

Cadenas Alimentarias

- Pastas alimenticias
- Quesos
- Aceite esencial de limón
- Maní

Para tener muy en cuenta

Informe sobre la nueva Ley de Inocuidad Alimentaria de la República Popular China, y los cambios en la operatoria para exportar alimentos a ese destino.

Aromas, sabores y secretos

Historia, enigmas y futuro del aceto balsámico, un excepcional producto *gourmet* cuya elaboración y exportación vienen creciendo en nuestro país.

Proyectos para mejorar la calidad de vida

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), y la tarea del Punto Focal de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.



**Pastas alimenticias:
Tradición, variedad y calidad**

Optar por el crecimiento

Lic. Rubén Darío Patrouilleau
Subsecretario de Agroindustria y Mercados

En pocos años tanto la producción como el consumo de alimentos han registrado los cambios más amplios y profundos de las últimas décadas. No se trata sólo de mejoras tecnológicas -que son relevantes- sino de todo el espectro de fenómenos ligados a la alimentación.

Un rápido vistazo a los flujos del comercio internacional muestra, por ejemplo, un crecimiento exponencial caracterizado por:

- La aparición de nuevas potencias exportadoras.
- El aumento de la competencia.
- Una creciente sofisticación de los mercados.
- Nuevas expectativas en los consumidores, tales como la salud y la nutrición adecuada.
- El incremento de complejidades técnicas para ingresar a los mercados - meta.
- Una segmentación de mercados y aceleración tecnológica que han obligado a la oferta a satisfacer mayores exigencias.

Esos cambios fueron acompañados en buena medida por la agroindustria argentina, que aún atravesando escenarios de limitaciones financieras severas, logró un perfil destacadísimo que se resume en una breve enumeración:

- Hoy, el Valor Agregado Bruto (VAB) agroindustrial representa el 5,7% del PBI, y comparado con el VAB que genera la totalidad de la industria manufacturera se mantiene en el orden del 38,3%.
- Argentina ha asumido su rol de exportador neto de alimentos. Satisface el 3% de la demanda mundial.
- La oferta de exportaciones agroindustriales se encuentra concentrada, pero las ventas están muy diversificadas. Parten hacia 188 destinos.
- El sector concentra 800.000 puestos de trabajo declarados, suma que representa el 69,5% de la mano de obra ocupada por la industria manufacturera.
- Exporta 38.7 millones de toneladas que alcanzan un valor de US\$ 23.700 millones, y equivalen al 39% y al 34%, respectivamente, de las ventas externas del país.

A esas características se suma el hecho de que la agroindustria es un pilar del desarrollo regional porque sus establecimientos se distribuyen en toda la geografía del país, cercanos a las áreas de producción primaria. Esto potencia las capacidades de los territorios y comarcas donde está instalada, haciendo de ella la

mayor fuente de empleo y de inserción social, cualidades que la convierten en llave del crecimiento y el desarrollo sostenible de la economía argentina.

Considerando las particularidades de este inmenso sector y su probada capacidad de generar riqueza genuina, queda claro que la activa promoción del crecimiento de la agroindustria nacional es una opción estratégica que impulsa y propicia todo lo que deben reunir un país equilibrado y una sociedad justa.

En primer lugar, seguridad alimentaria, inclusión social y laboral, y desarrollo y transferencia de conocimiento para que la población prospere en condiciones dignas. En segundo término un ordenamiento territorial armónico, con autosuficiencia energética y sostenibilidad ambiental que posibiliten un funcionamiento armonioso y una producción sustentable. Todo esto sobre la base de una elaboración calificada y competitiva caracterizada por la agregación de valor y, con ella, la obtención de las divisas que aseguren el conjunto en un marco global cada vez más exigente.

La agroindustria argentina reúne condiciones óptimas para traccionar el crecimiento y el desarrollo del país en los próximos años, en particular si de aquí al 2013 se trabaja fuertemente para:

- Tratar de incrementar el valor de las exportaciones agroindustriales (sin contemplar el complejo "aceites y grasas") alcanzando los US\$ 20.000.000.000.
- Procurar que las exportaciones agroindustriales (sin "aceites y grasas") alcancen valores promedio de US\$/Ton 1.360 (+20%).
- Elevar en un 7 - 10% la mano de obra ocupada (registrada) (860.000 - 880.000).
- Llevar la relación Valor Agregado Bruto Agroindustria / PBI al 7 - 8%

Cuando se mira en perspectiva lo que ha logrado la Argentina agroindustrial hasta el presente, es fácil entender que no se trata de utopías sino de objetivos razonables para un sector que en las actuales condiciones satisface el 3% de la demanda mundial de alimentos.

Favorecer el progreso y la consolidación de nuestras agroindustrias significa, ni más ni menos, optar por el crecimiento económico con inclusión social.

Alimentos Argentinos

Ing. Agr. Carlos Alberto Cheppi

Secretario de Agricultura,
Ganadería, Pesca y Alimentos



Lic. Rubén Darío Patrouilleau

Subsecretario de Agroindustria y Mercados

Coordinación técnica

Ing. Agr. Mercedes Nimo
Marcos Ciani

Producción editorial

Luis Grassino

Arte, diseño y armado

Eduardo Siutti

Asistentes

Coordinación: María Laura Vanacore.
Patricia Alaniz - Natalia Feldman - Angel Gauna.

Alimentos Argentinos

Publicación de la Secretaría
de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, realizada
por la Subsecretaría de Agroindustria y Mercados

Dirección Nacional de Agroindustria

Ing. Agr. Mercedes Nimo

Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias

Lic. Eduardo Vilar

Dirección de Promoción de la Competitividad y Valor Agregado

Dr. Pablo Morón

Dirección de Agroenergía

Ing. Ernesto Quiles

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@minprod.gov.ar

© SAGPyA - República Argentina - 2009

www.sagpya.gov.ar/alimentos

ISSN 0328-9168

Escriben en este número

Lic. Natalia Bonvini - Ing. Agr. Iván Bruzone - Lic. María José Cavallera - Ing. Agr. Natalia Curcio - Dr. Marcelo Champredone - Lic. María Eugenia Keller - Ing. Alim. Elizabeth Lezcano - Lic. Ciro Guillermo Negri - Lic. Arnaldo Nonzioli - Dr. Omar E. Odarda - Ing. Zoot. Alessandra L. Ramos de Oliveira - Ing. Agr. Aníbal Schaller - Dra. Elena Marta Schiavone - Lic. Cristian E. Torrandell

Distribución gratuita. Publicación financiada por el Programa de Servicios Agrícolas Provinciales -PROSAP-, con fondos del Préstamo BID 1956 - AR, en el marco del "Programa de Gestión de la Calidad y Diferenciación de los Alimentos (PROCAL II)".

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

prensa1@minprod.gov.ar

Nuestra portada: Pastas alimenticias

En Argentina, la elaboración de pastas alimenticias comprende unas 1.500 empresas, pero el 95% de ellas son establecimientos pequeños, a menudo familiares, dedicados a producir pastas frescas. Las 80 firmas productoras de pastas secas son las que abastecen la mayor parte del mercado interno. La oferta es amplia y variada, puesto que la tecnología que se aplica y la formulación de la masa posibilitan gran número de productos con diferentes formatos. Se producen unas 370.000 toneladas anuales de pastas, cifra que nos ubica como 9º productor mundial, en tanto que el consumo interno anual per capita promedia los 8 Kg., situando así al país en el puesto N° 12 del mundo. Las exportaciones tienen como destinos tradicionales a Chile, Brasil y Estados Unidos, aunque en los últimos años el primer puesto lo han ocupado las adquisiciones de un país africano, Angola. La producción triguera argentina, sumada al *know how* alcanzado por la industria y al potencial crecimiento de la demanda mundial forman una combinación prometedora para el sector, que incrementará su competitividad en la medida que profundice la adopción de sistemas de aseguramiento de la calidad como el HACCP.

Contenido

4 Para tener muy en cuenta
Alcances de la nueva Ley de Inocuidad Alimentaria de la República Popular China, y sus probables repercusiones sobre las exportaciones al gigante asiático.

12 Valorando el terruño
Orígenes y particularidades de las Indicaciones Geográficas. La “tipicidad” de un producto y su vínculo con el territorio donde se produce.

14 Cómo obtener la certificación oficial
Pasos a seguir para tramitar la certificación oficial de las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen.

17 Promover, equilibrar y fortalecer
Acciones realizadas y pasos a seguir para concretar los objetivos del Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina (PRODAO).

45 Lo que se ve y lo que vendrá
Panorama actual de la industria de las golosinas. Innovaciones, productos, tendencias y perspectivas.

47 Un desafío que crece
La cría de carpinchos y ñandúes, animales que además de brindar carne originan productos de interesantes perspectivas económicas en el mundo.

51 Proyectos para mejorar la calidad de vida
Informe sobre las características y los alcances de la tarea que realiza el Punto Focal ante la FAO de nuestro país.

55 Virus en alimentos
El severo impacto de los virus transmitidos a través de los alimentos. Medidas de prevención a tomar e investigaciones en marcha para disminuir su incidencia.

60 Aromas, sabores y secretos
Historia, enigmas y futuro del aceto balsámico, un excepcional producto *gourmet* cuya elaboración y exportación vienen creciendo.

20 Cadenas Alimentarias

20 Pastas alimenticias



28 Quesos



33 Aceite esencial de limón



28 Maní



Acerca de nuestra edición anterior

Quienes deseen ampliar la información suministrada en la nota sobre la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombes (págs. 49-54), que elaboraron el Ing. Qco. Jerónimo Cárdenas, Director Asistente en Investigación y Tecnología Industrial de la Experimental, el Ing. Qco. Marcelo Ruiz, Jefe de la Sección Química de Productos Agroindustriales, y la Ing. Qca. Mónica Coronel, responsable del Laboratorio de Aguas y Efluentes de la Sección Química, pueden dirigir sus consultas al correo electrónico calidad@eeaoc.org.ar

En el trabajo sobre Evaluación y Desarrollo de Proveedores preparado por la Lic. Alim. María Laura García (págs. 7 - 9), el cuadro situado en la primera columna de la página 9 lleva el título tal como se reproduce a continuación:

Calidad de la Materia prima

(de acuerdo a la cantidad de productos finales conformes).

GRADO	PUNTAJE	CONFORMIDAD
Alta	1	90-100%
Media	2	70-89%
Baja	3	50-69%
Mala	4	0-49%



Para tener muy en cuenta

Dr. Omar E. Odarda
Consejero Agrícola de la
Secretaría de Agricultura,
Ganadería, Pesca y Alimentos
Embajada de Argentina
en la República Popular China

El 1 de Junio de 2009 entró en vigencia la **Ley de Inocuidad Alimentaria**, sancionada el 28 de febrero pasado por la Asamblea Nacional Popular de la República Popular China. Establece un marco jurídico integral en materia de inocuidad de alimentos, y regula todos los aspectos de la producción, procesamiento, distribución (inclusive los servicios de catering), importación y exportación.

Al día de la fecha se desconoce si se establecerá un período de transición para las diferentes obligaciones previstas en la ley, ya que no se han publicado las normas de implementación correspondientes. Cabe destacar que desde fines de abril y en el transcurso del mes de mayo se publicaron varios proyectos normativos para someterlos a consulta pública relativos a diferentes disposiciones. De todas maneras, dado el amplio ámbito de aplicación de la Ley sancionada, se espera que la tarea reglamentaria continúe por un tiempo considerable, ya que está lejos de estar concluida.

Asimismo, pese a que varias de sus disposiciones podrían tener un impacto considerable en el comercio internacional, hasta el presente ni la Ley ni los proyectos de normas reglamentarias publicados han sido notificados a la Organización Mundial del Comercio, tal como lo requiere el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.

Entre las novedades aportadas por esta nueva Ley, cabe mencionar que:

- **Desde un punto de vista institucional**, se crea una nueva superestructura, la “*Comisión Nacional de Inocuidad Alimentaria*”, para supervisar la labor de los distintos organismos competentes en la materia. El Ministerio de Salud coordinará dicha comisión; además, tendrá la responsabilidad primaria en materia de evaluación de riesgos vinculados a la inocuidad de los alimentos. Participarán de esa Comisión, con competencias específicas en distintos aspectos, el Ministerio de Agricultura, el AQSIQ, la Administración de Industria y Comercio, y la Administración de Alimentos y Drogas.
- **Desde un punto de vista sustantivo**, la ley impone cierto orden en la dispersión normativa existente. También hace más estricto el control estatal en la materia, estableciendo mayores obligaciones a todos los que intervienen en la cadena de producción y comercialización de alimentos. Esto incluye a los importadores, exportadores y empresas extranjeras que exporten a China y fortalece los derechos de los consumidores y el sistema de sanciones en caso de incumplimiento. La Ley destaca, asimismo, la base científica del análisis de riesgos relativos a la inocuidad de los alimentos que se realicen en el marco de la misma.
- **En lo que respecta a los exportadores argentinos**

que comercian con la República Popular China, se destacan las siguientes disposiciones, que podrían tener impacto en sus operaciones:

- ◆ **Obligación de registro de todas las empresas exportadoras de alimentos a China.** En virtud del Artículo 65 todas las empresas extranjeras que exporten alimentos a China deberán registrarse ante la autoridad de inspección y cuarentena de entrada y salida de este país (AQSIQ) y dicho organismo deberá publicar regularmente las listas de las empresas registradas. La medida alcanza a los exportadores o sus agentes, y a las empresas productoras que exportan sus propios productos.
- ◆ **El objetivo de esta obligación** es poder identificar a todos los responsables en caso de que se suscite un incidente con un producto importado, y aplicar las sanciones o medidas de control correspondientes, que podrán llegar hasta la revocación del registro del exportador extranjero. Según lo informado por los funcionarios del AQSIQ, se pondrá en marcha un *website* donde los interesados deberán ingresar sus datos. Hasta el presente, sin embargo, dicho *website* no se encuentra en funcionamiento.
- **Análisis de riesgo para los productos no regidos por normas nacionales de inocuidad alimentaria.** El Artículo 63 de la Ley dispone que en caso de que un producto para el cual no existe una “*norma nacional de inocuidad alimentaria*” que lo regule, el importador deberá presentar una solicitud al Ministerio de Salud para que se realice el análisis de riesgo pertinente en base a la información que se proporcione a fin de obtener el permiso de importación correspondiente.
- **Esta disposición genera dudas en cuanto a su aplicación.** Por ejemplo, no tiene un correlato respecto a productos nacionales bajo las mismas circunstancias; no tiene en cuenta la existencia de comercio actual o histórico de productos amparados por normativa horizontal en materia de higiene y calidad. Tampoco queda claro si en caso de que un producto importado haya sido aprobado bajo el Artículo 63 de la Ley, los importadores de productos similares del mismo país o de otros países podrán beneficiarse de tal antecedente o deberán someterse al mismo procedimiento de aprobación.
- El artículo 63 de la Ley también dispone un procedimiento similar - aprobación sujeta a un análisis de riesgo por parte del Ministerio de Salud- cuando se importa “*un producto*

nuevo asociado a la alimentación” o “nuevas variedades de aditivos”.

- **Reorganización normativa.** En su Art. 22 la Ley encomienda al Ministerio de Salud iniciar un programa de revisión de las normas obligatorias existentes en materia de calidad e higiene, a fin de unificarlas en una nueva norma nacional de inocuidad de alimentos. La Ley aclara que mientras esto se lleve a cabo, seguirán siendo aplicables las normas existentes. Por lo tanto, se dará inicio a un proceso de reorganización normativa, que comenzará, según declaraciones hechas por funcionarios del Ministerio de Salud, con los estándares existentes para productos lácteos, residuos de plaguicidas, residuos de productos veterinarios y aditivos, con la finalidad de eliminar las contradicciones y discrepancias que pudieran existir, y realizar las actualizaciones correspondientes.

En virtud de lo expuesto, se aconseja a los exportadores argentinos que antes de realizar un envío a la R. P. China confirmen con sus importadores la normativa aplicable para el producto específico que deseen exportar, y que señalen a las autoridades nacionales competentes los eventuales incidentes que se susciten en virtud del importante cambio normativo que se avecina.

A continuación, se incluyen comentarios sobre algunos aspectos específicos de la Ley considerados de interés, y



Ilustración: <http://es.wikipedia.org/wiki/China>

también una tabla en la que se listan las normas reglamentarias publicadas hasta el presente, indicándose la existencia de las traducciones disponibles. Estas normas pueden consultarse en la sección “Regulaciones” de la página web de esta Consejería Agrícola (www.agrichina.org).

El presente informe será actualizado a medida que vayan siendo publicadas las normas de implementación o se conozcan mayores detalles sobre la aplicación de las mismas.

Aspectos de la ley de inocuidad alimentaria de la República Popular China que pueden resultar de interés para los exportadores argentinos

Ámbito de aplicación

La Ley define en su Artículo 2 las actividades que quedan alcanzadas por sus disposiciones. Sin embargo, algunos productos parecerían quedar sometidos a regímenes especiales y esto no deja claro qué disposiciones de la Ley se les aplican en última instancia.

Productos agrícolas comestibles: el Artículo 2, último párrafo dispone: “[la] gestión de la calidad e inocuidad de los productos agrícolas primarios destinados al consumo (de aquí en adelante, “productos agrícolas comestibles”, quedan sujetos a la Ley de la R.P. China sobre Calidad e Inocuidad de los Productos Agrícolas. Sin embargo, la presente Ley

[de Inocuidad Alimentaria] debe ser observada cuando se desarrollan normas obligatorias de calidad e inocuidad y se hace pública información sobre la inocuidad de los productos agrícolas comestibles”.

Por su parte, el Artículo 56 del Reglamento del Consejo de Estado establece: “La evaluación y gestión de riesgo de los productos agrícolas serán desarrolladas por el Ministerio de Agricultura de acuerdo a la Ley sobre Calidad e Inocuidad de los Productos Agrícolas.”

El Artículo 101 señala que “[la] administración de inocuidad alimentaria de los productos lácteos, alimentos genéticamente modificados, la faena de cerdos, vinos y sal común se realizará

de acuerdo a esta Ley [de Inocuidad Alimentaria]; salvo en caso de estar regulados por reglamentaciones específicas.”

Finalmente, de acuerdo a explicaciones brindadas por funcionarios del Ministerio de Salud, la Ley se aplica a todos los alimentos, incluidos los productos agrícolas primarios, **pero no a los piensos para la alimentación animal ni a los alimentos para mascotas.** Al respecto, cabe señalar la próxima publicación por parte del AQSIQ de las *Medidas administrativas para la inspección, cuarentena y supervisión de las importaciones y exportaciones de piensos y aditivos para piensos*¹, que completarán el régimen legal para estos productos, junto a la normativa ya en vigencia del Ministerio de Agricultura².

Normas Nacionales Obligatorias sobre Inocuidad Alimentaria

Base legal:

Capítulo 3 de la Ley; Reglamento del Consejo de Estado sobre la Implementación de la Ley (Art. 13-17); Medidas para la Administración de Normas Nacionales sobre Inocuidad Alimentaria; y Medidas para el Registro de Normas Empresariales en Materia de Inocuidad Alimentaria.

Régimen legal:

La Ley dispone que las “*Normas de Inocuidad de Alimentos*” serán obligatorias y deberán tener un sustento científico, ser razonables, seguras y confiables (Art. 18-19). En ausencia de una norma nacional, las autoridades locales podrán dictar normas en la materia aplicables a su jurisdicción. Estas normas de inocuidad alimentaria regularán los siguientes aspectos:

- Cuestiones microbiológicas, límites de residuos de plaguicidas, drogas veterinarias, metales pesados, contaminantes y otras sustancias peligrosas para la salud humana en alimentos y productos relacionados a los alimentos.
- Variedades, ámbito de aplicación y dosis de aditivos para alimentos.
- Requerimientos para ingredientes nutricionales en

alimentos de base y alimentos especiales para infantes y otras poblaciones especiales.

- Normas sobre etiquetado, identificación e instrucciones de uso de los productos.
- Requerimientos higiénicos para la producción de alimentos y comercialización de los mismos.
- Requerimientos de calidad vinculados a la inocuidad de los alimentos.
- Métodos y procedimientos para el análisis de alimentos.
- Otras cuestiones vinculadas a la inocuidad de los alimentos. (Art. 20)

Reordenamiento normativo. El Artículo 22 de la Ley instruye al Ministerio de Salud a comenzar un programa de revisión de las normas obligatorias existentes en materia de calidad e higiene, para unificarlas en una única nueva “*norma nacional de inocuidad*”. Mientras se lleve a cabo dicho proceso, la Ley aclara que las normas existentes seguirán siendo aplicables. Este reordenamiento apunta a eliminar las contradicciones y discrepancias entre las diferentes normas en vigencia actualmente dictadas por los diferentes organismos competentes y realizar las actualizaciones correspondientes.

El Consejo de Estado dispone en su Reglamento que el Ministerio de Salud, junto a los demás organismos competentes, debe elaborar un programa anual de trabajo (Art. 13). De acuerdo a declaraciones de funcionarios del Ministerio de Salud, se comenzará por las normas existentes para los productos lácteos, residuos de plaguicidas, residuos de productos veterinarios y aditivos³.

Elaboración de normas. El Art. 23 de la Ley dispone que las normas nacionales de inocuidad alimentaria deberán ser elaboradas a partir de los resultados de la evaluación de riesgo, tomando como referencia los normas internacionales pertinentes y los resultados de las evaluaciones de riesgo realizadas a nivel internacional. La redacción de esas normas queda a cargo de un comité de expertos elegidos al efecto, y serán revisadas y aprobadas por la Comisión de Examen y Evaluación de Normas Nacionales de Inocuidad, coordinada por el Ministerio de Salud y en la cual estarán representados todos los organismos competentes. Tanto la Ley como las normas reglamentarias disponen que los proyectos de normas deben ser sometidos a consulta pública y, una vez aprobados, ser revisados ni bien se identifiquen problemas en su implementación.

1 Notificadas a la OMC el 15 de mayo de 2008 (G/SPS/N/CHN/109).

2 Véase nota explicativa de la Consejería Agrícola sobre “Registro para Piensos y Aditivos para Piensos Importados” (DOC/CAP/007-2008 Rev. 1, Noviembre de 2008).

3 China Daily, 3/3/2009.

Normas locales. Las normas reglamentarias disponen que, en caso de inconsistencia con las normas nacionales, las autoridades sanitarias provinciales deben corregir o modificar las normas que hayan dictado. Al contradecirse las normas locales entre sí, las autoridades sanitarias provinciales concernientes tendrán que actuar coordinadamente para realizar los ajustes necesarios.

Estándares empresariales. La Ley dispone que, en caso de ausencia de estándares nacionales o locales en materia de inocuidad alimentaria, las empresas deberían desarrollar sus propios estándares (Art. 25). La ley también alienta a las empresas a desarrollar sus propios estándares más exigentes, aún cuando existan normas nacionales o locales aplicables. En todos los casos, la Ley aclara que estos estándares empresariales serán solamente aplicables en la empresa en cuestión.

Las *Medidas para el Registro de Estándares Empresariales en Materia de Inocuidad Alimentaria* contienen disposiciones específicas respecto al registro y publicación de estos estándares empresariales.

Importación de Alimentos No Regidos por Normas Nacionales de Inocuidad Alimentaria

Base legal:

Ley de Inocuidad (Art. 63, c.c. Art. 44); Artículo 34 del Reglamento del Consejo de Estado sobre la Implementación de la Ley; Reglamento Interino del Ministerio de Salud para la Administración de Permisos de Importación para Alimentos Sin Norma Nacional de Inocuidad Alimentaria.

Régimen legal:

- **Ámbito de aplicación:** los productos elaborados y comercializados fuera de la R. P. China como alimentos y para los cuales todavía no se ha formulado una norma nacional sobre inocuidad alimentaria que les sea aplicable en la R. P. China. (Art. 2 del Reglamento Interino del M. de Salud).
- **Obligación:** el importador deberá presentar una solicitud y la documentación de evaluación de riesgo pertinente al Ministerio de Salud.
- **Análisis de riesgo:** el Ministerio de Salud decidirá si aprueba o no tales solicitudes, de acuerdo al Artículo 44 de la Ley, en un plazo de 60 días, en base a la documentación presentada para el análisis de riesgo. Si la documentación

cumple con los requisitos en materia de inocuidad, se otorgará un permiso para importar el producto, el cual se hará público. En caso de que se rechace la solicitud, la autoridad deberá dar una explicación por escrito (Art. 63 y 44 de la Ley, Art. 10-17 del Reglamento Interino).

- **Existencia de una norma aplicable:** si durante la evaluación de la documentación por el Ministerio de Salud se identifica una norma internacional aplicable, de otros países o de China, el Ministerio de Salud determinará la norma aplicable. Si se determina que el producto está regulado por otras leyes y reglamentaciones específicas, se dará por concluido el procedimiento de examen (Art. 12 y 15 del Reglamento Interino).
- **Alimentos aprobados:** el Ministerio de Salud publicará la lista de alimentos importados no regidos por normas nacionales de inocuidad alimentaria que hubieran sido autorizados a ser comercializados en China, con sus respectivas especificaciones técnicas (Art. 16 del Reglamento Interino). Oportunamente, el Ministerio de Salud deberá desarrollar las normas nacionales para regular los productos en cuestión (Art. 63 de la Ley).
- **Importación:** el importador deberá entregar al AOSIQ el certificado de aprobación (“la licencia”) expedido por el Ministerio de Salud para los productos alcanzados por esta medida que sean sometidos a su inspección. El AOSIQ deberá inspeccionar el producto en cuestión de acuerdo a lo dispuesto por el Ministerio de Salud (Art. 34 del Reglamento del Consejo de Estado).

Comentarios:

- Parecería que la obligación del Artículo 63 de la Ley no tiene correlato respecto a productos nacionales bajo las mismas circunstancias, más aún cuando el Reglamento Interino del Ministerio de Salud se refiere exclusivamente a los productos importados.
- Por otra parte, el Artículo 44 de la Ley, al cual remite el Artículo 63, se refiere a la “producción [en China] de alimentos nuevos”. Surge el interrogante acerca de si debe entenderse por “alimentos nuevos” a los productos no regidos por una norma nacional de inocuidad específica (como en el caso del Art. 63), o si se trata de los “alimentos nuevos” (o “novel foods”) alcanzados por las **Medidas Administrativas sobre Alimentos Nuevos**⁴, que entraron en vigencia el 1° de diciembre de 2007. Estas medidas, cabe recordar, regulan el análisis de riesgo para

4 Notificadas a la OMC como G/SPS/N/CHN/101 y G/TBT/N/CHN/240.

la aprobación de los siguientes productos:

- 1) animales, plantas y microorganismos que no se consumen tradicionalmente en China;
- 2) materias primas de alimentos que se derivan de animales, plantas y microorganismos que no son tradicionalmente consumidos en China;
- 3) nuevas variedades de microorganismos que son usadas durante el procesamiento de alimentos;
- 4) materia prima de alimentos cuya composición original o estructura fue modificada mediante la adopción de nuevas técnicas de producción.

No queda claro si resultan sometidos o no a la obligación del Artículo 63 de la Ley, los productos importados que se comercializan o han sido comercializados en China, para los cuales no existe una norma específica en materia de higiene o calidad que los regule, pero que son cubiertos por normas horizontales.

En caso de que un producto importado haya sido aprobado bajo el Artículo 63 de Ley, no queda claro si importadores de productos similares del mismo país o de otros países pueden beneficiarse de tal antecedente o si deben pasar por el mismo procedimiento de aprobación.

Importación de productos nuevos asociados a la alimentación

Base legal:

Ley de Inocuidad (Art. 63, c.c. Art. 44); Artículo 34 del Reglamento del Consejo de Estado sobre la Implementación de la Ley; Reglamento Interino del Ministerio de Salud para la Administración de la Licencia para Productos Nuevos Asociados a la Alimentación.

Régimen legal:

- **Ámbito de aplicación:** el Artículo 2 del Reglamento Interino del Ministerio de Salud lista los siguientes productos:
 - ◆ Materiales de envase, recipientes para alimentos, herramientas o equipos para la producción y comercialización alimentaria, así como materiales o artículos en contacto directo con alimentos no regulados por normas nacionales de inocuidad.
 - ◆ Aditivos no listados en el “Estándar Higiénico para el Uso de Aditivos para Materiales de Envase y Recipientes para

Alimentos” (GB 9685).

- ◆ Materiales de envase y recipientes para alimentos, herramientas y equipos para la producción y comercialización alimentaria, así como artículos y aditivos en contacto directo con alimentos, no incluidos en el listado publicado por el Ministerio de Salud.
 - ◆ Los aditivos incluidos en el GB 9685 o en el listado publicado por el Ministerio de Salud, para los cuales se requiere extender su ámbito de aplicación o su cantidad de uso.
 - ◆ Nuevas materias primas para detergentes usados en el envase, herramientas y equipos para la producción y comercialización de alimentos que pueden representar riesgos para la inocuidad alimentaria.
 - ◆ Nuevas materias primas para desinfectantes de recipientes, materiales de envase, herramientas y equipos para la producción y comercialización de alimentos que no están incluidos en el Listado de Materias Primas para Desinfectantes Permitidos en la Industria Alimentaria.
- **Importación.** El importador deberá presentar una solicitud al Ministerio de Salud, acompañada de la documentación para el análisis de riesgo del nuevo producto asociado a los alimentos. Si el producto es aprobado, el importador deberá entregar al AQSIO el permiso pertinente para poder proceder a su importación. El Ministerio de Salud deberá dictar oportunamente la norma nacional de inocuidad correspondiente para regular el producto en cuestión (Art. 63 de la Ley).

