

### Producción argentina de té en volumen

Tea Production in Argentina in Volume

Miles de toneladas Thousand Tons



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de la COPROTÉ.

Source: Food Industry Administration based on data from COPROTÉ.

- El crecimiento en el volumen de producción nacional responde a las mejoras tecnológicas registradas tales como: ajustes en las fertilizaciones y técnicas de cosecha, así como a la incorporación de plantaciones de origen clonal de alta productividad y elevada calidad de producto.
- Argentina dedica alrededor de 40 mil hectáreas a este cultivo industrial, encontrándose el 95% del área nacional en la provincia de Misiones y el resto en Corrientes.
- Es importante señalar que el té argentino se destaca por las cualidades de color que aporta a los distintos blends y

por otorgar una infusión translúcida.

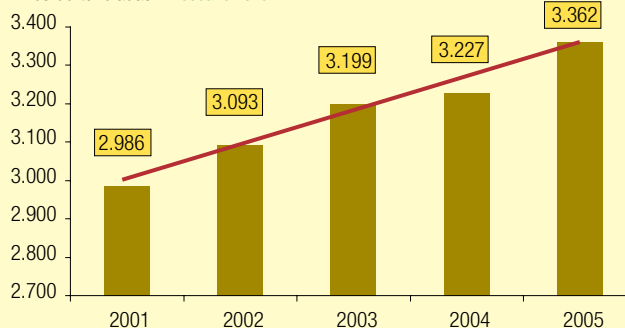
### Consumo

- De acuerdo a datos del Grupo Intergubernamental sobre el Té - FAO, el consumo global de té presenta tendencia positiva, puesto que registró un incremento del 13% entre 2001 y 2005. Durante este último año el consumo mundial ascendió a 3,36 millones de toneladas.

### Consumo mundial de té en volumen

World Consumption of Tea in Volume

Miles de toneladas Thousand Tons



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos del Grupo Intergubernamental sobre el té, FAO.

Source: Food Industry Administration based on data from the Intergovernmental Group on Tea, FAO.

- La India se mantiene como mayor consumidor de té del mundo. En 2005, consumió 757.000 toneladas, lo que representa el 22,5% del total mundial. Fue secundada por China (20,1%) y en tercer lugar su ubicó la Federación Rusa (5,4 %). Les siguen Japón con 4,5 %, Pakistán con 4%, el Reino Unido con 3,8 y EE.UU (principal destino

contributed by India and China. From 2000 to 2004, India obtained an average of 27% of global volume, followed by China which produced 24% in the average. In 2005 this Asian country became the biggest world producer, contributing 28% to total production, followed by India with 24%.

- Argentina has been following the world trend and has exceeded global growth registering a 44% increase in production volume in the period 2000 - 2006.
- Volume growth in local production is the result of technological improvements such as: adjustments in fertilization and harvesting techniques, and incorporation of clone plantations with high productivity and product quality.
- Argentina dedicates around 40,000 hectares to this industrial crop. Ninety five percent of the country's production area is located in the province of Misiones and the rest in Corrientes.
- It is important to point out that Argentine tea stands out due to the color qualities it contributes to the different blends, and because it produces a translucent infusion that may be drunk either cold or hot.

### Consumption

- According to data provided by the Intergovernmental Group on Tea – FAO, global tea consumption presents a positive trend, as it registered a 13% increase in the period 2001 - 2005. In this last year world consumption increased to 3.36 million tons.
- India maintains its position as world biggest tea consumer. In 2005, it consumed 757,000 tons, which represents 22.5% of world total. It was followed by China (20.1%) and by the Russian Federation (5.4%) in the third place. Then follow Japan 4.5%, Pakistan 4%, United Kingdom 3.8% and the United States (main destination of the Argentine tea) 3%.
- Considering variances registered in the biggest world consumers (India, China and Russian Federation), growth rates of 13%, 36% and 15% respectively can be observed in the period 2001-2005.
- The magnitude of local demand is far from figures registered in top world consumers. In our country, the estimated average consumption from 2000 to 2006 was 3,174 tons, with a 6% increase in 2005 and 2006.

del té argentino) con 3%.

