

DISTRIBUCIÓN  
GRATUITA



# Alimentos Argentinos

Marzo 2008  
Nº 40



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS



## Tomate industrializado: con toda la salsa

### Cadenas Alimentarias

- Hierbas aromáticas y especias
- Vid y sus productos
- Industrialización del tomate

### Exquisiteces argentinas

Panorama y perspectivas de los productos *gourmet* que elabora y exporta nuestro país.

### Agricultura Familiar

Líneas de acción que se trazan en el MERCOSUR para afirmar y desarrollar la Agricultura Familiar. La búsqueda de mejor calidad en este tipo de producción, y una ilustrativa experiencia en los Valles Calchaquíes.

### Compromiso con la calidad

La capacitación del personal como inversión imprescindible para incrementar la productividad y la rentabilidad.

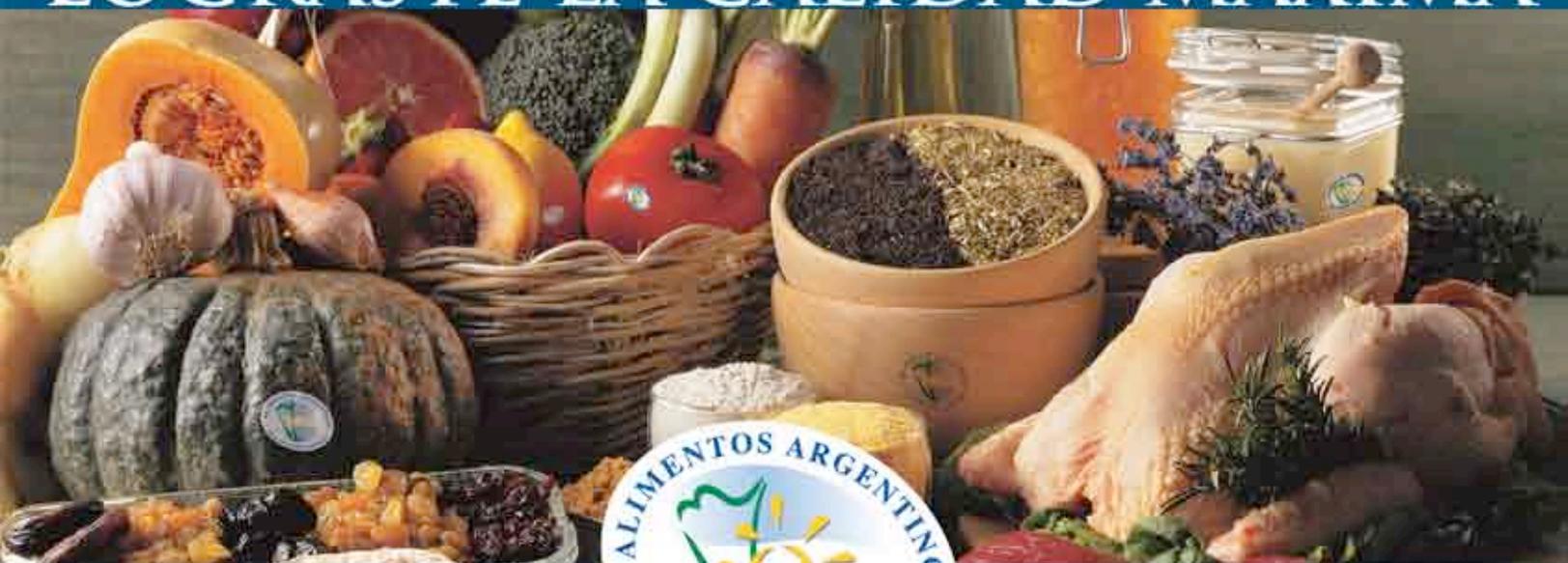
### Compensaciones en el sector agrolimentario

Informe sobre los procedimientos y trámites del régimen de Compensaciones. Efectos logrados y porcentajes actualizados de las sumas otorgadas por sector.

### Abejas, flores, aromas y sabores

Características del análisis sensorial de la miel y su prominente importancia para la caracterización y diferenciación de este producto.

# LOGRASTE LA CALIDAD MÁXIMA



## ES MOMENTO DE PONERLE EL SELLO

El respaldo que te asegura un producto diferenciado aquí y en el mundo

CONSULTANOS AL (011)4349-2236 / 2175

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

# SELLO



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS



Ministerio de Economía y Producción  
PRESIDENCIA DE LA NACION

**Argentina**  
un país en serio



Ing. Agr. Mercedes Nimo  
Directora Nacional de Alimentos

## Información que abre caminos

Hace ya varios años que la industria argentina de alimentos y bebidas crece de manera ininterrumpida. El sector ha diversificado los productos que elabora, y también logró ampliar el número de países que adquieren nuestros alimentos.

Estas tendencias positivas se manifiestan al tiempo que se expande en el mundo una generalizada demanda del público por contar con información sobre los alimentos que adquiere. Así, empieza a tornarse imprescindible avanzar en todo lo relacionado con la difusión de las características de los alimentos argentinos, tomando como destinatario al último eslabón de la cadena: el consumidor.

La necesidad de informar correctamente a los ciudadanos sobre los productos alimenticios que adquieren se observa en mayor medida en las naciones más desarrolladas, pero ya ha comenzado a manifestarse en nuestro país. Es un fenómeno que va acompañado por una creciente conciencia del público sobre la importancia que tienen todos los eslabones de la producción agroalimentaria para la obtención final de un alimento seguro.

Argentina se encuentra desarrollando diversas herramientas informativas diseñadas para que nuestra población reconozca un producto de calidad, y comprenda el significado de conceptos tales como **inocuidad y sanidad, diferenciación, prevención, fiscalización y control**, entre otros de gran relevancia.

En conjunto con otras áreas del Gobierno Nacional, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos trabaja para generar información que permita conocer con mayor nivel de detalle los aspectos intrínsecos de

nuestros alimentos, así como todo lo atinente a su proceso productivo.

Dentro de la Dirección Nacional de Alimentos, éste es uno de los objetivos planteados para el presente año, en paralelo con el desarrollo de instrumentos que permitan diferenciar los productos y contribuir a posicionarlos tanto en el mercado interno como en el externo.

Esta edición de *Alimentos Argentinos* incluye varios artículos que complementan el panorama hasta aquí descripto, y se caracterizan por brindar información destinada tanto al productor primario como al industrializador y distribuidor, hasta llegar al consumidor final. Se puede apreciar que se trabaja de forma orgánica bajo el concepto de cadena alimentaria, avanzando hacia procesos de encadenamientos más complejos, como la formación de conglomerados o *clusters* productivos. Para alcanzar este objetivo, el flujo de información entre los actores es un factor esencial.

Todos sabemos que la Argentina es apreciada como oferente de alimentos de calidad. Afianzar esa imagen, mejorar e incrementar la oferta alimentaria (tanto de materias primas como de productos procesados), agregar valor a nuestra producción, reconocer a nuestros alimentos en el mundo y desarrollar la agroindustria es una tarea que debe encararse en forma mancomunada.

Una manera eficaz de abrir ese camino es difundir mayor y mejor información, incentivando al último eslabón de la cadena para que conozca y reconozca los alimentos argentinos. Ya hemos empezado a recorrerlo.

**Dr. Javier M. de Urquiza**

Secretario de Agricultura,  
Ganadería, Pesca y Alimentos

**Asistentes**

Coordinación: Sra. María Laura Vanacore. Sra. María de los Angeles Mangini; Srta. Virginia Scala; Sr. Angel Gauna.

**Coordinación técnica**

Ing. Agr. Mercedes Nimo  
Gabriel Sunico

**Producción Editorial**

Sr. Luis Grassino

**Arte, diseño y armado**

Eduardo Siutti

**Alimentos Argentinos**

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

**Directora Nacional de Alimentos**

Ing. Agr. Mercedes Nimo

**Dirección de Industria Alimentaria**

Lic. Eduardo Vilar

**Director de Promoción de la Calidad**

Sr. Federico Ocampo

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

Paseo Colón 922 - C1063ACW - Capital Federal

Tel.011 - 4349-2253 - Fax 011 - 4349-2097

alimentos@mecon.gov.ar

© SAGPyA - República Argentina – 2008

www.sagpya.gov.ar/alimentos

ISSN 0328-9168

**Escriben en este número**

Ing. Alim. Juan Manuel Alderete - Ing Zoot. Alejandra Asad - Ing. Agr. Susana Audero - Dr. Jorge Amaya - Lic. Mario Daniel Anastasio - Lic. Natalia Bonvini - Ing. Qca. María Cristina Ciappini - Lic. María José Cavallera - Ing. Alim. Daniel Franco - Ing. Agr. Guillermo González Castro Feijóo - Srta. María Julia Gentile - Ing. Agr. María Alejandra Larre - Lic. Mauricio Ferrari - Lic. Nutr. Elizabeth Kleiman - Ing. Agr. Erika Maggi - Celina Moreno - Lic. Ciro Guillermo Negri - Lic. Alejandra Rocco - Lic. Cristian Ezequiel Torrandell.

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".

Oficina de Prensa SAGPyA: Tel (54-11) 4349-2588/89

prensa1@mecon.gov.ar

**Nuestra portada: Industrialización de tomate**

Las conservas de tomate figuran entre los más importantes productos industrializados que emplean hortalizas. Su participación en la dieta de la población es relevante, condición reforzada por una creciente variedad de presentaciones. La más tradicional es la del tomate en conserva, a la que se han ido sumando los jugos y los concentrados, que a su vez son la base para elaborar purés y salsas que con el agregado de diferentes especias e ingredientes multiplican la oferta de productos diferenciados. Las principales provincias productoras son Mendoza, San Juan, Río Negro y Santiago del Estero, que disponen de áreas con muy buenas condiciones agroecológicas para este cultivo, aunque la primera se destaca nitidamente por los volúmenes producidos y por su concentración de establecimientos procesadores.

Fotografías de tapa: Cámara de la Fruta Industrializada de Mendoza (CAFIM) - ALCO

**4 Compromiso con la calidad**  
La capacitación del personal como inversión imprescindible para incrementar la productividad y la rentabilidad empresarial.

**6 El régimen de compensaciones en el sector agroalimentario**  
Informe sobre los procedimientos y trámites del régimen de compensaciones. Efectos logrados y porcentajes actualizados de las sumas otorgadas por sector.

**9 Quince años de negocios**  
Características y evolución del intercambio de productos agroalimentarios entre Argentina y Brasil desde la conformación del MERCOSUR.

**15 Su Alteza lo garantiza**  
Breve historia de los Sellos Reales y los productos alimenticios que logran ostentarlos como signo de diferenciación y calidad.

## 20 Cadenas Alimentarias

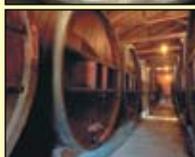
Tomate industrial 20



Hierbas aromáticas y especias 28



Vid y sus productos 31



**32 Exquisiteces argentinas**  
Panorama y perspectivas de los productos *gourmet* que elabora y exporta nuestro país

**35 La dirección estratégica del SENASA**  
Balance de los cambios registrados en el SENASA durante los últimos cuatro años.

**38 Abejas, flores, aromas y sabores**  
Características del análisis sensorial de la miel y su importancia en la caracterización y diferenciación de este producto.

**40 Pensar localmente, actuar globalmente**  
Qué es y cómo trabaja GLOBALGAP, organización internacional que busca desarrollar y verificar las Buenas Prácticas Agrícolas en el mundo.

**44 Abriendo alternativas**  
Características y objetivos del Programa Nacional de Turismo Rural, que apunta a crear una alternativa de diversificación para los productores de todo el país.

**46 Desafíos de un sector estratégico en la producción de alimentos**  
La problemática de la Agricultura Familiar y las líneas de acción que se trazan en el MERCOSUR para afirmarla y desarrollarla.

**49 Experiencias en el cultivo de poroto pallar**  
El mejoramiento de una semilla y su potencial impacto sobre las perspectivas de pequeños productores de los Valles Calchaquíes.

**51 Calidad: oportunidades y retos**  
La búsqueda de mejor calidad en la producción de la Agricultura Familiar.

**53 Un ámbito de políticas regionales**  
Estructura y funcionamiento del Consejo Agropecuario del Sur, herramienta de integración de las políticas agropecuarias del MERCOSUR.

**56 Mieles con sello de Calidad**  
Cómo lograron diferenciar su producto tres empresas apícolas argentinas a través del sello "*Alimentos Argentinos, una elección natural*".

**59 Con un mapa de ruta**  
Panorama de las posibles consecuencias que puede tener el cambio climático en marcha sobre la producción de alimentos.

**62 Más información, mejor alimentación**  
Un trabajo multisectorial y multidisciplinario para informar cabalmente al consumidor sobre el rotulado, la inocuidad y la nutrición de los productos alimenticios.

# Compromiso con la calidad



**Ing. Zoot. Alejandra Asad**

*Dirección de Promoción de la Calidad*

Tradicionalmente estuvo muy extendido en el universo laboral el criterio que consideraba la capacitación como gasto y no como inversión. Ese concepto pierde de vista el hecho de que carecer de personal formado en las tareas que realiza dentro del establecimiento puede afectar directamente la productividad y la rentabilidad empresarial. Dentro del mundo de los alimentos hoy se observa un profundo cambio en esa visión.

En los últimos años la Dirección Nacional de Alimentos (DNA) desarrolló y profundizó la *promoción de la calidad* en los alimentos desde diferentes ópticas y con diversas líneas de trabajo. Una de ellas ha sido la *Capacitación*, eje de un conjunto de acciones con resultados significativos.

En el marco del Programa de Calidad de los Alimentos Argentinos (PROCAL) se ha trabajado en más de 40 proyectos que superaron el millar de beneficiarios, para la implementación de sistemas de gestión de calidad en cadenas agroalimentarias. Esta acción directa de capacitación se convirtió en una práctica permanente que año tras año fue tornándose más específica.

Distintas ediciones de la revista *Alimentos Argentinos*, informaron de los resultados logrados, y uno de ellos fue que la demanda de capacitación dentro de los diversos eslabones de las cadenas ha ido creciendo de manera exponencial. Una de las respuestas consistió en poner en marcha –a comienzos de 2006- el Registro Público Nacional de Implementadores de Sistema de Gestión de Calidad Alimentaria (Resolución SAGPyA N° 61/2005).

Actualmente el Registro cuenta con un total de 105 profesionales. El 46% de ellos están especializados en Buenas Prácticas Agrícolas en la producción frutihortícola; 22% son implementadores en Buenas Prácticas Apícolas, y 14% en Buenas Prácticas de Manufactura aplicadas a la Elaboración de Chacinados. El resto incluye implementadores de Buenas Prácticas de Manufactura en industrias tales como conservas, y profesionales capacitados en la Norma ISO 22000 aplicada a la industria de carne aviar.

Considerando la distribución territorial, desde el 2003 hasta la fecha ya se dictaron 23 cursos de Formación de Implementadores en todo el país. El 36% en la Provincia de Buenos Aires, el 14% en Mendoza, y el 50% restante en las provincias de Entre Ríos, Tucumán, Corrientes, La Rioja, Santa Fe, Neuquén, Río Negro y Chubut. Protagonizaron esos cursos más de 500 asistentes y un completo equipo de docentes especializados en cada tema.

Esto le permite hoy al Estado Nacional ofrecer al empresariado agroindustrial la posibilidad de contar con técnicos especializados (cuya trayectoria y antecedentes se encuentran publicados en la página web) en todos los

temas vinculados a la *calidad*, y de implementar con mayor facilidad que antaño los diferentes sistemas de gestión de la calidad. Más allá de cumplimentar los requisitos establecidos por la Resolución que creó el Registro, los profesionales que lo integran están obligados a mantenerse actualizados, lo que asegura al industrial de alimentos que cuentan con los últimos conocimientos disponibles sobre el tema.

Es importante destacar que este trabajo de capacitación de la DNA es acompañado fuertemente por las instituciones intermedias y gubernamentales, tales como municipios, provincias y entidades privadas. Este compromiso manifiesto de trabajar mancomunadamente para difundir nuevos conceptos y capacitar recursos humanos en la vanguardia de la calidad alimentaria apunta decididamente a la diferenciación de los alimentos argentinos.

El compromiso asumido por la Dirección Nacional de Alimentos implica un seguimiento casi personalizado de cada uno de los profesionales que ha capacitado y que hoy forman parte del Registro Público.

### **El saber y el hacer**

La educación formal tradicionalmente pone el acento en “*saber*”, mientras que en el sistema productivo se privilegia el “*hacer*”. La capacitación debe apuntar necesariamente hacia un punto de equilibrio entre el saber y el hacer, vinculando el saber requerido con algún hacer necesario.

Dentro de la organización, la gestión de capacitación debe responder a que:

- Lo enseñado responda a una necesidad de la empresa.
- Lo enseñado sea aprendido.
- Lo aprendido sea trasladado a la tarea de trabajo.
- Lo trasladado a la tarea se sostenga en el tiempo.

Para que la actividad logre que la persona sea eficaz y eficiente dentro de la organización, la necesidad debe detectarse a través de herramientas que permitan identificar claramente si una determinada situación torna necesario capacitar.

### **Establecer la demanda**

En primer lugar corresponde preguntarse qué es una

necesidad de capacitación. La definición más ajustada señala que:

*“La necesidad de capacitación surge cuando una función o tarea requerida por la organización no es desempeñada con la calidad necesaria por carencia, en una o varias personas, de los conocimientos, habilidades o actitudes necesarias para su ejecución en el estándar deseado.”*

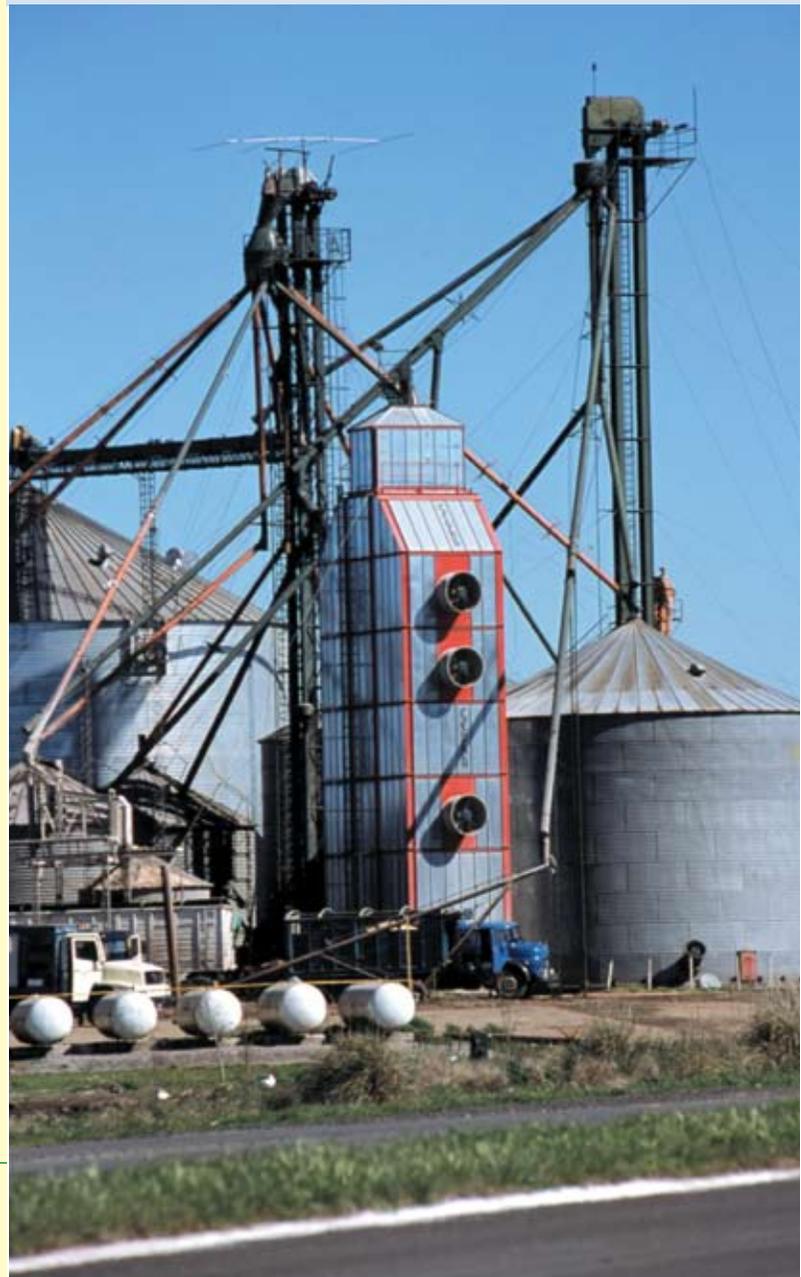
Para detectar esto con precisión, es necesario realizar un relevamiento minucioso de las necesidades de la estructura organizacional y de los resultados que se obtienen. Esta indagación tendría que hacer posible:

- **Discernir.** Para saber si el problema realmente se debe a una carencia de conocimientos, habilidades y/o actitudes.
- **Discriminar.** El tipo de necesidad para reconocer: a) si se están requiriendo conocimientos sin los cuales no será posible desarrollar la tarea requerida; b) si se demandan habilidades que pongan en práctica lo que ya se conoce o, c) si lo que hace falta es desarrollar actitudes que predispongan a la persona a encarar con una conducta distinta la tarea para la que ya se encuentra habilitada.
- **Identificar.** Otras causas colaterales del problema que acompañen a la necesidad de capacitación.
- **Evaluar.** La parte del problema que será resuelta con el aprendizaje y, además, cuál es la inversión necesaria para capacitar, dado que la misma no debe superar el costo de implementar los cambios.

En los últimos años, la formación de recursos humanos en las empresas ha cobrado un protagonismo importante, acompañando los cambios en la tecnología de productos y en las diferentes formas de producción de alimentos, así como en cuestiones vinculadas con servicios como la logística y el manejo del *software*, entre otros.

En sucesivas ediciones abordaremos distintos aspectos vinculados con la capacitación, puesto que la formación de recursos humanos no sólo posibilita mejorar los productos y el desempeño de las empresas, sino que también favorece la calidad de vida de toda la comunidad.

## El régimen de compensaciones al sector agroalimentario\*



El régimen de compensaciones se instauró a partir de la creación de un mecanismo destinado a otorgar subsidios al consumo interno. Los beneficiarios son los industriales y operadores que venden en el mercado local productos derivados de trigo, maíz, girasol y soja.

La instrumentación del mecanismo de compensaciones se evaluó como indispensable en un escenario de fuerte alza en los valores internacionales de granos y oleaginosas, con un crecimiento sostenido de la demanda externa e interna, y la consecuente necesidad de preservar el poder adquisitivo de la población.

El criterio instrumental de las compensaciones se basa en considerar el precio internacional, el del mercado y el valor de abastecimiento, para aislar los precios internos de los internacionales. En el caso de las actividades primarias se utilizan factores de conversión de grano en producto.

Su procedimiento administrativo involucra un proceso de presentación que, para la mayoría de las solicitudes, implica la inscripción como operador intermedio en la Oficina de Control Comercial Agropecuario (ONCCA). Gracias a esto se cuenta con el primer gran resultado del sistema: la consolidación de un listado de operadores intermedios en un registro oficial.

Luego de completar la inscripción se pasa al trámite de compensación específicamente, que como resultado final, después de un análisis técnico, administrativo y financiero, da pie a un acto administrativo que se publica en el Boletín Oficial (B.O); esto permite que se perfeccione el trámite previo a su desembolso.

La publicación de las resoluciones en el B.O. y en la página Web de la ONCCA, es central para la política de transparencia del organismo y de la SAGPyA. Esto permite un real conocimiento por parte de la sociedad del destino de los recursos asignados presupuestariamente, como así también la difusión de la gestión del régimen de compensaciones. Con tal motivo, la ONCCA publicó en noviembre del año pasado, un informe donde se detalla la gestión de este mecanismo, entre enero y octubre de 2007.

En el período analizado la ONCCA dictó 271 resoluciones que otorgaron reembolsos por \$ 506,81 millones. Las

# ONCCA

OFICINA NACIONAL DE CONTROL  
COMERCIAL AGROPECUARIO

actividades que percibieron los pagos pueden categorizarse en dos grandes grupos:

- 1) Procesadores de materias primas, que comprende a la industria refinadora de aceites vegetales, a la avícola, la láctea, a molinos harineros y de maíz (por molienda seca).
- 2) Productores de materias primas, categoría que involucra a los productores de trigo, tamberos, granjas porcinas y engordes a corral (feedlot).

En esta clasificación, el primer grupo recibe el 73% de los reembolsos, es decir, \$369,97 millones, mientras que los productores percibieron el 27% restante, esto es \$136,84 millones.

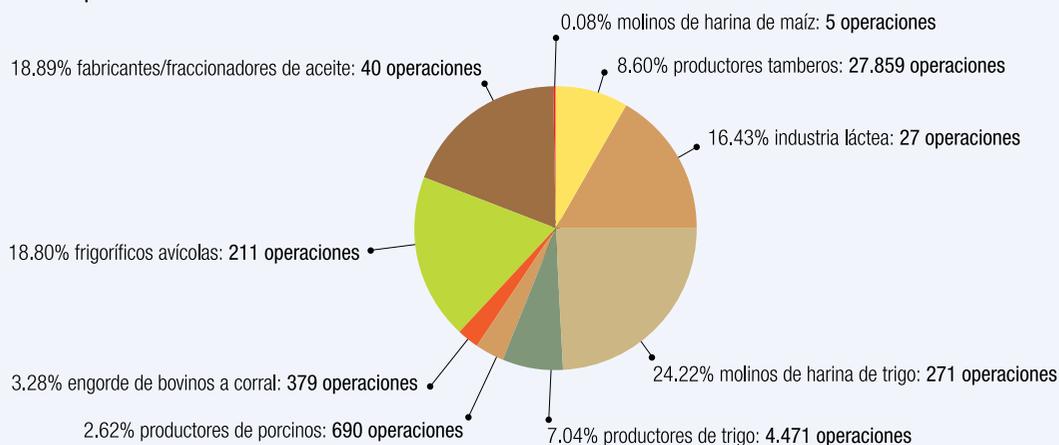
Estas cifras muestran el desempeño global de los sectores y la estructura de cada cadena productiva, habiéndose compensado más de 30.000 operaciones.