Importación de nuevas variedades de aditivos

Base legal:

Ley de Inocuidad (Art. 63, c.c. Art. 44); Artículo 34 del Reglamento del Consejo de Estado sobre la Implementación de la Ley de Inocuidad Alimentaria.

Régimen legal:

Como en los dos casos anteriores, la importación de nuevas variedades de aditivos queda sujeta a la evaluación de riesgo previa por parte del Ministerio de Salud, prevista en el artículo 44 de la Ley. **Por no haber sido publicada la normativa correspondiente, se desconocen hasta el momento los aspectos reglamentarios de esta disposición.**

Obligación de registro de exportadores extranjeros

Base legal:

Artículo 65 y 69 de la Ley de Inocuidad; Artículo 35 del Reglamento del Consejo de Estado sobre la Implementación de la Ley de Inocuidad Alimentaria.

Régimen legal:

- **Ámbito de aplicación:** todos los exportadores o sus agentes extranjeros que exporten a China deberán registrarse ante el AQSIQ. La misma obligación de registro también alcanza a los productores extranjeros de alimentos que exporten directamente a China. (Art. 65 de la Ley)
- **Registro:** el AQSIQ pondrá en marcha una página web adonde cada interesado deberá ingresar sus datos. **Hasta el momento las autoridades no han publicado ninguna información al respecto.**
- **Publicación:** el AQSIQ deberá publicar regularmente las listas de exportadores, agentes o productores de alimentos extranjeros que se hubieran registrado (Art. 65 de la Ley).
- **Validez del registro:** 4 años (Art. 35 del Reglamento del Consejo de Estado).
- **Revocación del registro.** El registro podrá ser anulado de producirse las siguientes circunstancias: A) falsedad de la información proporcionada o, B) cuando se produzca un incidente serio con un producto de una empresa registrada. La decisión de revocación deberá ser publicada (Art. 35 del Reglamento del Consejo de Estado).

Comentario:

Esta obligación de registro no debe confundirse con el registro y auditorías de plantas que rige para ciertos establecimientos exportadores (ej. plantas faenadoras de carnes, plantas elaboradoras de alimentos para mascotas, etc.). Este trámite no debería en principio estar sujeto a ningún procedimiento de aprobación. Se realiza para que la autoridad de aplicación pueda identificar a todos los responsables en caso de que se suscite un incidente con un producto importado, y aplicar las sanciones o medidas de control correspondientes.

Etiquetado de alimentos preenvasados

Base legal:

Artículos 42, 47 y 66 de la Ley de Inocuidad.

Comentarios:

- El artículo 42 lista la información obligatoria que deben contener las etiquetas de los alimentos preenvasados. Es posible que la Norma General sobre Etiquetado de Alimentos Preenvasados (GB7718-2004) (vigente desde 1 de octubre de 2005) deba ser modificada para tomar nota de posibles condiciones adicionales impuestas por la Ley.
- El Artículo 47 se refiere al etiquetado de los aditivos alimentarios. Las etiquetas de los envases deben contener entre otros datos obligatorios, el ámbito de aplicación, los niveles de dosis y los métodos de aplicación. Podría resultar problemática esta disposición, ya que el productor de aditivos no siempre conoce el uso final de los mismos.
- El Artículo 66 requiere, entre otras cosas, que el etiquetado de los productos preenvasados importados incluya las instrucciones en chino. La norma no especifica, sin embargo, lo que se entiende por "instrucciones".

Sanciones a importadores

- La Ley dispone en su Capítulo 9 una serie de sanciones pecuniarias y administrativas (ej. revocación del registro de comercio) para los importadores de productos que no cumplan con las normas nacionales de inocuidad de alimentos de China o que, estando cubiertos por el artículo 63 de Ley fueron importados sin la autorización pertinente del Ministerio de Salud.
- También se prevén sanciones para los importadores que no mantengan los registros de los productos que hubieran importado y comercializado, tal como lo dispone el artículo 67 de la Ley.



http://1.bp.blogspot.com/_WE1irOIooUQ/SW9YdRg67yI/AAAAAAAAACAU/Uvte2tac5a8/s1600-h/chinese-dragon.jpg

NOTA

La información del presente trabajo es pública y no tiene limitaciones de uso, sólo se solicita citar la fuente. © Consejería Agrícola (SAGPyA), Embajada Argentina en la República Popular China. República Argentina, 2009.

Para mayor información, dirigirse a:

Consejería Agrícola (SAGPyA)
Embajada Argentina en la República Popular China
Tel: +86-10-6532-0789-90, ext. 10
Fax: +86-10-6532-0270
odarda@agrichina.org / www.agrichina.org

LEY DE INOCUIDAD DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA Y NORMAS REGLAMENTARIAS - GUÍA RÁPIDA

Todas las normas pueden ser consultadas en la página web de esta consejería (www.agrichina.org) sección regulaciones

Norma	Organismo	Fechas	Traducción Disponible	Comentarios
Ley de Inocuidad Alimentaria	Asamblea Nacional Popular	Sancionada y promulgada el 28/02/2009	Inglés: USDA CH9019	No fue notificada a la OMC.
Reglamento sobre la Implementación de la Ley de Inocuidad Alimentaria. (Proyecto en consulta pública).	Consejo de Estado	Publicación: 24/04/2009	Inglés: USDA CH9040	No fue notificado a la OMC. Reglamenta algunas disposiciones de la Ley.
Reglamento Interino para la Administración de Permisos de Importación para Alimentos Sin Norma Nacional en Materia de Inocuidad. (Proyecto en consulta pública)	Ministerio de Salud	Publicación: 06/05/2009 Vencimiento consulta pública: 17/05/2009	Inglés Emb. N. Zelanda Traducción al castellano en curso.	No fue notificado a la OMC. Reglamenta los Arts. 63 y 44 de la Ley. Define el ámbito de aplicación de la obligación del Art. 63 de la Ley y regula el procedimiento para el análisis de riesgo.
Reglamento Interino para la Administración de la Licencia para Productos Nuevos Asociados a la Alimentación. (Proyecto en consulta pública)	Ministerio de Salud	Publicación: 06/05/2009 Vencimiento consulta pública: 17/05/2009	Inglés Emb. N. Zelanda Traducción al castellano en curso.	No fue notificado a la OMC. Reglamenta los Arts. 63 y 44 de la Ley. Define "productos nuevos asociados a la alimentación" y regula el procedimiento de aprobación.
Medidas para la Administración de Normas Nacionales sobre Inocuidad Alimentaria (Proyecto).	Ministerio de Salud	Publicación: 30/04/2009	Síntesis en castellano	Reglamenta Capítulo 3 de la Ley de Inocuidad (Artículos 18 a 26)
Medidas para el Registro de Estándares Empresariales sobre Inocuidad Alimentaria (Proyecto).	Ministerio de Salud	Publicación: 04/05/2008	Síntesis en castellano	Reglamenta Artículo 25 de la Ley de Inocuidad. Las firmas productoras de alimentos están obligadas a cumplir con los estándares nacionales y regionales correspondientes y en su ausencia deberían elaborar estándares empresariales. El Estado alienta a las empresas productoras a elaborar estándares más estrictos que los nacionales y regionales vigentes.

Valorando el terruño

Dr. Marcelo Champredonde

INTA Bordenave

Las Indicaciones Geográficas nacieron en la Unión Europea a partir de dos legados culturales diferentes. Por un lado, la tradición anglosajona de resaltar el renombre (frecuentemente asociado a una calidad superior) de un producto, se expresa en lo que la legislación europea denomina hoy como **Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.)**. La **Denominación de Origen (D.O.)**, responde a una tradición más mediterránea: comunicar la *tipicidad* de un producto a partir de la influencia de un “*terruño*” dado.

La diferenciación en dos sellos de calidad sirve para reconocer dos situaciones diferentes. En el caso de las D.O. se reconoce que la tipicidad del producto se vincula exclusivamente a la incidencia de factores territoriales. La tipicidad se debe entonces a la interacción entre las condiciones locales de producción y los saberes (saber seleccionar, saber producir, saber elaborar, saber preparar y/o saber consumir) locales. Se trata en su mayoría del *Savoir-faire*, es decir de saberes empíricos y prácticos, difícilmente codificables, e inscriptos en la dinámica de la cultura local.



El terruño como fuente de tipicidad

Se define como *típico* el producto perteneciente a un determinado *tipo*, esto es, que posee un rasgo o cualidad que posibilita diferenciarlo de productos similares. En el caso de las Indicaciones Geográficas (IG y DO), esa tipicidad o calidad particular se debe a la incidencia de factores territoriales.

La inclusión del *saber degustar* implica que la población local ha participado activamente en un proceso bi-direccional de especificación de la calidad del producto. En un sentido, seleccionando los productos que se corresponden con los gustos de la comunidad local, y en el otro, adaptando sus usos y costumbres a las particularidades de los productos locales.

En la mayoría de los casos se identifica la presencia de

una genética local específica, producto también de la movilización de saberes (predominantemente empíricos) en la búsqueda simultánea de la adaptación a las condiciones agro-ecológicas locales y a los requerimientos, en términos de calidad, que pueden generar la extracción, procesamiento, elaboración y/o consumo (utilización) del producto.

Si bien ambos sellos vinculan la calidad del producto con el territorio donde se origina, en el caso de la Indicación Geográfica Protegida, la relación es menos directa. Este sello reconoce las particularidades del producto, el “renombre”, como una consecuencia de la movilización de saberes localizados.

En los dos casos, las características distintivas del producto tienen que ser objetivables, es decir, deben poder ser identificadas y descriptas. En algunos casos, sólo degustadores especializados alcanzan a percibir la calidad particular del producto.

Condiciones para el reconocimiento de una IG/DO

La incidencia práctica sobre los requerimientos diferenciales, es que en el caso de las D.O., el proceso de producción/extracción, procesamiento de materias primas y elaboración del producto **se debe desarrollar íntegramente** dentro del terruño.

En el caso del queso Roquefort, por ejemplo, se exige la elaboración y estacionamiento en la localidad de *Roquefort*. Este producto es elaborado a partir de leche de ovejas recolectada en el área delimitada por la DO. La genética ovina aceptada por el protocolo es la raza local *Lacaune*.

Este requerimiento es más flexible para la I.G. pues el desarrollo en el área de origen, se exige únicamente al proceso que le confiere al producto calidad particular y/o renombre. Por ejemplo, el jamón de Bayona debe ser elaborado dentro del área delimitada. Pero puede utilizarse materia prima importada de otras regiones.

En cambio, NO son potencialmente beneficiarios de una IG, los productos que deben su calidad particular únicamente a la incidencia del medio agro-ecológico. Es el caso de algunas producciones implantadas recientemente,

en zonas con características agro-ecológicas aptas para esa actividad, y en cuyo proceso de producción se movilizan mayoritariamente prácticas basadas en conocimientos tecnológicos fácilmente codificables y por ende deslocalizables.

Es decir, puede haber un producto “*distinto*” a otros de su tipo, pero sin “*anclaje*” en el territorio. En Europa, por ejemplo, para considerar la tipicidad o tradición, se requiere que las prácticas productivas que confieren la tipicidad, o calidad particular, se hayan desarrollado por lo menos durante una generación, entendida como un período mínimo de 25 años.

Los sellos “colectivos” para marcas privadas locales

Entre las particularidades de estos otros sellos de calidad se destaca, en primer lugar, el hecho de que deben ser solicitados por los actores implicados a lo largo de todo el proceso: desde la producción de las materias primas hasta la puesta en el mercado. A tales fines es necesario constituir un Consejo de Promoción del producto, órgano que luego de acordado el sello pasa a denominarse Consejo de la Denominación de Origen del Producto en cuestión.

Como se trata de un nombre geográfico, naturalmente el titular del mismo es el Estado Nacional. En el caso de las IG/DO, éste lo cede al Consejo de defensa del producto. Esta cesión implica el reconocimiento de la tipicidad del producto y el acuerdo sobre el protocolo de producción/elaboración propuesto por el mencionado Consejo.

En segundo lugar, son potencialmente beneficiarios de este tipo de sellos todos los productores/elaboradores que se encuentran dentro de la zona delimitada y que cumplen con el protocolo.

En tercer lugar, las Indicaciones Geográficas / Denominaciones de Origen, no reemplazan a las marcas privadas. Sirven para reconocer el “*aire de familia*” que existe entre productos de un mismo territorio, es decir la pertenencia a un “*tipo*”, pero de ninguna manera para señalar que son idénticos. De hecho, cada productor puede conferir un toque particular al alimento que elabora. Por eso es que una IG no suplanta a las marcas privadas sino que las acompaña.

Dra. Elena Marta Schiavone*
Asesora del Senado de la Nación

Cómo obtener la certificación oficial



En su número 45 Alimentos Argentinos informó que a través del Decreto 556 de fecha 18 de mayo de 2009, el Poder Ejecutivo Nacional había reglamentado la Ley 25.380 y su modificatoria 25.966, sobre Régimen Legal de las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios.

Quedan así sentadas las bases definitivas del sistema y su disponibilidad plena para quienes se interesen en certificar sus productos. El presente informe explica la forma de tramitar la obtención de estas certificaciones oficiales.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, a través de la Dirección Nacional de Agroindustria, es el organismo del Estado Nacional donde se tramitan las solicitudes de reconocimiento de estas herramientas de diferenciación y agregado de valor para productos agrícolas y alimentarios cuya calidad se halla vinculada al origen y las tradiciones; es decir, aquéllos que presentan cualidades diferenciales debidas al lugar de producción y/o elaboración, incluyendo tanto factores naturales como humanos, y que posibilitan la obtención de este certificado oficial de calidad. Los vinos y otras bebidas vínicas se hallan regidos por la ley 25.163, cuyo órgano de aplicación es el Instituto Nacional de Vitivinicultura.

El decreto 556/2009 establece los detalles, requisitos y procedimientos que debe seguir un grupo de productores establecidos en un área geográfica determinada para lograr el

reconocimiento del uso del nombre geográfico para identificar el producto típico del lugar, y diferenciarlo así de los similares de su clase, evitar imitaciones o falsificaciones que pretendan aprovechar ilegítimamente el prestigio y la reputación de los productos genuinos.

Los indicadores geográficos (que comprenden tanto las indicaciones geográficas como las denominaciones de origen), constituyen un categoría reciente de la propiedad intelectual, y tienen la particularidad de ser, justamente, una propiedad colectiva.

El sistema puede ser analizado desde distintos ángulos. En este informe, el enfoque se concentra en la descripción del trámite de registro de una denominación de origen, contemplando un producto originario de alguna área de nuestro territorio.

Toda vez que se trata de un sistema voluntario, el trámite debe ser iniciado e impulsado por los productores interesados, mediante una solicitud, cuyo formulario tipo obra en la página web www.alimentosargentinos.gov.ar

(*) Colaboradora en la redacción de las Leyes 25.380 y 25.966. Colaboradora en la redacción del Decreto 556/09, reglamentario de ambas Leyes

SOLICITUD DE DENOMINACION DE ORIGEN

Aunque siempre la finalidad es el reconocimiento de Estado Nacional de un producto agrícola y/o alimentario originario de una región, provincia, departamento, localidad, área o zona, de reconocida tipicidad y originalidad que, producido en un entorno geográfico determinado, desarrolla cualidades particulares que le confieren un carácter distinto al resto de los productos del mismo origen, aún en condiciones ecológicas y con tecnologías similares, por la influencia del medio natural y del trabajo del hombre (art. 4º), la Ley 25.380 y su decreto reglamentario prevén dos tipos de trámites:

1 - SOLICITUD PRELIMINAR.

La Ley, seguramente basada en la experiencia habida en otros países, dispone en sus arts. 5 a 8 de un “trámite asistido”.

En primer lugar es necesaria la conformación de un grupo de productores que inicie la acción colectiva de promover el reconocimiento de “su” producto. Este grupo puede ser una simple asociación de hecho, no demasiado formalizada. Excepcionalmente, la solicitud puede ser iniciada por un solo productor, pero sólo con carácter provisorio, en el entendimiento de que otros productores zonales se unirán a la propuesta.

Este grupo debe iniciar el trámite con la solicitud modelo que obra en la página web www.alimentosargentinos.gov.ar. Esta solicitud lo irá guiando para presentar ordenadamente los requisitos esenciales, pero deberá también adjuntar documentación de respaldo sobre:

- Antecedentes históricos de la región y límites geográficos del área de producción.
- Características generales de la región, factores climáticos, relieve y naturaleza y homogeneidad de los factores de producción.
- Si los productos que utilizarán la Denominación de Origen son alimentos, deben cumplimentar los requisitos del Código Alimentario Argentino para el tipo o clase, así como los factores y/o elementos que acrediten que el producto es originario de la zona indicada.
- Descripción detallada del proceso productivo (materia prima, métodos de producción, técnicas de acondicionamiento o procesamiento, etapa de producción) – no necesariamente presentada como protocolo de producto / producción;
- Identificación del o de los productores que se postulan para el reconocimiento de la Denominación de Origen.

- El nombre propuesto para la Denominación de Origen.

Este tipo de trámite ha sido diseñado para tratar de definir si la solicitud tiene posibilidades reales de lograr, finalmente, el reconocimiento de la DO. Los gobiernos provinciales a que pertenece el área geográfica, deben aportar un informe técnico sobre el cumplimiento de los requisitos antes señalados.

La SAGPyA irá efectuando requerimientos y aclaraciones, en la medida que resulte necesario. Por otra parte, también se da curso al cruce de información con el sistema de marcas comerciales, corriendo vista al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) para que informe si existen marcas registradas vigentes coincidentes con el nombre de la DO propuesta.

Ya se han iniciado en la Dirección Nacional de Agroindustria unas diez solicitudes bajo este sistema, al amparo de la Resolución 202/2006, que habilitó estas solicitudes preliminares.

Atento la novedad del sistema de IG/ DO en Argentina, este trámite resulta interesante, puesto que permite una construcción paulatina, apoyada a través de dictámenes técnicos y legales sobre los elementos provistos y los faltantes, sugerencias de modificaciones, la inspección de los lugares de producción, etc.

Si la solicitud resulta viable, se completan todos los requisitos legales, y se convierte a solicitud completa, como se describe en el art. 17 de la ley y su reglamentación.

2 - SOLICITUD COMPLETA HACIA LA DO:

En este caso, es el grupo de productores, agrupados como Consejo de la Denominación de Origen – ya constituido bajo la forma de Asociación Civil – presenta un “dossier completo”, que incluye precisiones sobre:

- El producto. Si es un alimento, debe definirse según normas vigentes –Código Alimentario Argentino u otras-, una descripción detallada del mismo y de sus materias primas, prueba del origen, proceso productivo, métodos o técnicas locales típicas.
- El nombre de la denominación de origen, que debe corresponder a una región o área definida (generalmente asocia producto + nombre geográfico).
- La delimitación del área geográfica donde se lleva a cabo todo

el proceso productivo, desde la materia prima al producto final, sus antecedentes históricos, físicos, climáticos, culturales, homogeneidad de los factores de producción.

- El protocolo de producto, que es virtualmente la “*carta de identidad*” del mismo: la descripción detallada del producto y de su proceso de producción. Se trata, de aquello que lo diferencia de otros del mismo tipo, pero producidos en otros lugares. Este documento es lo que respaldará el registro y lo que permitirá los controles posteriores en el mercado. Debe mantenerse en el tiempo, y servirá de base para la comparación en caso que se detectaren productos “*falsos*” o que pretenden copiarlo.
- La explicación clara del “vínculo” del producto con el área geográfica, incluyendo los factores naturales y humanos que confieren tipicidad al producto que se procura certificar.
- Cuestiones relativas al embalaje o la presentación con que el producto ingresará al mercado.
- Órgano de certificación: que puede ser tanto una certificadora externa como un responsable técnico –profesional universitario idóneo-. Se requiere la verificación sobre el cumplimiento de los contenidos del protocolo de producto que se registra, en todas las etapas de la cadena productiva.

- Consejo de la Denominación de Origen: Personería e integrantes.

Este *dossier* -ciertamente difícil de armar y presentar en un solo acto-, debe tener el aval de las autoridades competentes de la o las provincias donde se encuentra situada el área geográfica. Ingresará a examen técnico y legal, para lo cual la SAGPyA podrá efectuar consultas a organismos con competencias afines (SENASA, por ejemplo), e inspeccionar las condiciones en el lugar.

Si no hubo solicitud preliminar, se hará el cruce con el INPI, para determinar la existencia de marcas con idéntico nombre.

Se publica la solicitud, tanto en el Boletín Oficial como en un diario de amplia circulación en la zona geográfica correspondiente, y con ello, se establece un plazo para recibir oposiciones, referidas tanto a marcas preexistentes, como a las condiciones de la DO.

Completado este proceso, la DO se registra, con una Resolución emanada del Sr. Secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.

REGISTRO DE INDICACIONES GEOGRÁFICAS

- El registro de las Indicaciones Geográficas tiene un trámite similar, descrito esencialmente en los artículos 3 y 16 del Decreto Reglamentario 556/2009, aunque no requiere la conformación formal de una asociación de productores. También se halla en la página web www.alimentosargentinos.gov.ar una solicitud tipo.
- En todo momento, cualquier productor situado en el área geográfica, que produzca de acuerdo a los protocolos registrados, puede incorporarse formalmente a la IG /DO respectiva, pues se trata de un sistema abierto y voluntario.
- Una vez conferida formalmente la IG o DO, los titulares -Grupo de Productores del área geográfica- tendrán derecho al uso del nombre geográfico registrado como Indicación Geográfica o Denominación de Origen para los productos amparados, y al uso exclusivo de emblemas, logotipos, marbetes, etcétera, que hayan sido autorizados por la autoridad de aplicación. Esto garantiza la calidad especificada tal como fue registrada; y da derecho a las acciones legales y administrativas dirigidas a impedir falsificaciones o imitaciones que puedan causar engaño al consumidor respecto del origen y calidad auténtica, tal como fue registrada.
- El sistema de control es mixto: combina el autocontrol

organizado por la asociación de productores (los Consejos de Denominación de Origen) con aquellos que debe proveer el Estado Nacional a través de los órganos del Sistema Nacional de Control de Alimentos, y los Estados provinciales. En caso de registrarse infracciones, tanto por actores del sistema como terceros, podrá imponerse alguna de las sanciones fijadas en los artículos 41 a 46 de la ley.

- Desde el punto de vista del consumidor, un alimento que se comercializa amparado bajo una Indicación Geográfica o Denominación de Origen implica que ese producto realmente proviene de la zona indicada y que ha sido cultivado, procesado y/o fabricado conforme los protocolos presentados y registrados ante la autoridad de aplicación: la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación, dependiente del Ministerio de Producción.

La esencia de esta normativa es garantizar el origen y la calidad derivada del producto; valorizar aquello que por su sabor y tradición lo hace único y distinto de otros de igual tipo, pero producidos o fabricados en otros lugares; hacer perceptible esa diferencia y evitar el uso indebido y las falsificaciones.



Promover, equilibrar y fortalecer

Ing. Agr. Natalia Curcio
Proyecto de Desarrollo de la Agricultura
Orgánica Argentina (PRODAO)

La producción orgánica contribuye al crecimiento del sector agroalimentario mediante una alta demanda de mano de obra capacitada y el ingreso de divisas por exportación de productos que tienen mayor valor unitario con respecto a los de la agricultura convencional.

Las entidades que representan al sector (MAPO, CAPOC y CACER) han reunido sus demandas, y en el marco de la Comisión Asesora para la Producción Orgánica presentaron a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA), una propuesta específica de trabajo a partir de la cual fue formulado el **Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina (PRODAO)**.

El PRODAO ha resultado así fruto del esfuerzo interinstitucional público-privado, y su financiamiento fue aprobado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del Programa de Servicios Agrícolas Provinciales (PROSAP).

La Dirección Nacional de Agroindustria (DNA), dependiente de la Subsecretaría de Agroindustria y

Mercados de la SAGPyA, fue puesta a cargo de la ejecución del Proyecto, cuyas acciones se llevan adelante en consulta con la Comisión Asesora para la Producción Orgánica y actualmente conforma la oferta de servicios que ofrece el Programa ValorAR.

Más crecimiento y mayor participación

El proyecto está orientado a satisfacer las necesidades más relevantes del sector y que impactan significativamente en su crecimiento. Entre ellas:

- La creación de un esquema de transferencia e intercambio de conocimientos tecnológicos que permita capacitar a los productores en los aspectos técnicos, administrativos y comerciales centrales para aumentar el volumen, mejorar la calidad y adecuarse a la demanda de los mercados de exportación. Es manifiesta la necesidad de contar con profesionales capacitados que asesoren a los productores y a quienes deseen incorporarse a estos sistemas de producción diferenciada.
- La promoción y desarrollo de investigaciones en procura de avances en el logro de especies adaptadas a las condiciones del país. Que sean resistentes a la sequía, salinidad, alcalinidad,

plagas y enfermedades, y que puedan ser fácilmente incorporadas a los esquemas de producción.

- Equilibrar la participación de los sistemas, incrementando el número de producciones de carácter intensivo, ya que la mayor parte del fuerte crecimiento registrado en los últimos años en la superficie bajo certificación orgánica, se debe a la incorporación de grandes explotaciones dedicadas a la producción animal extensiva (fundamentalmente ovina).
- Fortalecer el posicionamiento de los productos elaborados y aumentar su participación en el comercio exterior, ya que rubros tales como vino, azúcar y aceite, han tenido muy buena aceptación. Esto ha inclinado la balanza en favor de estos productos, que resultan más ventajosos para el país que una alta proporción de exportaciones orgánicas constituida por materias primas con un acondicionamiento mínimo como única instancia de generación de valor.

En tal sentido el **objetivo general del Proyecto** es aumentar su participación dentro del sector agrícola nacional, a través del incremento del valor de las exportaciones de productos orgánicos y de la disponibilidad de productos para el consumo local. Esto además robustece la seguridad alimentaria y tiene un impacto altamente positivo sobre la sustentabilidad de los ecosistemas y el mejoramiento de la salud de la población.

Objetivos, alcances y beneficiarios

Los **objetivos específicos** propuestos en el Proyecto son:

1. Ampliar la superficie y volumen de la producción orgánica nacional.
2. Incrementar el volumen y valor de las exportaciones de productos orgánicos.
3. Aumentar la disponibilidad de productos orgánicos para el consumo local.
4. Generar una masa crítica de profesionales especializados en cada región.
5. Consolidar los conceptos de preservación del medio ambiente y sostenibilidad de la actividad.

El alcance del proyecto es nacional, dado que se encuentra destinado a promover la producción tanto en aquellas regiones con desarrollo incipiente en estos sistemas, como

a fortalecer y aumentar las áreas que lideran la producción orgánica del país.

Los beneficiarios directos del proyecto son los productores orgánicos, y las empresas dedicadas a la producción de alimentos orgánicos o a la industrialización de materias primas orgánicas. También reciben sus beneficios las Organizaciones No Gubernamentales representativas del sector.

Entre los beneficiarios indirectos del proyecto se encuentran, entre otros, los profesionales capacitados, los consumidores, las firmas certificadoras, los organismos de investigación y los gobiernos provinciales.

Componentes

Cuatro son los componentes esenciales del Proyecto.

1. **Investigación y Desarrollo.** Dirigido a validar prácticas orgánicas conocidas:

- ◆ Control de plagas y enfermedades (Ej: Cancrosis de los cítricos, Roya de la Soja, Varroasis de la abeja, etc.).
- ◆ Control de malezas y manejo de suelos.
- ◆ Mejoramiento varietal. Apoyo para las investigaciones en curso en cultivos intensivos (hortícola y frutícola) y extensivos (soja, trigo y girasol).

2. **Desarrollo de la Producción Primaria.** Para promover el aumento del área cultivada y de los rendimientos a través de las siguientes acciones:

- ◆ Asistencia a unidades piloto para la certificación orgánica
- ◆ Creación de un Centro de Semillas que permita el desarrollo y reproducción de materiales genéticos.
- ◆ Seminarios de transferencia de conocimientos para productores.

3. **Desarrollo Agroindustrial.** Dirigido a promover alternativas para agregar valor a la producción orgánica primaria.

- ◆ Diagnóstico y relevamiento de tecnologías de elaboración, aspectos comerciales y normativos.
- ◆ Investigación de nuevas alternativas y/o tecnologías para el desarrollo de productos elaborados.
- ◆ Difusión y promoción a través de cursos y material de

divulgación.

4. **Fortalecimiento Institucional.** Para consolidar y fortalecer las instituciones y ONG's nacionales interesadas en la producción orgánica.