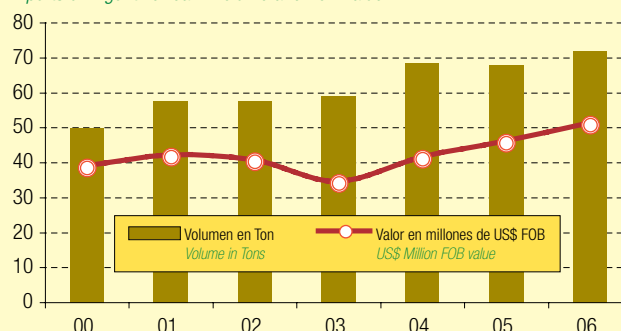
- Considerando la variación registrada en los mayores consumidores mundiales (India, China y Federación Rusa), para el período 2001-2005, se observa un crecimiento de 13%, 36% y 16% respectivamente.
- Las magnitudes de la demanda nacional distan mucho de los valores que se registran en los mayores consumidores mundiales. En nuestro país, el consumo estimado ha promediado entre los años 2000 y 2006 las 3.714 toneladas, con un incremento del 6% en 2005 y 2006.

## Exportaciones

- El volumen del comercio mundial de té aumentó levemente en 2005, ya que las exportaciones globales totalizaron 1,53 millones de toneladas en 2005 frente a 1,52 millones de toneladas en 2004. En 2005 aumentaron los envíos de todos los principales exportadores, con excepción de la India, según datos del Grupo Intergubernamental sobre el Té, FAO y Kenya continuó siendo el principal exportador en 2005, sobrepasando las exportaciones de Sri Lanka por segundo año consecutivo.
- En Argentina el té es la infusión que se exporta en mayor proporción, considerando conjuntamente al té, la yerba mate y el café. Durante 2006 el té participó con el 70,5% del volumen y el 65,9% del valor total transado. Al mismo tiempo, nuestro país vende a mercados externos alrededor del 90% de su producción de té, destacándose como destinos predominante Estados Unidos y Chile.
- Las exportaciones de té nacionales se han incrementado

## Exportaciones de té argentino en volumen y valor

*Exports of Argentine Tea in Volume and FOB value*



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la ADUANA y de la AFIP.

Source: Food Industry Administration based on data from Customs y AFIP.

un 44% en volumen, partiendo de 50.072 toneladas en el año 2000 hasta alcanzar 71.987 ton. en 2006. Estas transacciones también han generado incrementos en los ingresos de 32% para el mismo período, obteniéndose por el total de las ventas externas de té 30,5 millones de dólares en 2000 y de 50,7 millones de dólares en 2006.

- La composición de las exportaciones de té argentino incluye sólo un 1% promedio de té verde, el resto es té negro, producto que se vende en mayor proporción en envases de contenido superior a los 3 kilogramos.
- Durante el primer semestre del año 2007 se vendieron a mercados externos 38.898 toneladas de té, las cuales generaron un ingreso de 29,5 millones de US\$ FOB.

## Importaciones

- Las importaciones mundiales de té aumentaron un 1,9

### Exports

- There was a slight increase in the tea business volume worldwide in 2005, as global exports reached 1.53 million tons in that year compared to 1.52 million tons in 2004. In 2005, shipments from all major exporters increased, except for India, according to data from the Intergovernmental Group on Tea, FAO. Information from the same source indicates that Kenya continued to be the main exporter in 2005, exceeding the exports of Sri Lanka for two consecutive years.
- In Argentina, tea is the most exported infusion, considering tea, yerba mate and coffee. In 2006 tea had a share of 70.5% in volume and of 65.9% in total sales dollars. At the same time, our country sells around 90% of its tea production to foreign markets, where the United States and Chile stand out as predominant destinations.
- Domestic tea exports have increased 44% in volume, starting with 50,072 tons in 2000 to reach 71,987 tons in 2006. These transactions have also generated a 32% income increase in the same period. Total tea sales abroad amounted to 30.5

million dollars in 2000 and to 50.7 million dollars in 2006.

- Argentine tea exports include only an average of 1% of green tea, and the rest corresponds to black tea that is mainly sold in containers of more than 3 kilograms.

### Imports

- World imports of tea increased 1.9% in 2005 compared to the previous year, reaching 1.39 million tons. This trend reflected import increases in the Russian Federation and in Pakistan, Libya and Sudan. United States imports, main market for Argentine tea, also registered an increase.
- In Argentina, tea imports are notably lower than exports, in volume as well as in dollars, which indicates our country is a net exporter. Average volume for the period 2000 – 2006 reached 326.3 tons and the volume acquired from foreign markets in the last year under analysis amounted only to 319 tons.
- Average values paid in the seven years being analyzed amounted to 1.03 million

% en 2005, respecto del año anterior, totalizando así 1,39 millones de toneladas. Esta tendencia reflejó los aumentos de las importaciones de la Federación Rusa y de Pakistán, Libia y Sudán. Las importaciones de Estados Unidos, principal mercado de colocación del té argentino, registraron crecimiento.