Hay externalidades propias del sistema de compensaciones que es importante rescatar a los efectos de desarrollar un trabajo futuro. A saber:

1. **Mayor formalidad.** Uno de sus requisitos es estar al día con el pago de los impuestos. Esto permitió articular un trabajo con la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) para que simultáneamente con el trabajo de compensación, también se cumpla con la condición de tener los impuestos al día, y así generar una mayor formalidad fiscal.
2. **Mejora en la gestión empresarial.** Logró un mayor ordenamiento en la contabilidad de los establecimientos y en la documentación requerida. Luego de meses se consolidaron las presentaciones formales por parte de las empresas y de los productores agropecuarios.

### Distribución de los pagos realizados por sector

Más de 33 mil operaciones efectivizadas al 22 de enero de 2008



3. **Mayor transparencia en la cadena.** La existencia de las compensaciones mejoró la claridad de los precios pagados por parte de los distintos eslabones de la cadena productiva y permitió conocer las apropiaciones de rentas por parte de los diferentes agentes.

4. **Mayor capacidad de gestión del sector público.** Gracias a este sistema se conformó un equipo de técnicos y administrativos compenetrados con la función. Esto fue posible por la ayuda recibida de parte de las entidades de productores, entidades intermedias -centro de productores avícolas, asociación de engorde a corral, asociaciones de acopiadores, centro de la industria aceitera-, y la importante colaboración de cada uno de los técnicos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, del SENASA, del INTA y el Cuerpo de Administradores Gubernamentales-JGM.

5. **Mayor conocimiento de la cadena.** Su creación permitió individualizar los actores de diversas cadenas productivas. Un ejemplo que resulta interesante destacar, es el caso del sector tambero.

El Registro de Operadores Lácteos, generado a partir de la Resolución 1621/06 de la ONCCA, permite contar, por primera vez en el país, con información sistematizada sobre cantidad y categorías de operadores del sector. Contiene, a la fecha, más de 1.000 operadores lácteos inscriptos. A esta información, se suman los datos de los 27.859 productores tamberos compensados al 22 de enero de 2008.

Para la inscripción en el Registro de Operadores se requiere la tramitación de matrícula comercial habilitante, y para su obtención es necesario el certificado higiénico-sanitario de los establecimientos productivos. Así, la actividad de fiscalización que realiza la ONCCA, permite identificar el origen y el destino de la mercadería en sus aspectos higiénicos, sanitarios y comerciales.

Como consecuencia de esta modalidad de control, se logró la incorporación de más de 500 establecimientos productores y elaboradores de productos lácteos a los registros higiénicos y sanitarios nacionales y provinciales. Por su parte, el alcance de las compensaciones al sector lácteo permitió ahondar en el proceso de transparencia de la actividad y posibilitar la llegada directa a los productores, como así también promover la regularización de su actividad ante el Estado. En tres meses se otorgaron más de 25.000 pagos a productores e industrias lácteas, por \$169.050.286,06 millones.

La experiencia de las compensaciones innova en las formas de intervención del Estado y permite que los sectores productivos logren los beneficios del alza de los precios internacionales y los consumidores accedan a alimentos a precios razonables.

El gráfico adjunto muestra los porcentajes actualizados de compensaciones otorgados por sector agroalimentario, actualizado al 22 de enero de 2008.

\* El informe completo puede consultarse en la Página web de la ONCCA: [www.oncca.gov.ar](http://www.oncca.gov.ar), sección: Comunicaciones / Publicaciones / Informe compensaciones.



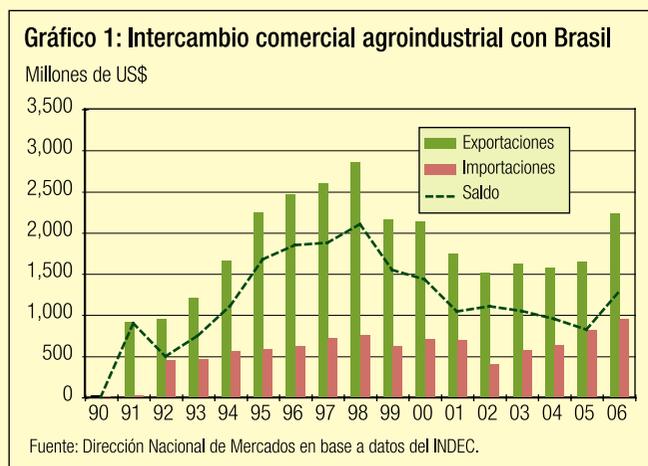
Comercio agroalimentario 1992 - 2006  
entre Argentina y Brasil

# Quince años de negocios

Lic. Flavio Paladino – Lic. Alejandro Rivas  
*Dirección Nacional de Mercados*

En 1995 la implementación de la Unión Aduanera (UA) del Mercosur inició una nueva etapa del proceso de integración económica entre Argentina y Brasil, con el objetivo de constituir un mercado común<sup>1</sup>. Esa etapa se extendió hasta el año 2000, cuando se eliminaron los aranceles que se mantuvieron entre ambos países bajo el régimen de adecuación<sup>2</sup> y la lista de excepciones al Arancel Externo Común (AEC)<sup>3</sup>

El siguiente gráfico permite apreciar el impulso que dio el Tratado de Asunción al comercio bilateral, tendencia que se quiebra en 1998, coincidiendo con la devaluación de la moneda brasileña, observándose una notoria contracción de las exportaciones agroindustriales argentinas a Brasil. A partir de 2003 se registra una recuperación, con tendencia más marcada en el año 2006.



## Evolución del comercio

En función de los ciclos económicos registrados en ambos países durante el período considerado, se elabora a continuación un análisis inter-temporal de la evolución del comercio agrícola bilateral, tomando como referencia los siguientes tres períodos:

- 1992-96: Implementación de la Unión Aduanera y convergencia macroeconómica (Plan de Convertibilidad en Argentina y Plan Real en Brasil: 1\$ = 1 R\$ = 1 US\$).

1 Antes de la puesta en vigencia del MERCOSUR, estaba vigente el ACE Nº 14 negociado entre Argentina y Brasil.

2 En el régimen de adecuación, Argentina incluyó 223 categorías; mientras que Brasil incorporó 29.

3 Hasta el momento se encuentran exceptuados de la UA el complejo azucarero y el automotriz. Estos sectores continúan sujetos a regímenes especiales. Además existe una lista reducida de productos temporalmente exceptuados del AEC.

- 1997-01: Divergencia de políticas macroeconómicas y devaluación del Real.
- 2002-06: Cambio de precios relativos por devaluación del Peso Argentino.

Entre 1992-96 y 2002-06 las exportaciones agroalimentarias argentinas con destino a Brasil disminuyeron el 47% (de 2.908 a 1.511 millones de US\$). A su vez, la dependencia con ese mercado también se redujo en forma significativa, pasando de 28% a 8%. Este indicador se explica también por el aumento de 79% en el total de productos agroalimentarios exportado al mundo entre ambos períodos. La caída significativa de Brasil como destino de las exportaciones agrícolas argentinas, muestra un claro resultado de sustitución de exportaciones de destino extra regional.

Destino / Períodos	1992-96	1997-01	2002-06
Brasil (millones US\$)	2.908	2.193	1.551
Mundo (millones US\$)	10.524	14.058	18.834
Grado de dependencia c/ Brasil	28%	16%	8%
Evolución Brasil base 92/96 = 100	100	75	53
Evolución mundo base 92/96 = 100	100	134	179

Fuente: Dirección Nacional de Mercados en base a datos del INDEC.

En cuanto a las importaciones, si bien se observa una caída entre los períodos 2002-06 y 1997-01, en la comparación del último período con el correspondiente a la etapa inicial del Mercosur se registra un aumento de 20%, mientras que la participación brasileña como proveedor del mercado agroalimentario argentino también aumentó de 35% a 45%.

Origen / Períodos	1992-96	1997-01	2002-06
Brasil (millones US\$)	572	705	684
Mundo (millones US\$)	1.678	2.024	1.515
Participación de Brasil como proveedor	35%	35%	45%
Evolución Brasil base 92/96 = 100	100	123	120
Evolución mundo base 92/96 = 100	100	121	90

Fuente: Dirección Nacional de Mercados en base a datos del INDEC.

El nivel de interrelación alcanzado actualmente entre ambas economías agroalimentarias es inferior a los vigentes en otros bloques. Canadá, por ejemplo, tiene una mayor relación comercial con Estados Unidos<sup>4</sup>, mientras que la Unión Europea es otro claro ejemplo de un proceso de integración con un alto grado de interdependencia regional.

4 El 70% de las exportaciones canadienses son destinadas a EEUU., y el 65% de las importaciones de Canadá son provistas por EEUU.

**Cuadro 3 - Evolución del intercambio comercial agrícola de Argentina en millones de US\$**

Períodos	1992-96	1997-01	2002-06	(c) / (b)	(c) / (a)
	(a)	(b)	(c)		
<b>BRASIL:</b>					
Exportaciones	2909	2.193	1.552	-29%	-47%
Importaciones	662	539	348	-35%	-47%
Saldo	2.247	1.654	1.204		
Comercio Total	3.571	2.732	1.9	-30%	-47%
<b>MUNDO:</b>					
Exportaciones	10.524	14.059	18.835	34%	79%
Importaciones	2.855	2.024	1.515	-25%	-47%
Saldo	7.669	12.035	17.319		
Comercio Total	13.379	16.083	20.35	27%	52%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados en base a datos del INDEC.

Entre los períodos analizados se registra mayor dinamismo comercial con el resto mundo que con Brasil: el comercio agroindustrial (exportaciones + importaciones) entre Brasil y Argentina disminuyó un 47%, mientras que con el resto del mundo creció un 52%.

En todo ese período la balanza comercial agroalimentaria siempre ha resultado positiva para la Argentina, con un superávit que se ubica en el orden de los 1.100 millones de US\$ en promedio, mientras que la estructura sectorial de las exportaciones no ha sufrido alteraciones significativas, correspondiendo el 65% a Productos Primarios (PP) y el 35% restante a Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA).

Entre 1992/96 y 1997/01 las exportaciones agroindustriales argentinas a Brasil se redujeron 25%, y entre los períodos subsiguientes disminuyeron 29%<sup>5</sup>. Similar realidad muestran las importaciones agroindustriales argentinas procedentes de Brasil, que en el primer período registraron una caída de 23%, y en el segundo de 35%.

En los gráficos siguientes se observa la pérdida de incidencia de Brasil en el comercio exterior argentino.

En el período 2002-06 Brasil dejó de ser el principal destino de las exportaciones agroalimentarias<sup>6</sup>. Fue desplazado por

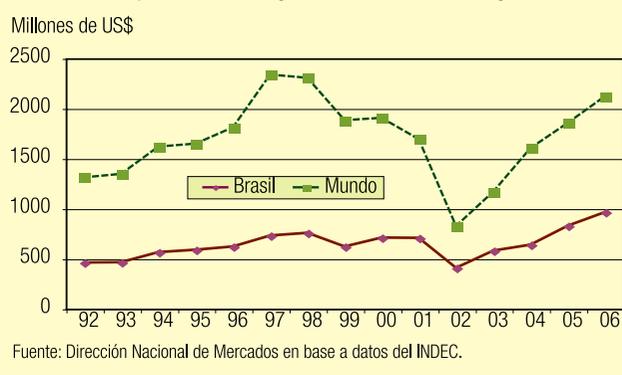
5 En el año 1992 se registraron ventas externas agroalimentarias por un valor de 953 millones de US\$, y en 2006, las exportaciones agroalimentarias argentinas con destino a Brasil ascendieron a 2.244 millones de US\$, cifra que resto del mundo (192%).tal de las exportaciones agroalimentarias argentinas, esto último indica que es baja la dependencia de las ventas externas agroalimentarias argentinas del mercado brasileño

6 Hasta 2001, Brasil ha sido el destino del 14% del valor total de las exportaciones agroalimentarias argentinas, esto último indica que es baja la dependencia de las ventas externas agroalimentarias argentinas del mercado brasileño.

**Gráfico 2: Exportaciones agroalimentarias de Argentina**



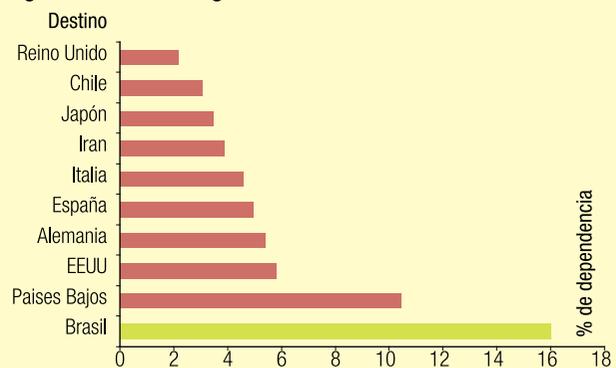
**Gráfico 3: Importaciones agroalimentarias de Argentina**



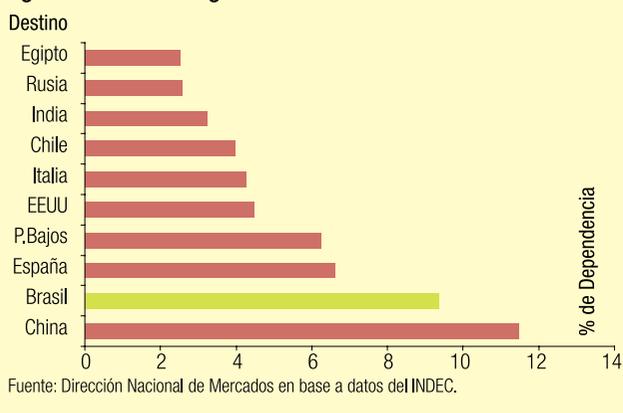
China que adquiere, en promedio, el 11% del valor total de las exportaciones agrícolas argentinas.

En 2006 se registró la mayor participación argentina como proveedor de productos agrícolas del mercado brasileño, mientras que para Brasil fue el año 2001.

**Gráfico 4: Principales destinos de las exportaciones agroalimentarias argentinas 1992 - 1996**



**Gráfico 5: Principales destinos de las exportaciones agroalimentarias argentinas 2002 - 2006**



En los dos primeros períodos, 1992-1996 y 1997-2001, el grado de dependencia argentina con el mercado brasileño era del 16%, y en el último quinquenio ese indicador disminuyó a 8%. En el caso de las importaciones agroalimentarias argentinas, en los dos primeros quinquenios la participación brasileña como proveedor se mantuvo en el orden del 35%. En el período 2002-2006 Brasil abasteció el 45% del valor total de las importaciones agroalimentarias.

El cuadro n° 4 sintetiza los indicadores de participación de ambos mercados. Muestra la incidencia de cada país en el comercio exterior del otro, observándose que Argentina ha manifestado en el período 2002-2006 un rol más dinámico como proveedor del mercado brasileño (participación de Argentina en el total de las importaciones agrícolas brasileñas). Todos los casos, a excepción de la participación de Brasil como proveedor del mercado agroalimentario argentino, disminuyeron su performance.

**Cuadro 4 - Evolución porcentual de la participación del comercio**

Períodos	1992-96	1997-01	2002-06	Variación	
	(a)	(b)	(c)	(c) / (b)	(c) / (a)
Brasil en las exportaciones totales agroalimentarias argentinas	28%	16%	8%	-45%	-50%
Brasil en las importaciones agroalimentarias argentinas	35%	35%	45%	0%	29%
Argentina en las exportaciones agroalimentarias brasileñas	3%	3%	1%	0%	-67%
Argentina en las importaciones agroalimentarias brasileñas	35%	44%	42%	26%	-5%
Comercio total bilateral en el total comercializado con el resto del mundo	14%	15%	8%	7%	-47%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados en base a datos del INDEC.

## Composición sectorial por grandes rubros

A principios de los '90, el 41% del valor de las exportaciones totales argentinas a Brasil correspondió a Manufacturas de Origen Industrial (MOI), 29% a Productos Primarios (PP), 15% a Manufacturas de Origen Agroindustrial y el 15% restante a Combustible y Energía. Hoy, las MOI representan el 52% del valor total de las exportaciones argentinas y tanto las MOA como los PP han disminuido su participación. No ocurre así con las exportaciones al resto del mundo, donde las MOA son el principal rubro exportado.

Muy diferente es la realidad para las importaciones, ya que cerca del 85% del valor de las importaciones argentinas originarias de Brasil corresponden a las MOI. Transcurrido quince años, no se ha modificado la composición sectorial de las importaciones argentinas originarias desde Brasil.

En el sector agrícola en su conjunto, el 65% del valor de las exportaciones corresponde a Productos Primarios y el 35% restante a las MOA. El Tratado de Asunción no ha generado cambios significativos en la composición de las exportaciones argentinas, ya que se mantiene la misma distribución, registrándose en el período 2002-06 un leve aumento de la participación de las MOA en la oferta agrícola.

## Productos

Entre los **productos agroindustriales** exportados por nuestro país a Brasil se destacan los siguientes:

- Trigo (838 millones de US\$ en promedio, monto que representa el 48% del valor de las exportaciones agroalimentarias argentinas a Brasil).
- Malta sin tostar (55 millones de US\$).
- Maíz en grano (88 millones de US\$).
- Leche en polvo (75 millones de US\$).
- Algodón en bruto (84 millones de US\$).
- Filet de merluza (68 millones de US\$).
- Arroz pulido (61 millones de US\$).
- Aceitunas (57 millones de US\$).

En cuanto a las importaciones, los **principales productos adquiridos** por nuestro país son :

- Café en grano (78 millones de US\$ y 15% del total de las importaciones agroindustriales argentinas desde Brasil).

- Carne porcina congelada (40 millones de US\$ y 8% del total importado).
- Carne aviar (40 millones de US\$ y 4%).
- Manteca de cacao (25 millones de US\$ y 4%).
- Algodón en bruto (12 millones de US\$ y 2%).

La mayoría de los casos que registran un incremento destacado de las ventas a Brasil, corresponde a productos con valor agregado, entre los que se destacan: chocolates, vino fino, papa precongelada, alimentos balanceados y lactosuero. Todos estos productos registran un aumento superior a 100%. Esta tendencia podría evidenciar un cambio en la composición sectorial de las ventas argentinas con destino a Brasil, con una mayor participación relativa de productos con valor agregado y manufacturas agrícolas.

Por su parte, las mayores mermas se registran en exportaciones de productos primarios tales como poroto de soja, algodón en bruto y maíz en grano, entre otros, tendencia relacionada

fundamentalmente con el significativo desarrollo agrícola experimentado por Brasil en los últimos años.

### Oportunidades de comercio en Brasil

Entre los períodos 1997-01 y 2002-06 las importaciones agroalimentarias mundiales brasileñas experimentaron una disminución de 25% (5.018 a 3.753 millones de US\$).

El grado de penetración de las exportaciones argentinas en el mercado de cada producto, en función de las importaciones agroindustriales brasileñas desde el mundo, permite explorar oportunidades para nuevas o mayores exportaciones al mercado brasileño.

Vista la demanda mundial de Brasil, este país es un importador neto de los siguientes productos agroalimentarios: trigo, harina de trigo, malta no tostada, arroz, cebada cervecera, vinos finos, ajo fresco, papa precongelada, leche en polvo,

### Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de las exportaciones agrícolas argentinas a Brasil

La matriz de importaciones de Brasil y exportaciones agroalimentarias argentinas permite elaborar un análisis FODA para caracterizar el estado de situación y tendencia del comercio agrícola argentino a ese destino. A tal efecto, en primer lugar se tomaron en cuenta las importaciones agroalimentarias mundiales brasileñas y su evolución entre los períodos 1997-01 y 2002-06, de lo cual surgen dos grupos:

- 1) **Aumento de las importaciones agrícolas totales** de Brasil. Comprende 78 de las 227 partidas arancelarias agroindustriales, lo cual que representa el 57% del valor total de las importaciones agroindustriales brasileñas correspondientes al período 2002-06.
- 2) **Disminución de las importaciones agrícolas totales** de Brasil. En este grupo se ubican 149 partidas arancelarias que en conjunto representan el 43% del valor total de las importaciones agrícolas brasileñas correspondientes al período 2002-06.

Definidos estos dos grupos, se procedió a relacionarlos con las exportaciones agroalimentarias argentinas (importaciones brasileñas desde Argentina). De esa relación surgen las 4 categorías del análisis FODA:

- **Oportunidades:** La demanda mundial agrícola brasileña creció y las importaciones brasileñas desde Argentina también aumentaron. Comprende 40 partidas arancelarias que representan el 65% del

valor total de las exportaciones agroalimentarias argentinas con destino a Brasil en el período analizado. En esta categoría se ubican aquellos sectores y/o productos con mayor complementariedad comercial, es decir, aquellos que combinan la especialización exportadora de la Argentina con la especialización importadora de la economía brasileña.

- **Debilidades:** La demanda mundial brasileña aumentó, pero las importaciones brasileñas desde Argentina cayeron. Se evidencia una situación de desplazamiento de la oferta argentina por la oferta extraregional y, por consiguiente, un desafío para recuperar el mercado regional y aprovechar la expansión de la demanda brasileña. Representa oportunidades en la demanda brasileña que no se encuentran aprovechadas por la exportación argentina. Comprende a 38 partidas arancelarias y el 2% del valor total de las ventas agrícolas a Brasil.
- **Fortalezas:** Pese a la disminución de las importaciones totales agroalimentarias brasileñas, las exportaciones argentinas dirigidas a Brasil aumentaron, situación que evidencia un posicionamiento de mercado consolidado. Este segmento representa el 32% del valor total de las exportaciones agroalimentarias argentinas a Brasil y 126 partidas arancelarias.
- **Amenazas:** Las importaciones brasileñas disminuyen desde ambos orígenes (Mundo y Argentina) y se verifica una tendencia hacia la pérdida de mercado por desplazamiento de la oferta doméstica. El 1% del valor exportado se ubica en esta categoría.

filet de merluza, pera fresca, aceitunas preparadas, pasas de uva y poroto negro.

Por su parte, Argentina se destaca como un importante proveedor del mercado brasileño (abastece más del 60% del valor total de las importaciones brasileñas) en los siguientes productos: trigo, ajo, filet de merluza, cebada cervecera, aceitunas en conserva, poroto negro y harina de trigo.

Entre los productos característicos de la oferta exportable agroalimentaria argentina para los cuales se evidencian oportunidades de concretar una mayor inserción en el mercado brasileño, ya que Brasil es neto demandante, se destacan: vinos finos, arroz, aceite de oliva y algunos derivados lácteos, entre los principales.

### Importaciones agrícolas de Brasil en el período 2002-2006 y participación % Argentina

Categorías FODA	Mundo Mill. US\$	Argentina Mill. US\$	Participación Argentina/Mundo
Oportunidades	1602	1016	63%
Debilidades	535	28	7%
Fortalezas	1468	506	35%
Amenazas	148	25	7%
<b>Total</b>	<b>3753</b>	<b>1575</b>	<b>42%</b>

Fuente: Dir. Nacional de Mercados en base a datos del Ministerio de Desenvolvimento, Indústria e Comércio de Brasil

### IMPORTACIONES AGRÍCOLAS DE BRASIL

PRODUCTOS	VARIACIÓN	
	MUNDO	ARGENTINA
<b>OPORTUNIDADES</b> Trigo, vino fino, lactosuero, huevos, cítricos secos, centeno, cebada, harina de sémola de cereales, papa, malta, gluten de trigo, aceites (maní, coco y colza), pastas alimenticias, goma laca, grasas y aceites, hortalizas preparadas, jaleas y mermeladas de frutas, extracto de café y té, levaduras, harinas de carne y pescados, productos residuales de la molienda, alimentos para mascotas, extracto de quebracho, aceite esenciales de cítricos, cuero bovino en bruto, carbón vegetal, lana fina.	↑	↑
<b>DEBILIDADES</b> Torta de soja, glucosa, aceite de oliva, margarina, aceites mezclas, jugos y extractos de vegetales, hortalizas secas, pescados frescos y congelados, suero de manteca, nuez, tripas de animales, agua mineral, vinagre, pimienta, vainilla, residuos de la industria del almidón, nuez moscada y canela y otras grasas y aceites de animales o vegetales.	↑	↓
<b>FORTALEZAS</b> Carne bovina y porcina, leche en polvo, queso, miel, ajo y cebolla, frutas frescas (manzana, pera, durazno y damasco), arroz, maíz, yerba mate, poroto de soja, maní, aceites de soja y girasol, preparados de carne bovina y porcina, pescado y conservas de pescados, golosinas, productos de panadería, productos derivados del tomate, jugos de frutas, complementos alimenticios, cerveza, alcohol etílico sin desnaturalizar, tabaco en rama, caseína, gelatina, algodón, animales vivos (porcina, ovina, peces), melón, grasa de cerdo, derivados de pescado (jugos y extracto), peletería en bruto, desperdicios de seda.	↓	↑
<b>AMENAZAS</b> Carne ovina, uva fresca, azúcar de caña, fruta y hortalizas frescas y congeladas, té, lechuga, semilla de anís, melaza de azúcar, frutas confitadas y en almíbar, bebidas fermentadas, alcohol etílico, cigarrillos puros, leña de madera, desperdicios de lana.	↓	↓

Fuente: Dir. Nacional de Mercados en base a datos del Ministerio de Desenvolvimento, Indústria e Comércio de Brasil

Numerosos estudios han demostrado que las necesidades, y por lo tanto las elecciones de los individuos, están enraizadas profundamente en la cultura que se desarrolla en su ámbito social.

Sellos reales

# Su Alteza lo garantiza



Her Majesty  
The Queen



His Royal Highness  
The Duke of Edinburgh



Her Majesty  
Queen Elizabeth The Queen Mother



His Royal Highness  
The Prince of Wales

**Ing. Alim. Juan M. Alderete**

**Lic. Ciro Guillermo Negri**

*Dirección de Promoción de la Calidad*

De esta manera, y teniendo en cuenta que “*la calidad es la capacidad de un producto o servicio de satisfacer las necesidades de los clientes y/o consumidores*”, se aprecia que al modificarse esas necesidades a lo largo del tiempo, en distintas épocas han aparecido símbolos de calidad específicos.

Hasta principios del s. XX, la nobleza conformó una clase social referencial en buena parte del mundo. Costumbres, modas e incluso la alimentación se modificaban para amoldarse a los gustos impuestos y/o promovidos por la aristocracia.

En la cúspide de todas las jerarquías nobiliarias se hallaban (y aún se hallan en 46 países del mundo) el monarca y sus familiares directos, es decir, la Familia Real.

De este modo, los proveedores que lograban posicionarse en el seno de la Casa reinante lograban el reconocimiento de los nobles y del resto de la población, y sus productos pasaban a figurar entre los de más alta calidad reconocida, alcanzando así una muy fuerte ventaja competitiva por sobre sus competidores.