- ◆ Conformación de un Centro de Documentación e Información.
- ◆ Cursos de difusión de la cultura orgánica.
- ◆ Sala de exposiciones y conferencias para el sector.

Formación de asesores

Ante la necesidad de contar con profesionales capacitados para asesorar en sistemas de producción orgánica, el Proyecto contempla la formación de asesores especializados en las distintas producciones. El conocimiento agrega valor al recurso humano, incrementa la masa crítica y potencia el intercambio de técnicas y experiencias de cada una de las cadenas de los productos orgánicos.

Son cursos dirigidos a profesionales de distintas carreras universitarias y técnicas vinculadas de forma directa a las cadenas agroalimentarias como la hortícola, la apícola, o la de cereales y oleaginosas, entre otras. Están destinados a quienes deseen especializarse en la función de asesores y/o actualizar sus conocimientos en referencia a la normativa y a las posibles nuevas exigencias de la producción orgánica.

La metodología implica el desarrollo de dos etapas: una virtual y una presencial. La etapa virtual tiene por objetivo nivelar el conocimiento de los asistentes, y se lleva adelante vía correo electrónico. Durante la misma los asistentes reciben información básica y común para todas las cadenas agroalimentarias: inicios de la producción orgánica, normativa argentina, el sistema de certificación, informe anual de SENASA, entre otras.

En lo que respecta a la etapa presencial, la misma tiene contenidos muy específicos de la cadena agroalimentaria a la que va dirigido el curso (desde la producción primaria hasta la comercialización). Su dictado en aula comprende tres días de jornada completa y está a cargo de profesionales especializados y referentes en el tema, entre ellos asesores, investigadores, productores experimentados, comercializadores.

Se han diseñado distintas instancias para la aprobación del

curso. Entre ellas es necesario superar el examen escrito de la etapa virtual y realizar un Trabajo Práctico Grupal en un establecimiento real, similar a un Plan de Conversión de un establecimiento convencional a las pautas de la producción ecológica, con el objeto de integrar todos los contenidos del curso. Durante su desarrollo los asistentes cuentan con una tutoría, que contribuye a completar la consigna.

Agentes de transformación

Durante 2008 y lo que va de 2009, desde la Dirección Nacional de Agroindustria se han formado más de cien profesionales a través del dictado de cinco Cursos de Formación de Asesores, en distintas cadenas. (Gráfico N° 1). Cuatro se desarrollaron en la Provincia de Buenos Aires y el restante en la provincia de Salta. La nómina de asistentes capacitados está integrada en su mayoría (64%) por ingenieros agrónomos de distintas provincias entre ellas: Corrientes, Tucumán, San Juan, Catamarca, Entre Ríos, Santa Fe, Jujuy, Formosa y Córdoba. (Gráfico N° 2).

Gráfico 1: cursos de formación de asesores

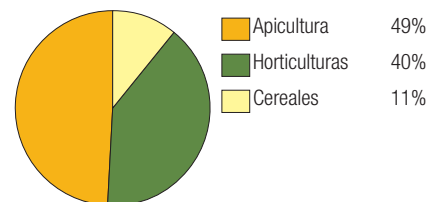
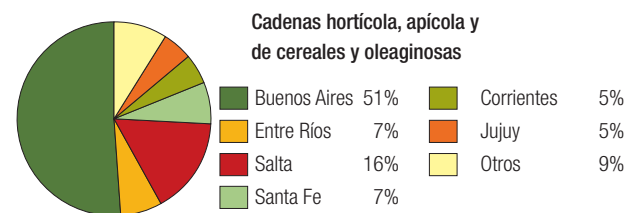


Gráfico 2: asesores para la producción orgánica



Los cursos que se desarrollan en el marco del Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina, han permitido formar profesionales entrenados y capacitados para asesorar en todo lo concerniente a las exigencias de la producción orgánica. Conocen las normativas vigentes; transmiten con solvencia los conceptos a los productores y empresas del sector, y saben cómo planificar y promover la adopción de estos sistemas productivos. Constituyen, hoy por hoy, verdaderos agentes de transformación y mejoramiento para todo el que decida iniciar o mejorar una explotación orgánica.

Ing. Alim. Elizabeth Lezcano

Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias

Pastas alimenticias



Las pastas alimenticias son productos que se consumen en todas partes del mundo. Su origen no se halla bien definido, aunque una difundida versión histórica señala que Marco Polo las introdujo en Europa desde China.

Sin embargo, terminaron por ser consideradas como producto típicamente italiano, asociación en gran medida justificada por el hecho de que Italia es el principal productor, consumidor y exportador de pastas alimenticias del mundo.

Legislación nacional

- ❖ Estos productos son descriptos en el Capítulo IX del CAA: “Alimentos farináceos, cereales, harinas y productos derivados”, bajo el título “Productos de Fideería”, artículos 706 al 724. El primero establece la definición general de las pastas alimenticias en los siguientes términos:
- ❖ “Con la denominación genérica de pastas alimenticias o fideos, se entienden los productos no fermentados obtenidos por el empaste y amasado mecánico de: sémolas o semolín o harinas de trigo ricos en gluten o harinas de panificación o por sus mezclas, con agua potable, con o sin la adición de sustancias colorantes autorizadas a este fin, con o sin la adición de otros productos alimenticios de uso permitido para esta clase de productos. [...]”. Art 706 - (Res 866, 30.4.79)
- ❖ Los otros artículos realizan definiciones más puntuales sobre los fideos secos (con huevo o sin él); las pastas frescas con o sin verduras en su composición; las rellenas; las que son amasadas mecánicamente o en forma artesanal, etc. Y establecen los límites de las sustancias conservantes y, en el caso de las pastas frescas, exigencias microbiológicas y condiciones para su conservación y transporte.
- ❖ La obligatoriedad de elaborar las pastas para el mercado interno a partir de harina enriquecida (Ley 25.630), establecida en 2006, suscitó en el sector varios problemas de nivel tecnológico, especialmente a los elaboradores de pastas frescas.
- ❖ Hasta la fecha esta ley no ha sido modificada y requiere que los fabricantes soliciten ante el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) ser eximidos del uso de harina enriquecida demostrando el perjuicio que el enriquecimiento con vitaminas y hierro causa sobre sus productos (aparición de manchas, entre otros).
- ❖ Para las industrias alimentarias de Argentina es obligatorio el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM o GMP, su sigla en inglés), que describe el CAA.

Producción

- ❖ Las pastas más valoradas por los consumidores se obtienen utilizando sémolas de trigo candeal, también llamado “trigo fideo”.
- ❖ Se cultiva en el sudeste de la provincia de Buenos Aires y los productores suelen trabajar por contratos o integrados verticalmente a industrias fideeras.
- ❖ Se trata de algunas empresas elaboradoras de pastas que poseen su propia producción primaria de trigo candeal y molienda del mismo.
- ❖ A lo largo de los últimos diez años la producción de trigo fideo ha representado el 1% de la cosecha triguera total.
- ❖ Si bien la oferta de sémolas de trigo candeal es limitada por las causas antes mencionadas, también la de sémola de trigo pan se encuentra más acotada que la de harina “0000” o “000” de trigo pan.
- ❖ Para producirla los molinos harineros que elaboran sémolas de trigo pan deben contar con equipos especiales denominados sasores o purificadores de sémolas.
- ❖ Se estima que en 2008 el volumen de pastas alimenticias producido creció un 2,8%, por el aumento del consumo interno. Ese año, se envió al mercado externo un 9,3% del total producido en el país (Fuente: Claves Información Competitiva).
- ❖ Tomando como base esa estimación, la producción nacional de pastas alimenticias de 2008 habría alcanzado las 369.600 toneladas, en su mayor parte correspondiente a pastas secas envasadas (alrededor del 78%).

Mercado interno

- ❖ La competencia en el mercado interno se ha presentado muy fuerte en 2009, debido a que las empresas que solían volcar sus productos al mercado externo optaron por reducir esos envíos y ofrecerlos en el mercado doméstico.
- ❖ El posicionamiento de marca es muy importante en el sector, y la pugna en base al precio es la que prevalece cuando se trata de pastas alimenticias sin diferenciación.
- ❖ La mayoría de las firmas del sector recurre a segundas marcas para poder competir con sus productos en todos los segmentos de precio.
- ❖ El mercado de pastas secas está altamente atomizado, con gran cantidad de nombres y presentaciones en oferta, pero tanto en participación de mercado, como en recordación de marca el

liderazgo corresponde a Matarazzo.

- ❖ Las comidas listas congeladas a base de pastas constituyen un segmento de altísimo valor que muestra niveles de crecimiento exponenciales.
- ❖ Actualmente el 25% de los hogares de la Argentina son unipersonales y, según analizan los expertos del sector, quienes pertenecen a este perfil de mercado están dispuestos a gastar un poco más para “*comer rico y práctico*”.

Consumo per capita

- ❖ El consumo argentino *per capita* de pastas alimenticias de 2008 se estima en 8,5 Kg/hab/año (incluyendo pastas secas y frescas) y habría crecido respecto al año 2007 si se tiene en cuenta la información relevada por la Unión Industrial de la Pasta Italiana (UNIPI), fuente que señala el mismo valor de aquel año para el 2008.
- ❖ Italia es, por lejos, el mayor consumidor y productor de pastas alimenticias del mundo. Su producción se focaliza en las pastas secas (95,7% en 2008) al igual que su consumo *per capita* (91,2% en 2008), que alcanza la cifra de 26 Kg. por persona y por año.
- ❖ Le siguen en cantidad anual consumida per capita Venezuela (12,9 Kg), Túnez (11,7 Kg) y Grecia (10,4 Kg.). Ningún otro país del mundo consume más de 10 Kg. anuales *per capita*.
- ❖ De acuerdo a las cifras de consumo de 2008 estimadas por la UNIPI Argentina, con 7,2 Kg. *per capita* ocupa el puesto N° 12 en el mundo, por debajo del vecino Chile (8,2 Kg) y de Perú (7,5 Kg), pero arriba de Brasil, cuya población consume -siempre en promedio anual- 6,7 Kg.

Las empresas

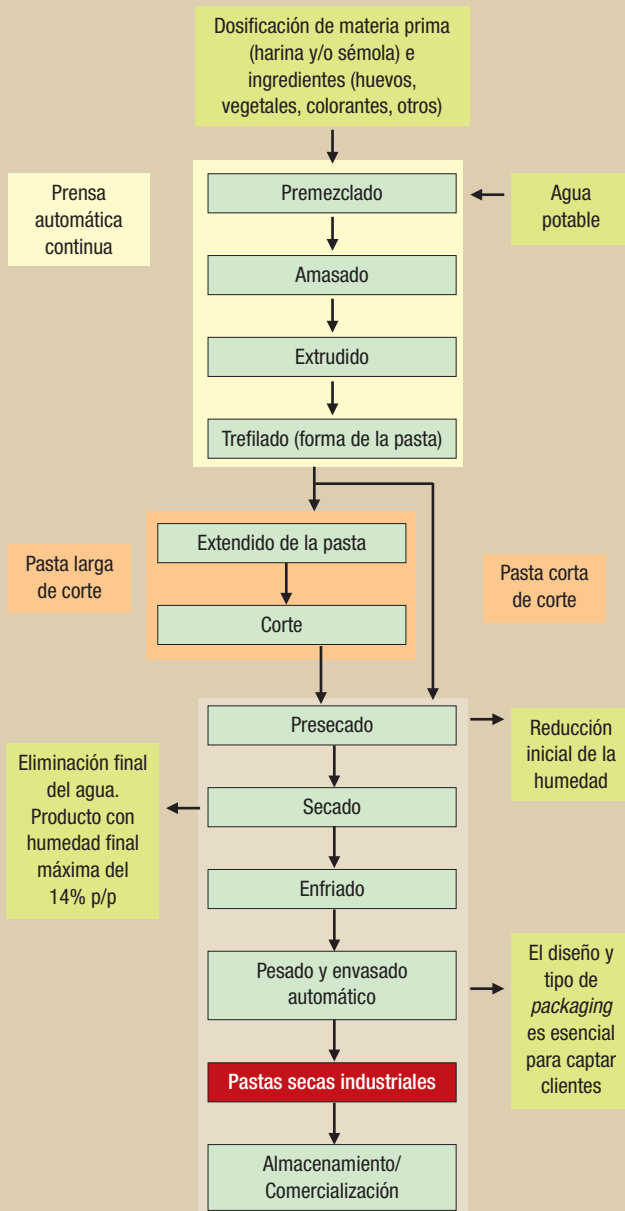
- ❖ En Argentina, el sector elaborador de pastas alimenticias está conformado por más de 1.500 empresas. Sin embargo, sólo un 5,4% de ellas produce pastas secas (aunque en volumen estos productos tienen la mayor parte del mercado), y el resto (94,6%) se dedica a las pastas frescas.
- ❖ Actualmente la producción de pastas secas del país se halla a cargo de unas 80 firmas ya que el número de empresas disminuyó en los últimos años por un proceso que incluyó varias fusiones y adquisiciones:
 - ◆ 1996: Nabisco (en la actualidad perteneciente a *Kraft Foods*, como

resultado de una fusión en el año 2000) compra Vizzolini S.A.

- ◆ 2000: Molinos Río de La Plata S.A. adquiere Fagnani Hnos. S.A. (marca Don Vicente).
 - ◆ 2001: Molinos Río de La Plata S.A. compra Lucchetti Argentina S.A.
 - ◆ 2007: Molinos Río de La Plata S.A. compra Virgilio Manera S.A.
 - ◆ 2008: Molinos Río de La Plata S.A. se asocia con *Delverde Industrie Alimentari SpA* para participar en el mercado italiano de pastas.
- ❖ En base a la importancia de sus ventas, la performance competitiva de las firmas especializadas en pastas secas configura el siguiente ranking: Molinos Río de la Plata (Matarazzo, Vitina, Don Vicente, Lucchetti); Kraft Foods (Don Felipe, Terrabusi, Vizzolini y Canale); Fideos Rivoli; Molinos Brüning (Fidegall y La Invicta); e Italo Manera (Nutregal). (Fuente: *Claves Información Competitiva* - noviembre de 2008).
 - ❖ En 2008, Molinos Río de La Plata incrementó su participación vía venta minorista, en super e hipermercados, en un 24% (en volumen), respecto a 2007, concentrando así casi el 42% de las ventas de pastas secas en ese canal.
 - ❖ Asimismo, en 2008 se registró un incremento de las ventas totales de pastas secas, en volumen, del 3,9% (Fuente: *ACNielsen*).
 - ❖ En la actualidad, las marcas italianas de pastas secas que pueden conseguirse en Argentina son: Buitoni, Barilla, Delverde y De Cecco.
 - ❖ En 2008, los principales importadores de estos productos fueron los hipermercados que atienden al segmento de consumidores de mayor poder adquisitivo.
 - ❖ En el caso de las pastas frescas la atomización de empresas es mucho mayor. La producción se realiza en pequeñas fábricas artesanales con venta al mostrador que no requiere la rotulación del producto.
 - ❖ Entre este tipo de establecimientos se destaca La Juvenil, cadena de locales que se especializa en la venta de pastas frescas, y que en la actualidad apunta al Gran Buenos Aires para expandir sus 19 puntos de venta.
 - ❖ Las localidades donde procura desembarcar con franquicias son San Isidro, Bella Vista, Lomas de Zamora, Hudson, Moreno, Escobar y San Miguel, entre otras (Fuente: www.negociosypymes.com).
 - ❖ Las pastas frescas pasteurizadas envasadas en atmósfera modificada configuran otro tipo de producto.
 - ❖ Entre las empresas que se dedican a su elaboración se encuentra General Mills (La Salteña) y otras firmas que han

Elaboración de pastas secas industriales

Diagrama de proceso



Fuente: Dirección Nacional de Agroindustria en base a información de Professional Pasta, ABIMA y empresas del sector.

En el comienzo del proceso, dosificadores independientes introducen los ingredientes en forma automática en el compartimiento que realiza la premezcla de los mismos. El volumen de agua se relaciona con el contenido de humedad inicial de los ingredientes pulverulentos.

De aquí pasan al compartimiento de amasado, donde se busca gradualmente que la hidratación sea homogénea en todos los gránulos de harina o sémola que componen la masa para evitar defectos en las pastas secas, como son las manchas blancas (la granulometría de estos ingredientes es muy importante y también su temperatura). A tal fin, algunos equipos incorporan vacío durante el amasado para evitar la oxidación enzimática de los pigmentos naturales de la sémola, que puede afectar el color amarillo de las pastas.

Posteriormente la masa ingresa a la unidad de extrusión donde un tornillo sin fin fuerza su paso a través de una abertura que le otorga la forma final al producto. En esta etapa la masa sufre una compresión y fricción mecánica que incrementa su temperatura, lo cual puede implicar para el producto riesgos tales como sequedad excesiva, por lo que la temperatura no debe superar los 40 °C. La salida de la prensa posee una pieza intercambiable que otorga distintas formas a las pastas.

Una vez que las pastas ya formadas y cortadas salen de la prensa automática continua son sometidas a un presecado a fin de evitar que se deformen o peguen entre sí; luego una cinta de tela las conduce hacia el equipo de secado. El tiempo de permanencia dentro del mismo depende de la variedad de pasta, si el fideo es hueco o no, de su tamaño, etc., y el paso requiere tener en cuenta las variables de temperatura y humedad.

Cuando las pastas llegan, en forma continua, a la salida del secador, un elevador de cangilones las traslada hacia tolvas donde permanecen hasta su enfriamiento. Posteriormente, son transportadas por cinta de tela hacia la tolva de la envasadora multicabezales.

diversificado su producción de pastas secas, como Molinos Río de La Plata (Matarazzo).

- ❖ Los gases inertes que se introducen en el envase para desplazar al oxígeno retardan las reacciones de deterioro (oxidaciones) y preservan el producto por más tiempo en las góndolas.
- ❖ Comparados con las pastas frescas de venta al mostrador, estos productos tienen mayor vida útil, aunque deben mantenerse refrigeradas de la misma manera que aquéllas.
- ❖ Todos estos productos son sustitutos entre sí (pastas secas, pastas frescas, pastas frescas en atmósfera modificada) pero los canales de venta para cada uno de ellos son totalmente distintos, por lo que configuran mercados diferentes.

Amplísima variedad

- ❖ Pueden hacerse diferentes clasificaciones de las pastas alimenticias, tomando en cuenta distintos criterios. No obstante, todas comparten un procedimiento básico: preparar una masa que después se procesa para obtener las dimensiones y formas finales del producto.
- ❖ De acuerdo al contenido de agua que tenga el producto final, las pastas se distinguen entre frescas y secas.
- ❖ Según la tecnología que se utilice para darles forma se presentan como pastas laminadas o pastas trefiladas o “de prensa”.
- ❖ En ambos casos, a su vez, pueden ser largas (*spaghetti, fettuccini, cintas*, etc.), cortas (ñoquis, fideos guiseros o soperos, moños) o rellenas.
- ❖ Por otra parte, la formulación de la masa, además de sémola de trigo duro (candeal) y/o harina (“0000” o “000” de trigo pan) y/o sémola de trigo pan y agua, puede contener huevos (frescos, en polvo o líquido pasteurizado); vegetales (espinaca, morrones o remolacha deshidratados) y aditivos (colorantes, sal).
- ❖ El resultado de las múltiples combinaciones y formulaciones es una variedad de pastas alimenticias muy amplia, puesto que también existen variaciones en lo vinculado a características organolépticas, requisitos de almacenamiento, instrucciones de preparación, y otros aspectos.
- ❖ Las pastas secas laminadas largas y los nidos se hallan entre los productos más sofisticados que puede brindar la industria de pastas. La capacidad de producción de las pastas secas mediante la tecnología de laminación (ton/hora) es menor que la de prensa y esto encarece el costo unitario del producto.
- ❖ Formar los nidos requiere un equipo con aire comprimido que les da forma, y moldes que impiden su deformación hasta que

el secado está completo.

- ❖ Otro factor de fuerte incidencia en el costo son las materias primas. Las pastas formuladas con 100% de sémolas de trigo candeal son más costosas que las producidas con harina “0000” de trigo pan.
- ❖ También la incorporación de huevos frescos incrementa el precio final del producto. Y el panorama de los costos se expande aún más cuando se toma en cuenta que la dura competencia exige invertir en un buen desarrollo de *packaging* para acompañar la presentación del producto.

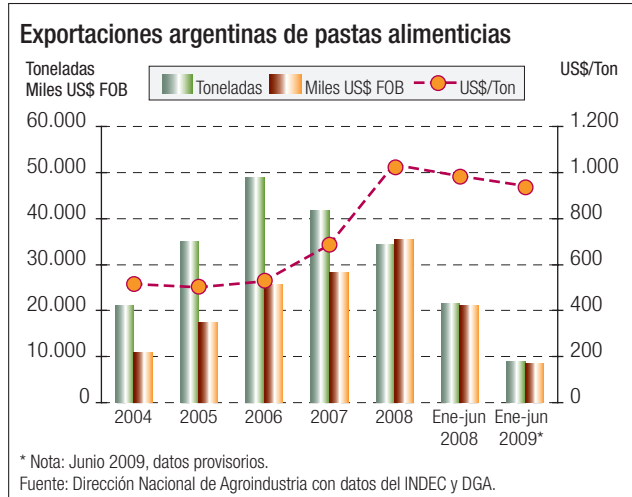
Tecnología de producción

- ❖ La tecnología de producción de las pastas secas industriales tiene un costo elevado; los mejores y más modernos equipos son de origen italiano y resultan inaccesibles para la gran mayoría de las empresas Pymes del país.
- ❖ Por otra parte, las escalas que ofrecen los proveedores de esos equipos no se adaptan a la realidad del mercado que abastecen las Pymes fideeras nacionales, que en general requieren equipos de capacidad máxima de producción de 700/800 Kg./hora.
- ❖ Esto explica que sea frecuente que el sector se provea de tecnología nacional o que adapte tecnología importada usada.
- ❖ Este último punto lo demuestra una consulta realizada en la página web de la Dirección Nacional de Gestión Comercial Externa, donde durante dos años consecutivos han tenido preponderancia los proyectos presentados por algunas industrias de pastas alimenticias:
 - ◆ 2003: cuatro empresas del sector presentaron proyectos aprobados para la importación de tecnología usada (una de ellas solicitó tecnología para la producción de pastas frescas, las otras tres para la de pastas secas).
 - ◆ 2004: una de las cuatro empresas anteriores presentó un proyecto aprobado para la importación de tecnología nueva para envolver con lámina de plástico pastas largas.
- ❖ La presentación de proyectos de importación de líneas de producción a través de esta ventanilla brinda interesantes beneficios.
- ❖ En el caso de los equipos usados se pagan derechos de importación del 6% (en contraposición al 28% que regiría si se importasen fuera de este régimen) y además no se pagan las tasas de comprobación de destino ni la de estadística.

- ❖ Para bienes nuevos el derecho de importación es de 0% y no se abona la tasa de comprobación de destino.
- ❖ Por Resolución Conjunta N° 42/2008 del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas y N° 40/2008 del Ministerio de Producción, este régimen tiene vigencia hasta diciembre de 2009.
- ❖ Por otra parte, el sector argentino productor de pastas alimenticias, en general, tiene que extender la adopción e implementación de Sistemas de Aseguramiento y Gestión de Calidad o Sistemas de Aseguramiento de la Inocuidad como el HACCP (sigla inglesa de *Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control*).
- ❖ Ninguno es de índole obligatoria en el país pero su certificación permitiría mejorar la performance competitiva de muchas Pymes del sector.
- ❖ Sería deseable además que también los otros eslabones que componen la cadena productiva de las pastas contasen con certificaciones de este tipo.
- ❖ Muchos molinos de harina de trigo tercerizan el control de calidad de sus lotes de producción de harina y sémolas, por falta de equipamiento propio de laboratorio, y esto encarece las transacciones con el eslabón subsiguiente.
- ❖ No obstante, algunas empresas de pastas Pymes parecen haber logrado lazos de confianza con sus proveedores vía contratos informales logrando un equilibrio que permite al sector ofrecer productos con una relación costo/calidad aceptable.
- ❖ Las grandes empresas de pastas del país se encuentran un paso adelante en cuanto a este punto: cuentan con manuales de calidad, realizan gestión de proveedores y focalizan sus actividades en la mejora continua.

Exportaciones

- ❖ En los últimos cinco años el valor de las exportaciones argentinas de pastas alimenticias creció en forma ininterrumpida, sin embargo, no sucedió lo mismo en cuanto al volumen anual exportado en dicho período.
- ❖ A partir de 2007 se registró una baja que volvió a constatarse el año pasado, cuya causa directa fue la crisis económico - financiera mundial, además, ese año Argentina había logrado introducir un importante volumen de pastas alimenticias en Angola, nación que en 2008 atravesó una crisis económica que la ubicó al borde de la devaluación.
- ❖ Los principales destinos de nuestros envíos externos entre 2004 y 2007 fueron Chile, Brasil y Angola (posicionándose de diferente



- manera cada año en función del valor de las mismas).
- ❖ En 2008 Brasil fue desplazado por Estados Unidos (aunque en volumen continuó entre los tres primeros).
- ❖ En el primer semestre de 2009 se repitió la tróada de países que en 2008 respecto al valor; sin embargo, en lo referido al volumen Brasil quedó afuera, mientras que Estados Unidos resultó tercero en importancia.

Destino	Participación año 2008 (Volumen)	Destino	Participación año 2008 (Valor)
Angola	44,0%	Angola	48,5%
Chile	31,0%	Chile	27,6%
Brasil	6,7%	EE.UU.	6,4%
EE.UU.	6,5%	Brasil	4,9%
Paraguay	2,9%	Paraguay	3,1%
Otros	8,9%	Otros	9,5%
TOTAL	100,0%	TOTAL	100,0%

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

- ❖ En el caso de nuestro principal socio del MERCOSUR, la disminución del comercio registrada en 2008 estaría dada por una pérdida de competitividad relacionada con la paridad cambiaria.
- ❖ Brasil devaluó su moneda respecto al dólar a fines de 2007 y esto afectó la entrada a ese mercado de todos nuestros farináceos en general.
- ❖ Chile, que en 2004 y 2005 supo ser el primer destino de exportación de las pastas alimenticias argentinas, tanto en volumen como en valor, también devaluó su moneda, por lo que en estos últimos años ha perdido protagonismo para el sector

exportador argentino.

- ❖ En 2008, las exportaciones de pastas alimenticias ascendieron a 34.373 toneladas y 35,3 millones US\$ FOB; el valor unitario promedio de la tonelada exportada resultó así de US\$ FOB 1.028,3.
- ❖ Con respecto a 2004 el volumen se incrementó en un 61,8% y el valor en un 225,8%.
- ❖ En 2008, Angola concentró el 49% del valor de las exportaciones argentinas de pastas. En 2006, 2007 y 2008 fue el primer destino de exportación de pastas alimenticias (volumen y valor).

Importaciones



- ❖ Hasta el año 2007 pudo apreciarse una tendencia creciente en el ritmo de importaciones de pastas alimenticias.
- ❖ En 2008 se registró una baja interanual del 21% en el volumen importado; sin embargo en valor la variación fue positiva, alcanzando el 31,9%.
- ❖ En 2008 las importaciones totalizaron 2.148 toneladas y 3,5 millones US\$ FOB con un valor unitario promedio de la tonelada importada de US\$ FOB 1.613,6. Respecto a 2004 el volumen se incrementó el 79,9% y el valor un 215,9%.
- ❖ Italia es el principal país de procedencia de las pastas alimenticias que ingresan a Argentina, en 2008 concentró el 73% del valor de nuestras importaciones totales.
- ❖ En todos los años anteriores bajo análisis, Italia fue el primer vendedor de pastas alimenticias (volumen y valor), con amplias participación en el mercado.
- ❖ El prestigio de las pastas italianas es mundialmente reconocido y el valor que los consumidores argentinos le asignan a estos productos se refleja en la tendencia creciente de los volúmenes

que importó la Argentina en los últimos años.