- En Argentina, las importaciones de té son marcadamente menores a las exportaciones tanto en volumen como en valor, lo que ubica a nuestro país como neto exportador. El volumen promedio del período 2000 – 2006 alcanzó las 326,3 toneladas, y el volumen comprado a mercados externos en el último año bajo análisis fue de 319 toneladas.
- Los valores pagados promediaron en los siete años analizados 1,03 millones de dólares CIF.
- Los países de origen de las importaciones argentinas de té más destacados son: Brasil, China, Kenia, Sri Lanka y Reino Unido. Durante 2006 el limítrofe Brasil aportó el 37,6% del volumen de té total comprado por Argentina, secundado por China (29,4%) y seguido por Sri Lanka (19,2%), Chile (5%) y Reino Unido (4,1%). Sin embargo, la nación británica fue la que se llevó la mayor proporción del valor total de importación de nuestro país: 24,1%. A Sri Lanka le correspondió el 19,9% y a Brasil el 16,9%.

## YERBA MATE

### Producción

- La yerba mate es un producto de fuerte consumo

U\$S CIF.

- The most outstanding origins of Argentine tea imports are: Brazil, China, Kenya, Sri Lanka and United Kingdom. In 2006 Brazil contributed 37% of the total volume of tea purchased by Argentina, followed by China (29.4%), Sri Lanka (19.2%), Chile (5%) and United Kingdom (4.1%). However, the British nation concentrated the biggest part of our country's total imports in dollars: 24.1%. Sri Lanka received 19.9% and Brazil 16.9%.

### YERBA MATE

#### Production

- The yerba mate is a highly consumed product in Argentina, as its consumption constitutes a deep-rooted tradition, and is therefore present in most Argentine homes. It is cultivated for business purposes in only three countries: Argentina, Brazil and Paraguay, in coincidence with its natural dissemination area. Our

doméstico, elevada presencia en los hogares y arraigada tradición de consumo. Se cultiva con fines económicos en sólo tres países; Argentina, Brasil y Paraguay, en coincidencia con su área de dispersión natural. Nuestro país es el mayor productor y exportador mundial.

- De acuerdo a información suministrada por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), la producción de hoja verde –materia prima de la yerba mate- ha registrado una reducción de 7% entre los años 2005 y 2006 (738.707,7 y 684.656,2 toneladas, respectivamente).
- Por otro lado, la cantidad de yerba mate lista para su distribución en el mercado interno también ha mostrado retracción. Durante 2005 se registraron 238.881,5 toneladas, mientras que en 2006 este guarismo descendió a 225.044,9 toneladas (-5,8%).

### Exportaciones

- En virtud del elevado consumo del mercado doméstico, las exportaciones nacionales de yerba mate representan entre 10 y 15% de la producción total nacional.
- Sin embargo, el promedio de ingresos generados por las ventas a mercados externos en el período 2000 – 2006 ha sido de 21,5 millones de dólares FOB.
- Entre los años 2003 y 2004 se ha registrado retracción en los volúmenes colocados. No obstante, entre los dos siguientes, 2005 y 2006, se observa una recuperación del 3% (28.575 y 29.408 toneladas respectivamente).
- Respecto de los ingresos totales, entre los años 2003 y 2006 se observa un incremento del 31%.

country is the biggest world producer and exporter.

- According to information provided by the Yerba Mate National Institute (INYM in Spanish), the production of green leaves –raw material from the yerba mate- has registered an 7% reduction from 2005 to 2006 (738,707.7 and 684,656.2 tons respectively).
- On the other hand, the amount of yerba mate ready for distribution in the local market has also shown a retraction trend. In 2005, production reached 238,881.5 tons, while in 2006 this figure decreased to 225,044.9 tons (-5.8%).

#### Exports

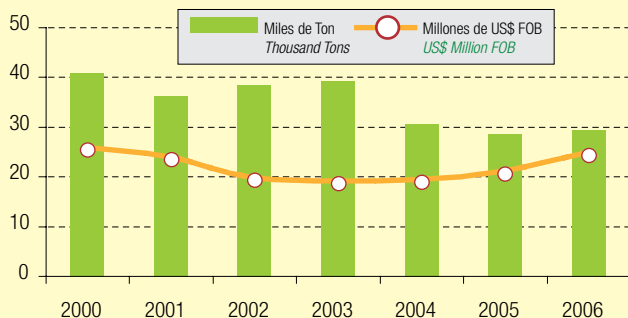
- By virtue of the high consumption registered in the domestic market, Argentine exports of yerba mate represent only 10 to 15% of the country's total production.
- However, the average income generated by sales to foreign markets, in the period 2000 – 2006, amounted to 21.5 million dollars FOB.
- In the period 2003 - 2004 there was a retraction in sold volumes. However, in



- Siria se posiciona como el principal mercado destino en los años analizados, salvo durante 2001, cuando Brasil fue el mayor mercado de colocación de yerba mate argentina. Desde 2002 la participación en volumen de Siria se incrementó, de un 42% a casi un 59%.