En la actualidad elaboradores de alimentos, cosméticos, muebles, joyas, automóviles y otros productos, así como proveedores de servicios, ostentan con orgullo los signos de reconocimiento de Casas Reales reinantes y desaparecidas, lo que les otorga una ventaja considerable en la elección de compra de un sin número de consumidores.

### Los alimentos y las monarquías

En el rubro de los productos alimenticios, existen numerosas empresas que cuentan con el reconocimiento de diversas Casas Reales. El listado de alimentos oficialmente reconocidos por las monarquías es muy amplio, pero corresponde destacar a los proveedores de las casas reales de Gran Bretaña y Suecia, por lo extendido de sus listados, y los de la destronada Casa de Habsburg-Lothringen (Austria – Hungría). En este último caso se trata de antiguas compañías que aún ostentan el Sello de la Monarquía Danubiana (KuK), que todavía representa una distinción internacional.

#### El sistema Inglés

En el Reino Unido, el sistema (Garantía Real) emana básicamente de una concesión hecha por uno o varios de los miembros más importantes de la familia real británica (la Reina, el Príncipe de Gales, el Príncipe Consorte y la Reina

Compañía	Producto reconocido
Angostura Limited	Aperitivos
Bollinger S.A.	Champagne
Britvic Soft Drinks	Jugo de Frutas
Carr	Galletas
Cadbury	Chocolates y golosinas
Canadian Club	Whisky canadiense
Charbonnel et Walker	Chocolates
Chivas Regal	Whisky escocés
Cobb of Knightsbridge	Carnes
Colmans of Norwich	Mostaza
Corney & Barrow	Vino
D Bumsted & Co, Royal British Table Salt	Sal de mesa
Darvilles of Windsor	Té
Fairfax Meadow Farm	Embutidos
Fortnum and Mason	Frutas y verduras
Alexander Gordon & Co.	Gin y vodka
Howgate Dairy Foods	Queso
HP Foods	Salsas para condimentar
James Baxter & Son	Camarones
John Walker & Sons	Whisky escocés
Laphroaig	Whisky escocés de malta pura
Lea & Perrins	Salsa de Worcestershire
Louis Roederer	Champagne
Malvern	Agua embotellada
Partridges	Frutas y verduras
Plowden & Smith	Servicios de comidas
Prestat Fine Chocolates	Chocolates
Tate & Lyle	Jarabes dulces de maíz y similares
Tanqueray	Gin
Tom Smith Group	Galletas de navidad
Twinings	Té y Café
Veuve Cliquot	Champagne
Waitrose	Frutas y verduras
William Crawford & Sons	Biscochos
William Sanderson & Son	Whisky escocés

Fuente: The Royal Warrant Holders Association

Madre) a compañías o comerciantes que les proveen bienes y/o servicios.

La Garantía permite al fabricante incluir en sus campañas de marketing acciones publicitarias que resalten su categoría de proveedor de la familia real. Tales proveedores adquieren

un prestigio considerable, tanto en el ámbito local como en los mercados internacionales.

Alrededor de unas 800 empresas, incluyendo unas pocas extranjeras, ostentan más de 1100 garantías de la Familia Real Británica.

Desempeñarse como proveedor y ostentar la Garantía, requiere haber mantenido como mínimo una relación comercial de cinco años con una o más personas de la Familia Real.

Las Garantías son concedidas por el Chambelán de la Corte, que actúa como presidente del Comité de Garantías Reales para Comerciantes. Se otorgan por cinco años y son renovables, aunque pueden ser revocadas por la Familia Real en cualquier momento. Algunas garantías han mantenido vigencia ininterrumpida por más de 100 años.

Según la modalidad escogida, la garantía se publicita usualmente en barcos de grandes compañías, membretes de cartas y productos, exhibiendo el escudo personal del miembro de la Familia en nombre de quien se ha dado la garantía.

### Las Garantías Reales en Suecia

En Suecia, la distinción de Proveedor Real es otorgada por un miembro de la Familia Real a la persona que encabeza la compañía que lo solicite y cumpla con los requerimientos establecidos a tal fin por el Rey.

De esta manera, la categoría de Proveedor Real debe renovarse ante la muerte del monarca o ante cambios en la dirección de la empresa. Cuando un nuevo monarca ocupa el trono sueco, los Proveedores reales que desean mantener su estatus deben adaptarse a las nuevas disposiciones que emanen de la Corona.

Cuando Carlos XVI Gustavo accedió al trono en 1973, el concepto de Proveedor Real llegó a considerarse arcaico, por lo que el Rey analizó la posibilidad de no conceder la distinción a nadie en absoluto. Sin embargo, en lugar de eliminar el sistema, Su Majestad endureció las normas para el reconocimiento de Proveedores Reales, adecuándolas a las exigencias contemporáneas.

Acceder a la categoría de Proveedor Real no tiene costo,

pero dicho honor sólo es concedido a muy pocas empresas. En total, 130 ostentan el título de Proveedor para SM el Rey Carlos XVI Gustavo. Abarcan una amplia gama de actividades y se trata siempre de compañías de origen sueco.

Compañía	Producto reconocido
Abba Seafood	Comidas elaboradas y conservas de origen marino
Annas Pepparkakor	Galletitas
Arla	Lácteos y jugos de fruta
Arvid Nordquist	Café, vinos, jugo y aceites
Bråmhults Juice	Jugos de fruta
Delicato bakverk	Bombonería, tortas y postres
Druvan	Conservas vegetales, harinas de maíz, ketchup, alimentos a base de soja, aderezos, vinagre, aceites.
Ejes Chokladfabrik	Bombones
Frödinge Mejeri	Tortas y tartas
Fällmans Kött	Productos cárnicos
Lisa Elmqvist Fiskaffär	Comidas elaboradas de origen marino
Ludvig Svensson	Vegetales frescos
Löfbergs Lila	Café
Martin Olsson	Comidas preparadas y cafetería
Norrmejerier	Lácteos
Operakällaren	Comidas preparadas
Pågen	Panificados
Ramlösa Hälsobrunn	Agua envasada
Spendrups	Bebidas alcohólicas
Wasabröd	Galletas
Fuente: Bold & Kultur AB	

### El Sello KuK

Lo otorgaba el Emperador de Austria y Rey Apostólico de Hungría, en tiempos del Imperio Austro – Húngaro, a las empresas que con trayectoria intachable proveyeran con calidad constante a la Corte.

Si bien el Imperio dejó de existir en 1918, en los países que lo integraron está permitido utilizar la distinción KuK hasta el presente.

KuK, o en su defecto K&K, significa Imperial y Real (del alemán “*kaiserlicher und königlicher*”), lo que hacía alusión al sistema dual de Austria – Hungría, compuesta por el Imperio Austríaco y el Reino de Hungría.



El sistema llegó a incluir a 241 proveedores dentro y fuera del imperio. Aún hoy, empresas de Austria, Alemania, Francia, Italia, Holanda, Polonia, Eslovaquia, la República Checa y Hungría exhiben con orgullo el diploma de reconocimiento firmado por el Emperador.

Para acceder al mismo, los aspirantes al reconocimiento imperial debían demostrar ante los funcionarios del Palacio que mantenían una calidad alta y constante en el tiempo, superando incluso al exigente Código Alimentario Imperial, y mostrarse capaces de llegar a la Corte en tiempo y forma con sus productos.

De acuerdo al artículo 68 del código industrial austríaco (*Gewerbeordnung*) el Ministro de Asuntos Económicos otorga un sello similar al KuK., la distinción “*Staatliche Auszeichnung*”, a las empresas que se destaquen en un determinado rubro. Las mismas pueden utilizar el escudo austríaco en su papelería comercial u otras vías de comunicación.

De los más de 200 proveedores de la antigua corte Imperial y Real de Austria – Hungría, subsisten actualmente más de la mitad. Entre los más representativos del sector de alimentos se hallan los que figuran en el siguiente cuadro.

### Atributos de calidad

Los sistemas de diferenciación (sobre todo en el rubro

Compañía	Producto reconocido
Ankerbrot	Panificados
A. Egger's Sohn	Dulces y chocolates
Adolf Haag	Panificados
A. Hofbauer's Neffe	Productos de la pesca
Baczewski	Vodka
Demel	Productos de repostería
Eduard Sacher Hotel	Vinos y productos de repostería
Heinrich u. Fritz Mendl	Panificados
Hotel Imperial	Comercializador de vinos exclusivos
Louis Lehmann	Galletas y bizcochos
Rudolf Hammerschmidt	Productos de la pesca
Gustav & Wilhelm Heller	Dulces
Wilhelm Josef Sluka	Galletas y bizcochos
Zum Schwarzen Kameel	Restaurante

Fuente: <http://www.kukhoflieferanten.at>

alimentario) son varios y variados, focalizados en uno o más atributos, sin embargo, en el mundo de los Sellos Reales las características básicas son:

- Coincidir con las preferencias de alguno de los miembros más importantes de la Casa Real.
- Proveer en tiempo y forma.
- Cumplir las normativas generales que rigen para la elaboración de los productos.

Y además, en la actualidad, es relevante el origen de las materias primas utilizadas. Las mismas deben ser trazables, producidas en un ambiente ecológicamente amigable y respetando estándares de bienestar animal.

A esto pueden sumarse otras particularidades, tales como la estandarización de los tamaños, las formas y el *packaging*, de forma tal que el mismo se mantenga en buenas condiciones.

La sencillez del sistema no va en detrimento del reconocimiento que el público les otorga a los proveedores





de los reyes, sino que por el contrario, constituyen una de las distinciones más apreciadas en los respectivos países.

Como todos los sistemas de certificación, los Sellos Reales se muestran capaces de incrementar la confianza y credibilidad del cliente hacia los proveedores, mejorando la performance de los intercambios comerciales.

En esta modalidad de relación comercial, el valor recibido por el cliente se ve aumentado, dado que no sólo comprende características físicas o metodologías de producción, sino que suma a las mismas atributos intangibles relacionados con la tradición, la confianza, el prestigio y la credibilidad que emanan de la posición que la realeza ocupa en el sentir de cada pueblo, como símbolo de unidad nacional y continuidad histórica.

Queda claro que las empresas proveedoras de la realeza generan valor desde una arista emocional, que constituye la principal fortaleza del sistema.

#### Fuentes consultadas

Dirección de Promoción de la Calidad Alimentaria - *Bild & Kultur AB* - Embajada de la República de Austria - Extractos del libro "By Appointment to His Majesty The King of Sweden" - *The Royal Warrant Holders Association*, Reino Unido - <http://www.theroyalist.net/> - <http://www.kukhoflieferanten.at/>

### RECORD HISTORICO: WARRANTS POR MÁS DE US\$ 1000 MILLONES

En el período enero – diciembre de 2007, se emitieron warrants en dólares por valor de 1.028.215.599, y por 360.802.130 de pesos. Cotejadas con el mismo período de 2006, estas cifras representaron un incremento del 21% en el total emitido en dólares y del 47% en pesos.

En diciembre los warrants en dólares totalizaron 74 millones, y en pesos 29 millones, lo que equivale a un crecimiento del 34% y 63%, respectivamente, comparados con igual mes de 2006. El cuadro que se reproduce a continuación permite observar los principales productos que utilizaron esta modalidad:

PRODUCTOS	% Warrants emitidos en US\$	% Warrants emitidos en \$
<b>AGROALIMENTARIOS</b>		
Trigo	57%	90%
Soja	17%	4.50%
Lácteos	10%	
Azúcar		4.80%
Yerba	6%	
Maíz	3%	
<b>PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES</b>		
Tabaco	34%	
Lanas	32%	
Papel	33%	

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos - SAGPyA.

Las estadísticas correspondientes a diciembre de 2007 para los productos agroalimentarios, indican que Córdoba concentra la mayor cantidad de mercadería almacenada con el 33% de los warrants emitidos, continuando en orden de importancia Buenos Aires con el 26,5%, y Entre Ríos con el 12,5%. Para los productos agroindustriales Jujuy concentra el 3,5%, Buenos Aires el 3,3%, y Chubut el 3,2%. Los productos que más crecieron en Warrants emitidos son: trigo, tabaco y lanas.

#### WARRANTS TOTALES EMITIDOS POR AÑO

AÑO	\$	US\$
2003	126.876.986	260.676.995
2004	181.480.173	357.394.237
2005	211.752.270	666.227.988
2006	255.557.382	850.304.329
2007	360.802.130	1.028.215.599

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos-SAGPyA

Ing. Alim. Daniel Franco  
Dirección de Industria Alimentaria

## Tomate industrial



Las frutas y hortalizas, fuente esencial de vitaminas y minerales, son un componente fundamental en la alimentación humana. Sin embargo, la mayoría de ellas tienen una producción estacional y sólo se encuentran disponibles algunos meses del año, puesto que su fragilidad y corta vida útil dificultan el transporte y no permiten almacenarlas durante largos períodos.

Para aprovechar económicamente las producciones de hortalizas y disponer de ellas durante todo el año se elaboran distintos tipos de conservas. Estos productos, que se someten a tratamientos de conservación adecuados tienen una larga vida útil y pueden almacenarse sin necesidad de frío. De este modo, el consumo de conservas vegetales complementa al de las frutas y hortalizas frescas y en algunos casos, por practicidad, las reemplaza.

Dentro de las conservas vegetales, el tomate es una de las de mayor importancia ya que permite obtener una gran variedad de productos.

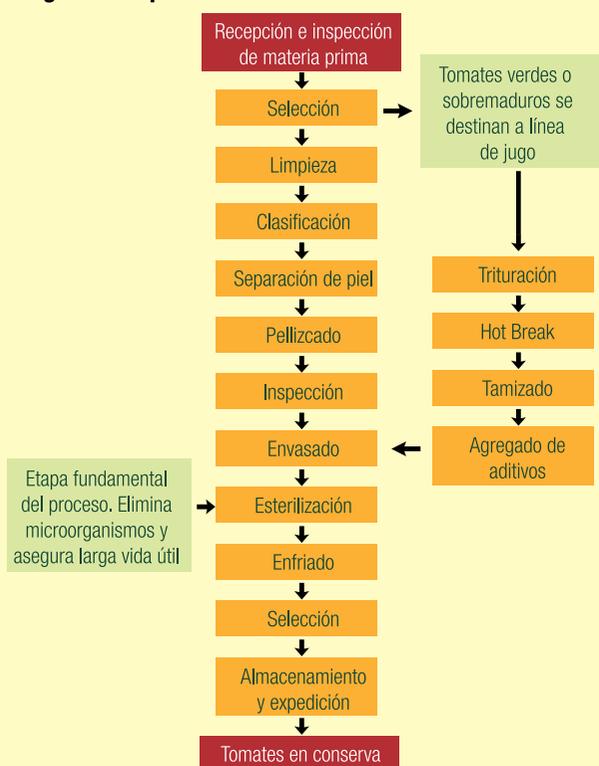
A continuación se describen en forma sintética las etapas de transformación industrial para elaborar tomates enteros y tomates concentrados.

### Tomates pelados enteros en conserva

- El producto más tradicional dentro de las conservas de hortalizas son los tomates enteros en conserva. Su elaboración se inicia con la recepción de la materia prima, que puede transportarse a granel, en camiones o bien en cajones, llamados *bins*. Antes de la descarga en planta se toman muestras para controlar la calidad.
- La materia prima recibida se descarga sobre canales de agua y es seleccionada manualmente, por lo que esta etapa requiere una importante cantidad de mano de obra. Aquí se eliminan piezas no aptas que condicionan la calidad del producto final y también se separan los frutos verdes o sobre maduros, que se destinan a la línea de jugo. Es importante que los frutos sean adecuadamente transportados y almacenados para reducir al mínimo el descarte.
- La selección puede hacerse también por medios electrónicos que separan piezas no aptas en función de su color. La inversión en líneas automáticas de selección se justifica principalmente en las industrias que procesan grandes volúmenes de tomate y tienen un nivel de producción relativamente constante a lo largo del año.
- La mayoría de las empresas que operan en Argentina realiza selección manual.
- Los tomates seleccionados, que presentan una adecuada madurez y estado sanitario, son lavados para eliminar la suciedad que acompaña los frutos y reducir también la carga microbiana, lo cual aumenta la eficacia de la esterilización.

- El lavado se realiza mediante inmersión en agua clorada, por aspersión, o por una combinación de ambos métodos.
- La etapa siguiente es la clasificación por tamaño.
- Luego de la clasificación, es necesario eliminar la piel del fruto. Tradicionalmente esta operación se realizaba mediante un escaldado, es decir, un calentamiento suave por pocos segundos que se producía por inmersión en agua caliente o por inyección de vapor durante el transporte en tuberías con agua. Luego el fruto pasaba por una cuchilla que realizaba un corte en la piel para su posterior eliminación en la “pellizadora”.
- Una alternativa a este proceso es el pelado termofísico que consiste en calentar los frutos con vapor o agua a presión y someterlos luego a una descompresión. De esta forma el agua contenida debajo de la superficie se expande bruscamente y hace “estallar” la cáscara.

### Diagrama de proceso - Tomates enteros en conserva



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

- Tanto el escaldado como el pelado termofísico favorecen la eliminación de gases respiratorios, la inhibición de reacciones enzimáticas causantes de deterioro. También la limpieza y la retracción del producto para un adecuado llenado.
- Para eliminar los restos de piel que pudieran haber quedado adheridos se pasan los frutos por una “pellizadora”, equipo con una serie de rodillos que giran a diferentes velocidades produciendo así el “pellizco” que separa la piel. Es importante el correcto control

de esta etapa porque la piel puede llevar adherida algo de pulpa, situación que generaría una merma en el rendimiento.

- A continuación, mientras el producto es transportado sobre cintas o por una serie de rodillos, pasa por otra inspección visual donde se controla la eficacia de la etapa anterior y se retocan aquellas piezas que tienen adheridos restos de piel.
- Seguidamente se realiza el envasado de los tomates. El envase más habitual es el tarro de hojalata. Cabe recordar que en conservas de frutas y hortalizas se denomina “tarro” al recipiente con base circular, mientras que el término “lata” define a los de base cuadrada o rectangular. También pueden utilizarse frascos de vidrio.
- El envasado se completa con la dosificación de líquido de cobertura, también llamado “líquido de gobierno”. En este caso se emplea jugo de tomate que es incorporado a los tarros mediante picos vertedores.
- Según la capacidad de procesamiento de la planta, el envasado puede realizarse en forma automática o semi automática.
- El peso de los frutos en el tarro es conocido como “peso escurrido”, mientras que el conjunto de fruto más jugo es el “peso neto”. Ambos pesos deben guardar una relación fija en cada tarro. Además de las implicancias comerciales, esta relación incide en el calentamiento en las autoclaves y es imperioso respetarla para asegurar una correcta esterilización.
- Una vez llenado el envase se desplaza el aire contenido en el espacio existente entre la superficie del líquido y el borde del recipiente, llamado “espacio de cabeza”. El aire puede eliminarse mediante vacío o bien con una corriente de vapor. La eliminación del aire, en particular del oxígeno, ayuda a prevenir el deterioro del producto y a minimizar las tensiones que sufre el envase durante el calentamiento. Inmediatamente se coloca la tapa en una “remachadora” y a continuación se procede a la esterilización. Es importante que el tiempo que transcurre entre el remachado y el inicio de la esterilización no sea excesivo, para evitar desarrollo de microorganismos.
- La hermeticidad de los envases es fundamental para asegurar la inocuidad de las conservas. Por tal motivo, si se emplean tarros de hojalata, es necesario realizar controles visuales sobre los envases y someter las remachadoras a estrictos programas de mantenimiento.
- La esterilización, también llamada “appertización”, es la etapa medular de la elaboración de conservas. En este proceso se somete al producto ya envasado a un calentamiento con vapor a temperaturas y tiempos cuidadosamente predeterminados con el fin de eliminar los microorganismos presentes y obtener así un producto de una larga vida útil que pueda conservarse sin necesidad de refrigeración.
- En la industria la esterilización se realiza en autoclaves, recipientes

### Un precursor

El término Appertización recuerda a Nicolas Appert, un francés que a principios del siglo XIX logró conservar hortalizas envasándolas herméticamente en botellas de vidrio y sometiéndolas al calor. En esos años no se conocía la existencia de los microorganismos, sin embargo Appert fue el primero en elaborar un producto similar a lo que hoy denominamos conservas.

a presión que pueden operar en forma continua o discontinua. Las autoclaves continuas son particularmente útiles para empresas que procesan grandes volúmenes.

- Los tiempos y temperaturas de esterilización se eligen de modo que aseguren la eliminación de las esporas de *Clostridium botulinum*, agente causal de potenciales intoxicaciones. Una adecuada esterilización sumada a un valor de pH menor a 4,5 aseguran la inhibición de ésta y otras bacterias alterantes y patógenas.
- Luego de la esterilización los tarros son rápidamente enfriados hasta 35° C para evitar así una sobrecocción. A esa temperatura, los tarros mojados durante la esterilización se secan correctamente para prevenir oxidaciones y alteraciones en el envase.
- Después de esterilizada, toda partida de conserva de vegetales debe mantenerse durante no menos de 6 días consecutivos a temperatura ambiente (entre 20 y 40° C). Asimismo de cada partida se extrae una muestra estadísticamente representativa, la que se mantendrá por partes iguales en estufa a 37° C y 55° C durante seis días consecutivos.
- Si al término de la prueba de la estufa los resultados son satisfactorios, la partida puede liberarse para su expendio.
- Finalmente los envases son etiquetados y almacenados hasta su expedición. Es fundamental prevenir golpes o abolladuras en los tarros dado que pueden provocar fisuras y contaminaciones.

### Los jugos

- Los frutos verdes o sobremaduros que fueron separados en la selección son destinados a la línea de jugo. Se los hace pasar por un triturador que los convierte en una pasta. La trituración debe ser efectuada de modo que no rompa las semillas de tomate, ya que pueden afectar negativamente la textura del producto final.
- Al romperse la piel del tomate y ponerse el interior del fruto en contacto con el aire se producen naturalmente una serie de reacciones enzimáticas que afectan las pectinas, lo que reduce la consistencia o viscosidad requeridas.
- Para evitar estas reacciones el tomate triturado es sometido a un tratamiento térmico corto denominado *Hot Break*.
- De esta forma se obtiene un producto de elevada consistencia y reducida sinéresis (separación entre líquido y sólidos). Productos de similares características también son especialmente aconsejados

### Cold y Hot

Contrariamente al proceso de *Hot Break*, con el método *Cold Break* (molienda en frío) se obtiene un producto de bajo contenido de pectina, menos viscoso, con una sinéresis superior. En este caso el producto es particularmente idóneo para jugos bebibles o sopas. Las características organolépticas, aroma y color, no se ven afectadas.

para la producción de salsas o *Ketchup*.

- A continuación se realiza un tamizado que retiene piel y semillas. La malla del tamiz tiene una abertura que varía de 0,5 a 1 mm.
- Finalmente el jugo obtenido se almacena en un tanque desde donde se bombea a la línea de envasado. Además, en esta instancia se ajusta la acidez y se adicionan sal, edulcorantes nutritivos y sales de calcio como agente de firmeza

### Concentrados de tomate

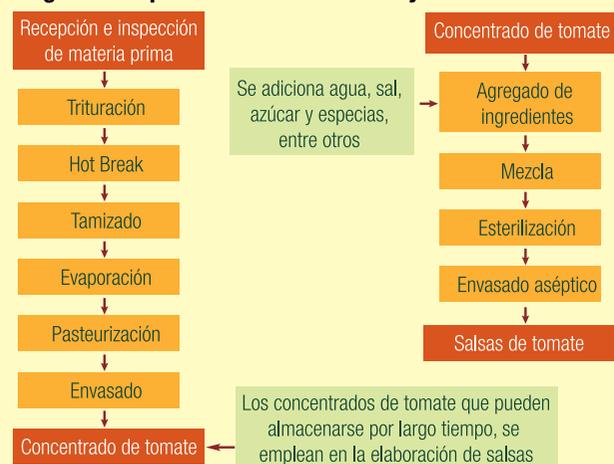
- En nuestro país la producción de tomate presenta una fuerte estacionalidad, entre los meses de noviembre y mayo. Por lo tanto durante esos meses las empresas elaboran y almacenan concentrados que luego les permiten producir otros derivados tales como salsas o purés.
- De esta forma pueden satisfacer adecuadamente la demanda durante todo el año ya que el consumo de estos derivados presenta una estacionalidad baja, sólo con un leve aumento en invierno.
- Para elaborar concentrados los tomates, son seleccionados y luego molidos, tratados térmicamente (*Hot break*) y separados de la piel y las semillas. El producto resultante se concentra en evaporadores.
- La concentración consiste en evaporar una parte del agua contenida en el producto mediante un calentamiento con vapor. Como el tomate es sensible a calentamientos prolongados, los evaporadores operan a presión reducida haciendo que el agua se

### Innovaciones

La aparición del envase de hojalata y del autoclave fueron dos de los grandes avances tecnológicos que permitieron el desarrollo de la industria de conservas.

En igual sentido puede considerarse la aparición del *Tetra recart*, un nuevo producto de la firma *Tetra Pak*. Los primeros envases *Tetra Pak* se empleaban para alimentos líquidos que se esterilizaban antes de ser envasados asépticamente. *Tetra Recart* en cambio, es el primer envase de cartón para alimentos que puede esterilizarse en autoclave. Representa una alternativa para alimentos sólidos que tradicionalmente se envasan en latas o recipientes de vidrio, tales como vegetales y una gama entera de productos de tomate. Una ventaja adicional es la sección cuadrada de los envases que permite optimizar el espacio de almacenamiento y de transporte. Además es un envase liviano que no necesita de abrelatas para su apertura.

## Diagrama de proceso - Concentrados y salsas de tomate



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

evapore a temperaturas menores. Esto evita causar alteraciones en el color y sabor del producto final. Se obtiene un producto líquido con contenido de sólidos más elevado (aproximadamente 33 %) que favorece la conservación. Asimismo, la eliminación de agua reduce el volumen de producto, lo que facilita las tareas y reduce los costos de almacenamiento y transporte.

- Después de haber obtenido la concentración deseada, el producto debe ser pasteurizado para eliminar la carga microbiana que pudiera estar presente. Una vez pasteurizado, el concentrado de tomate está listo para ser envasado. Generalmente se lo almacena en tambores hasta el momento de su empleo.