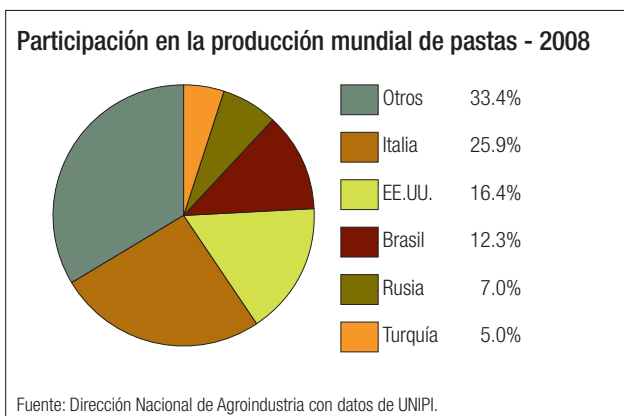
- ❖ Esto tuvo como acompañamiento la recuperación del poder adquisitivo luego de la devaluación del año 2002.
- ❖ En el primer semestre de 2009 se registró un reemplazo de las procedencias de las pastas importadas que provocó la baja del valor de las importaciones de ese semestre respecto a igual período de 2008 (decrecimiento del 10,7%). Sin embargo, el volumen ingresado al país se sostuvo, registrándose una leve suba del 7,4%.
- ❖ En ambos semestres, la principal procedencia de pastas alimenticias fue italiana pero este año su participación en el volumen importado bajó al 39,3%, cuando en igual período de 2008 había sido del 76,4%.
- ❖ Esto explica la merma en el valor de las importaciones de pastas, dado que las procedentes de Italia tienen un valor promedio de la tonelada de US\$ FOB 1.838 en contraposición al valor unitario de las de procedencia chilena o española que crecieron en participación este año (US\$ FOB 850 y US\$ FOB 1.220, respectivamente).
- ❖ Chile y España fueron los otros dos países, detrás de Italia, donde Argentina adquirió pastas en 2009, en ese orden de importancia, tanto en volumen como en valor. Esto resalta la desaceleración que experimenta este año la demanda de productos sofisticados o suntuarios.

Proce- dencia	Participación año 2008 (Volumen)	Proce- dencia	Participación año 2008 (Valor)
Italia	64,2%	Italia	73,1%
Uruguay	9,0%	Uruguay	7,0%
China	8,1%	Corea Rep.	3,8%
Corea Rep.	6,0%	Brasil	3,2%
México	3,0%	EE.UU.	2,8%
Otros	9,7%	Otros	10,2%
Total	100,0%	TOTAL	100,00%

Fuente: Dirección Nacional de Agroindustria en base a datos de la DGA.

Producción y comercio mundial

- ❖ Según una encuesta coordinada por la Unión Industrial de la Pasta Italiana, la producción mundial de pastas alimenticias estimada del año 2008 ascendió a 12,3 millones de toneladas.
- ❖ Italia, que elabora más de 3.160.000 toneladas es el principal país productor (26%). Le siguen Estados Unidos cuyos

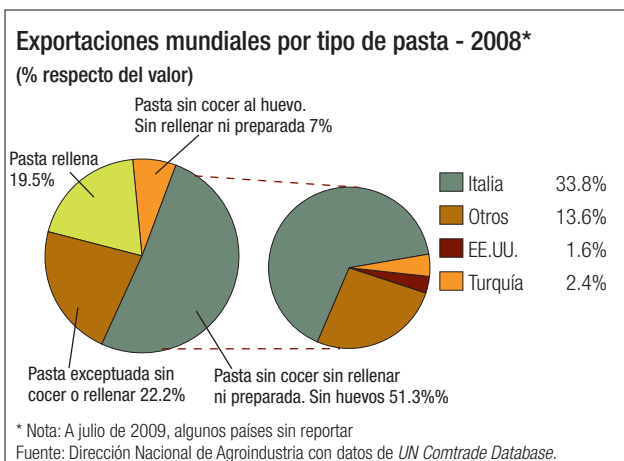


2.000.000 de toneladas representan el 16% del total mundial, y Brasil que fabrica 1.500.000 toneladas (12%). Las 290.000 toneladas que produce nuestro país lo ubican en el noveno puesto del ranking.

Exportadores mundiales de pastas alimenticias - 2008*

País	Miles Ton	Millones US\$	Participación	
			Volumen	Valor
Italia	1.680	2.933	43,5%	45,6%
China	443	550	11,5%	8,5%
EE.UU.	183	289	4,7%	4,5%
Turquía	176	182	4,5%	2,8%
Bélgica	125	330	3,2%	5,1%
Otros	1.259	2.155	32,6%	33,5%
TOTAL	3.866	6.439	100,0%	100,0%

* A julio de 2009 todavía no han enviado sus datos de comercio exterior Japón, Rep. de Corea, España, Arabia Saudita, Hungría, Irán, Chile y Vietnam. Ninguno de estos países se ubicaron como principales exportadores de pastas en 2007, no obstante el total comercializado debe considerarse provisorio.
Fuente: Dir. Nal. Agroindustria sobre la base de datos UN ComTrade.



Importadores mundiales de pastas alimenticias - 2008*

País	Miles Ton	Millones US\$	Participación	
			Volumen	Valor
Alemania	458	807	14,0%	14,3%
EE.UU.	402	681	12,3%	12,1%
Francia	365	675	11,1%	12,0%
R. Unido	316	583	9,6%	10,4%
Canadá	176	319	5,4%	5,7%
Otros	1.563	2.563	47,6%	45,5%
TOTAL	3.866	6.439	100,0%	100,0%

* A julio de 2009 todavía no han enviado sus datos de comercio exterior Japón, Rep. de Corea, España, Arabia Saudita, Hungría, Irán, Chile y Vietnam. Ninguno de estos países se ubicaron como principales importadores de pastas en 2007, no obstante el total comercializado debe considerarse provisorio.
Fuente: Dir. Nal. Agroindustria sobre la base de datos UN ComTrade.

- El cetro de principal exportador de pastas alimenticias a nivel mundial también corresponde a Italia. En 2008 concentró más del 40% del comercio, tanto en volumen como en valor.

Análisis F.O.D.A. del sector elaborador de pastas alimenticias en Argentina

Fortalezas

- Producción triguera de calidad y tradicional.
- Know how y tradición familiar en la producción de pastas.
- Consumo per capita argentino de pastas en crecimiento.

Oportunidades

- Demanda creciente de alimentos en el mundo.
- Auge por las comidas preparadas a base de pastas listas para servir.
- Pastas gourmet de sémola de puro trigo candeal.

Debilidades

- Escasa adopción de Sistemas de Aseguramiento y Gestión de la Calidad e Implementación de HACCP.
- Producción triguera afectada por la sequía.
- Pocos laboratorios de análisis de calidad en molinos y plantas fideeras.

Amenazas

- Crisis económico-financiera mundial.
- Stocks remanentes en los principales países compradores.
- Disminución de la demanda mundial y guerra de precios entre competidores.

- ❖ Ese año se comercializaron alrededor de 3,8 millones de toneladas de estos productos, sin embargo, las cifras pueden registrar variaciones ya que aún no se encuentran disponibles los datos de todos los países que regularmente reportan información a la base de datos ComTrade de las Naciones Unidas.
- ❖ La mitad del valor de las exportaciones mundiales de pastas alimenticias de 2008 correspondió a los tipos de menor valor agregado.
- ❖ Italia exportó el 33,8% del valor de las pastas que predominaron en el comercio mundial del año 2008, por detrás se ubicaron Turquía y Estados Unidos.
- ❖ China, en cambio, exportó primordialmente “*otras pastas a excepción de las sin cocer o rellenar.*”
- ❖ El mercado de importación de pastas alimenticias se encuentra menos concentrado que el de exportación.

En 2008, el primer importador fue Alemania con el 14% del

mercado, en volumen y valor. Bastante cerca, en el segundo y tercer puesto se ubicaron Estados Unidos y Francia, respectivamente.

Fuentes consultadas

Dirección General de Aduanas (DGA) - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) - Industrias fideeras en Argentina - Professional Pasta - Unión Industrial de la Pasta Italiana (UN.I.P.I.)- Claves Información Competitiva - ACNielsen - Asociación Brasileña de Industrias de la Pasta (ABIMA) - Dictámenes de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) - Molinos Río de La Plata S.A. compra Lucchetti Argentina S.A y Molinos Río de La Plata compra Fagnani Hnos. S.A. - Dirección Nacional de Gestión Comercial Externa - Subsecretaría de Política y Gestión Comercial - Prillwitz y Cía. SRL - Clasificación y codificación de actividades de la AFIP - Enfoque Alimentación On Line.

Agradecimientos: Establecimiento Fideero Berazategui S.R.L., Andrés Lagomarsino e Hijos S.A., Italo Manera S.A., Molinos Río de la Plata S.A., Fábrica de Fideos Rívoli S.A., La Cieta S.A.

BUENOS AIRES, CAPITAL FORESTAL

Entre el 18 y el 23 de Octubre se llevará a cabo en Buenos Aires el XIII Congreso Forestal Mundial, que es organizado por el gobierno argentino, con el auspicio de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

La producción forestal es una de las actividades agroindustriales de mayor proyección existentes en el mundo, y además de los bienes y servicios que genera y demanda, actualmente juega un papel cada vez más significativo en lo atinente al mantenimiento de la biosfera y la conservación del jaqueado equilibrio ambiental.

En el marco del Congreso, el 21 de octubre se efectuará una Ronda de Negocios, dirigida a facilitar contactos personales entre representantes de empresas o instituciones que producen bienes o servicios, con otras que los demanden o deseen realizar inversiones.

Esta clase de rondas interesan, entre otras, a las firmas vinculadas

a la implantación y manejo de bosques, a los proveedores de equipos e insumos para la actividad forestal e industrial, comercializadores, consultores, las cámaras empresariales e instituciones financieras, así como a los propietarios de emprendimientos con capacidad

de recibir inversiones y en general, toda persona, empresa o institución, que necesite ofrecer o demandar en los rubros que abarca el sector.

Cabe mencionar que la concurrencia a este tipo de Congresos mundiales normalmente supera las tres mil personas, provenientes de más de 160 países. La ciudad de Buenos Aires será así, durante casi una semana, una suerte de capital mundial de la forestación.



Quesos



De acuerdo a la definición del Código Alimentario Argentino (Decreto N° 111, 12.1.76 art. 605) “con la denominación de queso, se entiende el producto fresco o madurado que se obtiene por separación del suero de la leche o de la leche reconstituida -entera, parcial o totalmente descremada-, coagulada por acción del cuajo y/o enzimas específicas. Se puede complementar con bacterias específicas o ácidos orgánicos y agregar sustancias colorantes, especias o condimentos”.

- ❖ En función del contenido de materia grasa del extracto seco de la pasta, los quesos se clasifican en: doble crema (>60%), grasos (40-60%), semigrasos(25-40%), magros(10-25%) y descremados (<10%).
- ❖ Según el tiempo de maduración y el contenido de agua de la pasta, se clasifican en: pasta blanda o quesos frescos (45% a 55%), pasta semidura (36% al 44%) y pasta dura (27% al 35%).
- ❖ Los quesos fundidos no se incluyen en la clasificación por contenido de humedad. Se obtienen por molido, mezclado y fundido por medio de calor y agentes emulsificantes, de uno o más tipos de quesos.
- ❖ Las condiciones, exigencias y características para los quesos se especifican en los artículos 605 a 642 del Capítulo VIII del mismo Código.

Las materias primas

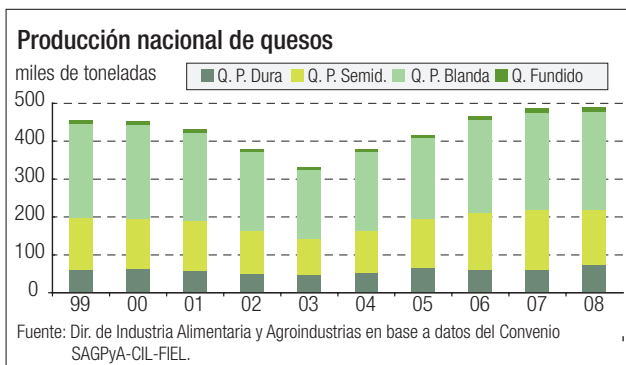
- ❖ En la elaboración de quesos, el insumo principal es la leche cruda, cuya participación en el costo total alcanza aproximadamente al 50% (el 45% en blandos y hasta el 60% en duros). Otros insumos (cuajo, enzimas específicas, bacterias lácticas, ácidos orgánicos, cloruro de sodio y de calcio, etc.) y los envases, sólo representan entre el 3% al 6%; en tanto que el costo energético (gas y electricidad) oscila entre el 1 y el 2%.
- ❖ Los costos de elaboración de los quesos son, en general, elevados y superiores a los de otros lácteos. Esto se debe a la mayor cantidad de leche y otras materias primas requeridas, a la complejidad del proceso, al costo financiero que implica el tiempo de maduración, a la necesidad -sobre todo en quesos frescos- de una red de transporte refrigerado, etc.
- ❖ La calidad de la leche (contenido de grasa y especialmente de proteína) juega un rol fundamental en el proceso industrial ya que determina el rendimiento y, en gran parte, el costo

de elaboración. Cabe mencionar, a modo de ejemplo, que el contenido de sólidos totales de la leche de Nueva Zelanda (el país más competitivo en términos de costos) es, en promedio, un 20% superior al de la leche argentina.

- ❖ Pese a esta diferencia, en los últimos años se observa, en nuestro país, una amplia difusión de los sistemas de pago de leche basados en el contenido de grasa y de proteínas y en la calidad higiénico-sanitaria. Así, siguiendo la tendencia internacional, se otorga una creciente importancia a la calidad y al contenido de proteínas, en detrimento del de grasa.
- ❖ El rendimiento industrial varía según la pasta. Sobre la base de la estadística obrante en la Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias, se estima que en 2008 se utilizaron, en promedio, 6,1; 11,1 y 13,3 litros de leche para obtener 1 Kg. de queso blando, semiduro y duro, respectivamente. En consecuencia, los rendimientos serían del 16,5%, 9% y 7,5%, respectivamente..
- ❖ El elevado rinde que surge de las cifras oficiales para quesos blandos se explica por la inclusión de la categoría “de muy alta humedad” -blancos, crema y ricotta, por ejemplo- cuyos rendimientos son muy altos.

La producción

- ❖ De acuerdo a los últimos datos disponibles, provenientes de FAO, en 2007 la producción mundial fue del orden de los 19 millones de toneladas. La misma creció en forma sostenida en los últimos años. Entre 1998 y 2007 la producción mundial de quesos se incrementó a una tasa acumulativa anual del orden del 2,1%, muy similar a la registrada en la producción primaria de leche. Después de la manteca, los quesos han sido el rubro de mayor aumento entre los principales commodities lácteos.
- ❖ Según la misma fuente, en **2007 Argentina fue el 8º país productor mundial de quesos** (con una participación del 2,5%). Los tres principales productores son Estados Unidos, Alemania



y Francia, que en conjunto acaparan aproximadamente el 44% del total. Cuando a estos tres países se les suma la producción italiana, se alcanza la mitad de la elaboración quesera del mundo.

- ❖ En nuestro país, los quesos constituyen, en términos de volumen, el principal destino de la leche procesada por la industria, con casi el 45% en 2008.
- ❖ En el transcurso de la década 1999-2008 la producción doméstica de quesos describió una curva del tipo “V” con un pico de mínima en 2003, consecuencia lógica de la crisis económica general y la abrupta caída del consumo interno.
- ❖ Entre 2003 y 2008 la elaboración se incrementó un 48%, hasta alcanzar el último año el récord histórico de 490.500 toneladas.
- ❖ A nivel de detalle por pasta, se observó que mientras los quesos blandos exhibieron un ritmo de crecimiento inferior al promedio general del grupo, con un alza del 42%; los quesos semiduros y los duros lo superaron, registrando aumentos del 49% y 59%, respectivamente, entre 2003 y 2008. En consecuencia, los semiduros y duros aumentaron su participación en el total del grupo, con aportes que en 2008 alcanzaron al 29% y 15%, respectivamente, a expensas de los quesos blandos, que cayeron a un 53% del total.
- ❖ Los quesos fundidos merecen un párrafo aparte. Si bien representaron en 2008 apenas el 2,5% del total de los quesos, han mostrado un crecimiento del 93% entre 2003 y el último año, como reflejo de su excelente adaptación a las nuevas tendencias del consumo que comentaremos más adelante.
- ❖ Si bien la principal fuerza impulsora del crecimiento de la elaboración en la década fue el consumo doméstico (aumentó un 44% en dicho lapso y absorbió un 87% de la producción incremental), la expansión de las exportaciones también fue destacable, ya que se incrementaron más de un 100% entre 2003 y 2007, aunque en 2008 mermaron.
- ❖ En 2008, el valor de la producción de los quesos se estimó en aproximadamente \$ 5950 millones (a nivel mayorista sin IVA). Este monto representa el 42% del valor total de los lácteos. A su vez, el 42,5% del total de quesos correspondió a los quesos blandos, seguidos por los semiduros con un 31,5% y por los duros, con un 24%.

El consumo

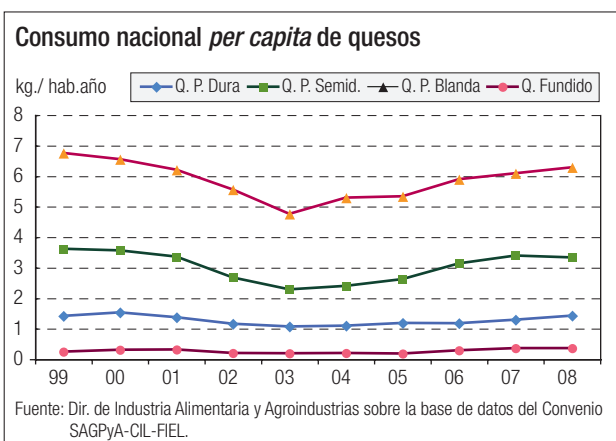
- ❖ De acuerdo a un análisis de mediano y largo plazo efectuado por

el Rabobank, las perspectivas favorables para la industria láctea mundial se relacionan con el firme crecimiento del consumo total de quesos, tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo.

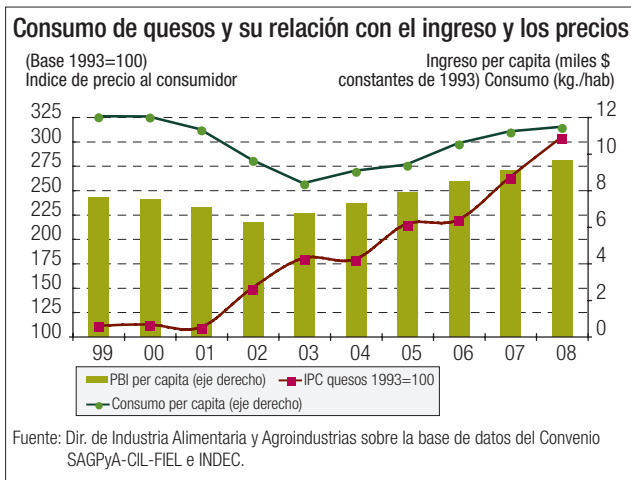
- ❖ La demanda de quesos es estimulada por el crecimiento de la población, los ingresos en alza, los cambios en los hábitos alimenticios y la expansión de la industria de comidas rápidas.
- ❖ Si bien estas variables influirán positivamente en todo el mundo, los especialistas indican que el fenómeno se prolongará más en las economías emergentes de Asia y de América Latina, en las que el consumo por habitante aún está muy por debajo de los niveles de las naciones desarrolladas.
- ❖ El queso es un producto que responde perfectamente a las modernas tendencias del consumo: es un alimento saludable y completo (proteínas, un nivel de grasas aceptable, calcio, fósforo, vitaminas A, B y D), conveniente (adecuado para múltiples usos) y atractivo (sabor).
- ❖ Éstas y otras cualidades explican el aumento del consumo en los países desarrollados, y recientemente en los denominados “en vías de desarrollo”.
- ❖ Si se analizan las tendencias del consumo por pasta, el informe consigna que se observa la pérdida de participación de los quesos duros y semiduros -aunque siguen siendo los más importantes del mercado, con casi el 50% del volumen-, y el crecimiento notable de los quesos blandos.
- ❖ Entre las causas de este último comportamiento se mencionan: su menor precio, el fuerte crecimiento del consumo de la mozzarella (por introducción de la pizza en la dieta diaria y su incorporación a las comidas rápidas), y su adaptabilidad a las mayores exigencias dietéticas y nutricionales.
- ❖ La inmensa gama de variedades y aplicaciones posibles, que van desde el consumo directo hasta la utilización como ingrediente de las comidas más sofisticadas, lo transforman en uno de los productos más versátiles y de mayor difusión a escala global, hoy consumidos incluso en las culturas orientales, como parte del fenómeno de “occidentalización” de la dieta y el auge de las comidas rápidas.
- ❖ De acuerdo a un estudio del *Economic Research Service (ERS)* del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) existe evidencia empírica de un elevado grado de “convergencia” en los sistemas alimentarios mundiales. Esto significa que dado el proceso de globalización y el crecimiento mundial en los últimos quince años, los países de ingresos medios-altos y medios-bajos están siguiendo las mismas tendencias que los

países de ingresos altos, sea en lo referente a los patrones de gasto en alimentos como en los mecanismos de venta, tanto en los comercios minoristas como en los servicios de comida (y especialmente de comida rápida).

- ❖ En otro orden, y según la información más reciente difundida por FAO, en 2006 Argentina ocupó el puesto 31° en el ranking mundial de consumo por habitante. Si bien el nivel de ingesta en nuestro país prácticamente cuadruplica al promedio mundial (en 2006 10,4 kg./hab. vs. 2,8 kg./hab.), resulta a su vez entre un 40% y un 50% del correspondiente a los grandes países consumidores, como Dinamarca, Islandia, Francia, Italia, Suiza y Grecia.
- ❖ Probablemente como consecuencia de las intensas corrientes inmigratorias españolas e italianas, consumir queso es un hábito profundamente arraigado entre los argentinos, lo que explica el elevado nivel de consumo en relación con los ingresos de la población. A modo de referencia se puede mencionar que si bien nuestro país ocupó en 2006 el puesto 39^a en el ranking de ingreso por habitante, fue el 31^a consumidor mundial de quesos y ascendió al 6° puesto del ranking confeccionado en términos del ratio gramos consumidos por US\$ de ingreso por habitante.



- ❖ Las cifras indican que el consumo individual en la Argentina está en el mismo orden de magnitud de España, Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Portugal o Hungría, naciones que poseen ingresos entre dos y tres veces superiores a los de nuestro país.
- ❖ A nivel nacional, durante la primera mitad de la última década el consumo *per capita* de quesos mermó desde 12 kg. en 1999 a 8,3 kg. en 2003. Desde entonces, la fuerte recuperación de los ingresos produjo una sensible recuperación que hasta 2008 fue del 37%, lo que llevó al consumo per capita a unos 11,4 kg./año, muy cercano al récord de la década.



- ❖ La evolución de cada una de las pastas fue bastante dispar: mientras el consumo de quesos blandos –que en 2008 representó el 55% del consumo total de quesos por habitante– aumentó un 32% entre 2003 y 2008, el de semiduros lo hizo un 45% y el de duros creció 33%. El consumo de los fundidos, a pesar de su escasa importancia relativa, repuntó en el mismo lapso un 84%.
- ❖ Como se observa en el gráfico “Consumo de quesos y su relación con...”, la recesión económica interna y la consecuente reducción de los ingresos que se iniciara a mediados de 1998, repercutió también en el mercado de los lácteos en general y en el de quesos en particular. En este caso el ajuste se produjo, en una primera etapa –año 1999– a través de la disminución de precios minoristas (-6% respecto del año anterior), lo que permitió prolongar por un año más la fase expansiva del consumo. Con la agudización de la crisis, a partir de 2000, la retracción alcanzó a las cantidades consumidas. En consecuencia, entre el pico de 1999 y el año 2003 el consumo de quesos per cápita cayó un 31%, hasta alcanzar los 8,3 kg./hab.año, nivel comparable a los de principios de los ‘90.
- ❖ A partir de 2004, la continua mejora de los ingresos (de un 43% hasta 2008) impulsó la recuperación del 37% en el consumo por habitante, que no obstante se ubica aún por debajo del record de 12 kg./hab./año del bienio 99-00.
- ❖ En el período 2003-2008 el nivel de precios al consumidor aumentó un 69% en términos nominales.

Breve análisis de competitividad

- ❖ A los fines de este estudio, se considera a la competitividad como la capacidad de conquistar y mantener una porción de

los mercados externos de determinados sectores o productos.

Es evidente que esta capacidad deriva de factores propios del contexto internacional, de condiciones estructurales del país y de los sectores, de políticas macroeconómicas y sectoriales y del grado de eficiencia de las empresas en los distintos eslabones de la cadena.

- ❖ La resultante de estos factores es el efectivo desempeño exportador del país a lo largo del tiempo, en conjunto y en cada una de las cadenas productivas. Este desempeño puede ser analizado desde distintos puntos de vista y a través de varios enfoques.
- ❖ Aquí se evaluará comparativamente la competitividad del comercio exterior argentino de quesos a través de la aplicación del modelo *Competitive Analysis of Nations* de la CEPAL. Cabe aclarar que la serie analizada corresponde a los promedios de tres años para el período 1999 a 2008. La ventaja de trabajar con promedios en vez de hacerlo con las cifras anuales reside en que de esa manera se ponen en evidencia los cambios estructurales en el comercio, a la vez que se evitan las fluctuaciones cíclicas.
- ❖ A fin de sintetizar, sólo se hace referencia a los dos parámetros más significativos: el dinamismo y la competitividad.
- ❖ El dinamismo es el grado de crecimiento de la participación de las exportaciones de un sector (o producto) en el conjunto de exportaciones mundiales.
- ❖ En este caso particular, se verifica que si bien entre 1999 y 2008 las exportaciones mundiales de quesos crecieron 148%, lo hicieron a un ritmo levemente inferior al registrado por las exportaciones mundiales de todos los bienes (152% en igual período). En consecuencia, la participación de los quesos se redujo un 2%, lo que a priori permitiría clasificarlo como “estancado” en el comercio internacional.
- ❖ Por su parte, la **competitividad de una nación** se define como la capacidad de incrementar su participación en el mercado internacional en relación al resto de los países que exportan al mismo. El aumento en la participación de mercado en un período dado, significa un incremento de la competitividad, y viceversa.
- ❖ En la última década la participación de nuestro país en el monto de las exportaciones mundiales de quesos exhibe un fuerte crecimiento: pasó desde el 0,54% en promedio para el trienio 1999-2001 hasta alrededor del 0,78% en promedio para el período 2006-2008. Si bien el aporte de la Argentina al mercado mundial resulta poco significativo, cabe destacar el interesante

aumento de su competitividad, que de acuerdo a las cifras anteriores, alcanza al 44% en la década (0,78 vs. 0,54).

- ❖ Estos resultados adquieren mayor dimensión aún si se los compara con el desempeño de los principales competidores de nuestro país en el mercado global de quesos.
- ❖ En efecto, en el mismo período, los dos líderes del mercado internacional, Nueva Zelandia y Australia, vieron mermar su participación un 16% y 33%, respectivamente. Igual tendencia se observó en Países Bajos y Francia (5° y 7° exportador, respectivamente).
- ❖ Entre las naciones que aumentaron su participación, sólo

Bielorrusia (6°) y Arabia Saudita (3°), tuvieron un desempeño relativo mejor al de Argentina; en tanto que Alemania (4°) y Estados Unidos (8°) lo hicieron a tasas mucho más moderadas.

- ❖ Los quesos argentinos llegaron en 2008 a 30 destinos en todo el mundo, tras haber logrado penetrar en 50 mercados en 2005.
- ❖ Finalmente, cabe consignar que de acuerdo a la base de datos del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) el sector industrial lácteo registraba, en julio de 2009, las certificaciones que muestra el siguiente cuadro:

Empresa	Planta	Certificación	Año	Producto
Danone S.A	Longchamps, Bs. As.	ISO 9001:2000	1999	Yogures, postres y quesos
Sancor	Morteros, Córdoba	ISO 9001:2000	1998	Quesos
Williner	Bella Italia, Sta. Fe	ISO 9001:2000	2001	Ricota
Noal S.A.	Villa María, Córdoba	ISO 9001:2000	1999	Quesos duros, semiduros, blandos y frescos
Manfrey	Freyre, Córdoba	ISO 9001:2000	2007	Entre otros productos, quesos
Saputo (Molfino)	Rafaela, Santa Fe	ISO 22000:2005	2007	Q. duros y semiduros prensados, <i>mozzarella</i> y <i>mozzarella</i> IQF
Cosalta	Salta, Salta	ISO 22000:2005	2007	Queso de crema
Danone S.A	Longchamps, Bs. As.	ISO 14001:2004	2001	Yogures, leches fermentadas, postres y quesos
Mastellone	Gral. Rodríguez, Bs.As.	ISO 14001:2004	2005	Ricotas y quesos procesados
Granja La Salamandra	Luján, Bs. As.	BPM	2001	Quesos de alta humedad

ISO 9001:2000: normas de calidad y gestión continua de calidad.

ISO 22000:2005: Sistema de Gestión de la Inocuidad de los alimentos

Fuente: Dir. de Ind. Alimentaria y Agroindustrias sobre la base de datos del Área de Calidad del INTI

ISO 14001:2004 Serie de normas ambientales.

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura.