### Exportaciones de yerba mate argentina en volumen y valor 2000-2006

Exports of Argentine yerba mate in Volume and value 2000-2006



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la DGA y AFIP.  
Source: Food Industry Administration based on data from DGA and AFIP.

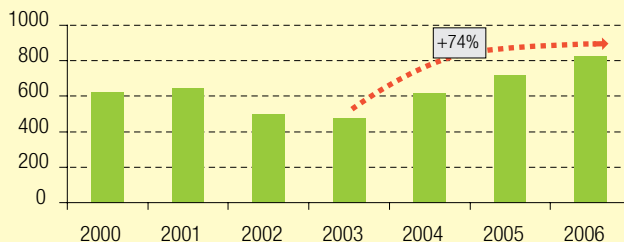
- Chile se mantiene como segundo mercado de exportación, e incrementa su participación en forma sostenida desde 2003. Entre los años 2005 y 2006 las ventas a este país crecieron tanto en volumen como en valor. Brasil también muestra aumento en su participación cuando se comparan los años 2005 y 2006.
- Entre 2000 y 2003 los precios promedio recibidos por las exportaciones de yerba mate tuvieron una tendencia negativa, que luego dió señales de cambio. El precio promedio de exportación creció 74% entre 2003 y 2006, en que pasaron de 474 US\$ FOB/ton a 825 US\$ FOB/ton.

Cabe destacar que en este período, el precio promedio de exportación pagado por Siria aumentó 51% (555,1 US\$ FOB/ton en 2003 y 840,9 US\$ FOB/ton en 2006).

- Durante el primer semestre del año 2007 se exportaron 14.601,5 toneladas de yerba mate por un valor total de 12,4 millones de US\$ FOB, lo que significó un incremento del 13,6% en volumen y del 14,2% en valor, respecto de igual período del años anterior.

### Precio promedio de exportación en dólares FOB/tonelada 2000-2006

Average Export price in US\$ FOB/Ton



Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la DGA y AFIP.  
Source: Food Industry Administration based on data from DGA and AFIP.

### Importaciones

- Las importaciones de yerba mate son de escasa significación relativa respecto de los volúmenes exportados. En el año 2000 se adquirieron 858 toneladas, cifra que representó el mayor volumen del período considerado (2000 – 2006). Luego las cantidades decrecieron hasta el año 2003 (62 toneladas) para luego registrar incrementos en los tres años siguientes: 83, 120 y 280 toneladas.
- Los valores pagados promediaron durante el período 2000-2006 los 320.134 US\$ CIF, valor que fue superado en

2005 and 2006 there was a 3% recovery (28,575 and 29,408 tons respectively).

- Relative to total income, as a result of that business flow, in the period 2003 – 2006 there was an increase of 31%.
- Siria was positioned as the main destination market in the years under analysis, except in 2001, when Brazil was the principal foreign market for the Argentine yerba mate. Since 2002 Siria's volume share increased from 42% to almost 59%.
- Chile maintains its position as second export market, and has increased its share in a sustained way since 2003. From 2005 to 2006 sales to this country increased measured in volume as well as in dollars. Brazil also showed a share increase in 2006 compared to 2005.
- In the period 2000 – 2003 average yerba mate export prices followed a negative trend. Later on, this trend was reverted. The average export price increased 74% in the period 2003 - 2006, from 474 US\$ FOB/ton to 825 US\$ FOB/ton. It must be pointed out that in this period, the average export price paid by Siria increased

51% (555.1 US\$ FOB/ton in 2003 and 840.9 US\$ FOB/ton in 2006).

#### Imports

- Yerba mate imports are insignificant compared to export volumes. In 2000 imports amounted to 858 tons, this representing the biggest volume in the period under analysis (2000 – 2006). Amounts continued to decrease until 2003 (62 tons), but in the three following years there were increases of 83, 120 and 280 tons.
- Amounts paid in the period 2000 – 2006 reached 320,134 US\$ CIF in the average. This sum was exceeded in 2006 when 432,631 US\$ CIF were paid in total for the 280 tons of yerba mate imported.
- Brazil, Uruguay and Paraguay have been the origin of Argentine imports, but small amounts were also purchased from Siria and Germany. Brazil has been the most important supplier of yerba mate, followed by Uruguay, except in 2003 when the latter was the only supplier of the total volume imported.