## Más cerca del consumidor

- El concentrado sirve como base para la elaboración de purés y salsas. A éste se le mezcla con agua e ingredientes tales como sal, glucosa, entre otros. A continuación el producto es esterilizado en forma continua, rápidamente enfriado y envasado asépticamente.
- Con el mismo proceso y la adición de diferentes especias e ingredientes se logra una diferenciación que da respuesta a la preferencia cada vez mayor de los consumidores por los productos elaborados listos para consumir. Así aparecen en el mercado salsas tipo pomarola, fileto, napolitana, para pizzas, bolognesa, con albahaca, entre otras. Paralelamente se registra una disminución en la demanda de tomates enteros.
- Junto con el tipo de producto los envases también tienden a acercarse a las necesidades del consumidor. La tradicional lata incorporó la tapa *easy-open*, de fácil apertura. Se consolidaron en el mercado presentaciones en envasado aséptico *Tetra brick* y aparecieron los nuevos trilaminados flexibles *Qualipack*.
- Además del segmento hogareño, los derivados de tomate alcanzan

el canal institucional atendiendo a restaurantes, comedores o pizzerías.

## LAS CIFRAS DEL SECTOR

### Producción de conservas de tomate

Expresada como materia prima procesada (estimación)

Las principales provincias argentinas productoras son Mendoza, San Juan, Río Negro y Santiago del Estero, donde se observan condiciones agroecológicas favorables para su cultivo. La provincia con mayor superficie destinada a tomate industria es Mendoza.

Año	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Ton.	280.000	360.000	417.000	340.000	215.000	255.000

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos sobre datos de TOMATOLAND.

### Exportaciones de conservas de tomate

NCM: 2002.10.00, 2002.90.10, 2002.90.90

En comparación con el consumo doméstico el volumen destinado a exportación es poco importante. La principal conserva argentina de exportación es el tomate entero pelado.

Año	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Ton.	10.990	10.305	11.469	22.831	26.962	2.325	825
Miles US\$	5.830	5.038	5.409	11.743	13.667	1.210	544

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos sobre datos de la Aduana.

Los principales destinos: Reino Unido 31%, Uruguay 12%, Australia 14 %.

### Importaciones de conservas de tomate

NCM: 2002.10.00, 2002.90.10, 2002.90.90

En los años posteriores a la salida de la convertibilidad los volúmenes que ingresaron en nuestro país se redujeron significativamente. Sin embargo esta tendencia se revirtió en los últimos dos años, coincidentemente con una caída de la producción local.

Año	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Ton.	24.750	11.315	7.226	6.024	18.080	27.719	55.213
Miles US\$	16.890	7.080	4.013	3.338	9.615	12.917	22.197

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos sobre datos de la Aduana.



Cadenas productivas

Ing. Agr. Erica Maggi  
Dirección de Industria Alimentaria

# Hierbas aromáticas y especias

En sus capítulos 9 y 12, el Nomenclador Común del Mercosur incluye a los siguientes productos del sector de hierbas aromáticas y especias: *pimienta*, frutos del *Capsicum*, *vainilla*, *canela*, *clavo*, *nuez moscada*, *macis*, *amomo* y *cardamomo*, *anís*, *badian*, *coriandro*, *comino*, *alcaravea*, semillas de *hinojo*, bayas de *enebro*, *jengibre*, *azafrán*, *cúrcuma*, *tomillo*, *laurel*, *curry*, semillas de *mostaza*, *lúpulo*, *raíces de ginseng*, *orégano*, *albahaca*, *plantago psilum*, *tilo*, *boldo*, *cedrón*, *cardo mariano*, *manzanilla*, *menta*, *valeriana*, demás hierbas aromáticas y demás especias.

Debido al aumento sostenido de la demanda de productos más saludables y naturales, el mercado mundial de hierbas aromáticas y especias se encuentra en franca expansión. El principal país exportador es China, y figuran como importadores de mayor envergadura los Estados Unidos, Alemania y Japón.

Esta tendencia hacia el crecimiento de la demanda se vio reflejada en el nivel interno, ya que durante la última década las exportaciones se incrementaron tanto en volumen como en valor. Brasil y Alemania fueron los principales destinatarios de las mismas.

## Mercado mundial

- Tanto las hierbas aromáticas como las especias son producidas por países poco desarrollados o en vías de desarrollo (WTO, 2006). Durante el año 2006 se comercializaron en el mundo 2.616.974 toneladas de estos productos, que generaron un movimiento de divisas de 4.423 millones de dólares.
- El comercio internacional de aromáticas crece a una tasa sostenida superior al 2% anual. Entre las principales causas de este fenómeno se hallan:
  - El incremento de la población así como los volúmenes de elaboración de comida rápida "*fast food*" o en microondas.
  - La demanda de alimentos sin presencia de saborizantes, aditivos y/o conservantes sintéticos.
  - La sustitución de la sal y el azúcar de los alimentos.
  - El auge de las comidas étnicas.
- A nivel mundial la producción de aromáticas acompaña a la demanda, lo que origina una fuente de competencia entre los proveedores de los países en desarrollo (CYTED, 2000<sup>1</sup>).
- Los primeros diez países exportadores respondieron por el 72% del volumen total. Cinco de ellos -China, India, Siria, Canadá

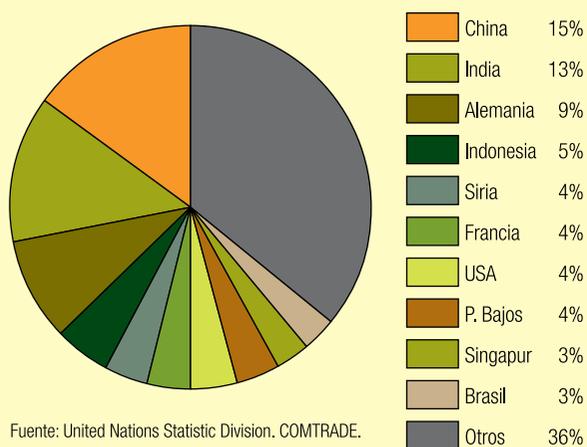
<sup>1</sup> "Cultivos Industriales". E. de la Fuente, A. Gil, P. Jiménez, A. Kantolic, M. Pereira, E. Ploschuk, D. Sorlino, M. Vilariño, D. Wassner, L. Windauer. Editorial Facultad de Agronomía EFA, 2006.

e Indonesia- en conjunto, representaron el 60% del volumen comercializado a nivel global.

Principales exportadores mundiales 2006 en volumen y valor			
Exportador	Miles US\$	Ton	US\$/Ton
China	681,465	634,664	1,074
India	558,923	446,641	1,251
Alemania	388,122	80,762	4,806
Indonesia	203,303	125,407	1,621
Siria	183,190	199,453	918
Francia	169,043	25,336	6,672
USA	164,934	41,525	3,972
P. Bajos	155,932	56,232	2,773
Singapur	143,383	42,828	3,348
Brasil	140,027	64,538	2,170
Otros	1,634,594	899,589	1,817
<b>TOTAL</b>	<b>4,422,917</b>	<b>2,616,974</b>	<b>1,690</b>

- Con el 0.2% tanto del valor como del volumen total de las exportaciones, Argentina se encuentra en el puesto 39 del ranking exportador.

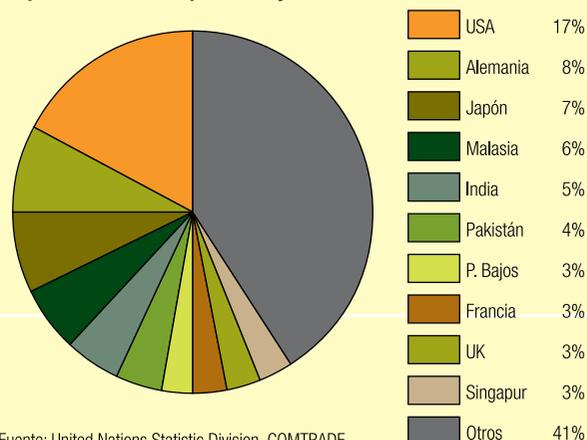
#### Exportaciones mundiales de hierbas aromáticas y especias 2006 en porcentajes de valor



Fuente: United Nations Statistic Division. COMTRADE.

- En cuanto a los productos exportados, las pimentas y los frutos del *Capsicum* son los principales productos vendidos por los exportadores. Ambos explicaron el 27% -1.182 millones de dólares- del valor mundial de exportación.
- El destino más importante de los productos del sector fue Estados Unidos, que concentró el 17% del valor y del volumen de las exportaciones mundiales. Diez países importaron el 60% del volumen y valor disponibles, ellos fueron: Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido, Francia, Singapur, Malasia, España, Países Bajos e India.

#### Importaciones mundiales de hierbas aromáticas y especias 2006 en porcentajes de valor



Fuente: United Nations Statistic Division. COMTRADE.

- Como importador, Argentina participó con el 0.3% del volumen comercializado a nivel mundial. De este modo, el análisis macro del Sector de Hierbas Aromáticas y Especias revela que nuestro país tiene mayor peso como importador que como exportador de estos productos.

#### Mercado Nacional

##### Producción Primaria

- En nuestro país las zonas de producción de Hierbas Aromáticas y Especias son la región de Cuyo, el NOA (Noroeste Argentino), el NEA (Noreste Argentino), la región Centro y la Pampeana.
- En cada una de estas zonas se producen distintos cultivos aromáticos, distinguiéndose:
  - la región de Cuyo, por ser la principal área productora de Orégano del país.
  - el NOA, por contar con la mayor producción de Pimiento para elaborar pimentón, Anís y Comino.
  - el NEA por ser la principal zona de producción de *Citronela* y *Lemongrass*.
  - La región Centro por ser la segunda productora de Orégano.
  - La región Pampeana, caracterizada por la producción de cultivos extensivos como la Manzanilla, la Mostaza, el Coriandro y el Hinojo.
- Cabe destacar que en octubre de 2007 comenzó a funcionar el Registro Nacional de Productores de Hierbas Aromáticas y Especias (RENAPROHA), cuya inscripción es obligatoria para los productores del Sector Aromático, y tiene una duración de dos años. El objetivo del Registro es generar la mayor información posible del eslabón de la producción primaria, y a partir de los

datos registrados en el mismo se generarán informes que serán de pública difusión y guardarán el secreto estadístico.

### Exportación

- En el gráfico siguiente se puede apreciar la evolución de las exportaciones de hierbas aromáticas y especias, tanto en volumen como en valor, de los últimos diez años (período 1997-2006) y del período enero-noviembre de 2007.

#### Evolución de las exportaciones del sector aromático 1997 - 2007\*



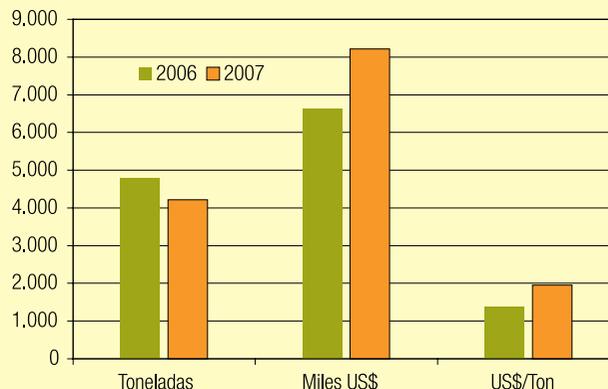
\* Período Enero - Noviembre

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos de la Aduana.

- En el último decenio el volumen de exportación del sector creció en forma sostenida año a año: se pasó de exportar 448 toneladas por valor de 1,04 millones de dólares FOB en 1997, a exportar un total de 5.239 toneladas que generaron un ingreso de divisas de 8,22 millones de dólares en 2006.
- Al analizar la variación interanual de las cifras, el alza registrada en 2006 llega al 49%, mostrando así un desempeño muy superior al promedio del total de las exportaciones argentinas (15%) y al del resto de las manufacturas de origen agropecuario (16%).
- Estos datos ubican a las hierbas aromáticas entre los sectores más dinámicos de las exportaciones argentinas y demuestran que, si bien la participación de nuestro país en el comercio mundial de estos productos es aún pequeña, nuestras ventas aumentan cada año en porcentajes muy superiores al promedio mundial (Exportar, 2006).
- Como puede observarse, el crecimiento de las exportaciones de hierbas aromáticas y especias ha sido constante y a tasas crecientes durante 1997/2006. Ese incremento fue impulsado, hasta el año 2002, principalmente por el volumen aportado por dos productos: el Coriandro y los frutos del Capsicum. Luego de la salida de la convertibilidad, las exportaciones se vieron favorecidas por la nueva situación cambiaria, por lo que el número de productos exportables aumentó desde 11 en 1997 hasta 18 en 2002.

- En el transcurso de 2007, se mantuvo la tendencia del último decenio de incremento del valor de las exportaciones pero no del volumen. Así, el 2007 se acerca a brindar un panorama atípico ya que si bien el valor de las exportaciones del período enero - noviembre aumentó un 24% respecto del acumulado de iguales meses de 2006, el volumen no guardó igual comportamiento, registrándose una baja interanual del 12%.

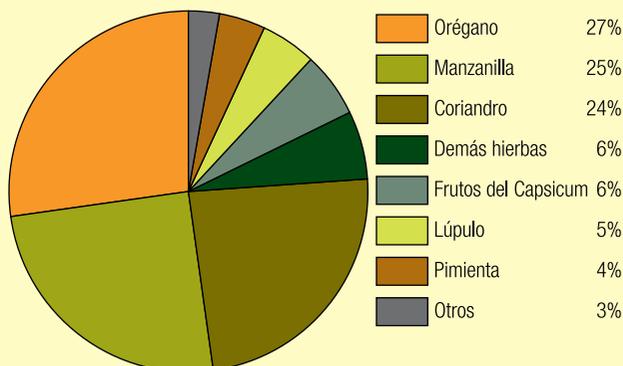
#### Exportaciones del sector aromático Enero - Noviembre 2007 vs 2006



Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos de la Aduana.

- Una explicación a esto puede encontrarse analizando la composición de las exportaciones: aquellos productos que en mayor medida disminuyeron su volumen de exportación fueron el Coriandro (tercer producto exportado) y la Manzanilla (principal producto de exportación nacional), y los que mayor incremento registraron fueron el Orégano, el Lúpulo y la Pimienta, aunque no alcanzaron a compensar con su aumento la caída en los volúmenes de los primeros.
- Los principales productos de exportación concentraron durante 2007 más del 75% del volumen total, el Orégano participó

#### Composición de las exportaciones 2007\*



\* Período enero - noviembre

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos de la Aduana.

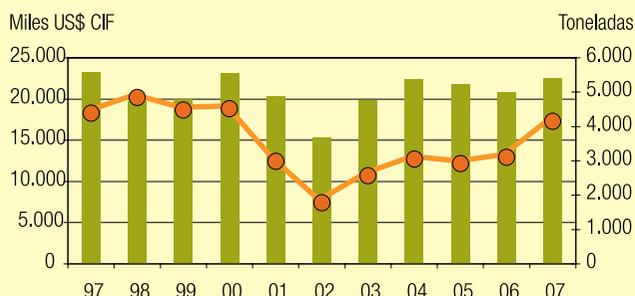
con 1143 toneladas, la Manzanilla aportó un volumen de 1051 toneladas, mientras que se exportaron 1088 toneladas de Coriandro.

- Los países destino de nuestros productos aromáticos pertenecen en un 55% a América del Sur. Lideran este grupo Brasil, que compra el 38% del volumen de la exportación de Argentina. Tras él se posiciona Chile y luego Uruguay. El segundo bloque de países en importancia (31%) es la Unión Europea, donde el comprador líder es Alemania, seguida por Italia.

## Importación

- En cuanto a las importaciones, el gráfico permite apreciar que 2002 marcó un mínimo en las importaciones de los últimos diez años (1997/2006). Sin embargo el nivel de importación no se detuvo con la nueva paridad peso-dólar, sino que tendió a estabilizarse en torno de las 5.000 toneladas (promedio del período 2003-2006). No obstante, el valor de las importaciones tendió al ascenso, aunque aún no alcanzaron los niveles anteriores al 2002. Igual comportamiento mostró el precio promedio de la tonelada importada: a partir del 2002 los precios se mantuvieron en franco ascenso, promediando los US\$ 2388 la tonelada (2003-2006).

### Evolución de las importaciones del sector aromático 1997 - 2007\*

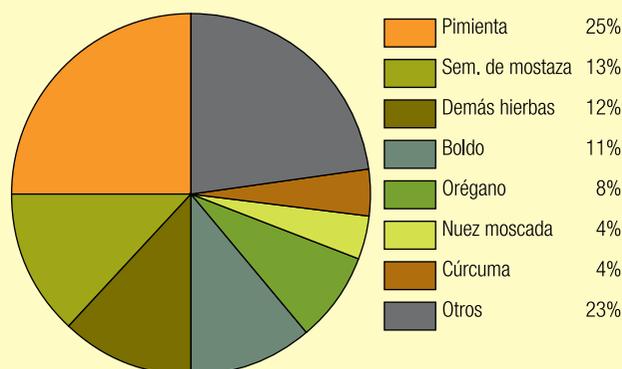


\* Período enero - diciembre.

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos de la Aduana.

- En el transcurso de los primeros 11 meses del año 2007, las importaciones alcanzaron un volumen de 5.396 toneladas y un valor de 17 millones de dólares CIF, que comparadas con igual período de 2006 representaron un aumento del 20% y 48% respectivamente.
- Aquellos productos del Sector que mayor volumen de importación registraron en 2007 fueron la Pimienta con 1312 toneladas, las semillas de Mostaza con 712 toneladas, las demás Hierbas Aromáticas con 651 toneladas y el Boldo con 610 toneladas. En conjunto estas hierbas aromáticas y especias representaron el 61% de las importaciones.
- El origen de estos productos es diverso, Brasil es el principal

## Composición de las importaciones 2007\*



\* Período enero - noviembre.

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos de la Aduana.

proveedor de Argentina significando el 25% del volumen importado, en segundo lugar -con el 21%- se posicionó Chile, seguido por Canadá con el 13%, India con el 7%, e Indonesia con el 4%. Estos cinco países concentraron el 69% de las importaciones totales.

## Industrialización

- Los cultivos aromáticos pueden aprovecharse desde el punto de vista comercial de distintos modos: como plantines, como hierbas fresca o desecada (entera, picada o molida), como especia (entera, picada o molida) o como materia prima para la obtención de extractivos (E. de la Fuente *et al*, 2006).
- Los extractivos obtenidos de cultivos aromáticos son utilizados por distintas ramas industriales, como la industria alimentaria, la cosmética, farmacéutica, agroquímica, química, por citar algunos ejemplos.
- Los productos que pueden obtenerse a partir de la industrialización de hierbas aromáticas y especias son:

- **Aceites esenciales:** conjunto de metabolitos secundarios aislados de la planta mediante algún procedimiento extractivo particular. Los aceites esenciales son los principales extractivos comercializados a partir de los cultivos aromáticos.
- **Concretos:** obtenidos por medio de un disolvente no polar y la posterior eliminación de éste por evaporación a baja temperatura y con ayuda de vacío. El remanente suele ser un residuo semisólido, pastoso. Comercialmente suelen llamarse *oleorresinas*, muy utilizadas en las industrias alimentaria y farmacéutica.
- **Resinoides y Absolutos:** si el concreto es obtenido mediante un disolvente no polar, se lo puede redissolver en etanol a temperatura ambiente (o como máximo 40-50 °C). Quedará

entonces una porción insoluble en etanol, que se denomina **resinoide**, y una parte soluble que se separa por filtración la cual, una vez eliminado el etanol, se denomina absoluto. Estas dos formas de extracto tienen una amplia difusión en la industria de perfumería fina.

- **Resinas:** algunas especies pueden considerarse aromáticas ya que exudan naturalmente o por incisiones o heridas de sus troncos, sustancias aromáticas conocidas como resinas.
- **Infusiones:** cuando el extractivo se hace vertiendo agua hirviendo sobre la planta aromática.

- La agroindustria dedicada exclusivamente a la obtención de esencias tiene una serie de particularidades que merecen destacarse. Entre sus principales ventajas pueden citarse:

- Pocos insumos necesarios.
- Proceso industrial económico probado.
- Proceso industrial eficiente.
- Producto con valor agregado.

Corresponde señalar entre sus desventajas el hecho de que los aceites esenciales son productos agroindustriales que poseen un mercado limitado y serias restricciones en cuanto al acceso a las fuentes de información y de consumo (E. de la Fuente *et al*, 2006).

#### Fuentes consultadas

*Cultivos Industriales*, Editorial

Facultad de Agronomía EFA, 2006 -

*Análisis de Tendencia del Mercado de Hierbas Aromáticas*, Informe Exportar 30, Fundación Exportar, 2007, [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)

- *Marketing Manual and Web Directory for Organic Spices, Culinary Herbs and Essential Oils*, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2006

- *World Markets in the Spice Trade 2000 – 2004*.

International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2006

- [www.intracen.org](http://www.intracen.org) - *United Nations Commodity Trade Statistics Database*, COMTRADE, [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)

C a d e n a s   p r o d u c t i v a s

Lic. Alejandra Rocco  
Dirección de Industria Alimentaria

## Vid y sus productos

**E**n lo que se refiere a la producción y exportación de uvas y sus derivados (vinos, mostos, pasas, jugos de uva, uva de mesa), nuestro país se ha posicionado en los últimos años como una de las regiones de importancia a nivel mundial dado que posee zonas aptas en cuanto a condiciones climáticas y geológicas específicas, tales como: latitud y temperatura, luminosidad, gran amplitud térmica, entre otras características.

### Argentina en el mundo

Detalle	Posición a nivel mundial
Producción de uvas	8
Producción de pasas	10
Exportador de pasas	10
Elaboración de vinos	5
Consumidor de vinos	6
Exportador de vinos	10

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos sobre datos de INV y OIV.

### Uvas y pasas

- Nuestro país es el 8º productor de uvas a nivel mundial y el 10º productor y exportador de pasas de uva.
- Según su variedad, las uvas pueden destinarse a vinificación, a producción de pasas de uvas o al consumo en fresco.
- Suele suceder que uvas aptas para elaborar de vinos o producir pasas se destinen al consumo en fresco, o viceversa.

### Producción y consumo

- Según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), en 2007 la cosecha de uvas se incrementó respecto del año 2006 en un 9%, alcanzando un volumen de 30.925.095 quintales.
- El 96% se destinó a elaborar vinos y mostos, un 2% a pasas de uva y otro 2% al consumo en fresco, que insumió 519.502 quintales; de ese total, la provincia de San Juan aportó 445.395 quintales, Mendoza 40.383 y Río Negro 33.704.

### Exportaciones

- De acuerdo a estimaciones del INDEC, en el período enero-octubre 2007 las exportaciones de uvas acumularon divisas por valor de 50.202.000 US\$, y 49.396 toneladas.
- Estas cifras denotan que las exportaciones de uvas acumuladas a octubre de 2007 alcanzaron el 69,7% de las toneladas totales exportadas durante el año 2006 y el 70,5% de las divisas generadas por dichas ventas externas.
- Las exportaciones de pasas de uvas, en el período enero-octubre 2007 acumularon divisas por un valor de 30.946.000 de US\$, y 24.505 toneladas.

### Exportaciones Argentinas de Uva en Fresco y Pasas 2000-2007 en Toneladas y miles de US\$

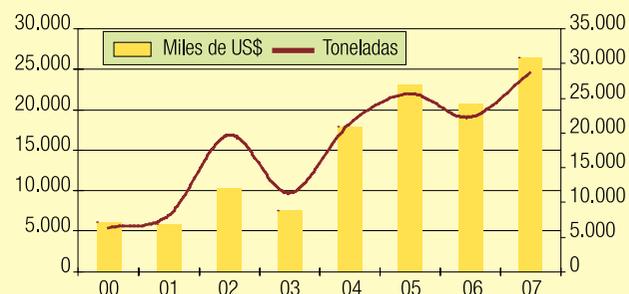
Año	Uva en Fresco		Pasas de Uva	
	Toneladas	Miles de US\$	Toneladas	Miles de US\$
2000	22,220	33,282	5,391	7,222
2001	25,958	35,447	6,861	6,890
2002	36,492	35,252	16,829	12,132
2003	39,074	33,719	9,667	8,842
2004	48,331	41,715	18,182	20,981
2005	51,943	48,618	21,934	27,051
2006	70,891	71,177	19,050	24,384
2007*	49,396	50,202	24,505	30,946

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos sobre datos de INV e INDEC

Datos enero-octubre 2007

- Si se observa la evolución de las mismas desde el año 2002, se destaca un crecimiento del 355% en las toneladas exportadas y si se considera además que los datos del año 2007 comprenden los primeros 10 meses del año, esta variación es aún mayor.

### Evolución de las exportaciones de pasas de uva 2000 / 07\*



\* Datos enero - octubre 2007

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INDEC.

- Con respecto al año 2006 las toneladas exportadas de pasas de uva se incrementaron un 29%.
- Los principales destinos de las exportaciones de uva en fresco son: Bélgica (24%), Rusia (19%), Países Bajos (18%) y Brasil (16%).

### Exportaciones Argentinas de Uva por destinos principales en porcentajes - 2007

País destino	Ton.	Miles US\$ FOB	País destino	Ton.	Miles US\$ FOB
Bélgica	24	25	Canadá	2	2
Rusia	19	19	Indonesia	2	2
P. Bajos	18	19	Italia	2	2
Brasil	16	14	Malasia	1	1
Alemania	3	3	Resto	11	10
España	3	3			

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INDEC.

- Las pasas de uvas se destinan principalmente a: Brasil (51%), EEUU (26%) y España (4%).

Exportaciones argentinas de pasas de uva por destinos principales en porcentajes 2007					
País destino	Ton.	Miles US\$ FOB	País destino	Ton.	Miles US\$ FOB
Brasil	51	50	Colombia	2	2
EE.UU.	26	26	Venezuela	1	1
España	4	4	P. Bajos	1	1
Taiwan	3	4	Rusia	1	1
R. Dominicana	2	2	Resto7	7	7
Chile	2	2			

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INDEC.

## Vinos y mostos

- El vino es el producto obtenido de la fermentación alcohólica de la uva fresca y madura, o del mosto<sup>1</sup> de uva fresca y madura, elaborado dentro de la misma zona de producción (Artículo 17 Ley Nacional de Vinos 14.878).
- Argentina es el 5º elaborador mundial de vinos, después de Francia, Italia, España y EEUU, el 6º país consumidor (2 litros mensuales de vinos per capita, si se considera a la población mayor de 18 años y con los datos del mes de octubre 2007), y el 10º exportador mundial.