Las exportaciones

- ❖ Según datos de la FAO, en 2006 las exportaciones mundiales de quesos (incluido el comercio entre países de la UE) alcanzaron los 4,6 millones de toneladas, por un monto de US\$ 18.000 millones.
- ❖ El mercado mundial de quesos es dominado por la Unión Europea (la UE27 concentra casi el 75% del total indicado), que pese a ser poco eficiente en términos de costos ha alcanzado y mantenido ese liderazgo a través de complejos mecanismos de subsidios. Las distorsiones generadas por estos métodos llevaron a varios competidores a instrumentar una serie de herramientas para contrarrestarlos, lo que distorsionó aún más el mercado.
- ❖ Considerando estas cifras, los tres primeros exportadores son Alemania, Países Bajos y Francia, que juntos representan el 44% del total.
- ❖ En cambio, si al total mundial antes consignado se le resta

el comercio intracomunitario (UE27), el volumen de las exportaciones “globales” se reduce a algo más de un tercio, unas 1,7 millones de toneladas en 2006. En este análisis, más restringido pero quizás más útil en términos de medición de competitividad relativa de los países, los principales exportadores son Nueva Zelandia, Australia, Arabia Saudita, Alemania y Francia, que acaparan casi el 50% del total.

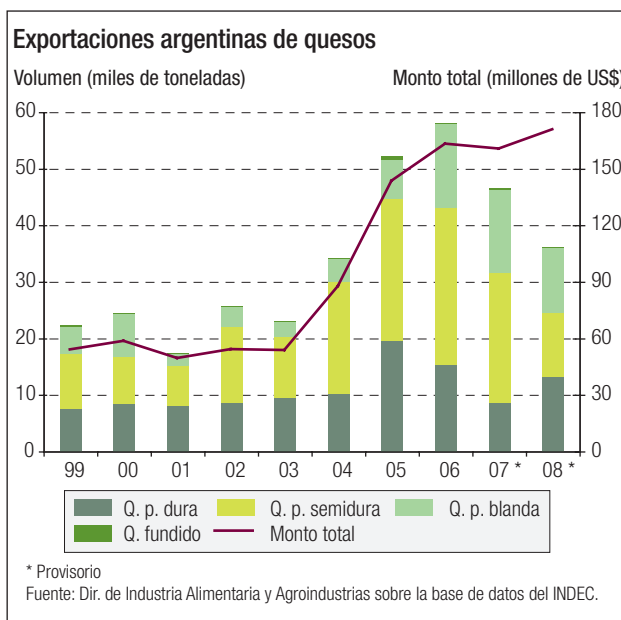
- ❖ En este último *ranking*, la Argentina se ubica como el décimo exportador global, con el 3,5% del volumen total.
- ❖ En cuanto a las importaciones, también la UE lidera el comercio, con una participación del 64% del total (Alemania, Italia y Reino Unido son los importadores más destacados). Si se excluye a las compras intracomunitarias, los países más relevantes pasan a ser Rusia, Japón, Estados Unidos, Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y México, que concentran casi el 60% del comercio de importación global.
- ❖ En la Argentina, los quesos han sido en la última década, salvo 2008, el segundo producto de exportación después de la leche

en polvo. En 2008 representaron el 13% del volumen y el 16% del valor de las colocaciones externas totales.

- ❖ En el período bajo estudio (1999-2008), los volúmenes exportados exhibieron un comportamiento errático, sin una tendencia clara.
- ❖ Tras alcanzar en 2006 el récord histórico de casi 60.000 toneladas, hasta 2008 las exportaciones registraron una retracción del 40%, hasta unas 36.000 toneladas. Los volúmenes vendidos representaron en 2008 un ingreso de algo más de US\$ 170 millones FOB, lo que significa una suba del 6% respecto del monto conseguido el año precedente, explicada exclusivamente por el fuerte repunte del precio promedio.
- ❖ En sintonía con la evolución favorable observada a nivel internacional, impulsada tanto por una demanda creciente como por una oferta restringida por cuestiones climáticas en los principales proveedores, los precios obtenidos por nuestras colocaciones de queso experimentaron un marcado repunte entre 2002 y 2008, especialmente en el último bienio, en el que el aumento acumulado alcanzó al 70%.
- ❖ El incremento fue de tal magnitud que logró compensar con creces la merma del 40% observada entre 2006 y 2008 en términos de volumen.
- ❖ En 2008 Argentina vendió al exterior el 7% de su producción doméstica de quesos. A nivel de pastas, el sesgo exportador oscila entre un 4% en quesos blandos y un 18% en duros, con un valor intermedio (8%) en los semiduros.
- ❖ En los últimos veinte años se observa una tendencia al aumento de la participación de los quesos semiduros y en menor medida en los blandos, en detrimento de los quesos duros. En 2008 los aportes al volumen total exportado fueron bastante equilibrados: el 37% correspondió a los duros (Reggianito 47% y Goya 43% dentro de la categoría), el 32% fueron blandos (la Mozzarella acapara el 96% dentro del grupo) y 31% para los semiduros (Gouda 67% y Edam 25% como los más destacados).
- ❖ La presentación típica en la exportación es la horma, de peso y forma variable en función de los distintos tipos de queso establecidos en el Código Alimentario Argentino.
- ❖ Como consecuencia de la retracción de las compras de Brasil (entre 1995 y 2000 nuestro destino excluyente) y producto del nuevo y ventajoso escenario postdevaluación, entre 2001 y 2005 se produjo un interesante proceso de diversificación de nuestros clientes.
- ❖ Mientras que en 2000/2001 se exportó a unos 20 países, en 2005 se alcanzó un récord de 50 destinos. Desde entonces,

y entre otras razones debido a cambios en el tratamiento arancelario, la cantidad de clientes se redujo hasta llegar en 2008 a 30 países. La pérdida de clientes ha sido más intensa en quesos semiduros (pasó de 41 a 18 países), en duros (de 26 a 14) y menor en blandos (34 a 25).

- ❖ La diversificación de los mercados registrada en el período de auge de las ventas resulta evidente al analizar el Índice



de Herfindahl-Hirschmann (IHH)¹, adaptado aquí al caso de los destinos de exportación. Tras oscilar entre 2400 y 3400 puntos en el período 1999-2003, en el trienio 2004/06 cayó drásticamente al orden de los 1500 puntos. En los últimos dos años se observó, en cambio, un aumento de la concentración, con valores que en 2008 alcanzaron los 2000 puntos. Esta última tendencia ha sido marcada en los quesos semiduros

- ❖ A nivel de pastas la concentración es mínima en los quesos blandos (IHH 2008= 1700 puntos), se duplica en semiduros (3400) y resulta máxima en duros (7400).
- ❖ En 2008 los tres principales destinos (Estados Unidos, Rusia y Chile) representaron el 71% de las ventas -tanto en volumen como en monto-, y 9 países representaron individualmente compras superiores al 1% del volumen total.

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

- ❖ Los subtipos colocados difieren según el destino: mientras Estados Unidos compra casi exclusivamente quesos duros (99% de sus importaciones desde nuestro país correspondieron en 2008 a esta pasta), Rusia y Chile presentan una canasta más diversificada con predominio de semiduros (en proporciones del 61% y 48%, respectivamente) y blandos (34% y 44%, respectivamente).
 - ❖ Entre 1995 y 2000 inclusive, Brasil resultó el destino más importante. Entre 2001 y 2005 el principal cliente de la Argentina fue Estados Unidos que, tras ceder el liderazgo a Rusia en 2006/07, lo recuperó en 2008.
 - ❖ En la actualidad el Derecho de Importación Extrazona para las 62 posiciones arancelarias propias de los quesos (26 para blandos, 12 para semiduros, 12 para Fundidos y 4 para duros, entre otros) alcanza al 16%, mientras que el Derecho de Exportación es 0%. Los Reintegros, tanto Intra como Extrazona, llegan al 1,5% para los productos de mayor valor agregado (fraccionados en envases de un contenido neto inferior o igual a un peso que depende del producto) y al 1,15% para aquellos presentados en envases de mayor peso neto.
- Las empresas y sus marcas**
- ❖ El país cuenta con unas 900 plantas queseras, concentradas principalmente en Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires, Entre Ríos y La Pampa.
 - ❖ Si bien no se dispone de información exhaustiva del universo de industrias lácteas del país, de la muestra de alrededor de 50 empresas cuyo seguimiento efectúa la Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustria en el marco del Convenio SAGPyA - CIL-FIEL, durante 2008 solamente 20 elaboraron algún tipo de queso.
 - ❖ Las principales empresas son: SanCor, Saputo-Molfino, Danone, Mastellone, Verónica, Williner, Milkaut, UTE SanCor-DPA, Punta del Agua, García Hnos.
 - ❖ En la industria láctea, el sector elaborador de quesos es el que presenta mayor número de firmas que operan en un circuito informal, distorsionando el mercado a partir de la compra de la materia prima hasta la venta al público.
 - ❖ El subsector quesero es uno de los menos concentrados dentro del lácteo. Se estima que las 7 primeras firmas concentran entre el 39% y el 43% del total elaborado, según la pasta de queso considerada.
 - ❖ Bajo los supuestos de que el grado de sustitución entre productos lácteos es muy bajo o inexistente y que el “mercado relevante” es el mercado nacional en su conjunto, se calcularon los IHH en base a las participaciones porcentuales en la elaboración total -en toneladas- para el año 2008.
 - ❖ Los resultados indican que el nivel de concentración es muy bajo: para el grupo quesos el IHH fue cercano a 300, registrándose valores mínimos para los blandos (310), máximos para los fundidos (2850) e intermedios para los semiduros (450) y duros (390).
 - ❖ En el siguiente cuadro se enumeran los principales fabricantes de quesos y sus marcas comerciales:

EMPRESA	MARCAS COMERCIALES
Sancor Coop. Unidas Ltda.	SanCor, San Regim, Tholem, Tholem light, Sancor Trocitos, Quesabores, Cabaña Santa Brígida, Chelita
Mastellone Hnos. S.A.	La Serenisima, Ser, Cremón, Finlandia, Casanto, García (ricotta), Pere Ducrest
Danone Argentina	Casancrem clásico y diet, Ser, García
Saputo (ex Molfino)	Molfino, La Paulina, La Paulina light, Ricrem, Marull, Taluhet, Yantar, Val Pineto, Senda, AYR, Tío Pujio
UTE Sancor-DPA	Mendicrim (Original, Suave, Light y 0%), Mendicota
Milkaut S.A.	Milkaut, Santa Rosa, Adler, Bavaria, Bavaria light, Atuel, Fransafé, Chis
Suc. de Alfredo Williner S.A.	Ilolay, Ilolay Vita, Ilolay light
Verónica S.A.	Verónica, Pergamino
Punta del Agua S.A.	Punta del Agua
García Hnos. Agroindustrial	Tregar

Fuente: Dir. de Ind. Alimentaria y Agroindustrias.

- ❖ Si bien la mayoría de las empresas queseras sigue en manos nacionales, en la última década se observó un creciente aumento en la participación de transnacionales, mediante la compra parcial o total del paquete accionario de industrias locales. Los casos más significativos son:
 - ❖ **Adecoagro:** en agosto del 2007, este grupo inversor, integrado

entre otros por George Soros y con management completamente argentino, adquirió la empresa cordobesa La Lácteo. En noviembre del mismo año, se asoció con Agropur, una importante cooperativa láctea canadiense para la industrialización del negocio lácteo, tomando como plataforma de expansión a La Lácteo.

- ❖ **Kaiku:** en septiembre 2006 esta empresa de capital vasco-suizo adquirió la santafesina Ruiz y Tremblay y cambió su razón social a Tinas del Sur S.A. Hoy posee modernas instalaciones homologadas para exportar a 30 países.
- ❖ **Bongrain:** a mediados 2006 celebró un acuerdo con Milkaut S.A. por el cual la empresa francesa, considerada la número uno en el mercado de las especialidades queseras, aporta el 40% del capital de la nueva sociedad.
- ❖ **Saputo:** en 2003, el mayor productor de quesos de Canadá adquirió al grupo Pérez Companc el total del paquete accionario de la tradicional firma Molfino-Abolio y Rubio, por un monto de US\$ 50 millones. En el rubro quesos la firma es titular de una de las marcas más tradicionales de nuestro país, La Paulina.
- ❖ **Danone:** en 1999 la compañía francesa, una de las líderes a nivel mundial, compró a Mastellone su negocio de quesos untables.

❖ **San Ignacio:** concretó en 1997 un joint venture con la francesa Laiteries Hubert Triballat, firma líder en su país y especialista en quesos y postres.

Inversiones, novedades y lanzamientos

❖ El gran dinamismo del sector torna imposible cualquier intento por volcar en este informe todas y cada una de las permanentes novedades que en él se generan. El cuadro inferior enumera las más importantes y recientes.

Fuentes consultadas

Dirección. de Ind. Alimentaria y Agroindustrias, S.A.G.PyA., 2009. Estadísticas varias de productos lácteos. En www.alimentosargentinos.gov.ar/lacteos - Labriola, S. - Guardini, E. - Schaller, A. 2009. Convenio SAGPyA-CIL-FIEL - FAOSTAT - Comtrade de Naciones Unidas (<http://comtrade.un.org/db>) - INDEC INFORMA - NDEC - SENASA - Tarifar.com - Páginas de internet de varias industrias lácteas - Revistas especializadas - Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) - Rabobank - *Economic Research Service*, 2008. *Economic Research Report Number 56. Convergence in Global Food Demand and Delivery* - FMI - Banco Mundial.

EMPRESA	NOVEDAD / LANZAMIENTO
SanCor	Nuevo "Queso cremoso Light". Lanzado para que los consumidores vuelvan a cocinar con crema y quesos, sin resignar sabor.
Sancor	Presentó su nuevo "Queso Rallado Light", para los consumidores que desean disfrutar de un sabroso plato y cuidar su alimentación y su salud. Contiene 25% menos de grasa y mantiene todo el sabor y textura de los quesos rallados tradicionales. Por sus características, es excelente para preparar y acompañar diversas comidas de bajas calorías tales como tartas, pastas, ensaladas, gratinados, etc. Se presenta en prácticos paquetes de 120 gr., libre de gluten y con 0% de grasas trans.
Sancor	Ratificó su liderazgo con productos de envases prácticos y agradables mediante el lanzamiento de un novedoso envase para sus quesos rallados: la "quesera Sancor".
Sancor	Lanzó "Quesabores", la primera combinación de quesos frescos en hebras creadas por los Maestros Queseros. Diseñados en coloridos envases de 150 g, presenta varias combinaciones: Cuatro Quesos, Cuatro Quesos Light, Mozzarella y Reggianito, Azul, Goya y Mozzarella; Provolone y Pategrás y Provolone y Pategrás Light.
Sancor	En abril 2009 se presentó el nuevo "Queso Por Salud Untable Light y Clásico", con la particularidad de estar acompañados por Los Petersen, expertos chefs que participan en programas de TV. Con un rediseño en los packs y recetas en las tapas. La versión original de este producto obtuvo el premio "Sial de Oro", premio a la innovación y al éxito comercial, al mejor producto argentino 2005.
Sancor	En una acción para adaptarse al mercado la empresa cambió la denominación del Queso Rallado. Con nuevo diseño llegó "Reggianito", un producto con la misma calidad reconocida para darle un plus a las comidas diarias. De aroma suave y agradable, se presenta en envases de 100, 120, 210 y 500 gr.
Mastellone	Lanzó su nuevo queso "Cremón", un queso fresco, elaborado a partir de leche entera. Se trata de un queso de pasta blanda, doble crema, de color blanco amarillento y aroma suave y agradable.
Lactear S.A.	Esta PyME cordobesa lanzó un queso cremoso con <i>Lactobacillus Casei</i> . Los técnicos de la firma indican que el queso es mejor vehículo para el probiótico que el yogur porque tiene un PH más elevado que éste. Además modifica favorablemente el sabor, mejora la textura y lo vuelve más cremoso.

Fuente: Dir. de Ind. Alimentaria y Agroindustrias.

Ing. Agr. Iván Bruzone

Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias

Aceite esencial de limón



El “aceite esencial de limón”, también llamado “esencia natural de limón” es el principal subproducto de la elaboración de jugo concentrado. Se trata de un producto volátil obtenido del epicarpio fresco del fruto (*Citrus limon. Burmann*), por expresión o raspado. (Código Alimentario Argentino - Art. 1300). Su exportación genera 101 millones de dólares anuales.

- ❖ Se requieren aproximadamente 200 Kg. de limón para obtener 1 Kg. de aceite esencial.
- ❖ Además de ser utilizado como aromatizante y saborizante por la industria de la alimentación, se emplea en la fabricación de cosméticos, perfumes y productos de limpieza.
- ❖ Las pulpas congeladas, cáscaras deshidratadas, *pellets*, etc., son subproductos de menor valor comercial.

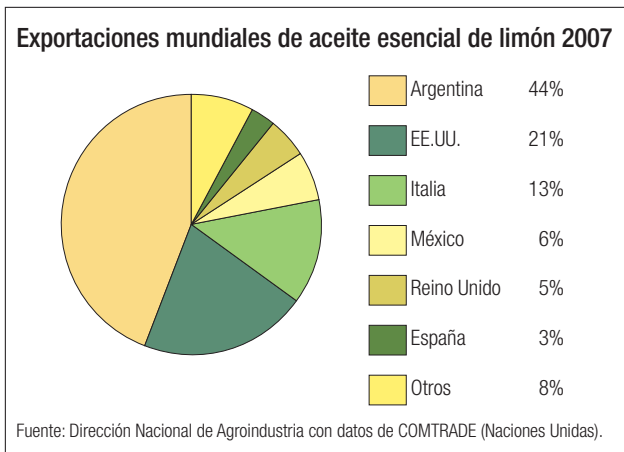
Características del producto

- ❖ Se trata de un líquido de color amarillo pálido a verde amarillento; posee un aroma fresco que recuerda a la cáscara madura del fruto. Su densidad relativa a 20/20°C es de 0,850 a 0,859.
- ❖ Es volátil, soluble en alcohol o éter y poco soluble en agua.
- ❖ El principal constituyente químico es el *limoneno*, que representa algo más del 60% del total.
- ❖ La industria de bebidas sin alcohol es la principal consumidora de este aceite, que lo emplea como saborizante en las bebidas carbonatadas, aguas de soda y jugos.
- ❖ La demanda restante corresponde a las industrias de cosméticos y perfumería que lo usan como aromatizante. También es utilizado en tratamientos de aromaterapia y se le atribuyen diversas propiedades terapéuticas.
- ❖ En el Nomenclador común del MERCOSUR, ocupa la posición arancelaria 3301.13.00

El mercado mundial

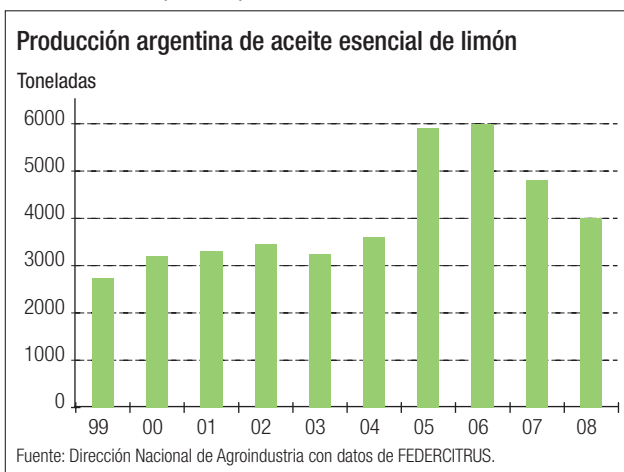
- ❖ Argentina es el principal productor mundial, seguido por EE.UU. e Italia, y la calidad de su producto supera a la de sus competidores.
- ❖ El volumen mundial comercializado de aceite esencial de limón promedia las 14 mil toneladas.
- ❖ Argentina es el primer exportador mundial, escoltada por Italia y EE.UU.
- ❖ El Reino Unido es un importante redistribuidor en la UE.

- ❖ Del resto de los países oferentes, se destacan Canadá (3,5%), Sudáfrica (2,5%), y China (1,5%).
- ❖ EE.UU. es el principal comprador mundial de aceite esencial de limón. Adquiere el 30% del volumen total importado, seguido por China que absorbe el 18% del total y que desplazó al Reino Unido de la posición que ocupó históricamente. Otros compradores de menor peso son Francia, Canadá, Japón, Suiza e Irlanda, que totalizan el 20% de las adquisiciones mundiales.
- ❖ Argentina es el principal proveedor de EE.UU. y del Reino Unido. Sus ventas cubren el 50% y el 30% de las demandas, respectivamente.



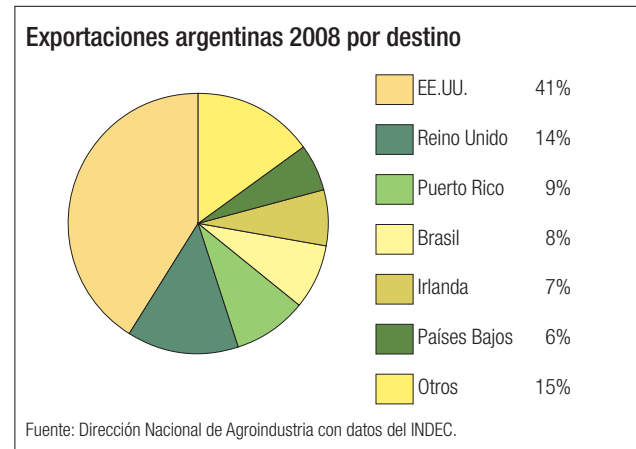
La producción nacional

- ❖ En 2008 la producción argentina de aceite esencial de limón alcanzó las 3,5 mil toneladas.
- ❖ Durante el período 1999-2008, la producción creció 50%, superando el crecimiento registrado en el volumen industrializado de la materia prima, que sólo creció 25%.

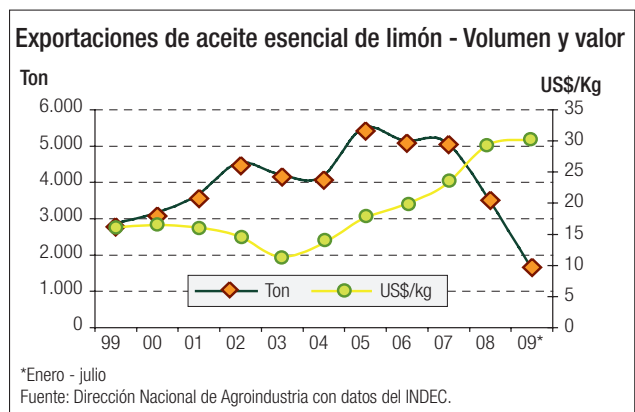


- ❖ Este incremento se logró por un mayor rendimiento industrial, debido a la adopción de nuevas tecnologías tales como el sistema Brown. En menor medida, también influyó el uso de variedades con mayor rendimiento de aceite.
- ❖ La producción es estacional. El mayor volumen se elabora en el período mayo-septiembre.

Las exportaciones nacionales



- ❖ Casi el total de la producción argentina de aceite esencial de limón se exporta, vía puerto de Buenos Aires. El aceite enviado al NAFTA representa el 55%, en tanto que un 30% se embarca con destino a la Unión Europea.
- ❖ También se destacan como destinos, China (5%), México (3%) y Canadá (2%), entre otros.
- ❖ En 2008 se exportaron 3503 toneladas, por un valor total de 101,4 millones de dólares.
- ❖ El precio FOB promedio por Kg. de aceite esencial argentino con destino a EE.UU. fue de US\$ 29, igual que el de los Países Bajos. El Reino Unido pagó US\$ 27, y el volumen adquirido por Brasil representó un ingreso de US\$ 28 por Kg.



- ❖ Cabe destacar que si bien durante el período 1999-2008 el volumen total exportado creció 25%, el precio promedio FOB por Kg. se incrementó 85%.
- ❖ Esto tiene que ver con que Argentina es formadora de precios y debido a la inexistencia de sustitutos como insumo en la elaboración de las bebidas gaseosas.
- ❖ En tanto, entre enero y julio de 2009, se exportaron 1.660 toneladas, volumen 90% superior con respecto a igual tramo del año anterior, que representó un ingreso de divisas de 49,5 millones de dólares.
- ❖ El precio promedio FOB para el período fue de US\$ 30 por kg., cifra que supera en un 30% a la del año anterior.
- ❖ La desfavorable situación para el mercado de limón en fresco hizo que durante esta campaña, se incrementara el volumen de fruta con destino al procesado.
- ❖ Cuatro empresas concentran el 90% de los envíos, en tanto las dos primeras suman el 50% del total embarcado.
- ❖ El producto se comercializa en tambores triple estañados o de acero inoxidable con una capacidad neta de 180 Kg., y es transportado en barco, acondicionado en contenedores a temperatura ambiente.

Tratamiento arancelario del aceite esencial de limón (en %)

Derecho de Exportación Extrazona (*)	Reintegro de Exportación Extrazona (*)	Arancel Externo Común	Derecho de Importación Extrazona
5	3,75	14	14

Fuente: AFIP

(*) iguales valores para importación

La materia prima

- ❖ El 90% de la materia prima se produce en Tucumán, provincia cuyo territorio reúne, las condiciones agroclimáticas ideales para el cultivo del limón.
- ❖ El resto proviene de Salta (6%), Jujuy (3%) y Corrientes (3%), entre otras.
- ❖ Luego de la industria azucarera, la del limón es la de mayor importancia económica y social en Tucumán.

Las empresas

- ❖ Las elaboradoras de aceite esencial son: Citromax S.A.C.I.,

Citrusvil S.A., S.A. San Miguel, Vicente Trapani S.A., Litoral Citrus S. A., COTA S.A. y Acherall S.A. (Tucumán); La Moraleja S.A. (Salta) y Ledesma S.A. (Jujuy).

- ❖ Es elevado el nivel de integración vertical de las industrias, sumado a cooperativas y plantas de empaque que avanzan en la cadena industrializando su producción.

El proceso industrial

- ❖ En el aprovechamiento industrial, existe una diferencia esencial con respecto a otros cítricos. Deben separarse el jugo, la corteza y el aceite esencial de la manera más perfecta posible, excluyendo la trituración total de los frutos, y la obtención de pasta mediante prensado.
- ❖ Por esta razón, se han diseñado extractores especiales, que permiten el tratamiento individual de cada fruto.
- ❖ Independientemente del sistema de extracción, se obtienen tres productos intermedios: jugo - pulpa (45-58%), corteza o cáscara (45-55%) y aceite esencial (0,2-0,5%). Los aceites esenciales se encuentran en la corteza.
- ❖ Antes del procesamiento de la materia prima, la tecnología seguida en el mundo es prácticamente similar: los frutos frescos, sanos e intactos se almacenan en silos en la planta procesadora. Luego se procede a su lavado y clasificación por tamaño.
- ❖ El aceite esencial se extrae principalmente a través de dos sistemas, desarrollados por las compañías norteamericanas Brown y FMC (*Food Machinery Company*).
- ❖ En el primer caso, el aceite esencial se extrae antes de exprimir el jugo y en el caso del sistema FMC, el aceite se obtiene simultáneamente con extracción del jugo.
- ❖ En cualquiera de las tecnologías mencionadas, el sistema de extracción utiliza el prensado en frío, proceso donde el aceite expulsado de las glándulas de la cáscara, es arrastrado por agua formando así una emulsión, que luego de pasar por un filtro, llega a una concentradora y finalmente a una pulidora (máquinas centrífugas).
- ❖ Esa emulsión consta al menos de tres constituyentes: la fase acuosa (agua de extracción), la fase oleosa (aceite esencial) y el agente emulsionante (pectina).

Fuentes consultadas

Asociación Tucumana de Citrus - Código Alimentario Argentino - Federcitrus - INDEC - INTA - Naciones Unidas - *World Horticultural Trade & U.S. Export Opportunities*.

Lic. María Eugenia Keller

Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias

Maní



La cadena agroindustrial del maní en la Argentina está situada fundamentalmente en el suroeste de Córdoba, que reúne alrededor del 90% de la superficie total sembrada con maní. Algunos departamentos cordobeses se destacan por su especificidad productiva manisera, como Río Cuarto, General Roca, Roque Sáenz Peña, Gral. San Martín y Juárez Celman.

Un cultivo singular

- ❖ La ubicación geográfica de esta actividad agroindustrial le otorga varias características que brindan un ejemplo interesante de analizar. Por un lado, el hecho de que se desarrolle en forma intensiva en una zona claramente delimitada, hace posible considerar esta producción como un verdadero disparador del desarrollo local, que respeta los valores territoriales, de identidad y de diversidad propios de la región.
- ❖ Por el otro, al tratarse de la comarca más austral del mundo donde se cultiva esta oleaginosa, su producción tiene características organolépticas y sanitarias inigualables que hacen del maní argentino un verdadero emblema del buen paladar.
- ❖ La mayor parte de la producción primaria se realiza bajo el sistema de alquiler de parcelas, puesto que este cultivo implica un alto riesgo de degradación del suelo, lo cual obliga a no sembrar maní en un mismo lote por lo menos tres años luego de su implantación.
- ❖ Alrededor del 80% de la superficie sembrada se realiza bajo arrendamiento, ya que pocos productores tienen la dimensión necesaria como para realizar la rotación de lotes que requiere la adecuada conservación de los suelos (BCC 2006).
- ❖ Este dato es crucial si se tiene en cuenta que el arrendamiento constituye uno de los componentes de mayor gravitación en el costo total.
- ❖ Como los costos de siembra y producción también son elevados, las parcelas en las que se va a sembrar maní son rigurosamente seleccionadas, dado que un error de cálculo que no es evitado *a priori*, puede resultar muy caro.
- ❖ Por esto, es poco usual que sean productores aislados quienes realicen la inversión y asuman el riesgo que conlleva la campaña agrícola. En general se da el caso de que las empresas maniseras se asocian a los productores para encarar la producción.
- ❖ Otra razón para esta forma de operar reside en el hecho de que no existe un mercado interno plenamente desarrollado para la colocación de estos productos, por lo que la demanda se halla fuertemente expuesta a la competencia internacional, a las

fluctuaciones de los precios y las condiciones más generales del mercado mundial.