2006, cuando se pagaron en forma global 432.631 dólares CIF por las 280 toneladas de yerba mate importadas.

- Los orígenes de las importaciones han sido Brasil, Uruguay y Paraguay, aunque también se registraron pequeñas compras a Siria y Alemania. Brasil ha sido el proveedor de yerba mate más relevante, secundado por Uruguay, salvo en el año 2003, cuando este último proveyó la totalidad de las importaciones.

## Perspectivas

El sector de las infusiones en conjunto presenta perspectivas

favorables. En primer término, el elevado dinamismo mostrado por la producción, el consumo y los flujos comerciales del té a nivel mundial, brindan un escenario propicio para afianzar a nuestro país como productor y exportador de té.

Por otro lado, el sector yerbatero nacional se encuentra trabajando para consolidar su liderazgo mundial de productor y exportador de este producto tan tradicional en Argentina, a través de la promoción del consumo, a nivel nacional e internacional, y la búsqueda de una firme inserción en nuevos mercados.

### Prospects

The infusion industry sector as a whole presents favorable prospects.

In the first place, the high dynamism shown by tea production, consumption and business flow at world level offers a favorable scenario to strengthen the role of our country as tea producer and exporter.

On the other hand, the Argentine yerba mate sector is striving to consolidate its world leadership as producer and exporter of this product so traditional in Argentina, through the promotion of its consumption, at national and international level, and the search for a firm insertion in new markets.

## Objetivos y acciones de la Dirección Nacional de Alimentos

La Dirección Nacional de Alimentos impulsa el posicionamiento de los alimentos argentinos promoviendo la calidad y la respuesta a los requerimientos de los mercados. Sus acciones procuran consolidar la sinergia público – privada y el desarrollo de las economías regionales.

A fin de cumplir esas metas se trabaja para:

- Mejorar la capacidad de gestión empresarial
- Armonizar y actualizar normas
- Generar mayor valor agregado
- La vinculación con los actores del sector y el desarrollo de información
- Mejorar el posicionamiento de la industria alimentaria
- Difundir y comunicar las acciones, informes y herramientas de la Dirección Nacional.

Acciones que se llevan adelante:

- Foros de competitividad. Se coordinan los foros Apícola, Hortícola, Aromático, Olivícola, Orgánico y de Frutas finas.

- Capacitación. Se realizan cursos vinculados con gestión de la calidad, los instrumentos de diferenciación y la educación alimentaria.
- Asistencia para la implementación de sistemas de gestión de la calidad acordes con las necesidades de cada producción. Esta tarea se realiza con grupos de productores a través del Programa de Calidad de los Alimentos.
- Información. La actualización permanente del sitio web [www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar); la elaboración de coyuntura mensuales para 12 cadenas alimentarias; la edición de la revista Alimentos Argentinos y la coordinación de Foros virtuales son algunos de los instrumentos informativos que la Dirección de Alimentos pone a disposición del sector agroalimentario.
- Herramientas de diferenciación. El sello de calidad “Alimentos Argentinos, una elección natural”, las Rutas Alimentarias, las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas y el impulso a la producción orgánica, apuntan a incrementar el valor agregado de la producción alimentaria.

- Articulación con herramientas financieras, a fin de complementar inversiones en mejoras que contribuyan a crear ventajas competitivas.
- Actualización de normas. Trabajo fundamental para acompañar el desarrollo tecnológico y los nuevos requerimientos de los mercados realizado con la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL), el MERCOSUR y el CODEX Alimentarius.
- Distribución de cuotas de exportación. Azúcar a EE.UU.; duraznos en conserva a México; golosinas a Colombia y productos lácteos a Venezuela, Colombia y Ecuador, a fin de incrementar el comercio de alimentos con valor agregado.
- Proyectos especiales. Buscan informar y capacitar a distintos actores de la sociedad sobre educación alimentaria. Se destacan dos que cuentan con la aprobación de la FAO. Uno, para incluir en la currícula de la escuela primaria conceptos de nutrición, cadenas alimentarias, calidad e inocuidad. Otro, dirigido a actualizar las tablas de composición de diferentes alimentos a nivel latinoamericano.

En Argentina, los marcos regulatorios para los alimentos, reglamentan y normalizan los múltiples y variados eslabones de la cadena que liga la producción, la elaboración, almacenaje, transporte, distribución, comercialización y expendio de alimentos hasta el destinatario final: el consumidor. Generales o específicas para productos o grupos de productos, tales normas son obligatorias para todos los que participan en el proceso productivo.