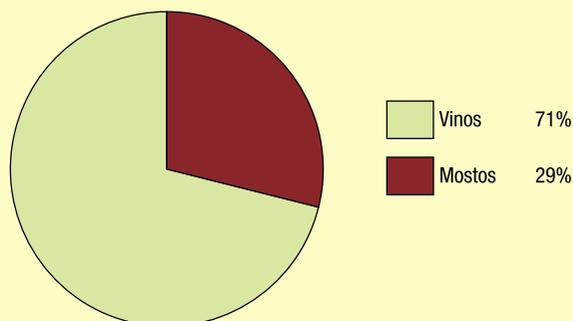
## Producción

- La elaboración anual de vinos en 2007 fue de 15.045.915 hectolitros, en tanto que la de mostos ascendió a 8.106.205 hectolitros.
- Esta producción registró un incremento del 26,9% respecto del año anterior.
- Mendoza aportó el 54% del total de los mostos producidos, San Juan 44%, y el resto de las provincias (La Rioja, Catamarca, Río Negro, Neuquén, Córdoba y Salta) el 2%.
- Del total de mostos elaborados, el 95,5% correspondió a Mosto Sulfitado y un 4,4% a Mosto Virgen.

<sup>1</sup> El Mosto es el líquido turbio, más o menos viscoso, obtenido por el molido o el prensado de la uva. Existen distintos tipos de mostos:

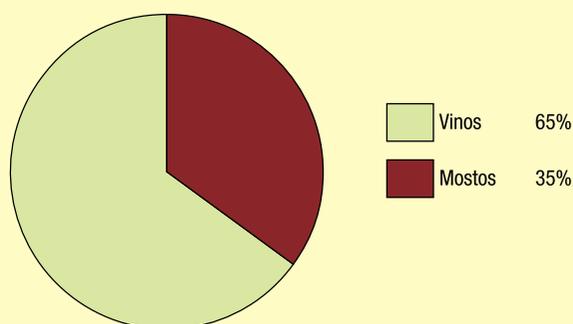
- El "mosto virgen" es aquel mosto natural obtenido ni bien se estruja la uva.
- El "mosto de uva en fermentación" es el mosto virgen que se deja fermentar para la obtención de vinos.
- El "mosto concentrado" es aquel mosto virgen al cual se le quita el agua, posibilitando que la alta concentración de azúcares haga imposible la fermentación.
- El "mosto sulfitado" es aquel mosto virgen al cual se le agrega anhídrido sulfuroso (dióxido de azufre) en altas dosis para evitar la fermentación.

## Elaboración de vinos y mostos 2006

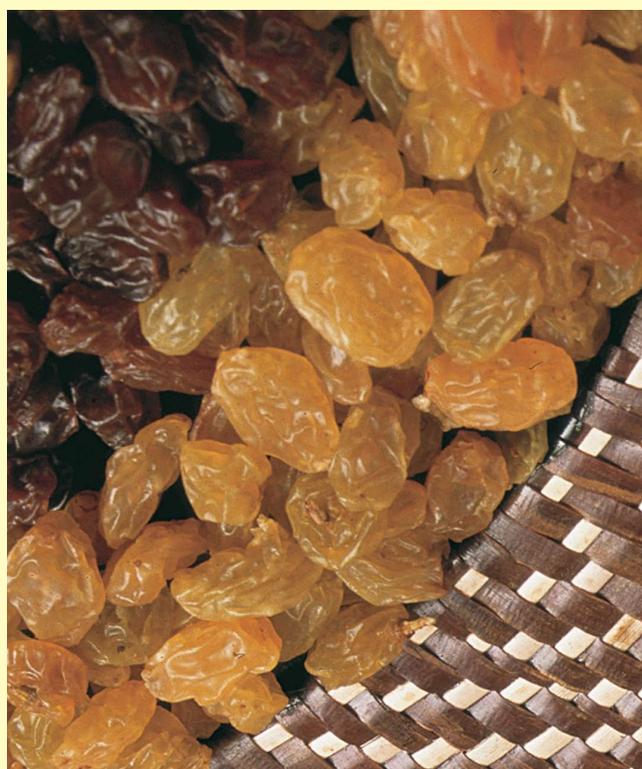


Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INV.

## Elaboración de vinos y mostos 2007



Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INV.



<b>Elaboración de vinos y mostos en hectolitros</b>			
	2006	2007	Var. %
Vino	14.466.778	14.151.424	-2,18%
Regional	884.302	832.270	-5,88
Dulce natural	42.731	54.439	27,40%
Dulce natural varietal	2.536	7.600	199,68%
Especial C	2		
Otros		183	
<b>Total vinos</b>	<b>15.396.350</b>	<b>15.045.915</b>	<b>-2,28%</b>
Mosto sulfitado	5.829.141	7.603.226	30,43%
Mosto sulfitado regional	225.757	141.603	-37,28%
Mosto virgen	331.490	361.375	9,02%
Mosto en fermentación	1.030		
<b>Total mostos</b>	<b>6.387.417</b>	<b>8.106.205</b>	<b>26,91%</b>
<b>Total vinos y mostos</b>	<b>21.783.767</b>	<b>23.152.120</b>	<b>6,28%</b>

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INV.

## Exportaciones

<b>Exportaciones argentinas de vinos y mostos en miles US\$</b>		
	2006	2007*
Sin Denominación Varietal	86.198	69.057
Varietal	281.976	319.257
Espumosos	10.016	7.647
Otros	1.206	1.145
<b>Total Vinos</b>	<b>379.397</b>	<b>397.109</b>
Mostos Concentrados	113.282	141.735
Mosto Sulfitado	59	130
Mosto Virgen		12
<b>Total Mostos</b>	<b>117.792</b>	<b>141.879</b>
<b>Total Vinos y Mostos</b>	<b>497.189</b>	<b>538.987</b>

Datos acumulados hasta octubre 2007  
Fuente: Dirección Nacional de Alimentos en base a datos del INV.

- Según datos del INV, en el período enero-octubre 2007 las exportaciones de vinos fueron de 2.922 miles de hectolitros, por un valor de 397 millones de US\$.
- Representan un incremento de 29% en el valor y de 21% en el volumen, respecto de igual período del 2006.
- La exportación de mostos, en el período enero-octubre 2007 alcanzó a 1.216 miles de hectolitros, que representaron ingresos de 141 millones de US\$, Comparadas con igual período del año 2006 esos números representan incrementos de 24% y 52 % respectivamente.



- Los destinos más importantes de las exportaciones argentinas de vinos son, medidos en valor, EE.UU, Reino Unido, Canadá, Brasil y Rusia. Si se consideran los hectolitros, Rusia, EE.UU, Paraguay, Reino Unido, Canadá y Brasil. Los mostos parten principalmente hacia EE.UU, Sudáfrica, Rusia, Canadá y Japón.





Lic. María José Cavallera  
Dirección de Industria Alimentaria

## Exquisiteces argentinas

El término francés ***gourmet*** define a la persona que busca delicadeza y refinamiento en los placeres de la mesa.

En concordancia con esta acepción, no existe una definición del “***alimento gourmet***”, sino que se trata más bien de un juicio cultural. El mercado *gourmet* está compuesto por productos exclusivos que exceden la base de las necesidades o del consumo inmediato. Se elige la marca por lo que comunica y por lo que refleja de su usuario como proyección de la individualidad.

A diferencia de las *commodities*, vinculadas a altos volúmenes de producción y bajos precios, los alimentos *gourmet* se caracterizan por tener una oferta limitada, alto valor diferencial y formas especiales de comercialización. Por otra parte, en un mercado globalizado como el actual, que tanto estima la calidad de las materias primas empleadas, la autenticidad y originalidad de los productos refuerzan el valor agregado.

Si se observa el universo de las empresas *gourmet*, la canasta es bien diversificada. La mayoría de ellas surgieron a partir del año 2000, etapa en que por cuestiones coyunturales los empresarios locales exploraron la posibilidad de abastecer al mercado interno y encontraron ventajas competitivas para abordar el mercado externo.

### Adónde encontrarlos

En el **mercado interno**, el canal tradicional de comercialización han sido los restaurantes, aunque desde hace algunos años empezaron a desarrollarse negocios minoristas dedicados a productos premium o que incluyen en sus góndolas y estanterías esta categoría de alimentos. Según fuentes privadas el mercado gourmet argentino está creciendo del 28% al 30% anual.

Para analizar el **mercado externo**, se tomaron algunas partidas arancelarias tales como: “*carne ahumada*”, “*pescado ahumado*”, “*quesos*”, “*salsas y aderezos*”, “*miel natural*”, “*frutas finas congeladas* (frambuesas, zarzamoras, moras, grosellas)”, “*té de hierbas*”, “*aceite de oliva virgen*”, “*productos preparados de conservas de salmón y de trucha*”, “*chocolates*”, “*dulce de leche*”, “*hongos*”, y “*jaleas y mermeladas*”.

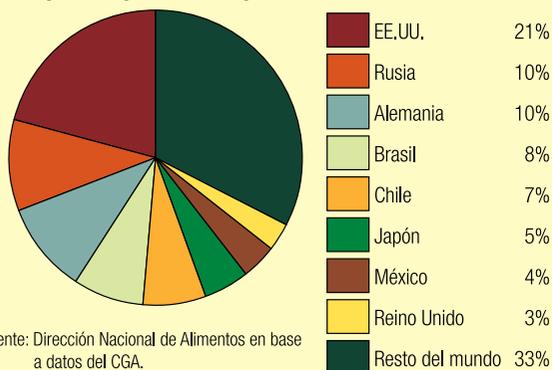
Según datos provisorios de la Dirección General de Aduanas, en 2007 las exportaciones ascendieron aproximadamente a 336 mil toneladas valuadas en US\$ 545 millones.

La “*carne y pescado ahumado*”, los “*chocolates no rellenos*” y las “*jaleas y mermeladas*” fueron los alimentos que mayor crecimiento

experimentaron durante el año pasado. En cambio, debido especialmente a problemas climáticos, algunos productos que abren e impulsan las operaciones internacionales como el dulce de leche, la miel y los quesos registraron en promedio una caída del 20%.

En referencia al destino de las *delicatessen* argentinas, Estados Unidos compró el 21% de los alimentos gourmet argentinos exportados. Rusia, Alemania, Brasil y Chile adquirieron el 34% del total, mientras que el 45% restante tuvo como destino más de 136 países, entre los que se destacaron Japón, México y el Reino Unido.

### Participación porcentual por destinos - 2007



En referencia al principal destino de nuestros productos (EE.UU.), según diversos informes<sup>1</sup>, los mercados relevantes para los alimentos gourmet se hallan en la costa oeste y el noreste de Estados Unidos. Las diez principales ciudades norteamericanas que concentran ese consumo son: Nueva York, Los Ángeles, Chicago, San Francisco, Detroit, Washington, Philadelphia, Houston, Boston y Miami.

El perfil de los estadounidenses habituados a consumir productos gourmet indica que se trata de personas de más de 45 años, con educación universitaria y nivel socioeconómico alto. Sin embargo, los consumidores pertenecientes a la llamada "generación Y" (18 a 28 años), también compran con relativa frecuencia esta categoría de alimentos, debido en gran parte a que están familiarizados con las cocinas de otros países (china, italiana, tailandesa), que incluyen sabores de comidas étnicas, ecológicas y gourmet.

Las tendencias que se avizoran para los próximos años en este mercado, favorecen a los productos que no perjudiquen el medio ambiente, que contengan sólo una ración pequeña que no deje "sobras", y que cuenten con mayor y mejor información en las

<sup>1</sup> Informe del Consulado General y Centro de Promoción Argentina en Los Angeles, "El mercado de alimentos Gourmet" y el informe de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

etiquetas. También serán variables consideradas por los consumidores la responsabilidad social y la protección del medio ambiente en los diversos pasos y procesos de la elaboración.

Una alternativa que podrán emplear los productores argentinos de alimentos gourmet para satisfacer estas tendencias será consolidar una relación interactiva con los clientes, a través de las diferentes herramientas que existen, como por ejemplo explorando a través de Internet para conocer con mayor detalle la evolución de sus preferencias y tener una visión integral de las mismas. Además de informar al consumidor para que conozca los posibles maridajes y las formas recomendables de consumo de estos alimentos.

En 2007, Argentina exportó a Estados Unidos principalmente "miel natural", "aceite de oliva virgen", "quesos" y "chocolate blanco relleno".

Un destino de interesante desarrollo es la República Dominicana, hacia donde las ventas crecen en forma constante y sostenida. En 2007, respecto al año anterior, aumentaron más del 70%, alcanzando así una participación del 0,25% sobre el total de las exportaciones gourmet argentinas.

Esto refleja un claro avance de nuestros productos en el mercado dominicano, y se debe en gran medida a la gran afluencia de turistas (4 millones) que visitan anualmente ese destino, procedentes fundamentalmente de Europa y Estados Unidos. Así, el mercado dominicano no sólo es importante para Argentina por sus compras sino también porque funciona como una auténtica vidriera promocional. Entre los alimentos más exportados a ese país se destacan las "jaleas y mermeladas", el "dulce de leche" y el "aceite de oliva virgen".

El espíritu exclusivo y la segmentación de mercado que caracteriza a estos alimentos, a veces es un problema para las empresas argentinas porque en su mayoría son firmas pequeñas o medianas que enfrentan limitaciones a la hora de encarar el transporte de la mercadería, el desarrollo del packaging y el etiquetado necesario para enviar al exterior. De ahí la conveniencia de unirse para exportar de manera consolidada, despachando en un mismo contenedor productos de diferentes empresas.

Cabe señalar aquí que la Dirección Nacional de Alimentos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos se ocupa de brindar elementos a los productores encarando el estudio sistemático de distintas cadenas agroalimentarias que sirven de soporte para la toma de decisiones.

Otra herramienta puesta a disposición de las empresas alimentarias es el sello de calidad “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”, que las mismas pueden solicitar para utilizarlo como instrumento diferenciador. Actualmente por ejemplo, las firmas elaboradoras de dulce de leche que tienen mayor participación en el comercio exterior han obtenido por dos años el uso del mismo.

Dado que el turismo internacional e interprovincial creció sustancialmente en los últimos años, y la tendencia prevista es que siga creciendo, la Dirección colabora junto con otros organismos públicos y privados para consolidar el desarrollo de las Rutas Alimentarias, que divulgan costumbres y tradiciones culinarias de diferentes regiones del país.

Además, la participación en ferias nacionales e internacionales facilita a empresarios la promoción de sus exquisites.

2 El PROARGEX es un proyecto enmarcado dentro de la Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.

Por otra parte, junto con el Proyecto Argentina Exporta (PROARGEX<sup>2</sup>) se organizan rondas internacionales negocios, que posibilitan a los empresarios locales tomar contacto directo con compradores de diferentes países, lo que permite promocionar productos en un plazo corto, frente a un adquirente concreto y prácticamente sin costo.

**Queda claro que las góndolas del mundo están requiriendo productos diferenciados de calidad superior, y que existen consumidores dispuestos a pagar por ellos. Nuestros alimentos gourmet reúnen excelentes condiciones para que su consumo crezca y se consolide en Argentina y el mundo. Para ello, una de las claves del éxito es que los sectores público y privado lleven adelante un trabajo mancomunado y eficiente.**

#### Fuentes consultadas

Empresas del sector - Coordinadores de consorcios de exportación - Dirección General de Aduanas

## CONSORCIOS EXPORTADORES: UNIRSE PARA EL ÉXITO

El consorcio de exportación es un contrato de colaboración que establece una organización común entre las empresas, con la finalidad de unir sinergias, aumentar la competitividad, facilitar, desarrollar, aumentar o ejecutar operaciones relacionadas con la actividad exportadora, reduciendo así los riesgos y costos de la internacionalización.

Se trata de un contrato asociativo que permite a las empresas utilizar y compartir mejor los recursos humanos y técnicos que participan en la exportación. Esto permite abaratar costos y exportar en forma individual o colectiva, consolidar cargas y fundamentalmente, presentar una oferta en común.

### De la Patagonia hacia el mundo

*Food and Taste* es el primer consorcio exportador de la Patagonia. Nació en mayo de 2007 en la provincia de Río Negro, y trabaja en el área de comercio exterior con productos alimenticios de toda la región.

Alejandro Pretronari, su coordinador, señala que “*el objetivo fundamental del consorcio es ayudar a las empresas a crear lazos comerciales y extender su visión de mercado en el contexto internacional, además de garantizar a nuestros clientes nacionales e internacionales la satisfacción total*”.

La cartera de productos está compuesta por pescados ahumados, especias ahumadas, té y mieles naturales, dulces, y frutas finas. Durante 2007 exportaron a Uruguay y Brasil, salmón y trucha ahumada, mermeladas y miel.

“*Actualmente*” continúa Pretronari “*el consorcio está negociando con una empresa de San Francisco, Estados Unidos, a fin de cerrar acuerdos comerciales para trabajar con su propia marca, con mermeladas y especias ahumadas. Trabajar con la marca propia de nuestro “socio” agiliza la entrada y el reconocimiento del producto en el mercado y por sobre todo disminuye los costos de publicidad y promoción.*”

**Jorge Amaya**

*Presidente del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria*

## Balance de cuatro años de gestión

## La dirección estratégica del SENASA

En estos cuatro años la situación del país se ha transformado de un modo que muy pocos creían posible. La sociedad recuperó la confianza en sus propias fuerzas y volvemos a tener una imagen presente del país que queremos ser en el futuro.

El SENASA acompaña esa recuperación mediante un proceso de cambio institucional cuya finalidad es fortalecer el papel del Estado Nacional en materia de sanidad animal y vegetal e inocuidad alimentaria, sin descuidar el impacto ambiental de las actividades controladas.

En ese marco sabemos que la inserción definitiva de la Argentina en el comercio internacional de alimentos y la atención del mercado interno con requisitos similares a los del mercado externo dependen de la adopción de las modernas tendencias en calidad alimentaria y de sus diseños institucionales.

El cambio de un sistema de gestión sanitaria estructurado alrededor del control final de los productos a otro basado en un conjunto de acciones sistemáticas, planificadas y preventivas que aseguren desde el origen la sanidad y calidad de la producción agropecuaria, proyectando al mismo tiempo una imagen institucional de credibilidad y confianza, requiere ser abordado a partir de un conjunto sistémico de iniciativas que coloquen al SENASA en un círculo virtuoso que haga sustentable ese cambio.

Desde el inicio de nuestra gestión, con Carlos Casamiquela entendimos que el cambio institucional hacia una gestión por resultados debía ser abordado desde un conjunto de modificaciones articuladas entre sí que combinaran estratégicamente modernización, gradualismo y consenso. También entendimos que en el centro de este proceso debían estar los trabajadores del Servicio, a quienes siempre reconocimos su capacidad profesional.

Con estas premisas, y apegados a la norma y los criterios técnicos, hicimos un trabajo de identificación de los ejes que permitieran abordar el rediseño del SENASA y solucionar al mismo tiempo las urgencias de la coyuntura. Estos ejes son: incremento presupuestario;

descentralización operativa y regionalización; capacitación; informatización; y un convenio colectivo sectorial adecuado al perfil técnico y fiscalizador del Servicio.

El balance global de estos cuatro años indica que los objetivos se cumplieron: recuperamos el papel central del Estado en materia de sanidad animal y vegetal; el presupuesto se triplicó y se utiliza como la principal herramienta de gestión; el proceso de descentralización es una realidad en marcha con 14 centros regionales en funcionamiento, al igual que el plan de capacitación; la informatización proyectada, aunque más lentamente, sigue el curso pautado, y el personal del SENASA cuenta con un convenio colectivo propio y un escalafón que promueve una carrera profesional previsible y continua con un ordenamiento salarial más justo.

### Situación sanitaria

Producto del esfuerzo de los profesionales, técnicos y empleados del Servicio, del apoyo de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos y del acompañamiento de los estados provinciales y sectores de la agroalimentación, el país exhibe hoy una situación sanitaria que es la mejor de los últimos años.

La Argentina está reconocida internacionalmente libre de las principales enfermedades animales como Fiebre aftosa, Mal de la vaca loca, Influenza aviar, Newcastle y Peste porcina clásica.

La situación fitosanitaria está controlada y contamos con la tecnología y la capacidad de gestión para combatir la aparición de plagas vegetales. El SENASA gestiona el Programa Nacional Citrícola, para mejorar el estatus sanitario de los cultivos y desarrollar una citricultura sustentable y competitiva; aplica el Sistema de Control de Frutas y Hortalizas Frescas (Sicofhor) en el sector productivo y comercial, e intensificó la acción del Sistema Federal de Fiscalización de Agroquímicos y Biológicos (Siffab); al tiempo que cuenta con programas para combatir las plagas cuarentenarias (Mosca de los frutos, Carpocapsa, Cancrosis de los cítricos, Mancha negra y Picudo del algodón) y de certificación de cítricos, peras y manzanas.

Participa además en los foros federales hortícola y frutícola, y en la reactivación de la Comisión Federal Fitosanitaria.

### Vínculos y cambios institucionales

En el plano institucional hemos concretado dos acuerdos que consolidan el proceso de transformación del Organismo. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) aprobó un préstamo de 100 millones de dólares destinado a financiar el Programa de Gestión de la Sanidad y Calidad Agroalimentaria del Senasa, y la Comisión Europea aporta fondos no reintegrables por casi 10 millones de euros para financiar el Programa de Apoyo al Fortalecimiento Institucional del Organismo.

Además, con la creación de la Unidad de Gestión Ambiental el SENASA promueve el desarrollo sustentable.

Desde el Organismo utilizamos a la comunicación como una herramienta de gestión que facilita la interacción con la sociedad, promueve entre los integrantes de la cadena agroalimentaria conductas proactivas hacia las regulaciones establecidas por el Servicio, y efectiviza el compromiso democrático de la transparencia.

Durante el período 2003-2007, participamos activamente en las actividades de los organismos multilaterales aportando los conocimientos y experiencias del Servicio en los temas de su competencia. También recibimos un sinnúmero de auditorías, todas ellas satisfactorias, y realizamos múltiples tareas de capacitación a técnicos de organismos sanitarios de otros países.

Sin duda, hicimos mucho, y cuando digo "hicimos" me refiero a todos, a los trabajadores del SENASA, a los gobiernos provinciales y municipales, a los productores y procesadores. Pero lo más relevante es que a partir de estos logros sentamos las bases para avanzar hacia una nueva institucionalidad del Servicio, funcional a la inserción competitiva del sector agropecuario en la escena internacional y a la necesidad de mejorar los controles de los alimentos que consumen los argentinos.

Pero el logro más importante es que ahora sabemos adónde vamos, y que el Servicio tiene un rumbo coincidente con el del interés nacional.

Estos resultados fueron posibles porque hubo y hay una fuerte decisión política de las máximas autoridades nacionales de apoyar el proceso de cambio y fortalecimiento del SENASA.

**María Cristina Ciappini**

*Universidad del Centro Educativo  
Latinoamericano*

El análisis sensorial  
de la miel

**Abejas  
y flores:  
aromas  
y sabores**

a miel de mesa es atractiva para el consumidor por varias razones. La más significativa es el “*flavor*”<sup>1</sup>, dado por una serie de propiedades olfativas y gustativas reconocibles, pero también por un grupo de complejas propiedades subyacentes no identificables por separado.

La amplia variedad de flores que atraen a las abejas origina una multiplicidad de sabores y aromas, específicos de cada fuente. El “*flavor*” característico de la miel incluye una nota ácida, debida fundamentalmente a la presencia del **ácido glucónico**, en equilibrio con la **gluconolactona**. También influyen en el sabor los **polifenoles**, los **aminoácidos** y en algunos casos, notas específicas amargas o compuestos no volátiles, además de los compuestos que originan el dulzor.

El color de la miel es una característica importante utilizada en su clasificación; varía desde los tonos blancos hasta el ámbar oscuro. Existen mieles rojizas, amarillentas o verdosas, de acuerdo al origen floral, geográfico y estacional en que son producidas y recolectadas. El “*flavor*” y la dulzura convierten la miel en un producto que invita a repetir su consumo.

Cuando de controlar la calidad se trata, estas características que aprecia el consumidor deben ser evaluadas de alguna manera. Esta evaluación apunta a responder varias preguntas tales como: ¿Este producto puede dañar la salud? ¿Cumple con la denominación de venta?, ¿Está adulterado o contaminado? Para responder estas y otros interrogantes, se puede someter la miel a distintos controles: el análisis fisicoquímico, para conocer la composición y propiedades; el análisis melisopalínológico, que estudia los granos de polen presentes y la relaciona con su origen botánico. O sea, el análisis microbiológico, de escaso interés para este producto, y el análisis sensorial. Este último evalúa la correspondencia con las expectativas del consumidor y completa la determinación del origen botánico, Es decir, analiza los atributos de **flavor**, **color**, **textura** y **aroma** como elementos valorados por los consumidores, y verifica si efectivamente estas características se corresponden con el perfil de una miel de origen floral determinado. **Ninguno de estos sistemas reemplaza a otro o es suficiente en sí mismo; por el contrario, todos se complementan y contribuyen a caracterizar al producto.**

<sup>1</sup> Norma IRAM 20001: 1995 (ISO 5492: 1992) Análisis sensorial. Vocabulario



## Análisis sensorial

El análisis sensorial es una disciplina científica que a través de sus métodos evalúa, mide, califica y describe los atributos de un alimento u otras sustancias, utilizando como herramienta analítica los sentidos de los seres humanos. Emplea como instrumento de medición un panel de personas seleccionadas de acuerdo a su percepción sensorial, y entrenadas para detectar y cuantificar las características visuales, de textura y sávido aromáticas que pueden encontrarse en el producto analizado. En general, los paneles de control están constituidos por seis a diez personas, que miden sus percepciones en escalas graduadas, y cuyos resultados se promedian. Los miembros de un panel se monitorean periódicamente, tal como se controla la calibración de cualquier instrumento de medición.

El análisis sensorial de mieles fue usado por primera vez en Francia (*Gonnet and Vache*, 1979, 1985, 1992, 1998). En Italia, estas ideas fueron tomadas con entusiasmo y se fundó el Registro Italiano de Expertos en Análisis Sensorial de Mieles, que estableció una metodología estándar, que incluyó un vocabulario armonizado, métodos para seleccionar y entrenar evaluadores, métodos de ensayo y la descripción de las principales mieles uniflorales italianas. Otros países europeos, como España, también desarrollaron estas técnicas. En 1998, la *International Honey Commission of Apimondia* (IHC) estableció un grupo de trabajo para el estudio del análisis sensorial aplicado a las mieles. En



EE.UU, el *National Honey Board* ha publicado extensos trabajos sobre los atributos sensoriales de la miel.