- ❖ Al ser demasiados los riesgos para que los pueda afrontar por sí solo el productor local, resulta habitual que la industria encare la siembra de forma casi exclusiva, con el objetivo de asegurarse la materia prima necesaria para su producción.
- ❖ Se produce entonces una verdadera integración vertical por contrato al interior de la cadena productiva, que vincula aún más estrechamente a los eslabones involucrados.
- ❖ Surge así una densa red de relaciones mutuas, en la que muchas veces las relaciones de mercado son complementadas por una serie de relaciones sociales hacia el interior del grupo, establecidas en forma duradera y con un bajo grado de rigidez organizativa.
- ❖ Se destaca en este tipo de estructuras organizativas el desarrollo de lo que se ha dado en llamar *learning by interacting* (“aprender mediante la interacción”), término utilizado para expresar el fomento de los procesos de aprendizaje tecnológico que tienen lugar “en el interior” de una actividad económica.
- ❖ Este tipo de organización otorga una fuente competitividad sistémica al sector, permitiendo construir entre los actores relaciones de confianza que reducen costos y riesgos de transacción.
- ❖ Usualmente estos aspectos son dejados de lado en los análisis tradicionales, pero constituyen el núcleo mismo del éxito del sector.

La industrialización

- ❖ Existen entre 20 y 25 establecimientos procesadores, todos ellos vecinos a las zonas de cultivo. La estructura industrial se concentra principalmente a lo largo de la Ruta Nacional No. 158, entre los 100 km que separan Villa María de Río Cuarto.
- ❖ Se estima que en la actualidad levantar una planta industrial manisera requiere una inversión promedio del orden de US\$ 20 millones.
- ❖ Esta actividad tiene gran relevancia para toda la región, y genera un flujo económico importante que en buena parte moviliza otros factores de la producción puesto que el agregado de valor a lo largo del encadenamiento productivo es superlativo.
- ❖ Prácticamente toda la producción de maní es industrializada en el país. El volumen de grano que se destina a cada uno de los posibles usos es variable año tras año, ya que depende fuertemente de la calidad del mismo.

Usualmente se dice que el producto más valioso de la industrialización del maní es el aceite, tanto por el contenido de materia grasa de la semilla (alrededor del 40%), como por su calidad nutricional y su alto precio. A grandes rasgos, es posible clasificar los productos derivados de esta cadena agroalimentaria en:

- ❖ **Maní confitería entero**
- ❖ **Maní confitería partido**
- ❖ **Maní blanchado.** (Blanco, sin piel o tegumento). Utiliza como insumo al maní confitería, sometido a un proceso de calentamiento y enfriamiento súbito que disminuye la humedad del grano y facilita la remoción del tegumento. El maní blanchado es más apto para usos posteriores como frito, salado, con cobertura, etc.
- ❖ **Maníes preparados y/o saborizados.** Los maníes preparados comprenden tanto a los que poseen coberturas dulces, como a los salados; los primeros llevan una -envoltura de chocolate o azucarada tipo confite, para consumo directo o para helados; los salados -usualmente conocidos como *maní japonés*- también pueden prepararse con alguna otra presentación. En el caso de los maníes saborizados, recientemente se destacan unos trabajos científicos de desarrollo nacional que demuestran que el tratamiento (fritura y salado) del maní con aceites esenciales -como puede ser de pimienta, de albahaca, de orégano o de laurel- incrementa notablemente la vida útil del alimento, previniendo su oxidación y mejorando la percepción por parte del consumidor. Permite, además, extender el período de almacenamiento durante la etapa de comercialización.
- ❖ **Pasta y manteca de maní.** Son productos semisólidos obtenidos mediante la molienda del maní blanchado y tostado -generalmente de granometrías menores- y posteriormente enfriado. Se presentan en dos estilos -natural (pasta) y regular (manteca)- y con diferentes texturas (crema, medio y *crunchy*). También es factible agregarles saborizantes y/o aromatizantes.
- ❖ **Grana de maní.** Es maní partido en partículas pequeñas, cuyo tamaño puede ser variable de acuerdo al uso que se le quiera dar. Generalmente se utiliza en confitería, pastelería y heladería, como sucede con la producción de *praliné*.
- ❖ **Aceite de maní.** Mayoritariamente es utilizado en el plano nacional para la elaboración de aceites mezcla, y como saborizante en la industria de panificación y confitería. En el exterior, su uso doméstico es más común y también se lo aprecia como ingrediente de platos *gourmet*.
- ❖ **Harina y pellets de maní.**

- ❖ **Cáscara de maní.** Es el desecho de la industrialización del grano, y representa entre una cuarta y una quinta parte del volumen cosechado. Habitualmente se la incinera a cielo abierto, aunque las empresas AGD y Cotagro le han dado distintos fines útiles comerciales.
- ❖ Cotagro, con la colaboración de las Universidades de Salta y Río Cuarto y el apoyo del FONTAR, desarrolló una planta para la producción de carbón activado a partir de la cáscara de maní. Es la única planta del mundo con estas características, cuenta con una capacidad de producción de entre 1.200 y 1.500 toneladas anuales, y su producto alcanza un valor que oscila entre 1.200 y 3.000 dólares por tonelada.
- ❖ Argentina consume entre 4.000 y 4.500 toneladas anuales de este tipo de carbón, de las cuales es preciso importar el 80%, dado que el 20% restante deriva del quebracho chaqueño o se produce a partir de carozos de durazno.
- ❖ La firma AGD genera energía eléctrica a partir de un 65-70% de cáscara de maní y un 30-35% de cáscara de girasol. Otros posibles usos que aún no han tenido gran desarrollo a nivel nacional son la fabricación de cartón prensado y la producción de bloques de construcción.
- ❖ Es difícil precisar el porcentaje de materia prima que absorbe cada una de estas categorías, ya que depende mucho del volumen, calidad y sanidad de la cosecha.
- ❖ Cuando el maní obtenido es de muy buena calidad, la mayoría de la producción primaria es destinada a consumo, categoría general que abarca al maní confitería entero y partido, maní blanchado, preparado y/o saborizado, y pasta, manteca y grana de maní.
- ❖ En campañas con resultados no tan óptimos la balanza se inclina hacia el lado de las plantas aceiteras, que elaboran aceite, harina y *pellets* de maní.
- ❖ La determinación del volumen que va a parar a una u otra categoría es una decisión que se toma después de cada

cosecha, y puede variar significativamente de una campaña a la otra.

Las empresas

- ❖ Existen actualmente cuatro empresas capaces de elaborar aceite de maní, en general, a partir de la materia prima que no reúne los requisitos físico-químicos apropiados para el consumo humano directo. Se trata de Aceitera General Deheza SA, Bunge Argentina S.A., Lorenzati Reutsh y Cía. S.A y Oleaginosa General Cabrera OLCA S.A., todas radicadas en Córdoba.
- ❖ Tres firmas elaboran manteca de maní a nivel industrial: Georgalos, Niza (AGD) y Prodeman S.A.
- ❖ Además, dentro de las industrias maniseras pueden contarse PyMEs, cooperativas y grandes compañías de capitales nacionales e internacionales que, consideradas en conjunto, durante los últimos 10 años invirtieron aproximadamente US\$ 90 millones para obtener una industria integrada y competitiva regida por estrictos parámetros internacionales de calidad, y dedicada en su mayor parte a la exportación.
- ❖ El siguiente cuadro detalla la capacidad instalada de molienda y refinación de las empresas aceiteras mencionadas.
- ❖ Se estima que del total de grano producido en la campaña 2007/08 aproximadamente el 25% se exportó como grano, el 28% fue destinado a la producción de aceite, el 46% a la de manteca y pasta, y tan sólo el 1% se consumió internamente.
- ❖ Tales porcentajes se establecieron bajo el supuesto de que el *stock* inicial de grano en cada campaña es el utilizado para la siembra, considerando como *stock* final el que se sembrará en la campaña siguiente. Ello es racional en contextos de una demanda pujante, situación que se corrobora para la campaña bajo análisis.
- ❖ Este panorama indica que las posibilidades de expansión en el mercado interno son muy amplias. Actualmente se calcula el

Empresas elaboradoras de aceite de maní

Empresa	Localidad	Participación Maní/ Otros granos molturados	Capacidad teórica en 24 hs. En Ton	Capacidad de tanques para aceite. En Tn.	Capacidad de almacenaje para secos (semillas y subproductos). En Tn	Tecnología utilizada
Aceitera Gral. Deheza	Velez Sarsfield	93%	3.700	7.200	375.000	Extracción por solvente
Bunge Argentina	Tancacha	3%	500	2.200	18.000	Extracción por solvente
Lorenzati Ruestch y Cia.	Ticino	100%	150	300 propios	50.000-60.000	Prensa
OLCA	Gral. Cabrera	55%	270	3.500	11.000	Prensa y Extracción
Total	-	-	4.620	Aprox. 13.200	Aprox. 459.000	por solvente

Fuente: Dirección Nacional de Agroindustria en base a datos de J.J. Hinrichsen, CIARA, CAM, y del sector privado.

consumo nacional promedio per capita de maní en 270 gramos anuales, mientras que en algunos países desarrollados esta cifra asciende a los 5 Kg., es decir, casi 20 veces más.

- ❖ En Argentina el maní en su mayor parte es consumido como *snack* en sus distintas presentaciones, o como insumo de confituras, helados y golosinas. El consumo interno de manteca y pasta de maní es prácticamente nulo. Algo similar ocurre con el aceite: no existe el hábito de utilizarlo, circunstancia a la que se suma un precio elevado que no se corresponde con una alta valoración subjetiva del producto.
- ❖ El bajo consumo interno implica una verdadera atadura del sector a la volatilidad de los precios internacionales. Sin embargo, las cadenas agroindustriales enfocadas en los mercados internacionales, como la del maní, tienen algunas ventajas, principalmente, mantener un aislamiento relativo de ciertos impactos macroeconómicos locales que suelen afectar más fuertemente a las actividades cuyo destino es el mercado interno.
- ❖ En tal sentido, es válido recordar que siempre existe una estrecha relación entre el desempeño micro de cada sector y el marco general macro en el cual tienen lugar las transacciones económicas (Fanelli y Frenkel, 2000).
- ❖ Más del 90% de la producción es destinada a mercados de ultramar, con los Países Bajos como principal destino, por lo que el eje del complejo del maní es el comercio exterior.
- ❖ Nuestro competidor más fuerte es Estados Unidos única nación, además de la Argentina, que se halla en condiciones de exportar a la Unión Europea. Las estrictas normas sanitarias de este bloque son una barrera difícil de sortear para el maní de muchos países, como China, Vietnam, India o los africanos Nigeria o Senegal.

- ❖ Pese a las ventajas que el maní argentino presenta en referencia a los bajos niveles de aflatoxina, todos los años algunos embarques son rechazados por las autoridades sanitarias de este bloque económico, y en consecuencia son derivados a segundos mercados que pagan un precio inferior por la mercadería.

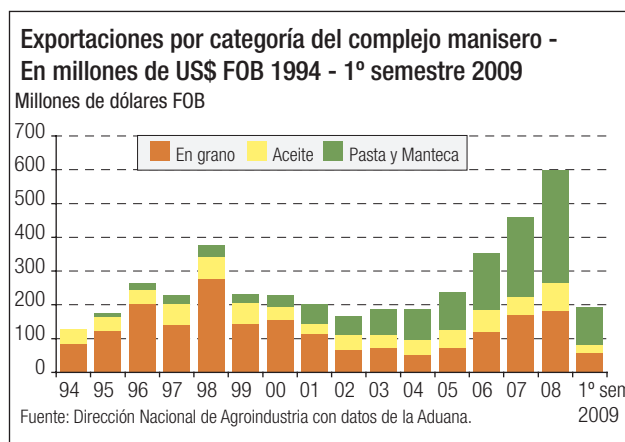
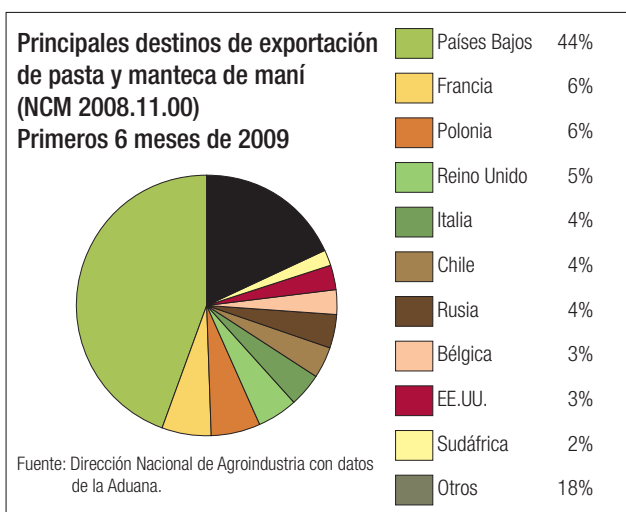
Un sistema integrado

Cuando se analizan las exportaciones de los distintos productos derivados desde 1994 hasta la fecha, es posible detectar dos tendencias bien marcadas:

- 1) Pese a que se verifica una marcada variabilidad en la serie de exportaciones totales, las mismas presentan una tendencia ascendente, especialmente en el período posterior a la convertibilidad y,
- 2) Cada vez es mayor el peso -tanto relativo como absoluto- asignado a los productos de mayor valor agregado, destinándose proporcionalmente menos lugar a las exportaciones de grano como tal.

Ambos hechos reflejan el gran esfuerzo realizado por el sector para avanzar en la industrialización de la materia prima, y son producto de la inversión y de la apuesta a lo nacional hecha por los actores de este entramado productivo.

El panorama descrito permite afirmar que el maní no sólo nos representa en el mundo como sinónimo de la máxima calidad, sino que se trata de un cultivo que construye industrias a su alrededor, aprovecha positivamente la globalización y la internacionalización del sistema de mercado, y moviliza recursos hacia y desde el interior del seno cordobés.



Se trata de un sistema integrado que cuenta con sinergia propia y que otorga dinamismo a una amplia región, beneficiando a todos los agentes involucrados directa o indirectamente.

Bibliografía y fuentes consultadas

Aduana - INDEC - CIARA - Cámara Argentina del Maní - Bolsa de Comercio de Córdoba (2006),

“El Balance de la Economía Argentina - Una nueva oportunidad”. Ediciones Eudecor, Córdoba - Instituto Alemán de Desarrollo (1994), “Competitividad Sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas”. Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer. Berlín - Fanelli, J. y Frenkel, R. (2000), “Micro-Macro Interactions, Competitiveness and Sustainability”, Mimeo, CEDES.

NUEVOS PRODUCTOS CON EL SELLO DE CALIDAD ALIMENTOS ARGENTINOS

Tres nuevos productos obtuvieron el sello de calidad “*Alimentos Argentinos, una elección natural*” que otorga la Secretaría de Agricultura de la Nación. Mediante dos resoluciones fueron destacados la Yerba Mate con bajo contenido de polvo de marca TARAGÜI y UNION SUAVE (Establecimiento Las Marias S.A.C.I.F.A), y las pasas de uva marca CALLE MAYOR y PASAMAR (Agricultora Comercial Sánchez Sánchez S.R.L.).

De esta manera ya son 13 las empresas y 21 los productos que cuentan con esta importante distinción de calidad. En tanto que “*Las Marias*” agrega 2 productos más con el Sello a los 4 aprobados anteriormente.

La empresa Agrícola Sánchez Sánchez se encuentra en la provincia de San Juan, y se dedica a la elaboración y comercialización de pasas de uva. Produce aproximadamente 200 toneladas mensuales, de las cuales exporta entre el 80% y el 90%.

Además la SAGPyA aprobó a través de la Resolución 479/2009 el Protocolo de Calidad para Preparaciones Culinarias Industriales, que podrá ser implementado de manera voluntaria, por las empresas interesadas en obtener el Sello de Calidad “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”. El protocolo rige para las preparaciones industriales listas para el consumidor, entendiéndose a los alimentos, congelados o no, a base de ingredientes de origen vegetal y/o animal procesados.

En cuanto a los atributos de producto, en el protocolo se establece la calidad de las materias primas de origen animal y/o vegetal; el uso restringido de aditivos (sólo pueden utilizarse conservadores naturales); y el control de la calidad organoléptica de los alimentos por métodos sensoriales, bajo alguna norma o metodología de referencia.



Las empresas elaboradoras de preparaciones culinarias industriales que aspiren a obtener este Sello de Calidad deben tener implementado el sistema “*Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control*” (HACCP) o la Norma ISO 22000. Los ingredientes utilizados tienen que provenir de establecimientos productores y elaboradores que cumplan con Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), y/o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y HACCP según corresponda, y los interesados deben demostrar la trazabilidad del producto hasta la materia prima con la cual se elaboró.

La Dirección Nacional de Agroindustria sigue trabajando en el desarrollo de nuevos protocolos de calidad en función de las solicitudes recibidas, con el objeto de sumar la participación de distintos actores del sector agroalimentario de todo el país.

Para la SAGPyA es un orgullo que las empresas alimentarias continúen eligiendo este Sello de Calidad Nacional para diferenciar sus productos en las góndolas argentinas y del mundo.

Mayor información

www.alimentosargentinos.gov.ar/sello
selloaa@minprod.gov.ar

Panorama de las golosinas



Lo que se ve y lo que vendrá

Lic. María José Cavallera

Dirección de Industria Alimentaria y Agroindustrias

En nuestro país la industria de las golosinas está integrada por más de 120 firmas. En su mayoría son empresas pequeñas y medianas que ocupan alrededor de 17 mil puestos de trabajo y se hallan distribuidas prácticamente en todo el territorio nacional. Una de ellas, Arcor, de capitales argentinos, es la primera productora mundial de caramelos, y principal exportadora de golosinas de Argentina, Brasil y Chile.

Según fuentes privadas, en 2008 el mercado de las golosinas, facturó aproximadamente US\$ 1000 millones. En promedio, los argentinos consumen 3,5 kilos por año, volumen que se comercializa básicamente a través de más de 100 mil puntos de venta distribuidos en todo el país.

En 2008 las exportaciones alcanzaron un volumen de 86.851 toneladas y un valor de 233 millones de dólares, cifras que si bien significaron una caída en volumen del 7% con respecto al año anterior, representan un crecimiento del 8% en las divisas ingresadas al país en igual período.

El primer semestre de 2009 cerró con un crecimiento en las ventas

externas del 8% en volumen y del 15% en valor respecto a igual período de 2008, por lo cual es lícito estimar que el semestre en curso también registrará incrementos en ambos guarismos.

Innovaciones y productos

Cuando se analiza con mayor detalle este sector industrial es posible segmentarlo en tres grupos. En primer lugar el de las **confecciones azucaradas** (caramelos, chupetines, pastillas, goma de mascar), cuyos principales insumos son la glucosa y el azúcar. En el segundo grupo se encuentran las **confecciones de chocolate** que son fabricadas a base de cacao, leche y azúcar. En tercer término se contabilizan los **alfajores**, golosina que por las propiedades nutritivas que la caracterizan se asocia cada vez más al concepto de alimento.

La innovación es una variable fuertemente considerada por los empresarios del sector, puesto que ha demostrado que tracciona a toda la cadena agroindustrial. Muestra de ello es la constante segmentación de las categorías, uno de cuyos mejores ejemplos es brindado por la evolución del alfajor.

Hace 15 años, los alfajores no tenían grandes modificaciones o

innovaciones; presentaban novedades en rellenos, pero dentro de una categoría que no variaba: la de los **alfajores simples** que podían o no estar bañados. En ese momento la diferencia en el mercado estaba dada por los alfajores regionales, como los santafesinos, los cordobeses, o los de norte argentino.

En cambio, actualmente en las bateas de los puntos de ventas además de haberse multiplicado las marcas que se disputan el mercado, existen diversidad de ofertas. Los hay triples, simples, cuadrados, rectangulares, redondos, con diferentes calorías, además de los numerosos rellenos: de dulce de leche, de dulces de frutas, con pastas de otras golosinas, y la lista continúa.

Cambios y tendencias

Antes de inferir cuál es la tendencia que se vislumbra en Argentina en este sector agroindustrial, está bien analizar lo que ocurre en otros mercados.

En el continente europeo, España lidera el *ranking* de ventas de caramelos sin azúcar. Por otra parte, el 35% de los caramelos consumidos en Francia son sin azúcar y el Reino Unido es otro país que vio modificada la participación de los segmentos de golosinas.

Estos cambios obligaron a las industrias a innovar tanto en la textura como en los gustos de las confecciones.

Nuestro país no está aislado de estas tendencias, por lo que en los puntos de venta van apareciendo distintas categorías de productos. Algunas de las más destacadas son las confecciones sin azúcar, donde se registran, entre otras innovaciones, sabores nuevos así como presentaciones de chicles, caramelos y pastillas sin azúcar, o caramelos funcionales duros con Vitamina C.

Entre las confecciones de chocolate hay cantidad de variantes que se diferencian por los porcentajes de cacao que tienen en sus fórmulas, y lentamente están apareciendo las frutas deshidratadas que intentan ocupar una porción del mercado.

Estos cambios son demostrativos de una tendencia global, caracterizada por la existencia de muchos consumidores que prefieren productos con beneficios adicionales. En medio de ese panorama las estrategias de *marketing* han pasado a jugar un rol

esencial a la hora de defender la participación de mercado.

Se entiende como "*estrategia de marketing*" la innovación en nuevas presentaciones y nuevos productos, apoyados en el fortalecimiento de sus marcas, complementadas por permanentes inversiones en acciones comerciales y publicitarias en medios gráficos, radiales, televisivos e Internet.

Novedades en la vidriera

Es tal la importancia mundial que ha cobrado esta cadena agroindustrial, que anualmente se llevan a cabo dos grandes ferias internacionales. Una de ellas, *ISM*, se realiza en el mes de enero/ febrero en Colonia, Alemania, y la otra, *All Candy Expo*, en mayo/junio en Chicago, Estados Unidos., congregan a la industria mundial de las golosinas y sirven de marco a la presentación de tendencias y novedades. Aunque sólo están abiertas a los profesionales del sector, son recorridas en promedio por más de 15000 visitantes.

A través de distintos organismos como la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, y la Fundación Exportar, Argentina se hace presente anualmente en estas ferias, con un pabellón en el que participan empresas del sector. Estas exposiciones les permiten dar a conocer sus productos, pero también cerrar negocios que se van desarrollando durante el año. A juicio de los empresarios son excelentes oportunidades para conocer lo que piensa la competencia y hacia dónde se va orientando al mercado.

En nuestro país la industria nacional y la de los países limítrofes es congregada durante el mes de marzo por una exposición organizada por la Asociación que nuclea a los Distribuidores de Golosinas de Argentina.

También es una muestra destinada a profesionales, técnicos, directivos y comercializadores del sector, y la SAGPyA la acompaña como parte de las acciones que realiza para impulsar la modernización y el desarrollo de este sector, uno de los más dinámicos que posee la agroindustria alimentaria.

Un desafío que crece



La evolución de los hábitos alimenticios verificada en este siglo, básicamente en los países occidentales, muestra una mejora en términos cuantitativos e incrementos en el aporte calórico, seguidos por una intensificación de los fenómenos de sustitución y por el aumento en el consumo de proteínas de origen animal.

En este dinámico contexto mundial de cambios que apuntan hacia la diversificación alimenticia, vienen cobrando protagonismo las carnes no tradicionales, alternativas o exóticas.

En la Argentina la producción de estas carnes posee un enorme potencial que convierte a la actividad en una atractiva opción de diversificación que, además, promueve el desarrollo local y regional. La cadena de carnes alternativas se caracteriza por abarcar buena cantidad de especies productivas, numerosos procesos de producción y diversos esquemas comerciales.

El consumo de este tipo de carnes en el país presenta un desarrollo incipiente y, como se encuentra estrechamente asociado a los hábitos alimentarios de la población, dista mucho de los volúmenes que alcanza el consumo de carne bovina, cuyas cifras sitúan a la Argentina entre los primeros países del mundo. Sin embargo el proceso de modificación de los hábitos también incluye a los consumidores argentinos.

Ing. Zoot. Alessandra L. Ramos de Oliveira
*Dirección de Promoción de la
Competitividad y Agregado de Valor*

En algunos países estos cambios han sido de mayor magnitud, por lo que el valor de las carnes alternativas es mucho más conocido por los consumidores externos.

En principio, la demanda se encuentra limitada al consumidor de alto poder adquisitivo y a los círculos hoteleros más exclusivos, que actúan como canales de difusión aprovechando el fenómeno del turismo. Esto se manifiesta en las remesas que realiza la Argentina a países tales como China, Suiza, Polonia y Países Bajos, que se han destacado por sus adquisiciones de carne de ciervo. El Reino Unido ha sido un destino importante para los envíos de carne de yacaré, en tanto que caracoles, liebres y conejos fueron adquiridos en su mayor parte por la Unión Europea.

Dentro de la diversidad de posibilidades productivas, algunas especies dan lugar a la elaboración de distintos productos, lo que representa una interesante opción productiva y económica. A continuación se abordan dos de ellas.

El Ñandú (*Rhea americana*)

Los ñandúes son aves exclusivas de Sudamérica y, al mismo tiempo, las de mayor tamaño en este continente (93-140 cm de altura y 15-30 Kg.). Junto con los avestruces de África, los emúes de Australia, los casuarios de Nueva Guinea y los kiwis de Nueva Zelanda forman parte de un grupo de aves no voladoras, conocidas como *ratites* o corredoras.

El ñandú (*Rhea americana*) es una especie única con dos subespecies: *albescens* (se distribuye desde el SE del Chaco hacia la región pampeana) y *araneipes* (ocupa un área menor de la región chaqueña y llega al SE del Paraguay y el Matto Grosso). A la misma familia (*Rheidae*) pertenece el gén. *Pterocnemia*, que también incluye una única especie, *P. pennata* (*choique* o *ñandú petiso*) que cuenta con tres subespecies: *P. p. pennata* (ñandú petiso de la Patagonia), *P. p. garleppi* (del Altiplano) y *P. p. trapacensis* (N de Chile y S de Perú).

La importancia económica de las ratites a nivel mundial se refleja en los siguiente datos:

- ❑ El 80% de la producción actual corresponde a la República Sudafricana, donde se destaca la presencia del avestruz.
- ❑ En el continente europeo Italia, Alemania y Francia fueron los países que más desarrollaron el procesamiento industrial de las ratites.
- ❑ En Sudamérica, a comienzos de los años '90 se registraron entradas de los primeros ejemplares de avestruz y emú a Chile, y en Perú la actividad se inició en el año 1999.
- ❑ Las primeras experiencias de cría de ñandú en cautiverio en Uruguay datan de la década de 90. Fue el primer país sudamericano que desarrolló el ciclo de cría, faena, transformación y posterior comercialización de los distintos productos del *Rhea americano*.

En Argentina fue promovida la industrialización del ñandú común y del choique, ya que se encuentra prohibida toda la actividad relacionada con la explotación de otras corredoras. Los emprendimientos creados se hallan en desarrollo y recientemente lograron ubicar el producto en el mercado local, logrando la presencia de carne en redes de hoteles y restaurantes, y una línea de embutidos en supermercados.

Cabe aclarar que las ratites se hallan incluidas en los



Plato a base de carne de ñandú
Gentileza Pradera Ñandú S.A.

apéndices I y II de la CITES (Ver recuadro de pág. 50). Por esta razón los ejemplares, productos y subproductos de las granjas pueden ser comercializados a condición de que los animales provengan de una segunda generación criada en cautiverio, y de que existan planes de manejo tendientes a asegurar la persistencia de las poblaciones silvestres.

Según la Asociación de Criadores de Ñandúes Argentinos (ACRIÑA) en el país existen entre 45 y 50 establecimientos productores situados en las provincias de Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Entre Ríos, Santa Fe, San Juan, Neuquén y La Pampa, con un total de 3.000 hembras en producción.

Los establecimientos faenadores se encuentran en Villaguay provincia de Entre Ríos (habilitación SENASA para terceros países); en Río Cuarto, provincia de Córdoba; y en Pico Truncado, provincia de Santa Cruz (tránsito provincial).

Productos del ñandú

Carne

La carne de ñandú ya es conocida internacionalmente por sus características únicas y sus bondades culinarias. Se trata de carne roja con reducidos niveles de colesterol, rica en Omega 3 y de muy bajas calorías. Esto la ha hecho conocer en el mundo entero como la *carne roja saludable*.