Dentro del sistema normativo e institucional dedicado a preservar la inocuidad y la calidad de los alimentos, son de relevante importancia el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) y la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) que tienen competencias específicas, junto con las Autoridades Sanitarias Provinciales .



**Dr. Juan Manuel Morón**

**Dr. Pablo Morón**

*Dirección de Promoción de la Calidad  
Quality Promotion Administration*

# Alimentos, normas y trámites

## *Food, regulations and procedures*

In Argentina, food regulatory frameworks standardize and regulate the numerous and varied links of the chain that connects production with industrial processing, warehousing, transportation, distribution, marketing and sale of food to reach the final target: the consumer. General or specific for products or groups of products, these rules are obligatory for all participants in the production process.

The SENASA (National Service of Agro-alimentary Health and Quality) and the ANMAT (National Administration of Medicines, Food and Medical Technology) in their specific jurisdictions, together with Provincial Health Authorities<sup>1</sup>, play an important role in the regulatory and institutional system aimed at preserving the harmlessness and quality of food.

Es el propio marco regulatorio el que distribuye, atribuye o reconoce competencias a los diferentes órganos o jurisdicciones para el control y fiscalización de alimentos. Conocerlo permite determinar la jurisdicción ante la cual se debe acudir y por ende quién entiende en lo atinente a registros, habilitaciones, autorizaciones etc. del producto que el elaborador desea volcar al mercado.

Cabe señalar que el Código Alimentario Argentino (Decreto 2126/71), la Ley 18.284 y sus disposiciones reglamentarias son aplicados por las autoridades sanitarias nacionales, provinciales o de la Ciudad de Buenos Aires en su respectiva jurisdicción, y que, sin perjuicio de ello, la autoridad sanitaria nacional puede concurrir para hacer cumplir dichas normas en cualquier parte del país.

Los productos cuya producción, elaboración y/o fraccionamiento son autorizados y verificados de acuerdo al Código Alimentario Argentino (CAA), a la citada ley y a sus disposiciones reglamentarias por la autoridad sanitaria que resulte competente de acuerdo al lugar donde se produzcan, elaboren o fraccionen, pueden, circular, comercializarse y expendirse en todo el territorio de la Nación, sin perjuicio de la verificación de sus condiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial en la jurisdicción de destino.

Los establecimientos elaboradores deben tramitar su habilitación y registrar el producto ante la Autoridad Sanitaria de la jurisdicción donde es producido, elaborado o fraccionado el alimento. Las únicas excepciones derivan de la naturaleza del producto (de origen animal, o de origen vegetal antes de ser transformados) y de su destino, es decir, el mercado interno o la exportación.

Así, en primer lugar es necesario gestionar el Registro Nacional de Establecimiento (RNE). Posteriormente -y por cada producto- debe obtenerse un Registro Nacional de Producto Alimenticio (RNPA).

El Instituto Nacional de Alimentos (INAL) interviene cuando se realizan exportaciones de productos envasados para la venta directa al público. En productos a granel vegetales y de origen cárnico, subproductos y derivados, el trámite corresponde al SENASA.

En el caso particular de los productos elaborados y acondicionados para su venta directa con destino a exportación, se debe cumplir con las normas del Código Alimentario Argentino, o las exigencias del país de destino, siempre que en el rótulo esté claramente identificado ese país, y que su producción, elaboración o fraccionamiento haya sido aprobada por la Autoridad Sanitaria Nacional mediante el registro (RNPA) (Art. 4. Ley 18.284).

It is the regulatory framework in itself that distributes, assigns and acknowledges jurisdictions to different organs or authorities for the control and supervision of food. It is important to know the regulations in order to determine the jurisdiction we must turn to and consequently who is responsible for the registration, authorizations, permits, etc. regarding the product the manufacturer wants to sell in the market.

It must be pointed out that the Argentine Food Code (Decree 2126/71), Law 18284 and its regulations are applied by national, provincial, or Buenos Aires City's health authorities in their respective jurisdictions, but nevertheless, the national health authority may intervene to demand compliance with said rules in any part of the country.

Once production, processing and/or packaging of products have been authorized and verified by the health authority with jurisdiction in the location where they are produced, processed or fractioned, in accordance with the CAA (Argentine Food Code), the above mentioned law and its regulations, products can circulate, be promoted and sold in any part of the country, despite the verification of their hygiene-sanitary and bromatological conditions, and commercial identification at their final destination.

Processing plants must request authorization and register products by the Health Authority corresponding to the jurisdiction where they are produced, processed or packed. The only exceptions are related to the nature of the product (of animal or of vegetal origin, before being processed) and to their destination, i.e. domestic or export markets.