En este interés por la aplicación del análisis sensorial en miel, pueden reconocerse dos objetivos interrelacionados: la caracterización y la valorización del producto. Por caracterización, se entiende el encuadre del producto en un tipo o estándar predefinido. Para las mieles, esto se refiere fundamentalmente a identificarla como multi o monofloral, y en este último caso, considerar que efectivamente se corresponda con la miel de ese origen. Como ya se mencionara, el espectro polínico de la miel determinado a través del análisis melisopolinológico, permite responder a esa clasificación. Pero si bien el polen presente en una miel depende en primera instancia del origen botánico, también es función de todas las otras condiciones que lo afectan, tales como el manejo y la contaminación.

En consecuencia y tal como lo expresa la Directiva 110/01 de la Unión Europea, una miel puede definirse según un origen botánico si posee no sólo las características polínicas y físico químicas, sino también las sensoriales características del origen botánico citado. Por lo tanto, y especialmente para la miel de exportación, el análisis sensorial es necesario para certificar su origen botánico.

También permite la detección de defectos en las prácticas agrícolas y de conservación (fermentación, impurezas, *off flavours*, humo, caramelizado) y es esencial en los estudios de preferencia de los consumidores.

### **Realización del análisis**

Ya se mencionó que el primer elemento necesario es el panel, que oficia de “*instrumento*”. Asimismo y para

expresar armónicamente sus resultados, un paso inicial es la compilación de un glosario de términos que posibiliten utilizar un lenguaje común en la descripción. En este sentido, investigadores belgas han desarrollado una rueda de descriptores de aroma y olor, en forma similar a los modelos existentes para vinos y otros alimentos.

Para el análisis de mieles, se presentan entre 30 y 40 gramos de producto a temperatura ambiente (18-22° C), en copas transparentes y tapadas. Las muestras son analizadas visualmente, luego olfativamente, a través de sucesivas inspiraciones cortas, para finalmente colocar 1 ó 2 grs. de miel sobre la lengua, dejando que ésta se disuelva completamente para percibir gustos y sabores. Entre muestra y muestra se podrá consumir un trozo de manzana poco astringente, pan o galletas de arroz para limpiar la cavidad bucal. A fin de evitar errores por fatiga sensorial es necesario limitar la cantidad de muestras a evaluar. Se recomienda tragar las muestras para mejorar la percepción de las sensaciones residuales.

Los principales atributos a detectar y evaluar comprenden: tono e intensidad del color; descripción e intensidad del olor, dulzor, acidez, salado, amargo, intensidad y descripción del aroma; gustos residuales y percepciones bucales tales como astringencia y sensación refrescante. El color puede variar desde casi incoloro, dorado hasta ámbar oscuro, con tonos verdosos o rojizos, que a menudo no son detectados en mediciones instrumentales. Pueden apreciarse algunas diferencias en las tonalidades, según la miel se presente fluida o cristalizada.

Además de los gustos elementales (dulce, ácido, amargo y salado), las principales notas de flavor se agrupan en ocho familias: floral, frutal, vegetal, aromático, químico, animal y cálido, y comprenden atributos como especiado, balsámico, resinoso, mentolado, alcohólico, medicinal, caramelizado, ahumado, a cera; presentes por su origen botánico o como resultado de los procesos de extracción y manipulación del producto.

Las mieles de eucalipto, por ejemplo, se caracterizan por cristalizar espontáneamente, en breve tiempo, dando lugar a una masa espesa y compacta con cristales finos o medios; su color es ámbar oscuro, con tintes verdosos. Tiene aroma muy intenso y flavor balsámico, mentolado. Es medianamente dulce, con débil acidez, ni amarga ni salada.

En cambio, la miel de *Citrus*, cristaliza espontáneamente, algunos meses después de la recolección, pero es casi incolora en estado líquido y se torna blanca o beige claro al cristalizar. Su olor es de mediana intensidad con notas florales, que se torna frutal con el tiempo. Es medianamente dulce, con ligera acidez, y sabores florales y frutales.

Como otro ejemplo, se puede mencionar la miel del Delta, con predominio de *Caa tay*, que no cristaliza y se comporta como un fluido de baja viscosidad. De color ámbar, con tonalidades marrones y fluorescencia rojiza; su olor es intenso, ligeramente dulzón, a melaza, fruta transformada, madera. Su *flavor* es acaramelado, ligeramente ácido y alcohólico como a pasa de uva; de intensa persistencia.

### Situación actual en Argentina

A partir de las primeras visitas a nuestro país del reconocido especialista apícola español Antonio Gómez Pajuelo en relación con el Proyecto Apibotánico de la Provincia de Entre Ríos a comienzos de los '90, se ha ido avanzando en el tema. Tiempo después (1998), la Dirección de Ecología del Ministerio de la Producción de la Provincia de Santa Fe, inició trabajos tendientes a caracterizar las mieles producidas en esa provincia. Celebró para eso Convenios de Cooperación y Asistencia que involucran a la Universidad Tecnológica Nacional, FRRO, a la Facultad de Química de UCEL y a la Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas de UNR, lo que dio inicio a un trabajo interdisciplinario, que permite analizar las mieles desde sus tres dimensiones: físicoquímicas, sensoriales y melisopalinológicas.



A partir de 2005, UCEL cuenta con un panel de evaluadores de miel, que continúa los trabajos de descripción sensorial en correspondencia con su origen botánico, a fin de contribuir a su diferenciación. En el marco del Convenio de Desarrollo con la Unión Europea, el enlace de varias instituciones INTA, CFI, INTI, con el auspicio de la SAGPyA, hizo posible el desarrollo de tres cursos de análisis sensorial de miel con Lucía Piana, experta italiana en formación y entrenamiento de paneles de evaluadores, quien capacita a un grupo de personas representativo de distintos eslabones de la cadena apícola.

Actualmente hay proyectos concretos que involucran a distintas instituciones, con el objetivo de avanzar en la caracterización de las mieles que se producen en el país.

En el mundo hay una gran oferta de miel que a menudo procede de países con gran capacidad productiva, y los precios internacionales de productos a granel, a veces no permiten sostener una actividad o no resultan demasiado rentables. La posibilidad de caracterizar una miel particular permite que ésta ocupe un lugar diferencial y, posiblemente alcance un mejor precio. El análisis sensorial de la miel tiene el propósito de valorizar una miel respecto de otra.

Argentina produce una gran variedad de mieles diferentes y es necesario caracterizarlas. Tener un perfil completo de todas ellas demandará tiempo y trabajo porque hay que reunir información sobre la localidad de origen, la época de cosecha, y las propiedades químicas, físicas, sensoriales y polínicas. Pero ya hemos empezado a recorrer el camino.

UREPGAP nació en 1997 como iniciativa del sector minorista agrupado bajo el nombre de EUREP (*Euro-Retailer Produce Working Group* / Grupo de Trabajo Europeo de productores y minoristas). Ellos respondían a la creciente preocupación de los consumidores por la seguridad alimentaria y los estándares ambientales y laborales. Esto llevó a que los minoristas decidieran armonizar sus propios estándares, muchas veces muy diferentes entre sí. También era de interés de los productores desarrollar normas comunes de certificación, ya que todos los años debían someterse a múltiples auditorías realizadas por distintos minoristas con criterios diferentes.

# Pensar globalmente, actuar localmente



**Ing. Agr. Guillermo González Castro Feijóo**  
*Secretario del Grupo Técnico de Trabajo Nacional  
Argentino de Frutas y Hortalizas,  
y Aseguramiento Integrado de Fincas.  
Fundación ArgenINTA*

Considerando esta realidad, EUREP comenzó a trabajar en normas privadas y procedimientos armonizados para desarrollar y verificar las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en agricultura convencional, manteniendo 4 enfoques hacia el Consumidor. Estas exigencias no son entre países sino entre cliente-proveedor.

#### Enfoque 4 en 1

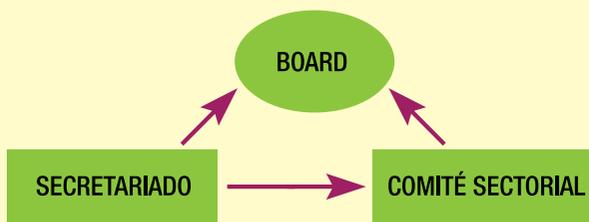


Durante los siguientes diez años, un número creciente de productores y minoristas de todas partes del mundo se fue uniendo a la iniciativa, respondiendo a la nueva tendencia del comercio globalizado. De ese modo EUREPGAP comenzó a adquirir importancia global. Siendo consecuente con su intención de liderar en la temática a nivel mundial, cambió su marca a GLOBALGAP, decisión que fue anunciada en septiembre de 2007, en la 8ª conferencia global realizada en Bangkok.

#### Pensar a nivel global, y actuar a nivel local

El gobierno corporativo está a cargo de un Consejo Directivo (*Board*), que decide las políticas y estrategias de GLOBALGAP. Los Comités Sectoriales (*Sector Committes*, CS) normalmente trabajan independientemente del Consejo Directivo, pero siempre dentro del marco de las políticas creadas por éste. Son responsables de la toma de decisiones técnicas de su sector. Tanto el Consejo como los Comités cuentan con el apoyo de *FoodPLUS GmbH*, una empresa sin fines de lucro, que cumple la función de Secretariado de GLOBALGAP y tiene la responsabilidad de supervisar la implementación de las políticas y normas.

#### Organigrama GLOBALGAP



GLOBALGAP aplica el principio "Pensar a nivel global, y actuar a nivel local". Busca obtener el aporte de expertos de distintas naciones, en relación a las condiciones legales que pueden afectar al protocolo y acrecentar el entendimiento de éste en cada país. Por ello se vincula con actores calificados, expertos, que integran los Grupos Técnicos de Trabajo Nacionales (GTTN). Los mismos, son creados voluntariamente por los miembros de GLOBALGAP en los países donde es necesario clarificar ciertos aspectos de interpretación, enfrentar los desafíos de adaptación y optimizar las tareas de implementación de la norma GLOBALGAP a nivel local. Las directrices desarrolladas por estos grupos, de ser aprobadas por los Comités Sectoriales (CS), son publicadas en la página web de GLOBALGAP. Estos grupos trabajan estrechamente con el Secretariado y el CS.

#### El Grupo Técnico de Trabajo GLOBALGAP Argentino

Cuando la delegación argentina asistió a la conferencia internacional de EUREP en el año 2003 en Madrid, visualizó la necesidad de conformar el Grupo Técnico de Trabajo Nacional Argentino (GTTN). Iniciativa que demoró un año en concretarse, llevándose a cabo la primera reunión del GTTN de Frutas y Hortalizas en Junio de 2004, y meses más tarde la del GTTN "IFA" (*Aseguramiento Integrado de Fincas*).

El GTTN Argentino (NTWG, en inglés) está constituido por 5 grupos regionales (Patagonia, Cuyo, NOA, NEA y Bs.As.) y un grupo Nacional, éste último reconocido oficialmente por GLOBALGAP.

Cada grupo regional es dirigido por un coordinador, mientras que el grupo nacional es presidido por dos secretarios. Disponer de esta estructura le permite al grupo relevar información y evaluar diversas cuestiones y realidades en diferentes ámbitos.

Los grupos regionales aportan información de vital importancia, ya que no sólo conocen los distintos problemas de implementación, sino también cómo solucionarlos. Las experiencias, opiniones y conclusiones confluyen en el grupo nacional, enriqueciéndolo en sus discusiones, permitiéndole mejorar la toma de decisiones y obtener resoluciones más representativas y eficaces. A la vez el grupo nacional brinda (a veces con ayuda de GLOBALGAP) esclarecimiento en la interpretación de los puntos demandados por la norma y

resuelve, o trata de resolver, distintos problemas de alcance nacional. Es así como la información fluye del nivel regional al nacional y viceversa, mejorando notablemente los esfuerzos de adaptación e implementación de la norma en el país.

La estructura organizativa argentina ha dado sobradas muestras de sus beneficios. Colombia y Brasil la han imitado, y actualmente es recomendada por GLOBALGAP a todos sus grupos técnicos de trabajo.

### Integrantes del GTTN - FyH Argentino

El GTTN está conformado por organizaciones miembros de GLOBALGAP y organismos no miembros, aunque los primeros tienen prioridad para ser parte del grupo nacional. Para un adecuado manejo y a fin de garantizar la comunicación y toma de decisiones, el grupo es “cerrado”, conformado por 20 participantes. Aquellas organizaciones que no puedan participar porque exceden el número tope de participantes, permanecerán en lista de espera hasta que surja una vacante y serán invitadas a participar en los grupos regionales. Por último, el grupo resultante debe ser *representativo del sector*, razón por la cual se invitó a la SAGPyA, el SENASA y el

INTA a fin de garantizar el cumplimiento de la legislación nacional vigente y defender los intereses de los productores.

Con estas exigencias se conformó el GTTN argentino, actualmente integrado por las siguientes organizaciones: SAGPyA, INTA y SENASA; Organismo Argentino de Acreditación, IRAM, SGS, OIA, Inspectorate, Argencert, Bayer Crop Science, Fundación ArgenINTA, Expofrut, Patagonian Fruits Trade, Fama, CAFI y AFINOA.

El grupo puede servir como ejemplo del trabajo conjunto de organismos estatales y privados dirigido a aumentar la competitividad de las empresas argentinas.

### Misión del GTTN

- Fomentar de modo integral la Gestión de la Calidad y la aplicación del protocolo GLOBALGAP de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en el sector Agropecuario Argentino.
- Proveer asesoramiento para la mejora continua, desarrollando las mejores Prácticas Agrícolas.
- Crear conciencia en los productores sobre el cumplimiento de las Buenas Prácticas Agrícolas.
- Defender los intereses de los productores argentinos.

Con 54 reuniones y 5 eventos organizados, el grupo argentino se ha consolidado notablemente. Utilizando una estructura innovadora y metodologías de trabajo y gestión que le han permitido adquirir conocimientos relevantes, se convirtió en el grupo de referencia de toda América para GLOBALGAP.

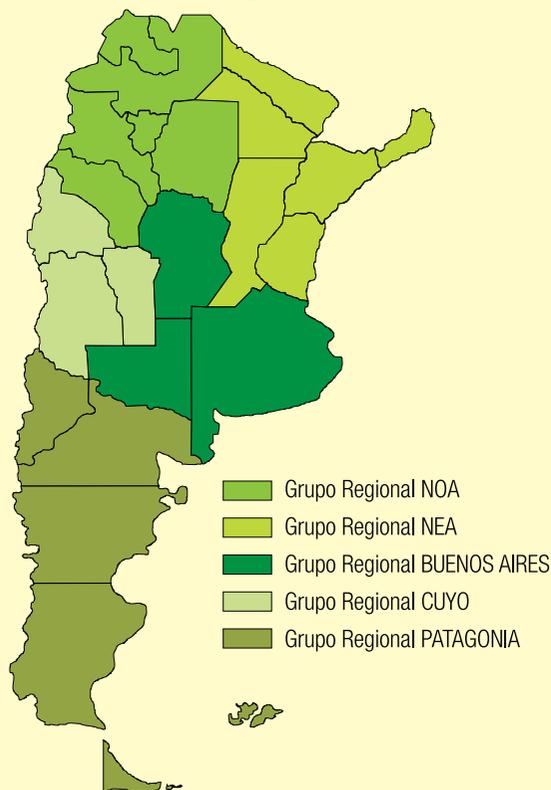
A continuación se describe a modo de ejemplo la forma como está organizado el grupo de frutas y hortalizas, quiénes lo integran y cuáles son sus líneas de trabajo.

### Líneas de trabajo

Los objetivos y líneas de trabajo del GTTN Argentino son variados:

- **Difundir el Protocolo GLOBALGAP de F&H/IFA, en todo el territorio Argentino.** El GTTN realiza enormes esfuerzos en:
  - Sensibilización a través de presentaciones realizadas en eventos como “Exposición Rural 06”, “INTA Expone 06”, “Congreso Nacional de Arándanos

Estructura del NTWG argentino



06", entre otros.

- Organización de actividades de capacitación, como fueron los cursos "Train the Trainer oficial IFA 06 y GLOBALGAP 07" y eventos gratuitos en distintas regiones: General Roca (Patagonia, diciembre '07) y próximamente Tucumán (NOA, marzo '08) y Mendoza (Cuyo, agosto '08).

Igualmente, la mayoría de las organizaciones que integran el grupo, desarrollan cursos de capacitación de la norma durante todo el año en todo el territorio nacional.

Otras actividades son las publicaciones en distintos medios gráficos, así como las estadísticas GLOBALGAP en Argentina, donde en 2007 se constataron 62500 hectáreas bajo certificación (30% de la sup. de pepita y 22% de cítricos) que involucran a 1025 empresas de productores.

- **Interpretar y traducir los documentos EUREPGAP.**

En esta temática se ha trabajado enormemente tanto con la versión '04 como con la actual, la '07.

Próximamente se podrán consultar al GTTN dudas de interpretación a través del foro electrónico de buenas prácticas de la SAGPyA, acercando aún más a productores argentinos al GTTN.

- **Desarrollar lineamientos de interpretación y guías de aplicación para ser utilizados en los procesos de implementación.**

Los distintos análisis de interpretación de la norma realizados durante los años 2005, 2006 y 2007, han permitido al GTTN elaborar la Guía Argentina de Interpretación. La nueva versión '07 obligó al grupo a actualizar su guía antes de ser aprobada y publicada, y se espera que esto suceda durante este año.

- **Generar condiciones para facilitar los procesos de armonización.**

Como resultado del trabajo de interpretación pudieron armonizarse los criterios de los auditores de las distintas certificadoras, y también los de gran parte de los productores.

- **Generar propuestas de índole técnico al Comité Sectorial de GLOBALGAP.**

La relación del GTTN con CS es muy estrecha, por lo que la comunicación es constante e intensa a lo largo del año.

- **Coordinar con las instituciones oficiales una legislación adecuada que facilite la implementación, cumplimiento y verificación de las GLOBALGAP.**

Este punto es fundamental, ya que contar con los

organismos públicos que actúan sobre la sanidad, calidad, fiscalización, extensión e investigación dentro del grupo de trabajo agiliza la toma de decisiones y permite contar con soluciones para los productores que requieren la implementación de la norma. Desde su creación se trabaja junto con estas organizaciones para dar solución al problema del registro de fitosanitarios y su extensión de uso. El grupo participó activamente para la elaboración de la resolución SENASA 1384/04 y sus resoluciones reglamentarias. Actualmente, en conjunto con instituciones del Estado (SAGPyA, INTA y SENASA), CASAFE y cámaras de productores se procura coordinar las presentaciones que deben realizarse para que las extensiones de uso aprobadas por la legislación mencionada no caduquen.

Del mismo modo, un gran número de integrantes del GTTN participó en la elaboración de propuestas técnicas de las BPA tanto para el sector Frutas como para el de Hortalizas, que la SAGPyA presentó a la CONAL y que serán obligatorias a partir de 2010 en toda la Nación.

Por último, se comenzó a relevar y compilar toda información disponible sobre Manejo Integrado de Plagas (MIP) para los sectores de frutas y hortalizas, datos que estarán disponibles en la página web del GTTN.

## **En conclusión**

La tendencia indica que, a medida que transcurre el tiempo, las Buenas Prácticas Agrícolas adquieren mayor relevancia en los mercados nacionales e internacionales.

A nivel nacional, las Buenas Prácticas Agrícolas pasarán a ser obligatorias para frutas y hortalizas a partir del 2010 en todo el territorio argentino, y constituirán la base para el cumplimiento de las normas privadas voluntarias internacionales de BPA como "GLOBALGAP", "Nature's Choice", "SQF 1000 Code", entre otras.

El Grupo Técnico de Trabajo Nacional Argentino (GTTN) está reconocido oficialmente por GLOBALGAP y trabaja para que al productor le resulte más sencilla la implementación de protocolos, logrando de esta forma acceder a mercados desarrollados y competitivos. Esta tarea se relaciona en forma directa con el mejoramiento de la calidad de los alimentos argentinos otorgándoles mayor valor agregado y competitividad, y mejora por lo tanto el posicionamiento de la producción nacional.



# Abriendo alternativas

Ing. Agr. María Alejandra Larre  
*Dirección de Desarrollo Agropecuario*

El TURISMO RURAL es una opción de diversificación de las actividades económicas tradicionales, que permite mejorar las rentas y los ingresos de la familia rural. Es, además, una actividad generadora de empleo, contribuye a que la población del campo no migre, valoriza el patrimonio y posiciona a una región, tanto para los turistas como para los propios pobladores rurales.

En los últimos años, la Dirección de Desarrollo Agropecuario de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos ha venido llevando a cabo una serie de actividades para la promoción de esta actividad, las que se verán impulsadas a partir de 2008, ya que en el pasado mes de diciembre el Banco Interamericano de Desarrollo ha dado su conformidad para financiar el Programa Nacional de Turismo Rural (PRONATUR).

El PRONATUR será ejecutado a través de la Dirección de Desarrollo Agropecuario y participarán, además, la Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión del INTA y la Coordinación de Turismo Rural de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Los tres organismos han asumido un fuerte compromiso para llevar adelante el proyecto, tal como lo han hecho en su etapa de formulación, lo que muestra su clara vocación de trabajo conjunto y articulado.

El Proyecto apunta a impulsar y estimular la actividad del turismo rural dirigiéndose a los diversos estratos socioeconómicos que integran la cadena, incluyendo a las asociaciones y grupos de productores de turismo rural familiares y pequeños, con un enfoque de desarrollo territorial rural.

Se asigna un rol clave a la formación y capacitación de los distintos actores de la cadena de valor (productores, artesanos, organizaciones, comunidades locales, funcionarios de gobierno, etc.) y también se incorpora el uso de tecnologías de información -bases de datos, intercambio electrónico de datos, información a distancia, etc.- complementadas con materiales gráficos y una política de comunicación, como plataforma para el impulso a la actividad del turismo rural.

El PRONATUR tiene tres componentes: “Promoción, Difusión y Apoyo a la Comercialización Turística”, “Capacitación, Asistencia Técnica y Transferencia de Tecnología” y “Fortalecimiento Institucional”.

### **Actividades del PRONATUR por componente**

#### **Promoción, difusión y apoyo a la comercialización turística**

- Realización de un estudio de la demanda actual de turismo rural.
- Capacitación en mejores prácticas.

- Producción de documentos técnicos.
- Realización de talleres emprendedores- comercializadores.
- Realización de FAM Tours regionales.
- Asistencia a eventos nacionales e internacionales.
- Difusión del turismo rural por medios gráficos y audiovisuales.
- Diseño y puesta en marcha de un “Contact Center”.

#### **Capacitación, Asistencia Técnica y Transferencia de Tecnología**

- Capacitación a profesionales, técnicos y emprendedores.
- Realización de reuniones de técnicos del INTA que trabajan en proyectos de turismo rural.
- Realización de encuentros entre técnicos y emprendedores de turismo rural del INTA.
- Realización de un estudio del impacto económico, social y ambiental de los emprendimientos turísticos rurales.
- Visitas de intercambio entre productores de turismo rural.
- Asistencia técnica a productores.
- Publicación de experiencias de turismo rural.
- Fortalecimiento Institucional.
- Ejecución del Proyecto.
- Formulación de políticas y estrategias de turismo rural.
- Diseño y puesta en marcha de una base de datos integrada y de un sitio Web.

La Dirección de Desarrollo Agropecuario tiene previsto trabajar en forma coordinada con otras áreas de la SAGPyA con incumbencia en esta temática, como por ejemplo con la Dirección Nacional de Alimentos, que lleva adelante el Proyecto Rutas Alimentarias Argentinas.

El interés por los alimentos y las cocinas tradicionales es una inquietud general de los turistas que buscan experiencias auténticas, y la promoción del patrimonio culinario se convierte en un recurso importante a la hora de llevar adelante un plan de desarrollo local.

Los actores deberán contar con la capacidad de poner en juego estrategias de conservación del patrimonio, pero también de adaptación y de reinención de los elementos de su gastronomía, enfatizando y promoviendo las singularidades de su producto.

Sea a través de las rutas alimentarias o de emprendimientos de otras modalidades de turismo rural, el PRONATUR promoverá la optimización de los recursos locales, poniendo énfasis en la búsqueda de una mejora en las condiciones de vida del conjunto de la población rural.

# Desafíos de un actor estratégico en la producción de alimentos



Por la cantidad de productores que la practican, la Agricultura Familiar es el sector generador de alimentos más importante del MERCOSUR ampliado, ya que engloba entre el 85 y 90% del total de las explotaciones agrícolas en la región<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Documento "de Mendoza". Foro Nacional de la Agricultura Familiar

A pesar de esto, la mayor parte de los productores y productoras del medio rural que lo integran se encuentran en situación de vulnerabilidad en términos socio-económicos, dado que sólo logran apropiarse de una reducida porción del valor que generan en sus explotaciones, o no cuentan con los medios para materializar las oportunidades que se les presentan a partir del desarrollo de sus productos

En este sentido, surgen entre sus principales desafíos:

- Establecer una relación más favorable a sus intereses con los restantes actores que conforman los mercados de bienes y servicios en los que participan, y/o
- Aprovechar las oportunidades existentes en mercados en los que aún no incursionan por falta de medios para desarrollar sus productos.

La particularidad que se observa en relación con la problemática citada y los desafíos que de ella se desprenden, es que este fenómeno se encuentra presente a nivel regional en el MERCOSUR ampliado y, por lo tanto, para alcanzar una solución en términos del bloque resulta deseable y necesario el trabajo conjunto y coordinado de los países que lo integran.

### **Institucionalidad y Coordinación en el MERCOSUR**

Dadas las particularidades que presentan los productores y productoras de la Agricultura Familiar, actualmente se está reconociendo en el MERCOSUR y en cada uno de los estados miembros la potencialidad que presenta este sector como dinamizador de las acciones y/o políticas de desarrollo de espacios rurales.

Esta potencialidad, que le otorga un rol estratégico como destinatario de las acciones del Estado, se sustenta en el **carácter multifuncional** que presenta como productor de alimentos de alta calidad y seguridad; su contribución al mantenimiento del equilibrio de los ecosistemas; a la expansión de actividades económicas que fortalecen el desarrollo regional y local; a la generación y mantenimiento de puestos de trabajo; a la ocupación territorial, y a la posibilidad de evitar el éxodo masivo de agricultores y población rural hacia las zonas urbanas (*Foro Nacional de la Agricultura Familiar. Documento “de Mendoza”*).

En el marco de este proceso, se está desarrollando un

## **REAF: Reunión en Buenos Aires**

En mayo próximo se realizará en Buenos Aires la IX Reunión Especializada de Agricultura Familiar (REAF). Actualmente la Presidencia Pro Témpore del Mercosur está a cargo de Argentina, por lo que nuestro país será anfitrión del encuentro, que contará además con la presencia de delegaciones de Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Bolivia y Chile.