También son muy apreciados por la alta cocina el hígado y el corazón, que se utilizan en preparaciones o se presentan al mercado en forma de paté.

Cuero

El cuero de los ñandúes es muy utilizado como producto exótico en la confección de marroquinería fina y vestimenta. También lo es el escamado cuero de sus patas.

Las manufacturas derivadas de la piel (botas, carteras) son muy valoradas por el original diseño que le otorgan los puntos de inserción de las plumas, y por su aptitud para la confección de artículos de lujo, dadas la suavidad y su resistencia a la humedad y al agrietamiento. Tienen un mercado de alto costo en los países desarrollados.

Plumas

Las plumas se caracterizan por su carga electrostática, que les provee capacidad de atracción sobre las partículas de polvo, razón por la que en nuestro país se utilizan para la fabricación de plumeros. Son además muy requeridas en Brasil para confeccionar los vistosos trajes de plumas y pedrería que utilizan los conjuntos durante el carnaval. El rendimiento es de aproximadamente 300-350 g por animal/año.

Huevos

Los huevos infértiles se comercializan para la producción de artesanías.

Aceites

Estudios realizados en Argentina por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y en Uruguay, determinaron que el aceite proveniente de la grasa de ñandú posee características y parámetros de calidad que cumplen los requerimientos internacionales exigidos a los aceites utilizados por la industria cosmética.

El Carpincho – (*Hydrochoerus hydrochaeris*)

El carpincho se encuentra ampliamente distribuido en las zonas de llanos y humedales de Sudamérica y su presencia se corresponde con las cuencas hidrográficas de los principales ríos sudamericanos: Orinoco, Amazonas, Paraná y Río de La Plata.

El carpincho tiene en nuestro territorio zonas muy delimitadas. La mayor aptitud para su desarrollo se presenta

en Corrientes, en las cercanías del Estero del Iberá, toda la zona cercana a la represa de Yacyretá y en las orillas del Paraná y el Uruguay. Desde ya las provincias recorridas por estos ríos, tienen en sus costas aptitud productora, aunque menor que en la zona anteriormente mencionada. Chaco, Formosa, Santa Fe y el delta del Paraná en provincia de Buenos Aires, reúnen condiciones adecuadas que se extienden hasta la desembocadura del río Salado.

La utilización del carpincho es diversa. En Colombia, Venezuela y Brasil se utiliza su carne como alimento y la grasa derretida como un remedio natural contra el asma. Brasil exporta el cuero a Argentina para la confección de prendas y artículos de marroquinería que alcanzan alto valor en el mercado.

En Argentina el principal producto es el cuero. La carne, por lo general es consumida usualmente por los mismos cazadores y en pequeña escala en las ciudades cercanas.

La obtención de cueros se halla a cargo de cazadores que persiguen al animal con fines de subsistencia llamados “carpincheros”, así como de cazadores organizados y semi dependientes de los acopiadores y los criaderos.

A diferencia de los cazadores, el objetivo principal de los criaderos es la producción de carne. De acuerdo a informes de la Asociación de Criadores de Carpinchos, los establecimientos se hallan en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Corrientes.

El carpincho no es una especie que esté en peligro de extinción, y no se halla incluida en los listados de la Convención CITES.

Productos del carpincho

Carne

La carne de carpincho silvestre suele ser de sabor un poco fuerte (no así la carne proveniente de animales en cautiverio) pero excelente en sus condiciones de industrialización. Por su capacidad de retención de agua y gran poder emulsificante permite fabricar embutidos de elevada calidad y muy buen rendimiento: salchicha, chorizo, mortadela, lomo ahumado y jamón.

LA CITES

La **Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES)** es un acuerdo internacional concertado entre los gobiernos, cuya finalidad es velar por que el comercio internacional de especies de animales y plantas silvestres no constituya una amenaza para su supervivencia.

Habida cuenta de que este tipo de comercio sobrepasa las fronteras entre los países, su reglamentación requiere la cooperación internacional a fin de proteger ciertas especies de la explotación excesiva. La CITES fue concebida en el marco de ese espíritu de cooperación. Hoy en día, ofrece diversos grados de

protección a más de 30.000 especies de animales y plantas, sea que se comercialicen como ejemplares vivos o como abrigos de piel o hierbas disecadas.

La CITES surgió como resultado de una resolución aprobada en una reunión de los miembros de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), celebrada en 1963. El texto de la Convención fue finalmente acordado en una reunión de representantes de 80 países celebrada en Washington, Estados Unidos, el 3 de marzo de 1973, y entró en vigor el 1 de julio de 1975.

<http://www.cites.org>

El aprovechamiento industrial generaría productos diferenciados posiblemente más aceptados por el público que la carne fresca del animal.

Cuero

El cuero de carpincho tiene gran valor por su suavidad, resistencia y vistosa superficie (*flor*). Es apreciado en el mercado mundial y se lo denomina “*carpincho leather*”, es decir, que se utiliza el nombre argentino del animal. Los productos argentinos confeccionados con cuero de carpincho son reconocidos y valorados en los mercados externos

El cuero de mejor calidad es el de los ejemplares de criadero, ya que no presenta los cortes y escoriaciones propios de los cueros provenientes de animales silvestres.

Aceite

El tercer producto comercial obtenido del carpincho es el aceite (Ojasti, 1991), que se extrae de la grasa subcutánea. Es muy estimado como medicina para el asma en Argentina, Brasil y Uruguay, y pueden obtenerse hasta 4 litros por cada animal adulto.

Desafíos

El mercado para las carnes alternativas está constituido por un consumidor bien informado y de alto poder adquisitivo, sensible a la oferta de productos diferenciados.

Las dificultades a vencer para que el sector avance a paso firme para aprovechar su horizonte de oportunidades son varias. Entre ellas la necesidad de disponer de sistemas y tecnologías de producción modernos, de articular las cadenas productivo-comerciales, lograr un nivel de producción que permita mantener la oferta y atender la demanda de los mercados, cumplir las regulaciones sanitarias, e incluso contar con establecimientos frigoríficos que se hallen habilitados.

Estas producciones representan un gran desafío tanto para el sector público como para el privado. Es necesario que las entidades que nuclean a los actores involucrados en las cadenas y requieren formas de coordinación se desenvuelvan en un marco normativo adecuado. Ofrecer al consumidor la diversidad de alimentos y productos que genera el aprovechamiento de estas especies requiere asimismo un desarrollo tecnológico que permita garantizar calidad e inocuidad a los consumidores, y confiabilidad y continuidad a los eslabones de la comercialización. Nada de esto es imposible si se decide trabajar en conjunto y aplicar el mismo empeño y creatividad que oportunamente han mostrado otras cadenas productivas.

Fuentes consultadas

FAO-ACRIÑA-INTA San Luis-SENASA-CITES-Referentes del sector - *Análisis de las producciones animales alternativas con potencial de desarrollo inmediato en la Republica Argentina*, SAGPyA

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), y el Punto Focal de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Pesca y Alimentos.

Proyectos para mejorar la calidad de vida

Lic. Cristian E. Torrandell
Punto Focal FAO - Área Normativas
Dirección Nacional de Agroindustria

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, mundialmente conocida por su sigla en inglés FAO, (*Food and Agriculture Organization*), es uno de los principales organismos especializados de las Naciones Unidas (UN). Conduce las actividades internacionales encaminadas a erradicar el hambre y asegurar una buena nutrición para todos, actuando como un foro neutral donde los países miembros debaten políticas y acuerdos para la Agricultura y la Alimentación. Es una fuente de conocimiento e información relevante de la producción agrícola, alimentaria, forestal y pesquera, y brinda servicios y conduce acciones tanto en países desarrollados como en las naciones en desarrollo.



Humanos, Financieros y Físicos; Cooperación Técnica; Desarrollo Económico y Social; Ordenación de Recursos Naturales y Medio Ambiente. De ellos dependen distintas Direcciones, Oficinas y Servicios relacionados.

Su actuación es regida por los **Órganos Rectores**. Una **Conferencia**, (órgano rector principal de la FAO que integran todos los países miembros), y un **Consejo** (órgano ejecutivo formado por 49 Estados-miembros elegidos) asistido por los siguientes **Comités**: de Programas; de Finanzas; de Asuntos Constitucionales y Jurídicos; de Problemas de Productos Básicos; de Pesca; de Montes; de Agricultura, y de Seguridad Alimentaria Mundial. Cada uno dispone de órganos estatutarios tales como subcomités o comisiones, y de diferentes grupos de trabajo -regionales e intergubernamentales- específicos.

Servicios y actividades

La FAO desarrolla sus acciones en cuatro esferas:

- Ofrece un lugar de encuentro para que internacionalmente los países analicen y debatan políticas sobre la Agricultura y la Alimentación.
- Brinda información científica y estadística.
- Comparte los conocimientos especializados, y

La FAO fue creada el 16 de Octubre de 1945, fecha que fue instituida mundialmente como “*Día Mundial de la Alimentación*”. Actualmente se halla integrada por 191 países miembros, y un miembro asociado: las Islas Feroes. El organismo, es dirigido por el Director General, Dr. Jacques Diouf, por un Director General Adjunto y un Inspector General, apoyados por Subdirectores que se hallan a cargo de los 8 Departamentos que conforman la estructura interna: Agricultura y Protección del Consumidor; Forestal; Pesca y Acuicultura; Conocimiento y Comunicación; Recursos

- ❑ Lleva el conocimiento al campo.

La actuación del organismo enfoca, entre otros, los siguientes temas:

- ❑ Agricultura.
- ❑ Forestación.
- ❑ Pesca y Acuicultura.
- ❑ Producción y Sanidad Animal.
- ❑ Medio Ambiente.
- ❑ Recursos Naturales.
- ❑ Desarrollo Rural y Social.
- ❑ Biodiversidad.
- ❑ Bioenergía.
- ❑ Cambio Climático.
- ❑ Inocuidad de Alimentos.
- ❑ Productos Básicos Agrícolas.

Para desarrollar sus actividades, en el bienio 2008-2009 la Organización tuvo un financiamiento de 1.800 millones de US\$. (52% cuotas; 48% contribuciones voluntarias), que fue cubierto por el Programa Ordinario (Cuotas de países miembros), y por Recursos extraordinarios (PNUD, PCG Programa de Cooperación FAO/Gobiernos).

Es relevante el aporte de la Organización, no sólo como Foro internacional de encuentro para los países y por el financiamiento prestado a Proyectos que llevan saber y capacitación al campo, sino también por su oferta de información científica y estadística, y por compartir conocimientos especializados. Esto se expresa claramente a través de informes técnicos, publicaciones científicas, y distintos programas estadísticos: Agro-MAP, CountrySTAT, AQUASTAT, TERRASTAT, FAOSTAT - Producción Agrícola, Pesca y Montes, GLIPHA Atlas Global de salud y producción Animal, etc.

Los Proyectos financiados por el Programa Ordinario/ Presupuesto Central, más utilizados son:

1. Los Programas de Cooperación Técnica (PCT).

Ponen la experiencia y competencia de FAO a disposición de los gobiernos solicitantes, a través de proyectos relacionados con la seguridad alimentaria, mitigación de la pobreza, formulación de políticas y estrategias, aumento de la producción y apoyo al desarrollo en los sectores

agrícola, forestal y pesquero. También en el acceso a los mercados y comercio internacional, ordenación de recursos naturales, prevención y gestión de enfermedades y plagas, emergencias, etc. El presupuesto máximo por proyecto es de 500.000 dólares, con duración máxima de 24 meses, y excepcionalmente 36.

2. El Fondo de Programas de Cooperación Técnica (PCT Facility), permite a los Representantes de la FAO, bajo su responsabilidad y aprobación, responder a solicitudes y disponer rápidamente de recursos para actividades de asistencia urgente en pequeña escala. Presentan un presupuesto máximo de 30.000 dólares, con una duración máxima del proyecto de 12 meses, y excepcionalmente 18 meses.

Los Proyectos más usados con financiamiento de Recursos Extrapresupuestarios, son los Programas de Cooperación FAO/Gobiernos (PGC) con fondos fiduciarios de la FAO, para los que se aprobó recientemente un presupuesto de 135 millones de dólares. Su objetivo es canalizar ayuda de países desarrollados hacia un país en desarrollo receptor, hacia un grupo de países de la misma región (regional), o a un grupo de países de diversas regiones (interregional). Estos proyectos no son necesariamente financiados por un donante único, ya que existen programas que reúnen aportes financieros de diversos donantes multilaterales.

En todos los Programas descriptos, los órganos rectores de la FAO y el Gobierno Nacional, han establecido características y criterios que rigen para la utilización de los recursos. Por consiguiente, cada solicitud debe cumplir los canales acordados para su presentación y aprobación. En Argentina deben tramitarse a través del Punto Focal FAO, en comunicación con las áreas relacionadas de la Cancillería, siendo necesario contar con el acompañamiento de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos como organismo competente.

La FAO en la región y en la Argentina

La FAO posee una Oficina Regional para América Latina y el Caribe, a cargo actualmente del Sr. Graciano Da Silva (Brasil), situada en la Ciudad de Santiago de Chile. La principal función de estas oficinas es la determinación, planificación y ejecución general de las actividades

prioritarias de la FAO en la región.

La Representación de la FAO en nuestro país fue oficialmente inaugurada el 16 de octubre de 2003, pero su presencia en Argentina se remonta a hace más de 30 años. Argentina es miembro de la FAO desde el 21 de noviembre de 1951, con lo que se logró una vasta Cooperación Técnica expresada a través de un centenar de Proyectos y de actividades conjuntas, con resultados destacados y experiencias reconocidas a nivel internacional.

Punto Focal ante la FAO

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, es el organismo nacional con directa relación con las principales cuestiones abordadas por la FAO. Coordina el **Punto Focal** ante la FAO la Dirección Nacional de Agroindustria de la Subsecretaría de Agroindustria y Mercados. Esta coordinación tiene como funciones:

- ❑ Actuar como nexo entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, y la FAO, con el objeto de aprovechar mejor el trabajo conjunto y de los recursos.
- ❑ Asistir al señor Secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, y contribuir a definir las prioridades y ejes nacionales para la asistencia de dicho Organismo.
- ❑ Centralizar la información, comunicaciones y solicitudes de asistencia, a efectos de favorecer el desarrollo de actividades del organismo en nuestro país.
- ❑ Colaborar en la articulación institucional con la Representación de la FAO en Argentina, con áreas vinculadas de la Cancillería y, con otras instituciones nacionales e internacionales relacionadas.

Entre los objetivos esenciales del organismo se hallan el de alcanzar la Seguridad Alimentaria, aumentar la productividad agrícola y elevar el nivel de vida de la población rural. Esta línea se correlaciona con las políticas nacionales que tienden a fortalecer el desarrollo agroindustrial y agroenergético, incrementar la competitividad y el posicionamiento productivo, brindar apoyo a las economías regionales y a la agricultura familiar, facilitar la disponibilidad de tecnologías y de créditos, y desarrollar procesos de agregado de valor en las cadenas agroindustriales.

Actividades y Proyectos de la FAO

Actuación del Punto Focal

La Dirección Nacional de Agroindustria (DNA) viene desarrollando las siguientes acciones:

1. Relacionamiento entre la Secretaría de Agricultura y la FAO.

- ❑ Actualización de la página web www.alimentosargentinos.gov.ar/punto_focal/, en la cual se dispuso mayor información del organismo y del Punto Focal FAO.
- ❑ Articulación de acciones con la Representación de la FAO en Argentina y con la Representante argentina ante la FAO, con áreas de la Cancillería y, con otras instituciones nacionales e internacionales relacionadas.
- ❑ Aprovechamiento de la capacidad de la FAO como fuente de información y estadística, y como red de conocimiento especializado, instrumentando consultas y contactos con las distintas áreas proveedoras de esta información en el organismo.
- ❑ Sistema de registro y seguimiento de documentación relacionada con la FAO, centralizando la información y actuando como enlace de las distintas comunicaciones e informes a nivel nacional. Opera como fuente de emisión y redireccionamiento de comunicaciones, invitaciones a las distintas reuniones, y proyecta opinión respecto a cuestiones prioritarias, elaborando reportes semanales, informes de actualidad y resúmenes específicos de los temas tratados.

2. Seguimiento de los Proyectos FAO en Argentina.

Para atender eventuales dificultades que afronte la instrumentación de los Proyectos, se dispuso iniciar un seguimiento y brindar mayor asistencia a los mismos, acompañando el desarrollo de esas acciones en nuestro país. Así, conjuntamente con la Representación de la FAO en Argentina se realiza el seguimiento de la información y el estado de los Proyectos desde que se presentan hasta que son aprobados, ejecutados y finalizados.

El seguimiento permite trazar el siguiente panorama:

Han finalizado cinco Proyectos en el presente año

- ❑ TCP/ARG/3101 - Educación alimentaria y nutricional en escuelas de educación general básica/primaria.

- ❑ TCP/ARG/3102 - Fortalecimiento institucional de las capacidades técnicas y económicas del movimiento cooperativo en Mendoza.
- ❑ TCP F/ARG/3201 - Formulación del Plan Nacional de Acuicultura.
- ❑ TFD-06/ARG/001 - Aumento de la producción de dulces y conservas en San Juan.
- ❑ GCP/RLA/160/SPA - Iniciativa América Latina y Caribe Sin Hambre 2025 - ALCSSH 2025

Se hallan en ejecución seis Proyectos:

- ❑ TCP/ARG/3104 - Buenas prácticas agrícolas y organización comunitaria para la generación de ingresos y acceso a mercados de la agricultura familiar.
- ❑ TCP/ARG/3201 - Programa de Modernización del Sistema de Riego en la provincia de Santiago del Estero.
- ❑ TCP/RLA/3107 - Desarrollo de bases de datos y tablas de composición de alimentos de Argentina, Chile y Paraguay para fortalecer el comercio internacional y la protección de los consumidores.
- ❑ TCP/RLA/3203 - Fortalecimiento de las capacidades de los países para el monitoreo, evaluación y reporte del progreso alcanzado en el manejo forestal sostenible mediante el desarrollo, uso e implementación de los criterios e indicadores.
- ❑ GCP/RLA/170/SPA - Implicaciones de las políticas sobre biocombustibles en la seguridad alimentaria de países seleccionados de América Latina.
- ❑ EP/GLO/502/GEF - Evaluación de la Degradación de Tierras en Zonas Áridas (LADA)

Han sido aprobados nueve Proyectos FAO, que se hallan pendientes de ejecución:

- ❑ TCP/ARG/3202 - Fomento de la acuicultura rural para la región Central y Norte del país, por medio de la producción de raciones de balanceados a menor costo.
- ❑ TCP F/ARG/3201 - Capacitación en Sistemas de Información de Recursos de Tierras para la Planificación (SIRTPLAN-FAO).
- ❑ TCP F/ARG/3201 - Diseño de modelos de costos de los procesos implicados, desde la hacienda vacuna en planta frigorífica hasta la distribución de los productos cárnicos vacunos en punto de venta minorista,
- ❑ TCP F/ARG/3201 - Apoyo al Congreso Forestal Mundial. Examen de las políticas nacionales relativas a “Bosques y Cambio Climático” y “Bosques y Energía”.

- ❑ TCP F/ARG/3201 - Lineamientos para acompañar y transitar el cambio hacia una Agenda agropecuaria - agroindustrial integrada, en el marco de un Modelo de Desarrollo de Matriz Diversificada con Inclusión Social.
- ❑ TCP F/ARG/3201 - Formulación del Marco Nacional de Prioridades de Asistencia Técnica de la FAO en el mediano Plazo (MNPMP).
- ❑ TCP/RLA/...- Proyecto regional sobre la calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina.
- ❑ TCP/RLA/...- Asistencia para el diseño y fortalecimiento de políticas de inocuidad de alimentos para los países de la región,
- ❑ TCP/RLA/...- Apoyo al Seguimiento a la Conferencia Internacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural (CIRADR) en Sudamérica.

Por un mayor compromiso

La relevancia que tiene la actividad de la FAO a nivel mundial y en nuestro país, compromete a quienes trabajan en el Punto Focal, a desempeñarse con la mayor eficiencia, desplegando esfuerzo y creatividad para agilizar el trabajo conjunto, optimizar el aprovechamiento de los recursos y contribuir a que las acciones de la Organización alcancen el mayor impacto posible en la mejora de la producción de alimentos y la calidad de vida de quienes la protagonizan.

Es una tarea que se desarrollará mejor cuanto mayor sea el compromiso de quienes se encuentran vinculados al sector, por lo que invitamos a los organismos y a los actores relacionados a colaborar en sus áreas de competencia. Nos ponemos a su entera disposición para brindar la información que resulte de su interés y/o para analizar y desarrollar las propuestas y acciones que estimen necesarias a fin de concretar los objetivos de mejoramiento que guían la acción de la FAO.

Fuentes consultadas

<http://www.un.org/spanish/> - <http://www.fao.org/es/> - <http://www.rlc.fao.org/> - <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/puntofocal.asp/>

Virus en Alimentos

Lic. Arnaldo Nonzioli
Dirección de Promoción de la
Competitividad y Valor Agregado

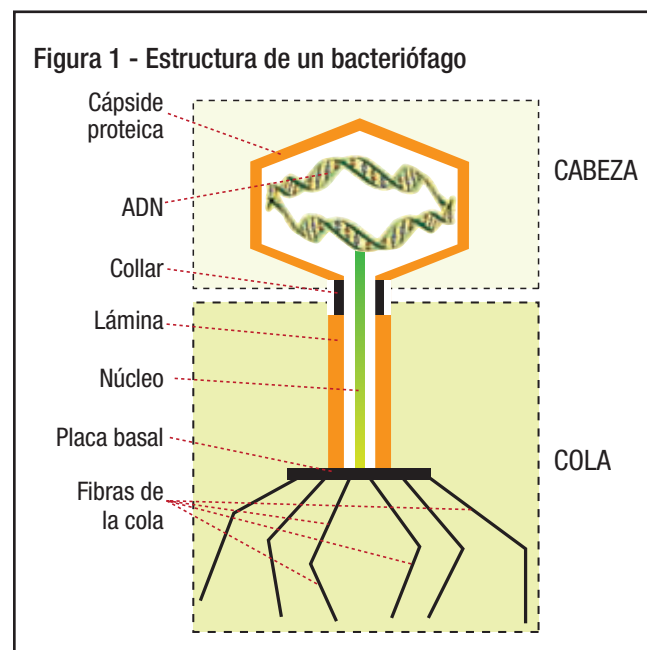
El término **virus** deriva del latín “*veneno*” y todavía resulta apto para nombrarlo dado que, como lo demuestran los acontecimientos que vivimos día a día, los virus constituyen uno de los grandes problemas de la salud humana.

Los virus son microorganismos submicroscópicos, que estructuralmente se caracterizan por tener un material genético rodeado por una cápsula o envoltura protectora de material proteico llamada *cápside*. La partícula viral completa se denomina *virión*.

El material genético de los virus está compuesto por *ácido ribonucleico* (ARN) o por *ácido desoxiribonucleico* (ADN), que contienen la información que va a permitir su multiplicación y, por tanto, su supervivencia. Hasta ahora todos los virus que se conocen presentan un solo tipo de ácido nucleico (ya sea ADN o ARN, pero no los dos).

Los virus son parásitos intracelulares obligados, lo cual quiere decir que necesitan una célula hospedante, ya que en vida libre no sobreviven. Existen diferentes tipos de virus que pueden infectar distintos tipos de células. En particular los *bacteriófagos* o *fagos* son virus que se reproducen en bacterias.

La partícula de virus penetra solo en una célula apropiada. La especificidad depende de la interacción de la cubierta proteica con los receptores que se encuentran en la célula hospedante.



También se han encontrado virus que presentan lípidos, aunque éstos son tomados de la célula que infectan.

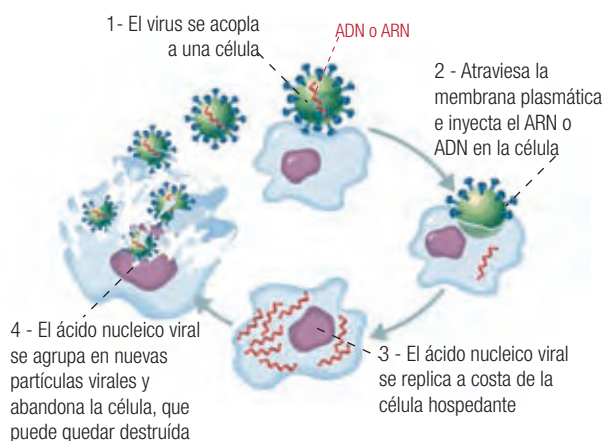
El tamaño y la forma de los virus son muy variables. Existen dos grupos estructurales básicos: isométricos, con forma de varilla o alargados, y virus complejos, con cabeza y cola (como algunos bacteriófagos). Los virus más pequeños son icosaédricos (polígonos de 20 lados) que miden entre 18 y 20 nanómetros de ancho (1 nanómetro = 1 millonésima parte de 1 milímetro). Los de mayor tamaño son los alargados; algunos miden varios micrómetros de longitud, pero no suelen medir más de 100 nanómetros de ancho. Así, los

virus más largos tienen un ancho que está por debajo de los límites de resolución del microscopio óptico, utilizado para estudiar bacterias y otros microorganismos.

Cómo se reproducen los virus

Al carecer de las enzimas y precursores metabólicos necesarios para su propia replicación, los virus tienen que obtenerlos de la célula que infectan. No obstante, se sabe que algunos virus pueden vivir alrededor de unos cuarenta días sin que tengan algún hospedante en el cual reproducirse. Así, los virus sólo se replican en células con metabolismo activo; fuera de ellas son macromoléculas inertes. La razón de ello es que, para que el ácido nucleico del virus pueda replicarse, necesita utilizar la maquinaria enzimática y estructural de una célula viva. El ácido nucleico del virus se replica y dirige la formación de nuevas cápsides proteicas utilizando las enzimas de la célula hospedante y otro equipamiento metabólico.

Figura 2 - Reproducción de los virus



Una única partícula viral puede originar una progenie de miles. Determinados virus se liberan destruyendo la célula infectada, y otros sin embargo salen de la célula sin destruirla por un proceso de *exocitosis* que aprovecha las propias membranas celulares. En algunos casos las infecciones son 'silenciosas', es decir, los virus se replican en el interior de la célula sin causar daño evidente.

Virus entéricos de transmisión alimentaria

Cada vez se reconoce más a las infecciones virales transmitidas por los alimentos como causantes de enfermedades en los seres humanos.

Los centros para el Control y Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos (CDC) estiman que 76 millones de americanos se enferman, más de 300.000 son hospitalizados y 5.000 personas mueren cada año por enfermedades transmitidas por los alimentos. **De esas enfermedades más de la mitad son producidas por virus.**

Los virus proceden de los organismos que infectan, ya que cuando una célula se infecta libera cientos o miles de partículas que pasan al medio. Es entonces cuando el agua, algunos productos de la pesca y los vegetales pueden contaminarse, vehiculizando la infección hacia personas sanas.

Los virus transmitidos por los alimentos son generalmente entéricos: infectan por vía oral (ingestión) y se eliminan por las heces.

El riesgo depende de la capacidad de supervivencia y de la resistencia de las partículas víricas a las condiciones ambientales.

El agua: primer vehículo de diseminación

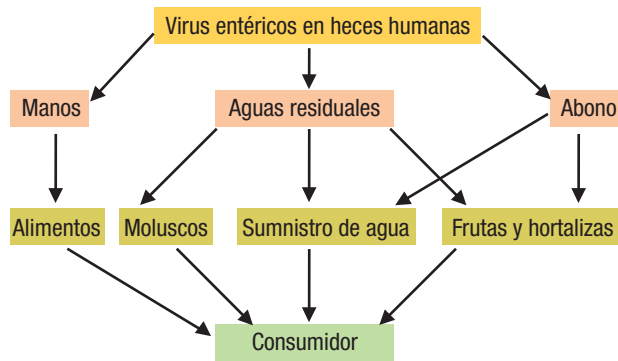
Son las personas infectadas quienes eliminan, normalmente con sus heces, una gran cantidad de partículas virales. A partir de allí, el agua se convierte en un primer vehículo de diseminación. Los virus van a poder llegar al medio ambiente y contaminar los alimentos por diversas vías: ya sea a través del agua usada para consumo humano, o bien por medio de la empleada en cultivos vegetales, abonos, cultivos de moluscos bivalvos o en la preparación de los alimentos. Si el agua contaminada llega al mar, los moluscos son los que van a encontrarse con estos microorganismos, diluidos en el agua y en la materia orgánica.

Así, los vegetales actúan como diseminadores, mientras que los moluscos pueden estar contaminados de forma natural.

Virus entéricos y alimentos implicados

Los alimentos implicados tienden a ser aquellos que están sometidos a un procesamiento mínimo antes de su consumo, como los alimentos frescos y los mariscos moluscoideos, pues éstos normalmente se contaminan con virus en el ambiente de su producción primaria. Además, muchos de los brotes de enfermedades virales transmitidas por alimentos que

Figura 3 - Esquema de la contaminación por virus entéricos



se han documentado, han sido ligados a la contaminación de alimentos preparados *Listos Para el Consumo* (LPC), producida por los individuos que manipulan tales productos.