Consequently, in the first place it is necessary to register the establishment by the RNE (National Registry of Establishments). Then, the producer must register each product by the RNPA (National Foodstuff Registry).

The National Food Institute (INAL) intervenes when packed products for direct sale to consumers are exported. The SENASA must intervene when products of animal or vegetal origin, by-products or derivatives are exported in bulk.

In the particular case of exports of products processed and packed for direct sale to consumers, exporters must comply with the rules of the Argentine Food Code or with the requirements of the country of destination, provided that in the label there is a clear identification of that country of destination, and the production, processing and packaging of the products have been approved by the National Health Authority



La autoridad de Control Sanitario puede verificar las condiciones de esos productos hasta el momento del embarque, pudiendo tomar muestras para análisis si lo considera conveniente, y autorizar la salida en forma condicional hasta obtener los resultados. En caso de hallarse alguna infracción comunicará esa circunstancia al órgano de control del país de destino (Art. 4 Anexo II. Dto. 2126/71) conf. Dto. 2092/91.

Todos los manipuladores que intervienen en el proceso productivo, o que puedan entrar en contacto con los alimentos deben contar con la libreta sanitaria que refiere el Art. 21 del Código Alimentario Argentino, cumpliendo con los análisis médicos y con la capacitación obligatoria allí establecida.

En 1997 la Resolución N° 587 del entonces Ministerio de Salud y Acción Social incorporó la Resolución MERCOSUR 80/96 sobre la obligatoriedad de observar las condiciones higiénico-sanitarias y de buenas prácticas de manufactura (BPM) para establecimientos elaboradores / industrializadores de alimentos contenidas en el Cap. II del Decreto 2126/71.

En lo referido al transporte de sustancias alimenticias, el mismo debe ser habilitado por la autoridad sanitaria competente de acuerdo a la naturaleza del producto y el

tránsito (intra provincial o federal), rigiendo a ese respecto las normas contenidas en el Decreto 4238/68 o en el Art. 154 bis del CAA.

Los productos que se ofrecen al consumidor tienen que estar correctamente rotulados, debiéndose observar al respecto las normas generales que establece el capítulo V del Código Alimentario Argentino. Asimismo, desde el 1° de agosto de 2006 es obligatorio el rotulado nutricional para alimentos envasados.

Determinados procesos requieren obligatoriamente que los mismos se realicen con la asistencia de un Director Técnico. Pueden citarse como ejemplos determinados productos lácteos, irradiación (método de conservación de alimentos), establecimientos de aguas, aditivos alimentarios y otros.

**Con el propósito de facilitar la realización de trámites relacionados con establecimientos y con productos de la Industria Alimentaria, la Dirección Nacional de Alimentos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos ha desarrollado diversas Guías. Las mismas pueden ser consultadas en [www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar) o telefónicamente en el (0054 – 11) 4349-2236/2789.**

through the registration by the RNPA (Art. 4, Law 18284).

The Sanitary Control authority may verify the condition of those products until the moment of being loaded on the vessel. The authority may take samples from the products if it deems it convenient, and authorize the departure in a conditional way until test results are obtained.

All handlers involved in the production process or that may become in contact with foodstuff must count with a sanitary document mentioned in Art. 21 of the Argentine Food Code and must comply with the medical exams and the mandatory training therein established.

In 1997, Resolution Nr. 857 from the then so called Ministry of Health and Social Security incorporated MERCOSUR Resolution 80/96 relative to the obligation of manufacturing / processing plants of complying with the hygiene-sanitary conditions and good manufacturing practices (BPM) described in Chapter II of Decree 2126/71.