Se abordarán ejes de central importancia en la problemática de los agricultores familiares, tales como la comercialización de sus productos, el acceso al financiamiento y a coberturas de seguros agrícolas, y la igualdad de oportunidades para mujeres y jóvenes rurales.

La delegación argentina estará representada por el Coordinador alterno Ing. Agr. Eduardo Polcan, de la SAGPyA, funcionarios de dicho organismo vinculados al tema y representantes de organizaciones privadas.

trabajo de articulación a nivel regional para alcanzar un reconocimiento homogéneo del sector en los distintos países del bloque y, a partir de esto, la aplicación de políticas también homogéneas que atiendan las necesidades que plantea su desarrollo rural.

El ámbito en el que se busca esta articulación es la Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar<sup>2</sup> (REAF), que fue creada “con la finalidad de fortalecer las políticas públicas para el sector, promover el comercio de los productos de agricultura familiar y facilitar la comercialización de productos oriundos

<sup>2</sup> Este espacio es una instancia de consulta de la que emanan recomendaciones hacia el Grupo de Mercado Común (GMC), órgano ejecutivo del MERCOSUR, que puede transformarlas en resoluciones de aplicación para todos los países del bloque.

de la agricultura familiar de la región” .(Resolución N° 11/04. GMC).

Un aspecto innovador que presenta la REAF como espacio destinado a la generación, intercambio y debate de ideas en general, es la participación activa de organizaciones de la sociedad civil que agrupan a productoras y productores relacionados con el medio rural en los diferentes equipos de trabajo, los cuales son completados con representantes gubernamentales de cada uno de los países.

### Desafíos y Líneas de Trabajo

Como parte del trabajo que se viene desarrollando en el marco de la REAF, y en atención a los objetivos con que fue creada, se decidió efectuar estudios de diagnóstico sobre dos productos considerados relevantes para el sector a nivel regional. Los criterios utilizados en la selección de estos productos fueron, por un lado, la preponderancia de la agricultura familiar en su producción y, por otro, el impacto que generan los flujos comerciales intrabloque.

Los productos seleccionados fueron el tomate y la carne porcina. Los agricultores y agricultoras familiares representan en Argentina el 72% de las explotaciones que producen tomate a campo, el 66% de las explotaciones de tomate bajo cubierta y, en el caso de la producción porcina, cuentan con aproximadamente el 50% de las existencias totales.

El objetivo de los estudios es obtener un diagnóstico de la situación de la cadena en general y de la Agricultura Familiar, como actor integrante de la misma, en particular.

La metodología de abordaje planteada para llevar adelante estos estudios es la de “*cadena de valor*”, la cual, aunque centrada en un determinado bien, permite realizar un análisis que va más allá de las diferentes transformaciones que éste va sufriendo en su recorrido “*desde el campo hasta el plato del consumidor*”, investigando además la forma que adoptan las relaciones entre los distintos actores, sea que pertenezcan éstos al mismo o a distintos “*eslabones*” de la cadena en cuestión.

El diagnóstico que ofrece este tipo de estudios apunta a

identificar áreas que se muestren como un “*cuello de botella*” para la comercialización de los productos de la Agricultura Familiar y que, por lo tanto, constituyan oportunidades para la implementación de nuevos instrumentos o políticas que tiendan al desarrollo de este sector estratégico.

En términos generales, en la Agricultura Familiar se destacan cinco aspectos sobre los que debería trabajarse para posibilitar una inserción más favorable en los mercados:

1. Los que se relacionan con la normativa sanitaria.
2. Los vinculados con la normativa impositiva y de formalidad al momento de efectuar transacciones de mercado.
3. Las dificultades para acceder a servicios de asistencia técnica.
4. Los inconvenientes para conseguir líneas de financiamiento formal.
5. Los problemas relacionados con carencias o limitaciones de infraestructura tanto pública como privada.

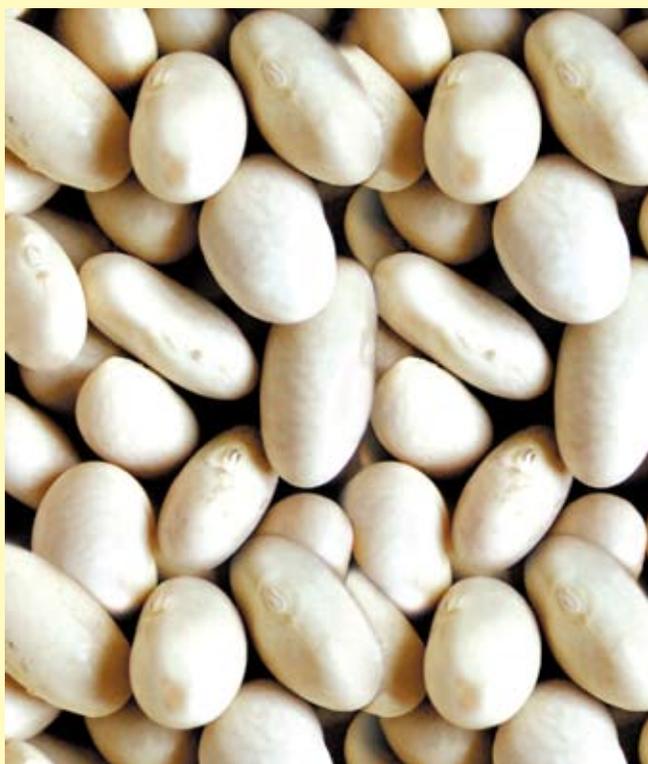
Tomando en cuenta los múltiples aspectos de la problemática del sector, las respuestas que se planteen desde el Estado deben ser pensadas bajo una concepción integral, cuyo último objetivo no sea el desarrollo de normativas paralelas que generen un doble estándar específicamente adaptado a sus condiciones estructurales, sino que, por otro lado, tienda al diseño de instrumentos de política que posibiliten al sector superar las limitantes que enfrenta para relacionarse con los mercados en condiciones más favorables.

### Fuentes consultadas

Foro Nacional de la Agricultura Familiar, “*Documento de Mendoza*”, Mayo 2006, Mendoza, Argentina - Grupo de Mercado Común, Resolución N° 11/04. “*Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar en el MERCOSUR*”. - Obschatko E. et al, “*Los Pequeños Productores en la República Argentina. Importancia en la Producción Agropecuaria y en el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002.*” SAGPyA – IICA, Junio 2006 - Sili, M. E. (comp.) “*El Desarrollo Rural y Agropecuario en Argentina. Desafíos para la Cooperación Internacional.*” Noviembre 2007. Banco Mundial, FIDA – BID - Sili, M. E. “*Fragmentación Territorial y Desarrollo Rural.*” Documento de Trabajo N° 1, Octubre 2007. Serie Desarrollo Sustentable, Banco Mundial.

<sup>3</sup> Los datos brindados en este párrafo provienen de una elaboración propia en base al trabajo “*Los Pequeños Productores en la República Argentina*”. (2006).

Ing. Agr. Susana Audero  
PROINDER



El mejoramiento de la semilla de poroto pallar

# Experiencias en el cultivo de poroto pallar

A través de una tecnología basada en la incorporación de semilla mejorada de poroto pallar (*Phaseolus coccineus* L.) y en la capacitación de los productores en materia de clasificación de las semillas más adecuadas para la siembra, se logró un producto de mayor uniformidad, sanidad, rendimiento y calidad. Esta tecnología fue financiada por el PROINDER a través del Subcomponente Investigaciones que ejecuta el Componente Fortalecimiento Institucional.

## Producción del poroto pallar

El cultivo de esta leguminosa está localizado en la zona alta de los Valles Calchaquíes, que reúne las condiciones agroecológicas apropiadas para cultivarlo y ofrece una alternativa económica interesante para ingreso de los pequeños productores. Es un producto no perecedero y constituye una importante fuente de proteína vegetal para la alimentación familiar. La falta de disponibilidad de tierra para cultivo condiciona este tipo de producción, que se caracteriza hoy por el monocultivo y presenta deficiencias en el manejo del suelo y el agua, el uso de semilla de regular calidad y, en consecuencia, bajos rendimientos promedio (800 a 900 Kg.) y granos de baja calidad.

## Para mejorar la producción

A través del Subcomponente Investigaciones, el PROINDER financió el desarrollo de una tecnología de producción que mejore el uso de los recursos naturales y de la finca, con mínimos insumos, bajos costos y uso de mano de obra familiar. Esta tecnología fue ejecutada por el INTA (Estación Experimental Salta y la Agencia de Extensión Seclantás), bajo la dirección de la Ing. Agr. Susana García Medina.

Se apuntó a mejorar la eficiencia de uso de agua de riego a través de su conducción y manejo; al uso y manejo de enmiendas orgánicas como fertilizante; a la utilización de la rotación con pasturas anuales consociadas como abonos verdes; y al uso de semilla seleccionada.

La aplicación de este manejo permitió mejorar la productividad, la calidad de grano y el precio de venta. Además contribuyó a la seguridad alimentaria, a través de la educación, incorporando al poroto pallar como fuente de nutrientes.

## La experiencia

La metodología se basó en la capacitación de los productores y en la

investigación adaptativa. Se utilizó una macroparcela de 1000 m<sup>2</sup> donde se sembró cebada forrajera con *Vicia Villosa* y *Melilotus alba*, incorporada como abono verde. Los tratamientos se aplicaron en la producción de poroto pallar y consistieron en utilizar semillas seleccionadas y dos dosis de enmienda orgánica aplicada a la siembra. Asimismo se realizaron talleres sobre educación alimentaria y nutricional en Escuelas del Municipio de Cachi y Seclantás, destinadas a docentes, niños, madres y padres, encargados de cocina y agentes de salud; también con grupos de familia de los productores.

**Entre los resultados alcanzados se destacan nítidamente:**

- **El mejoramiento de la calidad de la semilla.**  
El uso de semilla mejorada de poroto pallar ha sido positiva en cuanto favoreció la uniformidad, sanidad y rendimiento de los cultivos y la calidad del grano obtenido. Los productores asumieron la necesidad de clasificar, realizar análisis de poder germinativo y usar semillas de calidad, lo que eficientiza la siembra, ahorra semilla y permite obtener un grano comercial de mayor valor en el mercado.
- **Empleo de abonos verdes, riego, lombricompuesto.**  
Los productores avanzaron en el conocimiento de las nuevas técnicas de riego y la fertilización orgánica.
- **La integración del poroto pallar a la alimentación familiar.**  
Es destacable la motivación y amplia participación de los docentes, niños y, donde hubo posibilidades, de los padres. El aporte ha sido significativo en procura de lograr la inclusión de las legumbres en los menús, lo cual requiere un acompañamiento cuyo primer paso está dado.

Fuente consultada: Proyecto PROINDER de Investigación Adaptativa “*Mejoramiento de la productividad y calidad de poroto pallar orientada a mejorar la seguridad alimentaria y el ingreso de los pequeños productores minifundistas de los Valles Calchaquíes de Salta*”, Ing. Agr. Susana García Medina, Salta , 2004.

**Lic. Mario Daniel Anastasio**  
PRODERNOA

# Calidad: oportunidades y retos



Una de las tendencias más sobresalientes del actual consumo de productos a nivel mundial es la creciente exigencia de calidad. Esto resulta de un proceso impulsado, en gran parte, desde la demanda, cuyo propósito es la satisfacción cada vez más acabada de las necesidades de los consumidores. En consecuencia, los mercados agroalimentarios se han vuelto más dinámicos y han incrementado su potencialidad como ámbito de oportunidades para el agregado de valor. Pese a esto, en la mayoría de los casos esas posibilidades no pueden ser aprovechadas por los productores de menor escala.

En este contexto, los productos de la Agricultura Familiar exhiben ventajas competitivas basadas en atributos intrínsecos, como su producción artesanal, socialmente justa, ambientalmente sustentable y natural, por mencionar algunas de sus propiedades diferenciales.

Se plantea así un desafío más para alcanzar un Desarrollo Rural con igualdad de oportunidades: la formulación de políticas activas y diferenciadas que promuevan la vinculación de los productos de la Agricultura Familiar con los mercados, ampliando así el horizonte de oportunidades y extendiendo las posibilidades de acceso. Para ello, es necesario hacer foco tanto en las oportunidades que brindan dichos mercados, como en las particulares condiciones de la producción agrícola familiar, sin perder de vista los objetivos de inclusión económica y social en las áreas rurales.

Las políticas destinadas a facilitar el acceso a mercados, y las medidas de intervención estatal que promuevan la adopción de estándares de calidad para los productos de la Agricultura Familiar tienen que girar sobre tres ejes fundamentales: la participación efectiva de la Agricultura Familiar en el proceso de diseño; la sostenibilidad en el tiempo de las medidas adoptadas, incluyendo particularmente la dimensión ambiental; la eficacia en el logro de los objetivos, y la eficiencia derivada de lograr los menores costos económicos y sociales posibles.

Asimismo, existen líneas de acción básicas que obran de soporte a la cuestión específica de la calidad. Las mismas, como parte de una política destinada a la facilitación del acceso a mercados dinámicos, se traducen en actividades de apoyo específico a la Agricultura Familiar y se convierten en funciones indelegables para el Estado. Algunas de esas líneas

de acción abordan cuestiones tales como la capacitación, el desarrollo del capital humano y social, la articulación e integración de las cadenas, la innovación y la inversión en capital físico.

Estimular el desarrollo de capacidades empresariales en el ámbito rural, fomentando la visión estratégica y la organización, es una vía de acceso a la calidad entendida también desde la gestión y la participación. El fortalecimiento de las organizaciones de pobladores rurales, en un ámbito de diálogo sobre políticas, no sólo aporta al desarrollo territorial sino que además estimula el diseño de estrategias de implementación de medidas de buenas prácticas y sistemas de calidad de aplicación factible.

La consolidación y continuidad de las políticas trazadas es posible a partir de la instalación de capacidades en la sociedad. Por ello, es preciso fomentar desde el Estado la transferencia de conocimientos y la capacitación en cuestiones de inocuidad y calidad, como así también brindar la asistencia técnica necesaria para que los productos de la Agricultura Familiar alcancen estándares de calidad adecuados. En este sentido, una labor complementaria es apoyar la promoción de estos productos a través de estrategias de diferenciación, como el reconocimiento del origen de los mismos o bien la certificación de sus atributos específicos.

El sentido amplio de la ruralidad debe formar parte de las estrategias de intervención destinadas al eficaz cumplimiento de los objetivos. Es difícil pensar en el concepto de calidad sin considerar todos los eslabones en la cadena de abastecimiento. Para ello, asistir y apoyar a los pobladores rurales a fin de mejorar su integración a las cadenas agroalimentarias y, en su caso, reconvertir su producción, no sólo fortalecerá la calidad del producto y los procesos, sino que permitirá retener una mayor cantidad de valor agregado en las áreas rurales.

Apoyar la formación de sistemas de innovación participativa en productos y procesos, es otro eje primordial en la búsqueda de una mejor calidad en la producción de la Agricultura Familiar. Las instituciones vinculadas a la investigación y al desarrollo tecnológico tienen en este sentido un rol clave y su participación aporta eficiencia, unificando esfuerzos y recursos.

Asimismo, el acceso de las áreas rurales a las tecnologías

de la información y la comunicación debe ser considerado una condición básica en procura de la inserción de los productos de la Agricultura Familiar en los mercados. La inversión pública en infraestructura, la mejora en la accesibilidad de las telecomunicaciones a nivel regional y la capacitación en uso de nuevas tecnologías, son cuestiones complementarias de fundamental importancia para alcanzar eficazmente las metas de una política diferenciada que atienda de manera eficaz las necesidades de comercialización de los productos.

Otra cuestión estratégica es el financiamiento de la inversión en los activos físicos necesarios para llevar adelante la adaptación de la producción a los estándares establecidos. El apoyo en este sentido debe ser integral, abarcando desde la formulación participativa y ejecución de proyectos destinados a la mejora continua de la calidad de productos, hasta la atención mediante recursos reembolsables y no reembolsables de las necesidades de inversión y capitalización de los sistemas de producción de la Agricultura Familiar.

Se aprecia que el acceso de los productos de la Agricultura Familiar a mercados cada vez más exigentes en calidad no es una utopía sino un proceso complejo que requiere del compromiso de todos los actores involucrados. En este marco de situación, la SAGPyA enfrenta el interesante desafío de liderar el proceso de formulación de políticas públicas que permitan al agricultor familiar producir con la calidad que el consumidor valora.

Gabriel Sunico  
SAGPyA



Consejo Agropecuario del Sur



## Ambito de políticas regionales



El Consejo Agropecuario del Sur (CAS) es el Foro Regional de Coordinación y Consultas de los Ministros de Agricultura de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. Estructura, funcionamiento y objetivos de sus Programas, Grupos y Comités.

En abril de 2003, los Ministros de Agricultura de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay, suscribieron el Convenio Constitutivo del Consejo Agropecuario del Sur (CAS), como foro de consulta y coordinación de acciones regionales. Con esa decisión se revitalizó una iniciativa cuyos antecedentes se remontan a comienzos de los '90.

El Convenio establece que la Presidencia pro t mpore del CAS será ejercida en forma rotatoria por períodos de un año por los países miembros. Actualmente la ejerce Chile. Además cuenta con una Secretaría Técnica administrada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), habiéndose fijado su sede en la ciudad de Montevideo.

El CAS está integrado por la Red de Coordinación de Políticas Agropecuarias (REDPA), el Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur (PROCISUR), el Grupo Informal de Negociaciones Agrícolas (GINA-Sur), el Comité de Sanidad Vegetal del Cono Sur (COSAVE), el Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur (PROCISUR) y el Comité Veterinario Permanente (CVP)

Además el CAS acordó dinamizar la relación con el sector agropecuario regional y académico, a través del Foro Regional del Sector Privado Agropecuario y del Foro Regional de Facultades de Agronomía

Desde su creación, el CAS ha desarrollado una labor técnica muy activa e importante. Hasta el presente se han llevado a cabo numerosas reuniones de los organismos técnicos de apoyo y de los Ministros de Agricultura. La última se realizó los días 3 y 4 de diciembre de 2007 en Asunción.

El trabajo del CAS está enfocado principalmente a lograr una mayor competitividad e inserción de los sectores agropecuarios de la región en el mercado mundial y para ello se vale de los órganos técnicos.

En la Red de Coordinación en Políticas Agropecuarias (REDPA) se reúnen los Directores de Políticas Agropecuarias de los países miembros así como también los técnicos que participan en los distintos grupos de trabajo creados en función de los temas de prioridad regional. El objetivo de

la REDPA es analizar las políticas agropecuarias de los países del CAS y terceros países, e identificar acciones conjuntas para abordar y coordinar medidas de corto y mediano plazo relacionadas con las políticas agropecuarias y la cooperación internacional.

En este sentido, la REDPA ha avanzado en el establecimiento de un Sistema de Información regional en Políticas Agropecuarias; la organización de un Sistema de Información regional de Mercados y Pronósticos de Cosecha; la aplicación de enfoques regionales en Manejo de Riesgo y Seguros Agropecuarios, y el desarrollo de enfoques regionales en Políticas Públicas sobre Biotecnología y Bioseguridad.

Otros temas prioritarios para la Red apuntan a desarrollar políticas públicas en agroenerg a, en investigación agropecuaria y en trazabilidad de los productos del agro.

El objetivo del Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur (PROCISUR) es contribuir a la construcción de un sistema regional de innovación, focalizado en la generación de conocimientos y tecnologías para atender las demandas del Sistema Agroalimentario y Agroindustrial, en el ámbito del MERCOSUR ampliado.

El CAS lo reconoce como su grupo de apoyo técnico en materia de cooperación y coordinación regional en cuanto a tecnología e innovación agroalimentaria y agroindustrial.

El Grupo Informal de Negociaciones Agrícolas (GINA-Sur) es integrado por los Directores de las Oficinas responsables de las políticas comerciales y las negociaciones internacionales de los Ministerios de Agricultura de los países miembros. El organismo tiene por objeto el análisis y seguimiento de las negociaciones comerciales internacionales sobre agricultura, la concertación de enfoques regionales y el asesoramiento al CAS en esta materia.

El Comité de Sanidad Vegetal del Cono Sur (COSAVE) es una Organización Regional de Protección Fitosanitaria, creada inicialmente mediante un acuerdo entre los Gobiernos de Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay, en el marco de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO, y registrada en Naciones Unidas. Recientemente Bolivia adhirió al Convenio Constitutivo del COSAVE como País Miembro.



Diciembre de 2007. Reunión de los ministerios de Agricultura del Cono Sur en Asunción Paraguay (Agencia Minagri).

La tarea del COSAVE consiste en coordinar e incrementar la capacidad regional de prevenir, disminuir y evitar los impactos y riesgos de las plagas que afectan a la producción y comercialización de los productos agrícolas y forestales de la región. Para esto se toma en cuenta la situación fitosanitaria alcanzada, el desarrollo económico sostenido, la salud humana y la protección del medio ambiente, mediante el fortalecimiento de la integración fitosanitaria regional y el desarrollo de acciones integradas de interés común.

Por otra parte al Comité Veterinario Permanente (CVP), lo integran la Dirección Nacional de Salud Animal o equivalentes de los Ministerios de Agricultura de los países del CAS. Este organismo se dedica a coordinar acciones e incrementar la capacidad regional de prevenir, controlar y evitar los impactos y riesgos sanitarios que afectan la producción y comercialización de animales, productos y subproductos de origen animal en la región.

El **Foro Regional del Sector Privado Agropecuario** está formado por las organizaciones gremiales y del sector agropecuario y agroindustrial de los países miembros del CAS, sugeridos por los respectivos Ministros de Agricultura. Este organismo es una instancia de diálogo e interlocución con el Consejo, que permite a los Ministros conocer la visión y los planteos del sector privado sobre los temas más relevantes para el agro de la región.

Algunas de las organizaciones gremiales invitadas al Foro integran además, organizaciones regionales específicas, que interactúan en el CAS. Es el caso de la Federación de Asociaciones Rurales del MERCOSUR, (FARM).

El **Foro Regional de Facultades de Agronomía del MERCOSUR, Bolivia y Chile**, tiene como objetivo impulsar iniciativas en el campo académico, con miras a promover la integración regional y la inserción internacional competitiva del sector agropecuario, entre las que se destacan el proceso de acreditación regional de las carreras de agronomía, y el Programa Regional de Postgrado en Políticas y Comercio Internacional Agropecuario.

### **Resultados de la reunión del CAS en Paraguay**

Los ministros y delegados reunidos el pasado 3 y 4 de Diciembre en Asunción centraron su debate sobre la Agroenergía y la Agricultura Familiar, definidos como los ejes estratégicos de la región, alcanzándose posiciones comunes a ambos temas.

En relación a la importancia de la Agroenergía en la región dadas sus implicancias sociales, técnico-políticas y ambientales, el foro ministerial expresó que cada país puede asumir una estrategia y política diferencial, reconociendo a la vez la existencia de ciertos elementos comunes que permitirían la elaboración de estrategias y propuestos regionales en esa materia.

En el caso de la Agricultura Familiar, se consolidó la idea de que se contemplen políticas de fomento productivo inclusivas.

La próxima reunión se realizará en abril de 2008, priorizándose en ella el análisis de los temas de sanidad animal y vegetal y negociaciones internacionales

Presentamos las tres empresas argentinas que lograron un producto reconocido en el mercado internacional y eligieron diferenciar su miel a través del Sello “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”.

# Mieles con sello de calidad



**Lic. Natalia Bonvini**  
**María Julia Gentile**

*Dirección de Promoción de la Calidad*

La apicultura argentina es hoy uno de los principales protagonistas del mercado mundial, ya que cuenta con singulares ventajas comparativas, entre ellas una oferta floral importante, amplitud de climas para la producción, y ventajas competitivas provenientes del fuerte trabajo que realiza el sector en materia de mejora continua de la calidad y del sistema de trazabilidad vigente, reconocido hoy por los principales compradores de miel del mundo.

Estos factores posibilitaron que, en el marco de la feria internacional Apimondia 2007 realizada en Australia en septiembre de 2007, la Argentina ganara la candidatura para que la ciudad de Buenos Aires sea la sede de este evento internacional en el año 2011.

El país ocupa el primer puesto como exportador mundial de miel a granel y somos el tercer productor, después de China y Estados Unidos. Nuestros apicultores obtienen el 70% de la miel de América del Sur, el 25% de la de América y el 6% del total mundial.

Exportamos entre 90.000 y 100.000 mil toneladas -el 95% de la

producción nacional- por valores que rondan los US\$ 140 millones.

En menor escala también se produce miel fraccionada y para promoverla, en diciembre de 2004 fue creada la Comisión Nacional para la Promoción de la Exportación de Miel Fraccionada, que coordina la Dirección Nacional de Alimentos. Actualmente, la exportación de estas presentaciones alcanza valores cercanos al millón de dólares.

A continuación se presentan las empresas que han logrado distinguir su producto con el Sello "Alimentos Argentinos, una elección natural".

#### **MIEL A GRANEL Cienporciento® de FARO Capital S.A. E. Ríos**

Faro Capital S.A. recibió el derecho de uso de la marca para su producto *Miel a granel* en noviembre de 2007, por Resolución SAGPyA N° 324/2007 (B.O. 31278).

La miel proviene de campos vírgenes de la zona del Delta del Paraná, con floraciones naturales y pasturas orgánicas, y la planta procesadora se encuentra ubicada en Ceibas, provincia de Entre Ríos. Como resultado del innovador sistema de trazabilidad utilizado

y la incorporación de pasturas orgánicas específicas con floración encadenada, ofrecen mieles identificadas por su origen floral (mieles mono-florales).

La firma produce mieles orgánicas con la marca *Cienporciento®* bajo normas internacionales ISO 9001:2000 y HACCP Holandesa. El origen orgánico es certificado por Organización Internacional Agropecuaria (OIA), entidad acreditada en el IFOAM.

**Más información del producto: [www.cienporcientobio.com](http://www.cienporcientobio.com)**

#### **Miel a granel**

*"Consideramos que el Sello es una importante herramienta de diferenciación porque promueve el reconocimiento por parte del consumidor de una calidad que satisface expectativas o gustos determinados por sobre los estándares que fija el Código Alimentario Argentino. Y también porque brinda a clientes y consumidores garantía de que los productos se elaboran conforme a condiciones especialmente establecidas en los respectivos protocolos.*

*La participación de nuestro producto en distintos eventos de difusión comercial ha sido muy provechosa, ya que nos permitió poder generar contactos con distribuidores, comercializadores, importadores, entre otros.*

*Como el otorgamiento de la marca fue reciente, aún no contamos con indicadores para medir el impacto del producto con el Sello en el mercado, pero somos muy optimistas al respecto".*

Javier Gueudet  
Faro Capital S.A.