Dentro de las diferentes especies de virus implicados y tipos de alimentos se destacan:

- ❑ **El virus de la hepatitis A (HAV**, por sus siglas en inglés) se describe en un mayor número de casos, seguido por el Norovirus (**NoV**), ambos en los alimentos frescos, cuya transmisión se debe principalmente al agua de riego y al estiércol.
- ❑ **El NoV** es un virus entérico de elevada infectividad que produce una infección gastrointestinal caracterizada por una diarrea muy importante, que desaparece por sí misma en pocos días. Pese a esto, la infección se transmite también de persona a persona, pudiendo afectar a todos los miembros de una familia. Hay que destacar que la resistencia de estos virus es de semanas a meses en la superficie de los vegetales, y no parece muy claro que el empleo de desinfectantes sobre estos productos consiga la eliminación de las partículas.
- ❑ **NoV y HAV en moluscos bivalvos** (almejas, berberechos, mejillones, ostras, etc): cuya transmisión se debe al agua contaminada con materia fecal presente en las áreas de producción o crecimiento.
- ❑ **NoV y HAV en los alimentos LPC**, contaminados durante su manipulación en la cadena de producción.

También existen otros tipos de virus menos frecuentes tales como, rotavirus, adenovirus, astrovirus y sapovirus. (Fig. 4).

Los virus entéricos se replican en el intestino de los individuos infectados y se transmiten por vía fecal-oral;

sobreviven al ambiente ácido del estómago y las condiciones básicas del intestino delgado y enzimas. Resisten de igual modo las condiciones del medio ambiente.

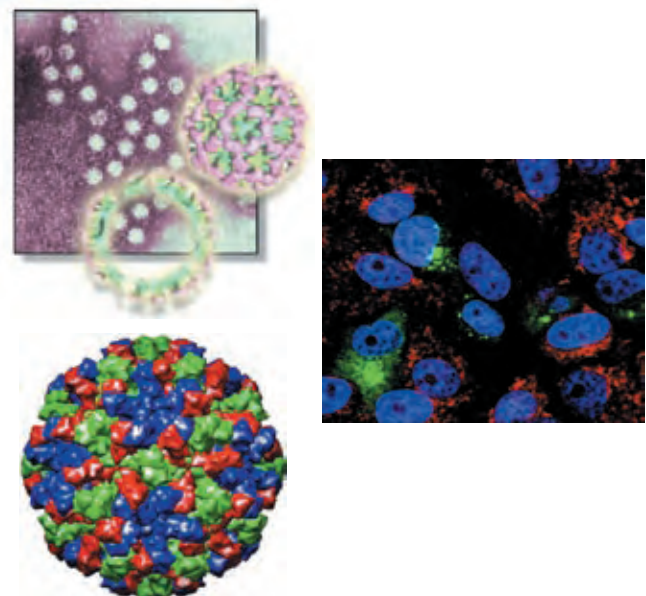
Virus y comercio internacional

Los productos frescos representan el principal componente de la alimentación en casi todos los países del mundo. Cuentan con un patrón de distribución amplio y complejo, en su mayor parte a nivel nacional, pero también participan con volúmenes y valores muy importantes en el comercio internacional.

En muchos países los mariscos moluscoideos son un alimento popular, pero generalmente en una escala pequeña. El problema de los moluscos es que se alimentan por filtración, lo que implica una concentración de los virus en niveles importantes. En este tipo de productos la infección vírica puede deberse al cultivo de dichos animales en aguas contaminadas y su posterior consumo sin ningún o muy poco tratamiento térmico. El riesgo es que existe un comercio internacional considerable de estos productos.

Los alimentos LPC se producen cada vez más local y regionalmente y sólo ingresa al comercio internacional un volumen restringido de ellos. La persistencia en el ambiente

Figura 4: Imágenes de diversos virus alimentarios



natural y en los alimentos de algunos virus de transmisión alimentaria, permite que sobrevivan al tiempo y los manipuleos que involucra el comercio internacional. Esto significa que el riesgo asociado con estos virus puede llevar al surgimiento de brotes internacionales de enfermedades y/o provocar pérdidas económicas elevadas.

Diagnóstico de enfermedades virales de transmisión alimentaria

Mientras en muchos países se considera ahora que los virus son una causa extraordinariamente frecuente de enfermedades de transmisión alimentaria, raramente se los diagnostica, debido a que el uso de los instrumentos de análisis y diagnóstico de virus todavía no está generalizado.

No obstante, recientemente se han realizado grandes progresos en cuanto en la metodología para detectar e identificar virus en muestras, tanto de alimentos como clínicas. Estas novedades deberían facilitar la evaluación de la carga real de enfermedades de transmisión alimentaria vinculadas a virus, además de mejorar las estrategias de prevención y control en los productos alimenticios y el riesgo correspondiente.

Requisitos legales y desarrollo del método analítico

Respecto a la legislación aplicable sobre virus en alimentos, aún no se han establecido metodologías oficiales a seguir y límites aplicables. Las únicas referencias a los virus aparecen en el Reglamento CE 2073 del 15 de noviembre de 2005 de la Comisión relativo a criterios microbiológicos aplicables a productos alimenticios, en la que se reseña únicamente lo siguiente:

- ❑ “Se establece que los indicadores fecales convencionales no son fiables para determinar presencia/ausencia de NoV, ni para determinar los periodos de depuración del marisco”
- ❑ “Cuando los métodos analíticos estén lo suficientemente desarrollados deberán establecerse criterios para los virus patógenos en moluscos bivalvos vivos”.

La existencia de este vacío legal hace necesario desarrollar una metodología analítica que permita analizar los virus de mayor incidencia en alimentos y utilizarla en los laboratorios

de control rutinario. En relación con esto, el grupo europeo de normalización (CEN) a través del grupo de trabajo TAG 4 de detección de virus en alimentos (CEN/TC 75/WG6/TAG4), está desarrollando desde 2004 toda la metodología analítica necesaria para la normalización de las técnicas de análisis de virus entéricos en alimentos.

En la actualidad existe un mandato de la UE (M381, febrero 2007) dirigido al Comité Europeo de Normalización, en el que se incluye un programa de estandarización y validación relativo a la elaboración de nuevos métodos en microbiología de alimentos de diversos patógenos entre los que se encuentran los NoV y HAV. Como resultado de la Reunión de expertos FAO/OMS sobre virus en los alimentos, que tuvo lugar en mayo de 2007 en los Países Bajos, se dispone ya de un considerable asesoramiento científico sobre el tema.

En el plano internacional, el Codex Alimentarius está examinando los tipos de instrumentos de gestión del riesgo que pueden crearse para ayudar a los países a proteger la salud de los consumidores frente a las enfermedades víricas de transmisión alimentaria.

Con el fin de facilitar esta labor, la FAO y la OMS comienzan a ocuparse de la cuestión, partiendo de un examen de los conocimientos actuales sobre los virus en los alimentos y sus efectos, con el objetivo de ofrecer asesoramiento y orientación en relación con las combinaciones virus-productos que son motivo de especial preocupación, las cuestiones que deben abordar los gestores de riesgos y las opciones que tienen a su disposición, así como la búsqueda de la información científica adicional que se necesita para ofrecer asesoramiento.

La Comisión del *Codex Alimentarius*, en el **Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias**, 32º período de sesiones (Roma, 29 de Junio al 4 de Julio de 2009), trató el informe de la **40.ª Reunión del Comité del Codex sobre Higiene de los Alimentos** elaborado en la ciudad de Guatemala, en diciembre de 2008. En el mencionado trabajo figura un documento de proyecto para un nuevo trabajo sobre el **Código de Prácticas de Higiene para el Control de Virus en los Alimentos**.

Entre los criterios aplicables a las cuestiones generales figura la **diversificación de las legislaciones nacionales e**

impedimentos resultantes o posibles que se oponen al comercio internacional. Este nuevo trabajo proporcionará una guía que permitirá que los países desarrollen sus propias estrategias de gestión de riesgo para el control de los virus en los alimentos.

Cómo controlar los virus en los alimentos

El control de virus en los alimentos es realmente complicado por varias razones:

- ❑ Los puntos de la contaminación potencial determinan la estrategia apropiada de intervención para prevenir la enfermedad. El alimento puede estar contaminado en la fuente, es decir, en los lechos de mariscos contaminados, en sembradíos de vegetales, o durante el procesamiento.
- ❑ Los indicadores bacterianos no siempre predicen la contaminación viral. Los análisis de alimentos que se realizan comúnmente no son prácticos, debido a la pequeña cantidad de virus presentes en relación al tamaño y a la complejidad de las muestras de alimentos.
- ❑ Además, los HAV no se multiplican bien en los cultivos celulares convencionales y el NoV no lo hace, lo que complica su estudio. Para proceder a su determinación hay que tomar una gran cantidad de muestras, aislando y concentrando las partículas, para luego proceder a su determinación por técnicas moleculares.

Recientemente se han producido avances considerables, detectando ácido nucleico viral por amplificación mediante la técnica de *Reacción en Cadena de la Polimerasa (PCR)*. Por ejemplo, se ha reportado detección, mediante PCR, de sólo 0,2 partículas infecciosas de virus por gramo de carne de ostra. El problema es que la detección de virus a este nivel de sensibilidad toma mucho tiempo y no es viable como procedimiento de rutina. Más bien, la PCR es de mayor utilidad para determinar la fuente y el patrón de transmisión de los brotes de las enfermedades.

Por todo esto, la mejor solución es aplicar óptimas medidas de higiene de prevención. Si se impide la contaminación fecal; se asegura una buena manipulación para limitar las contaminaciones cruzadas; se emplea agua potable controlada y, sobre todo, se aplican medidas de higiene personal rigurosas (lavarse las manos después de ir al baño

y antes de manipular alimentos), podría limitarse la llegada de estos microorganismos a los alimentos y el número de casos asociados a estos agentes.

Entre las otras medidas preventivas básicas que pueden aplicarse figuran:

Excluir durante 48 horas tras el cese de los síntomas a los manipuladores de alimentos que se hayan infectado, sintomáticos o asintomáticos. Se ha comprobado que existe transmisión viral tanto en el período *pre como postsintomático*, por lo que pueden contaminar los alimentos en cualquier punto de la cadena alimenticia.

Agua potable: el consumo de aguas contaminadas es causa de aproximadamente entre el 14-40% de las enfermedades gastrointestinales. Por tanto, asegurar la calidad de la misma es fundamental, comenzando por disponer un agua de origen de buena calidad y controlarla periódicamente.

Moluscos bivalvos: aunque la depuración de los moluscos contribuye a reducir los niveles de carga viral y por tanto el riesgo por infección, se ha demostrado que es insuficiente para eliminar los virus completamente.

Vegetales y frutos blandos: son varios los factores que influyen para que estos alimentos sean fuente susceptible de contaminación viral. Su consumo crudo, el elevado contenido de agua y la manipulación previa al consumo suponen una oportunidad de contaminación.

Alimentos listos para el consumo: cualquier alimento que se pueda contaminar con agua que tenga contaminación fecal, o por medio de manipuladores de alimentos infectados y que no sufra un posterior proceso de tratamiento efectivo de eliminación viral, puede ser susceptible de originar brotes infecciosos.

No hay dudas de que el desarrollo y la estandarización de la metodología analítica van a contribuir a valorar de una forma más objetiva la incidencia real de los virus y sus vías de diseminación, pero igualmente existe una imperiosa necesidad de mejorar la red de vigilancia epidemiológica.

El desarrollo de los sistemas de vigilancia epidemiológica, tanto en Europa como en Estados Unidos, están adquiriendo

gran importancia como fuente de información para establecer la incidencia real de los virus entéricos, así como para estimar la proporción del total que se transmiten por vía alimentaria, determinar los alimentos de alto riesgo y sus rutas de transmisión, y para valorar la aparición de cepas pandémicas y establecer los mecanismos de emergencia de las diferentes cepas.

El gran impacto que tienen en la Salud Pública los virus entéricos humanos transmitidos a través de los alimentos ha preocupado y puesto en guardia a los organismos internacionales y a la comunidad científica. La mejora de las redes de vigilancia epidemiológica y el desarrollo y estandarización de la metodología analítica permitirán valorar de forma más objetiva la incidencia real de los virus y sus vías de diseminación. Pero mientras estos avances se concretan es imprescindible aplicar el máximo empeño en el cumplimiento de las medidas de prevención.

Bibliografía consultada

Virus entéricos en alimentos: Incidencia y métodos de control. R. Rodrigo, L. Tomás Cobos, E. Mellado, D. Tomas. *Seguridad Alimentaria.* www.colvema.org/PDF/8286Virus.pdf - Cliver, D.O. *Other viral foodborne viral diseases*, en *Foodborne disease handbook*, Vol. 2, *Diseases caused by viruses, parasites and fungi* (Huy, Y.G.; Gorham, J.R.; Murrell, K.D. y Cliver, D.O. Eds). Marcel Decker. New York (USA), 1994 - *Viruses in food: scientific advice to support risk management activities: Meeting report. Microbiological Risk Assessment Series 13.* FAO/WHO (2008) (ISBN 978-92-5-106117-6) - Bofill-Mas et al. *Efectos sobre la salud de la contaminación de agua y alimentos por virus emergentes humanos.* *Revista Española de Salud Pública*, 2005, vol.79, N° 2 - Carter, G. *Enterically infecting viruses: pathogenicity, transmission and significance for food and waterborne infection. A review.* 2005, *J of Appl Microb*, 98, 1354-1380 - CEN (Comité Europeo de Normalización): CEN/TC 275/WG6/TAG4 - www.eurosurveillance.org - www.cdc.gov/foodnet - www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2002/02/27/1091.php



Lic. Ciro Guillermo Negri
 Colaboración: Lic. Natalia Bonvini
 Dirección de Promoción de la
 Competitividad y Agregado de Valor

Se desconoce la fecha exacta en que “nació” el aceto balsámico, pero en textos que datan del siglo X ya se menciona la existencia de este producto. Su nombre se debe posiblemente al antiguo uso que se le daba como medicamento. Documentos de comienzos del siglo XVII oriundos de la provincia de Módena, Italia, revelan el interés de las autoridades hacia el aceto balsámico como un producto exquisito para el agasajo de los nobles, sumado a sus propiedades desinfectantes y medicinales contra ciertas enfermedades y molestias tales como el dolor estomacal, entre otras.

Durante el siglo XVIII fue valorizado como producto de exportación y difundido por los mercaderes ingleses en el resto del continente europeo. A partir de entonces, la fama y jerarquía de sus cualidades de sabor y aroma recorren el mundo, incorporándolo a distintos hábitos alimentarios.

A fines del siglo XIX, Argentina recibió una gran cantidad de inmigrantes italianos. Con sus hábitos e historia a cuestas, algunos de ellos buscaron tierras propicias para desarrollar esa producción, reconociendo en la zona de Cuyo un clima

Aceto balsámico

Aromas, sabores y secretos



continental ideal para el cultivo de la vid, con días de sol intenso y noches de bajas temperaturas.

El secreto de la elaboración del aceto balsámico se transfirió de una generación a la otra y se mantuvo relativamente en pocas manos, convirtiéndose en un producto valorado que encontró en las vides nacionales la materia prima ideal para volcar la antigua tradición adquirida por aquellos inmigrantes en su terruño natal.

Puede definirse al aceto balsámico como el producto obtenido de las fermentaciones (alcohólica y acética) del mosto cocido de uva con posterior añejamiento. El Código Alimentario Argentino (CAA) aún no contiene una definición específica del aceto balsámico, si bien establece un tratamiento jurídico para distintos tipos de vinagres, entre ellos el de vino, el de alcohol, el de cerveza, miel, azúcar, o cereal. Los requisitos establecidos son de carácter obligatorio para todos los vinagres comercializados en la República Argentina.

En referencia a la normativa internacional, no es abundante

el material jurídico referido al aceto balsámico, al contrario de lo que sucede con la historia de su elaboración en los países del viejo continente. Dicha legislación fija condiciones y requisitos específicos para los vinagres, incluyendo en algunos casos los acetos. Algunas de las normas encontradas son las siguientes:

- ❑ Codex Stan N° 162/1987. Norma Codex para el vinagre.
- ❑ España: Real Decreto 2070/1993, del 26 de noviembre. Aprueba la regulación Técnico-Sanitaria para la elaboración y comercialización de los vinagres.
- ❑ España: Real Decreto 1334/1999, del 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, la cual considera al vinagre de vino.

Asimismo, era de esperar que un producto tan antiguo como el aceto balsámico fuera diferenciado a través de sellos de calidad, por denominaciones de origen (DO) o identificaciones geográficas (IG). Algunas de esas herramientas son:

Decreto 151/1998, de 28 de julio, del Gobierno de Aragón

(España), que regula la marca “Calidad Alimentaria”. Efectúa un tratamiento contemplando al vinagre de vino.

Reglamento (CE) N° 510/2006 del Consejo “sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios”. El Artículo 1 del reglamento establece que el ámbito de aplicación es exclusivo para los vinagres de vino, dentro de los productos del sector vitivinícola.

Algunas de las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen reconocidas son:

- ❑ El Reglamento (CE) N° 583/2009 de la Comisión, de 3 de julio de 2009, el cual inscribe al *Aceto Balsamico di Modena* (IGP), Italia.
- ❑ El Reglamento (CE) N° 813/2000 del Consejo, de 17 de abril de 2000, por el que se inscriben:
 - ◆ El *Aceto balsamico tradizionale di Modena* (DOP) - Italia.
 - ◆ El *Aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia* (DOP) - Italia.

Según los conocedores del tema el auténtico aceto balsámico, con denominación de origen controlada (D.O.C.), lleva el nombre *tradizionale* y es elaborado en forma artesanal por una agrupación de selectos *vinai* (productores del vinagre) de la región de Modena o Reggio Emilia en Italia. Es producido a partir del jugo de uvas de la cepa *Trebbiano*, por lo cual no deriva del vino, como sucede con los vinagres

Elaboración y comercialización

El vinagre es el resultado de dos fermentaciones de varias matrices alimentarias, como el vino blanco, de arroz, azafrán, coco, frambuesa, higo, malta, mango, azúcar de caña, sidra, cassís, rosa, mora, jerez, trufa, estragón, entre otros.

En el mercado interno se comercializan productos que se obtienen por lo general a partir del vinagre de alcohol, frutas de carozo o vino, que pueden contener colorante caramelo (E.150 -a,b,c,d-; INS.150 -a,b,c,d-) o mosto concentrado de uva como correctores de color, emulsionantes o aglutinantes de uso alimentario.

Los aliños similares a los acetos balsámicos contienen distintos ingredientes como por ejemplo miel, arropo, melaza, entre otros, que forman parte del “*segreto industrial*” según lo que sostienen integrantes del sector productivo y/o comercializador.

El tiempo de añejamiento de los productos (considerados vinagres balsámicos o acetos) de elaboración nacional, oscila mayoritariamente entre los 2 y los 3 años, y excepcionalmente de 3 a 5 y hasta 7 años. En estos últimos casos se trata de productos que se valorizan más en función del diferencial organoléptico que alcanzan respecto de los que poseen menor tiempo de añejamiento. A través de los años, el carácter final del producto se va desarrollando acompañado por las temperaturas altas y bajas que imponen los climas, alcanzando un equilibrio de aroma y sabor que conserva y exalta su fragancia, color y sabor, virtudes que lo convierten en un producto especial y demandado.

Entre todos los vinagres y acetos del mundo el mejor posicionado es el *Aceto Balsamico Tradizionale di Módena*, no sólo por su historia sino fundamentalmente por su método de elaboración que le otorga características organolépticas muy particulares (ver recuadro página 64).

El principal productor y comercializador mundial de aceto balsámico es Italia, en tanto que España, EE.UU. y Alemania encabezan la producción y comercio de vinagres, sucedáneos y aliños tipo balsámicos.

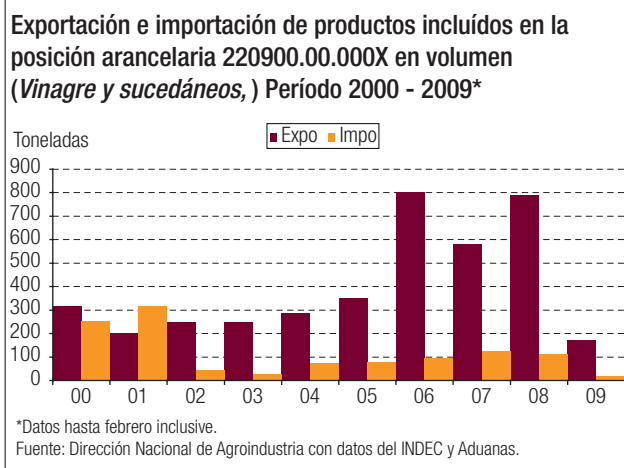
Importaciones nacionales

El origen de los acetos balsámicos importados por Argentina corresponde principalmente a Italia (Provincias de Módena, Reggio Emilia, Parma). En cambio, la importación de vinagres y otros aliños procede de países como España, Francia, EE.UU., Alemania, Corea, Taiwán.

Algunas de las marcas importadas de aliños balsámicos son: De Nigris, Mazzeti, Del Verde, Colavita, Monini, Fini, Borges, Filippo Berio, entre otras. La mayoría de ellas elaboran industrialmente un producto que consiste en mezcla de vinagres, adición de espesantes y colorantes. Por lo tanto, dichos productos pueden ser un buen aliño, pero no son considerados acetos balsámicos elaborados mediante el método tradicional.

Actualmente, la mayoría de los acetos importados que se hallan en las góndolas locales no son producidos con el método tradicional. Sin embargo, hasta 2008 eran importados y comercializados, mayormente por super e hipermercados, acetos balsámicos obtenidos con procedimientos tradicionales (marcas Mazzeti y Monini); y hasta 2004 se importaban acetos balsámicos con denominación de origen de entre 12 y 25 años de añejamiento comercializados principalmente por vinotecas.

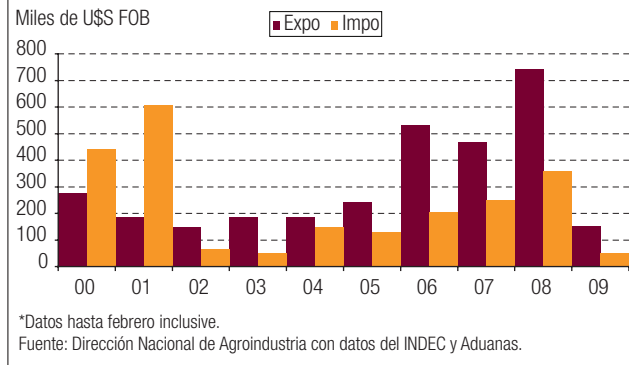
Las operaciones comerciales internacionales para el aceto balsámico se canalizan a través de la posición arancelaria: 220900.00.000X "Vinagre y sucedáneos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético", dentro del Capítulo 22 "Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre" del Nomenclador Común del MERCOSUR. Desde enero de 2000 hasta febrero de 2009 inclusive se registraron 468 operaciones en la posición arancelaria mencionada, estimándose que 147 de ellas (el 31,4%) corresponden a aceto de origen principalmente italiano (aprox. el 87,0%). Le siguen las importaciones provenientes de España. Cabe destacar que dichas operaciones comerciales son concretadas por grandes cadenas de supermercados y distribuidores.



Exportaciones e importaciones

Argentina no se destaca como exportador de aceto balsámico. Sus ventas ascienden a algunas decenas de toneladas, siendo mucho mayor el volumen exportado de vinagres. Entre los compradores del aceto balsámico argentino figuran Uruguay, Brasil, Paraguay, Costa, Rica, EEUU, México, Perú, Puerto Rico, Taiwán, Venezuela y Chile.

Exportación e importación de productos incluidos en la posición arancelaria 220900.00.000X en miles de US\$ FOB (Vinagre y sucedáneos,) Período 2000 - 2009*



De las 155 exportaciones registradas en la partida Vinagre y sucedáneos, durante 2008 y hasta el mes de febrero de 2009 (inclusive), sólo 42 (aprox. el 27,1%) corresponden a aceto balsámico, y fueron realizadas principalmente por 5 firmas. Tres de ellas reúnen el 75,0 % de dichas operaciones. El resto de los envíos al exterior son muestras y operaciones a cargo de algunas empresas envasadoras.

Los gráficos permiten apreciar que la importación tanto en toneladas como dólares (US\$) FOB fue de gran magnitud mientras el tipo de cambio era 1\$ = 1 US\$, pero cuando esa relación se vio alterada por la devaluación del peso (\$), se produjo una importante reducción de las adquisiciones y que las exportaciones tuvieron un crecimiento leve entre 2003 y 2005, recuperándose a partir de 2006 para alcanzar en 2008 una marca significativa que equivalió a US\$ FOB 744.402.

Historia larga y futuro prometedor

Una larga historia y una elaboración que comprende métodos mantenidos en reserva durante decenas de generaciones hacen que la producción y comercialización de aceto balsámico tenga una particular mística, que de algún modo se mantiene viva con la existencia de algunos secretos industriales propios de cada elaborador.

Por otro lado, el aceto balsámico es ampliamente aceptado tanto a nivel nacional como internacional por profesionales vinculados a la gastronomía: el producto no sólo es utilizado en preparaciones de tipo gourmet, sino que también es considerado en sí mismo -según su nivel de calidad- un producto *gourmet*.

Aceto Balsámico Tradizionale di Módena - Italia. Método tradicional

Su producción comprende dos fermentaciones: la alcohólica (transformación de hidratos de carbono en alcoholes, principalmente etanol) y la acética, (transformación de alcoholes en ácidos, principalmente acético), y en el añejamiento del mosto cocido de uva durante no menos de 12 años.

El Aceto Balsámico se obtiene exclusivamente del lento avinagramiento de mosto de uva cocido, gracias a las “madres” contenidas en pequeñas barricas de distintas maderas. El proceso consiste en hervir a fuego lento el mosto durante varias horas. Una vez que se ha eliminado aproximadamente del 40 al 50% del agua, se lo introduce en botas o tinas donde se inicia el reposo y avinagramiento.

Transcurridos 2 ó 3 años, se continúa cada año con la etapa conocida como “Rincalzo” (método similar al usado en la elaboración de Jerez) que consiste en extraer un máximo de 2 litros de la más pequeña de las botas, los cuales se reemplazan con parte del contenido de la barrica previa y así sucesivamente, hasta que la más grande se rellena de aceto según los litros necesarios para compensar el Rincalzo y la pérdida por evaporación de todas las barricas anteriores, lo que representa aproximadamente un total de 15 a 16 litros.

El añejamiento se lleva a cabo en dichas barricas o toneles de diferentes maderas (roble, castaño, cerezo, fresno y morera), transvasando su

contenido como se mencionaba anteriormente, pero respetando el orden de las distintas maderas que componen a las barricas. En el caso del Aceto Balsámico de Módena este proceso (envejecimiento) debe tener un mínimo de 12 años, pudiendo extenderse hasta los 100 años. Llega a esa edad convertido en un jarabe denso, de unos aromas y sabores extremadamente complejos y agradables.

Luego de esta etapa de envejecimiento, el producto se encuentra listo para ser envasado. Cabe destacar que el aceto continuará evolucionando en el envase, aunque en menor medida, desde el punto de vista organoléptico.



En el mercado local existe una amplia variedad de vinagres y acetos, que difieren en presentación, calidad y precio. En los últimos años, hubo un aumento en la diferenciación de los vinagres, a través de la incorporación de distintas especias aromáticas que le aportan mayor valor agregado.

El incremento registrado por la exportación de estos alimentos demuestra que la producción nacional incrementa su inserción en los mercados internacionales. Ha logrado posicionarse en base a un precio competitivo y un buen nivel de calidad de producto, expresado fielmente por sus características organolépticas.

De todos modos, el sector tiene importantes desafíos por delante, entre ellos sustituir importaciones; avanzar en el agregado de valor; generar reconocimiento de los productos en el consumidor local, y profundizar el posicionamiento de los acetos argentinos como alimentos de alta calidad en el mercado externo.

La producción nacional tiene un amplio espacio para avanzar tanto en el mercado interno como en los externos, pero ha demostrado que es un sector prometedor a la hora de competir con sus congéneres extranjeros, y esto revela que posee una base bien sólida para seguir avanzando.

Fuentes consultadas

Dirección General de Aduanas (DGA) - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) - Secretaría de organización de Modena Fiere, Octubre 2007, “Gusto Balsámico”, Modena Esposizioni SRL. - Boletín Oficial de Aragón, Reglamento Técnico para la utilización de la marca “Calidad Alimentaria” en el vinagre de vino - www.molinos.com.ar - www.diprimsa.es - www.porta.com.ar - www.ambali.com.ar - www.consumer.es.

Agradecemos el material y la información provistos por Claudio D' Auría (Yancanelo S.A.), y por la Sra. Noemí Andino (Compañía Introdutora de Buenos Aires y Dos Anclas S.A.).