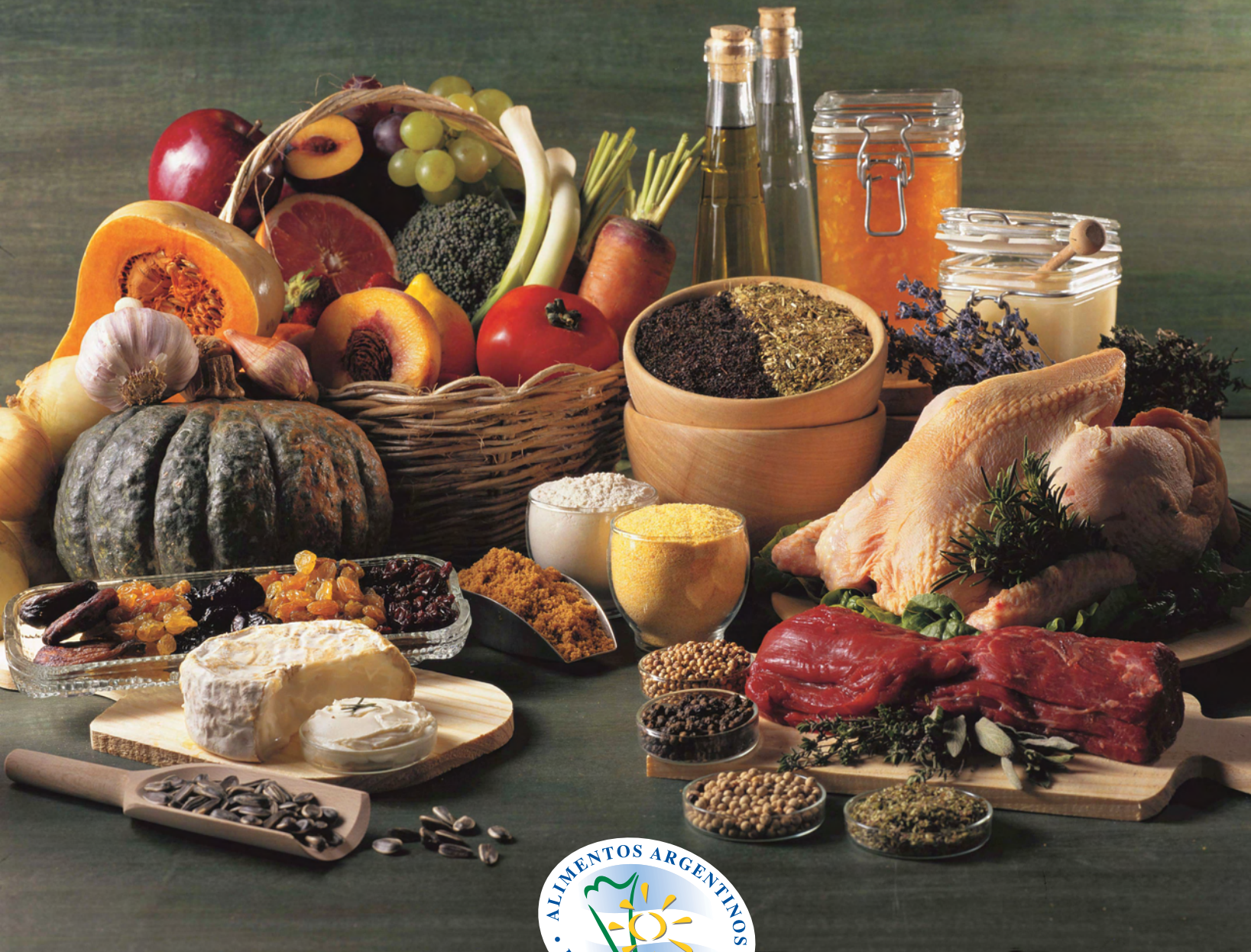
Transportation of foodstuffs must be authorized by the corresponding sanitary authority according to the nature of the product and the transit (intra-provincial or federal), and is governed by rules contained in Decree 4238/68 or in Art. 154 bis from the CAA.

Products offered to consumers must be adequately labeled, complying with the general rules established in Chapter V of the Argentine Food Code. Likewise, as from August 1st, 2006 it is obligatory for packed foodstuffs to include nutritional information in the label.

It is obligatory that certain processes be carried out with the assistance of a Technical Director. This is the case, for example, of certain dairy products, irradiation (method for food preservation), water processing plants, food additives and others.

With the purpose of facilitating procedures related to Food Industry establishments and products, the National Food Administration of the Secretariat for Agriculture, Livestock, Fishing and Food has developed several Guides. They may be consulted at [www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar) or by phone at (0054 – 11) 4349-2236/2789

# LOGRASTE LA CALIDAD MÁXIMA.



## ES MOMENTO DE PONERLE EL SELLO

INICIÁ EL TRÁMITE PARA OBTENER EL SELLO ALIMENTOS ARGENTINOS DE MANERA GRATUITA: **011-4349 2236**



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS

[www.alimentosargentinos.gov.ar/sello](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/sello)

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN  
PRESIDENCIA DE LA NACION

**Argentina**  
un país en serio



Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos  
*Secretary of Agriculture, Livestock, Fishing and Food*  
Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos  
*Undersecretary for Agricultural Policy and Food*  
**Dirección Nacional de Alimentos**  
*National Food Administration*

Paseo Colón 922 - (C1063ACW)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Tel. (54-11) 4349-2253 Fax (54-11) 4349-2097  
alimentos@mecon.gov.ar

[www.sagpya.gov.ar](http://www.sagpya.gov.ar)



**SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS**

**MECON**  
Ministerio de Economía y Producción