#### **MIEL FRACCIONADA "Monte Virgen" de Proveeduría Integral S.R.L. Formosa**

Esta empresa recibió el derecho de uso de la marca para su producto Miel fraccionada en diciembre de 2007, por Resolución SAGPyA N° 400/2007 (B.O. 31295).

Se trata de la primera empresa fraccionadora de miel que obtiene esta distinción. La firma tiene su planta en el Parque Industrial de Formosa, pero fracciona miel silvestre proveniente de la vasta región denominada "Gran Chaco", que abarca la totalidad de Formosa, Chaco y Santiago del Estero, norte de Santa Fe y San Luis, este de Salta, Tucumán, Catamarca y La Rioja, y norte y oeste de Córdoba. Es

un territorio de clima subtropical, con numerosos cursos de agua y montes vírgenes, cuyas abejas producen una miel poliflora, densa y de color castaño oscuro, aroma penetrante y sabor fuerte.

Más información: [www.mielmontevirgen.com.ar](http://www.mielmontevirgen.com.ar)

*“Hemos incorporado el sello Alimentos Argentinos por considerarlo un elemento diferenciador importante, que otorga al producto una estandarización de calidad muy valorada en los mercados a los que queremos exportar.*

*La miel argentina es reconocida en todo el mundo, por lo que identificar el producto con este sello nos garantiza no sólo la certificación de estándares de calidad sino también el origen, lo que consideramos muy importante para entusiasmar a nuestros potenciales clientes del exterior.*

*En el mercado local no hemos notado aún resultados en este sentido ya que el cambio de etiquetas con la inclusión del sello ha sido reciente, pero los contactos con las grandes cadenas y agentes de exportación se han enriquecido a partir de este hecho”.*

Favio Spósito  
Proveeduría Integral S.R.L.



#### MIEL A GRANEL “Miel de Monte” de Enrique Rimondino - Chaco

Enrique Rimondino lleva más de un año comercializando su producto *Miel a granel* con derecho de uso de la marca (Resolución SAGPyA N° 902/2006 - B.O. 31078). Su producción de miel orgánica se encuentra en las localidades El Sauzalito y General San Martín, en el Chaco, zona que hace siglos habitan los aborígenes wichí.

Desde hace 7 años el total de la producción está destinada a mercados pertenecientes a la Unión Europea.

En noviembre de 2007, el Ing. Agr. Enrique Rimondino fue reconocido con el Premio ArgenINTA a la Calidad Agroalimentaria en la categoría IV “Emprendimientos asociativos de productores no capitalizados”. Uno de los factores que se priorizaron en la evaluación fue el beneficioso efecto que tuvo su emprendimiento sobre la población con necesidades básicas insatisfechas, en base a la implementación

de estrategias asociativas que, entre otras ventajas, permitieron articular con eficacia alternativas productivas y de comercialización.

A principios del mismo año, durante el Concurso de Cata de Miel realizado en Mar del Plata como parte de la 1ª Exposición Apícola Internacional, el producto “*Miel de Monte*” ganó el premio en la categoría de “mieles claras”, compitiendo con diversas muestras argentinas e italianas.

Más información: [www.rimondino.com](http://www.rimondino.com)



*“Miel de Monte comenzó su actividad en 1991 con la instalación de un pequeño taller y la fabricación casera de las máquinas que permitieron fabricar los materiales de trabajo (marcos, cajones, tapas, etc). Surgió como una iniciativa individual, pero el modelo de*

*producción se hizo extensivo a unos 40 pobladores de la zona.*

*La región está habitada desde hace siglos por aborígenes wichí, que tienen la base de su economía en la recolección de frutos silvestres,*

la caza y la pesca. Si bien el paso de recolector a productor requiere de varias etapas, creíamos que el sistema apícola de producción podía ser realmente una alternativa para muchas familias de la zona.

Hemos logrado mostrar una forma de producción que logró involucrar a una comunidad de hábitos ancestrales con sencillas técnicas de

manejo. Este esfuerzo ha sido reconocido, como lo demuestra el premio otorgado por la Fundación ArgenINTA. Sin embargo, continuamos presentando proyectos para conseguir financiación a fin de seguir desarrollando este esquema asociativo propuesto, e integrando al sistema a una población de necesidades insatisfechas”.

Mónica Zidarich de Rimondino

Las mieles a granel producidas por Enrique Rimondino, y Faro Capital S.A., así como la miel fraccionada de Proveeduría Integral S.R.L. son elaboradas bajo estrictos controles y cuidados, utilizando tecnologías de producción innovadoras y trabajando con el concepto de mejora continua. Al ser reconocidos por su calidad estos productos lograron diferenciarse, por lo que no sólo se destacan del conjunto sino que colaboran con el posicionamiento de nuestros alimentos, tanto en el

mercado local como en el internacional.

Estos resultados ponen de manifiesto que el esfuerzo desplegado por los pequeños productores argentinos para mejorar la calidad es reconocido por el sector público y por los adquirentes. Cabe señalar que se encuentran tramitando este Sello de Calidad otras empresas apícolas que esperamos distinguir en los próximos meses.

## Protocolo de calidad para la miel

El protocolo de Miel a granel fue aprobado por Resolución SAGPyA N° 47/2005, y el de Miel fraccionada por Resolución SAGPyA N° 147/2007. Ambos hacen hincapié en los manejos que permiten obtener un alimento sano y de calidad, en la necesidad de realizar análisis que demuestren la inexistencia de distintas sustancias contaminantes en el producto y, en el sistema de trazabilidad implementado en Argentina. Además, especifican las condiciones para el procesamiento de la miel, desde la producción de materia prima (dado que se trata del principal insumo del producto), recepción, extracción, fraccionado y envasado, hasta el transporte de la mercadería.

### Atributos definidos

Uno de los tantos parámetros de calidad definidos para el producto es la genuinidad: los valores normales de mieles puras se encuentran en un rango que oscila entre -27,5 % a -23,5 % (según criterio de pureza adoptado por FAO).

También fueron definidos atributos vinculados a parámetros microbiológicos y fisicoquímicos. Se mencionan algunos ejemplos:

- **Hidroxiacetilfurfural (HMF):** máximo 25 mg/kg. Excepciones: el HMF para mieles monoflorales con más del 45 % de pólenes de *Baccharis spp* existe una probabilidad del 95 % de que se encuentre entre 26 y 37 mg/kg. Por esta razón se establece un valor máximo de HMF de 30 mg/kg. En este caso se requerirá el análisis polínico correspondiente.
- ***Salmonella spp.*** Ausencia en 25 g (Resolución MERCOSUR GMC

15/94).

- **Humedad: máx. 18%.** Con respecto a este parámetro existen excepciones para mieles de pólenes de *Baccharis spp* y de *Polygonum spp*, *Caá-tay*.

Otro punto importante fijado en los documentos, es que la miel debe hallarse libre de residuos de contaminantes químicos, por lo que es necesaria la realización de análisis por métodos oficiales reconocidos.

Entre los atributos de proceso se destacan las buenas prácticas apícolas y de manufactura, desde la cosecha hasta el almacenamiento, teniendo en cuenta que las empresas fraccionadoras de miel deben implementar, además, el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP).

Para la miel fraccionada se requiere controlar los recipientes, a través de la observación visual e inversión de envases, el uso de luz UV y el detector de metales.

También se exige a todas las empresas, establecimientos y/o productores que adhieran a los protocolos, contar con un sistema documental que registre todas las operaciones realizadas, tanto en el campo como en las salas de extracción o fraccionamiento.

Para el envasado de la miel sólo se permiten envases de vidrio o PET (*Polietilentereftalato*), y se recomienda que el diseño de los envases facilite la dosificación del producto.

Cambio climático mundial

# Con un mapa de ruta

Lic. Cristian Ezequiel Torrandell  
*Dirección Nacional de Alimentos*

Muchas de las posibles consecuencias que los especialistas pronostican ante el Cambio Climático Mundial pueden afectar la producción de alimentos en una escala nunca vista, como señalan trabajos presentados en la reciente conferencia de las Naciones Unidas que analizó el tema. Panorama de la situación.

El pasado mes de diciembre, se realizó en la isla indonesia de Bali la *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*, reflejo del interés de todos los países por diseñar e impulsar un nuevo acuerdo mundial sobre el cambio climático. Las 190 naciones participantes acordaron fortalecer su compromiso para combatir el calentamiento global y aprobaron por consenso un documento conocido como “*Mapa de Ruta de Bali*”, que incluye una agenda de temas claves que concluirán en 2009. El objetivo central es redactar una nueva convención / protocolo que entre en vigor en 2013, cuando termine la primera fase del Protocolo de Kyoto.

Uno de los temas que bloqueaban las negociaciones es la responsabilidad compartida pero diferenciada del mundo industrializado y los países en desarrollo para reducir la emisión de gases que causan el efecto invernadero. Después de seis años de disputas, Estados Unidos se unió al consenso tomando en cuenta las circunstancias especiales que afectan a los países en desarrollo si no se reducen las emisiones, y en buena medida el texto resultante se debió a la flexibilidad demostrada sobre todo por los países del Grupo de los 77 y por China.

Todas las naciones experimentan el cambio climático en marcha y concuerdan en que actuar reviste máxima importancia para el futuro del planeta, en una etapa signada por el crecimiento en la demanda global, el acelerado agotamiento de las reservas cerealeras, y una ola inflacionaria mundial de precios de los alimentos como no se había visto en más de 30 años, que llegó en 2007 a un índice del 40% de aumento, frente al 9% de 2006.

Los dirigentes mundiales coincidieron en que es necesario trabajar en un marco de acción multilateral amplio, lo cual resulta un desafío de gran magnitud. Coinciden en esto, con la Convención Marco sobre Cambio Climático de Naciones Unidas; con el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático; con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente; y con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), cuyos informes concuerdan con la visión expuesta por el Secretario General de ONU, Ban Ki-moon, en el sentido de progresar en la elaboración de medidas conjuntas y consensuadas, acelerando los tiempos para abordar el problema con acciones de escala mundial,

e incluso replantear algunos compromisos asumidos en el Protocolo de Kyoto.

Se reconoce que muchos Estados miembros, la sociedad civil y el sector privado están emprendiendo numerosas iniciativas y asumiendo compromisos, pero que si bien esto resulta indispensable, no es suficiente. Se requiere un accionar internacional amplio y renovado, complementado por medidas nacionales y regionales.

Los informes publicados por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático, muestran que el calentamiento de la Tierra es atribuible a la actividad humana, y que tiene repercusiones considerables en muchas regiones y en la mayor parte de los ecosistemas, particularmente en los países en desarrollo, lo cual afecta su capacidad para alcanzar los objetivos de desarrollo del Milenio.

### **Actuar sin demoras**

El panorama descrito en el 4to. informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (GEO4), y el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sobre Desarrollo Humano 2007-2008, son poco alentadores respecto de las “*heridas*” que ha causado la acción del hombre. El calentamiento global es un hecho concreto, y sólo el 15% de la población mundial es responsable del 50% de las emisiones de gases con efecto invernadero.

Según el Informe sobre Desarrollo Humano 2007-2008 “*La lucha contra el cambio climático*”, el tiempo disponible para cambiar el rumbo y revertir el proceso, cuyas consecuencias serían “*catastróficas*”, sería de diez años. El trabajo sostiene que incluso adoptando todas las medidas de precaución podría apenas mantenerse en 2°C el umbral de incremento de la temperatura mundial en lo que resta del siglo, pero superar ese guarismo incrementaría los riesgos de tsunamis, tornados, inundaciones, sequías y la progresiva desaparición de las reservas de agua, entre otras consecuencias. Y a este ritmo, agrega el trabajo del PNUD, resulta muy difícil alinear todos los procesos industriales mundiales -principales responsables del calentamiento global- para lograr una fuerte reducción de hasta un 50% en la emisión de gases de aquí a 2050.

Por su parte, el señalado cuarto informe del Programa de



las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (GEO 4), indica que hasta ahora el accionar del hombre no ha tomado en cuenta la degradación del ambiente y por consiguiente es causal de este proceso de Cambio Climático mundial. El análisis, producto de un trabajo que contó con miles de expertos, abarcó el agua, el aire y la tierra, dibujando un mapa de la situación actual, con recomendaciones políticas y proyecciones para los cinco continentes.

### **Agua, aire y tierra**

En el segmento agua, el informe sostiene que el riego se lleva alrededor de un 70% del líquido disponible, y se prevé que para 2050 esta demanda haya aumentado un 50% a 18 por ciento en los países en vías de desarrollo y un 18% en los desarrollados. La calidad del agua también está descendiendo, ya que está contaminada por patógenos microbianos y por un exceso de nutrientes, y seguirá siendo la mayor causa de enfermedad humana y mortalidad a nivel mundial. **Cada año el 10% de los principales ríos del planeta no consigue llegar al mar durante unos meses debido a la demanda del riego.** En los países en vías de desarrollo, anualmente mueren 3 millones de personas por enfermedades de origen hídrico, en su mayoría niños menores de cinco años.

Respecto de la biodiversidad, se informó que los cambios actuales son los más rápidos que se han visto en la historia humana. Las especies se están extinguiendo a un ritmo cien veces mayor que el que se aprecia en los registros de fósiles.

La intensidad del uso de la tierra ha aumentado drásticamente. Una hectárea de cultivo, que producía una media de 1,8 toneladas, ahora produce 2,5 toneladas. El uso insostenible de la tierra está causando degradación y desertificación, una amenaza tan grave como la del cambio climático y la pérdida de biodiversidad. Este factor afecta a una tercera parte de la

población mundial, a través de la contaminación, la erosión del suelo, el agotamiento de los nutrientes, la escasez de agua, la salinidad y la perturbación de los ciclos biológicos.

### **Umbral de peligro**

Desde 1906 las temperaturas globales medias se incrementaron unos 0,74 grados centígrados. Se prevé que el aumento en este siglo oscilará entre 1,8 y 4 grados. Algunos científicos creen que un aumento de 2 grados en la temperatura media global por encima de los niveles preindustriales, *“es un umbral a partir del cual la amenaza de un daño grave e irreversible es más verosímil”*.

Los núcleos glaciales muestran que los niveles de dióxido de carbono y de metano se encuentran muy lejos de su rango de variabilidad natural de los últimos 500.000 años: el clima de la Tierra ha entrado en una situación sin comparación en la prehistoria reciente. Las temperaturas en el Artico están aumentando dos veces más rápido que en el resto del mundo, y se estima que la subida del nivel de mar provocada por la expansión térmica del agua y por el derretimiento de glaciares y mantos de hielo, continuará durante el futuro predecible. Las consecuencias serán enormes: más del 60 % de la población mundial se halla en la franja de 100 kilómetros paralelos a la costa.

El aumento de la acidificación y las temperaturas del océano, junto a las demás tendencias actuales, no favorecen un proceso de estabilización de las emisiones de gas de efecto invernadero. Algunos de estos gases pueden permanecer 50 mil años en la atmósfera, y cabe considerar que actualmente se utilizan más de 50.000 compuestos químicos, a los que se suman cientos cada año. Se prevé además que la producción mundial de sustancias químicas aumentará un 85 % durante los próximos 20 años.

La seguridad alimentaria de dos tercios de la población mundial depende de fertilizantes, especialmente nitrógeno. El crecimiento de la población, el exceso de consumo y la continua alternancia entre el consumo de cereales y de carne significa que la demanda de alimentos aumentará de 2,5 a 3,5 veces la cifra actual. Es probable que para 2030, los países en vías de desarrollo necesiten 120 millones más de hectáreas para alimentarse.

Naturalmente, este panorama puede ser enfrentado con

una visión sombría, o ser asumido como un desafío que se ganará brindando respuestas constructivas. Corresponde entonces tener en cuenta, como señaló uno de los informes de la Conferencia, que *“Si no se adquiere una mayor conciencia, iniciando acciones en un marco de gestión mundial sobre la problemática del Cambio Climático, tomando en cuenta la situación actual y la necesaria satisfacción de la creciente demanda de alimentos mediante una Producción Agroalimentaria Sustentable, cada vez se limitará más (...) la subsistencia de las futuras generaciones”*.

### Fuentes consultadas

Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, [www.un.org/spanish/climatechange/](http://www.un.org/spanish/climatechange/) - Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC), <http://unfccc.int/2860.php> - Informe sobre Desarrollo Humano 2007/2008 - La Lucha contra el Cambio Climático: Solidaridad frente a un mundo dividido. <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/chapters/spanish/> - Bali y después de Bali: Una nueva economía no contaminante, Ban Ki-Moon, [www.un.org/spanish/sg/op-ed\\_balconference\\_sg.shtml](http://www.un.org/spanish/sg/op-ed_balconference_sg.shtml) - Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) - *Climate Change* 2007, [www.ipcc.ch/](http://www.ipcc.ch/) - Programa Mundial de Alimentos - *Climate change: the hungry on the front line*, [www.wfp.org/english/?ModuleID=137&Key=2542](http://www.wfp.org/english/?ModuleID=137&Key=2542) - Organización Mundial de la Salud, *Global environmental change*, [www.who.int/globalchange/en/](http://www.who.int/globalchange/en/) - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Climate Change*, [www.undp.org/climatechange/](http://www.undp.org/climatechange/) - Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), *Climate Change*, [www.fao.org/clim/](http://www.fao.org/clim/) - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), *Climate Change*, [www.unep.org/Themes/climatechange/](http://www.unep.org/Themes/climatechange/) - Comisión de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, *Climate Change*, [www.un.org/esa/sustdev/sdissues/climate\\_change/climate\\_change.htm](http://www.un.org/esa/sustdev/sdissues/climate_change/climate_change.htm) - Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, [www.unido.org/doc/71841](http://www.unido.org/doc/71841)

Lic. Elizabeth Kleiman

Celina Moreno

Dirección de Promoción de la Calidad

Convenio multisectorial para mejorar la selección y el consumo de alimentos

# Más información, mejor alimentación

*“...la alimentación conduce a la biología, pero con toda evidencia, no se reduce a ella; lo simbólico y lo onírico, los signos, los mitos, los fantasmas alimentan también y concurren a reglar nuestra alimentación (...) El Hombre es un omnívoro que se nutre de carne, de vegetales y de imaginario...”*

Claude Fischler, “El (h)omnívoro”

os hábitos alimentarios, no sólo responden a satisfacer necesidades biológicas; sino que son influenciados por factores sociales. Son el resultado de un conjunto de prácticas:

- De aquello que es considerado alimento.
- De cómo se selecciona, en cantidad y calidad.
- De los métodos que se utilizan para la preparación y conservación.
- De cómo se consumen.

Al seleccionar los alimentos y planificar las comidas los seres humanos están influidos por la historia, la cultura, el ambiente o entorno, y básicamente por el paladar. La comida resulta una fuente de gratificación y placer que, combinada con la buena nutrición, es un componente vital para la salud y la calidad de vida.

En lo que se refiere a “*alimentos*” cabe tener en cuenta la relación directa que se establece entre diversas disciplinas y la manera en que éstas influyen en su calidad. Algunas de estas disciplinas son: Bromatología, Nutrición, Química, Tecnología, Socioeconomía y Gastronomía.

En los últimos años desde distintos ámbitos se ha iniciado un proceso de conocimiento y también de difusión sobre la importancia de adquirir hábitos alimentarios que se adecuen a las necesidades de la población. La necesidad de educar a los consumidores se ha convertido en un objetivo de gran importancia para mejorar la dieta de la población, y a su vez colaborar en la prevención de afecciones vinculadas con una alimentación inadecuada.

En este contexto y a fin de aunar esfuerzos y trabajar mancomunadamente en la promoción de hábitos saludables de un modo integral, a fines de 2007 se firmó un convenio marco de colaboración y cooperación entre la Secretaría de Agricultura; Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación (SAGPyA), el Ministerio de Salud de la Nación y la Asociación de Supermercados Unidos (ASU). El propósito es unificar y potenciar los esfuerzos y el compromiso de los sectores público y privado a fin de generar acciones que colaboren con la difusión y la llegada de la información al consumidor a través de un trabajo multisectorial y multidisciplinario.

La complementariedad entre las instituciones se vincula



con las funciones y objetivos de cada una. En ese sentido, la SAGPyA, a través de su Dirección Nacional de Alimentos (DNA) desarrolla en las cadenas agroalimentarias el concepto de mejora continua de la calidad, para contribuir a aumentar la inserción y posicionamiento de los alimentos argentinos en los mercados.

Se trabaja con un sentido amplio de la calidad, apuntando a que además de cumplir con el requisito básico de la inocuidad, los alimentos puedan diferenciarse por atributos especiales tales como sus propiedades organolépticas, funcionales, nutricionales, gastronómicas y comerciales.

El Ministerio de Salud se ocupa de todo lo inherente a la salud de la población, y a la promoción de conductas saludables en la comunidad, e interviene particularmente en la elaboración y ejecución de programas integrados de seguridad social en los aspectos relacionados con la salud y en la elaboración de las campañas sanitarias destinadas a erradicar enfermedades endémicas, rehabilitar enfermos y detener y prevenir enfermedades no transmisibles.

La Asociación de Supermercados Unidos (ASU), entidad que nuclea las cadenas de supermercados de mayor dimensión del país y representa más del 60 % de la facturación nacional del sector supermercadista, brinda una colaboración de relevante importancia para realizar con éxito las diferentes acciones que prevé el Convenio.

El convenio surge de la necesidad de informar de manera integral a la población argentina sobre la importancia de orientar el consumo de alimentos, teniendo en cuenta

hábitos adecuados que contribuyan a mejorar la calidad de vida.

Los principales objetivos son:

- Potenciar las capacidades de gestión empresarial e institucional a través de la generación de información actualizada y veraz.
- Informar sobre diferentes aspectos de los alimentos (inocuidad, nutrición y rotulado), fomentando hábitos alimentarios saludables.

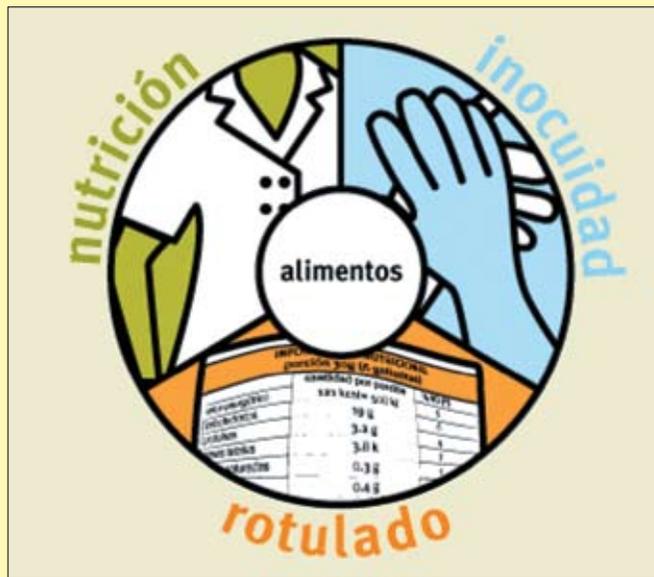
Las acciones previstas, que se iniciarán en el primer semestre de 2008, se focalizan en la educación al consumidor tomando como base una alimentación equilibrada: el aporte nutricional que realizan los distintos grupos de alimentos, las recomendaciones de uso y la mejor combinación de los mismos, facilitando así la decisión de compra en los puntos de venta de las distintas cadenas de supermercados que integran la Asociación de Supermercados Unidos.

Las herramientas de información que se están diseñando toman en cuenta 3 ejes:

**NUTRICIÓN.** Se busca promover hábitos alimentarios saludables para mejorar la calidad de vida, fomentando la alimentación variada y equilibrada, haciendo mención de los aportes nutricionales de los alimentos. Se trata de información general introductoria, que luego se aplica a cada uno de los grupos de alimentos:

- 1 - cereales, legumbres y derivados;
- 2 - frutas y hortalizas;
- 3 - leches, yogures y quesos;
- 4 - carnes y huevos;
- 5 - aceites y grasas;
- 6 - dulces y azúcares.

Se procura así que el consumidor tienda a elegir alimentos de origen vegetal, tales como cereales, legumbres, hortalizas y frutas; lácteos preferentemente descremados y carnes magras, como también controlar el consumo de los alimentos que contienen muchas grasas, azúcar y sal. Alimentarse saludablemente significa seleccionar y consumir alimentos variados y en cantidades adecuadas, es decir que haya proporcionalidad entre y dentro de los grupos de alimentos.



**ROTULADO.** Para realizar una correcta lectura e interpretación del rotulado de los alimentos en general y del nutricional en particular. Se trabaja en los distintos puntos que abarca el rotulado, apuntando a crear conciencia en los consumidores sobre la importancia que tiene esta información para elegir los alimentos a consumir.

**INOCUIDAD.** A fin de que se efectúe una correcta manipulación e higiene de los alimentos, desde su compra hasta el hogar. Se hace hincapié en aquellos puntos claves que contribuyen a preservar la inocuidad, tales como la prevención de la contaminación cruzada y el manejo de la temperatura “segura” y “peligrosa”, para que no haya contaminación ni proliferación de microorganismos.

De esta manera se promueve la elección de cada grupo de alimentos sustentada en un conocimiento acabado de:

QUÉ aportan,  
CÓMO hay que prepararlos, y  
CUÁNTO se debe consumir (porción).

El desafío es lograr que los consumidores de alimentos dispongan de herramientas informativas que sirvan de orientación en las tres etapas clave: cuando se define la compra (rotulado), al conservar y preparar la comida (inocuidad) y al decidir qué es lo que se va a consumir (nutrición).

# LOGRARON LA CALIDAD MÁXIMA



- miel orgánica **“MIEL DE MONTE”**  
de Enrique Rimondino - CHACO
- dulce de Leche **“LA PAILA”**  
de Andyson S.A. - BUENOS AIRES
- zapallo Anco **“VALLE DE TULUM”**  
de Iceberg Agrícola S.A. - SAN JUAN
- dulce de leche **“LA SALAMANDRA”**  
de La Salamandra S.A. - BUENOS AIRES
- miel a granel **“CIENPORCIENTO”**  
de Faro Capital S.A. - ENTRE RÍOS
- miel fraccionada **“MONTE VIRGEN”**  
de Proveeduría Integral S.R.L. - FORMOSA

VOS TAMBIÉN PODÉS  
OBTENER EL SELLO  
CONSULTANOS AL (011)4349-2236 / 2175  
[www.alimentosargentinos.gov.ar/sello](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/sello)



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS



Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos  
Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos  
Dirección Nacional de Alimentos

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



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

**MECON**  
Ministerio de Economía y Producción