



Alimentos Argentinos

SEPTIEMBRE 2010

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

N° 50

Cereales para el desayuno La innovación que no cesa



Cadenas Alimentarias

- Cereales para el desayuno
- Girasol y soja
- Producción de lentejas
- Carne aviar
- Elaboración de dulces y mermeladas

Construir metas compartidas

Plan Estratégico Agropecuario. La trascendencia de repensar en forma conjunta el paradigma productivo para aprovechar las oportunidades que brinda el mundo.

Carnes: escenario de cambios

Bovinos, porcinos, aves y ovinos. Panorama de las modificaciones que se registran en el mercado internacional de carnes tras la última crisis económica global.

HLB, desafío para todos

La marcha del Programa Nacional de Prevención del HLB (*Huanglongbing*) y la enorme importancia de impedir la entrada al país de esta enfermedad de los cítricos.

**NUEVA SECCIÓN
ESTADÍSTICAS**



▶ **PLAN ESTRATÉGICO**
AGROALIMENTARIO
Y AGROINDUSTRIAL
PARTICIPATIVO Y FEDERAL
2010-2016



Ing. Agr. Lorenzo R. Basso
 Secretario de Agricultura,
 Ganadería y Pesca de la Nación

De todos, para todos

Este número es portador de buenas noticias. El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP), encabezado por Julián Domínguez, ya está dirigiendo la implementación del Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Participativo y Federal, 2010-2016 (PEA2). Se trata de un importante desafío de todos y para todos: una verdadera Política de Estado, construcción colectiva que permitirá alcanzar el marco de acción futura para un sector económico y social básico.

Con ese espíritu, hemos convocado a todos los actores económicos, sociales, culturales y políticos para diseñar una estrategia de trabajo común. Desde esta cartera deseamos actuar junto a los representantes privados de forma comprometida y participativa, ordenada y sistemática, para diseñar el largo plazo. Nuestro rol como representantes del Estado será garantizar el bien común más allá de intereses sectoriales, y así hacer realidad un idealpreciado y largamente esperado: un producto final que dé origen a una visión compartida del sector que todos anhelamos.

Apostamos a la sinergia público-privada y, con ello, estamos dando un paso fundamental y fundacional. Apostamos a la energía mancomunada focalizada en la construcción y en el consenso.

Mientras esta convocatoria se desarrolla y comienzan a verse los frutos del trabajo de todos, esta edición les acerca el estado de situación en algunas temáticas que se encuentran en pleno desarrollo: el panorama actual de los intercambios técnico-políticos con el MERCOSUR y la Unión Europea; las perspectivas en producción y mercados de carnes, maíz y la actualización de algunas cadenas y productos como los farináceos de segunda generación, la carne de aves y la elaboración de mermeladas.

Hemos incluido una sección estadística que, de ahora en más, reflejará en cifras y gráficos el desenvolvimiento del sector. También publicamos un informe sobre productos orgánicos que además de los datos actualizados del sector, presenta algunas significativas novedades relacionadas con la información y la difusión de este sistema de producción.

El Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Participativo y Federal 2010-2016 (PEA2) será el instrumento que marcará el rumbo de los Alimentos Argentinos.



**Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación**

Julián Domínguez

*Ministro de Agricultura,
Ganadería y Pesca*

Lorenzo Basso

*Secretario de Agricultura,
Ganadería y Pesca*

Alimentos Argentinos

**Publicación de la Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**

Coordinación General

Carlos Curci González

Producción Editorial

Luis Grassino

Arte, diseño y armado

Eduardo Siutti

Escriben en este número

Ing. Agr. Esteban Barreiro - Téc. Natalia Basso - Téc. Viviana Camerano - Lic. María José Cavallera - Dra. Ing. Agr. María Elena Cossu - Ing. Agr. Natalia Curcio - Ing. Alim. Daniel Franco - Lic. Eduardo Guardini - Lic. Jorge Ernesto Iturriza - Ing. Agr. Karina F. Lamelas - Ing. Alim. Elizabeth P Lezcano - Ing. Zoot. Gisela Mair - Lic. Celina Moreno - Lic. Ciro Guillermo Negri - Téc. Marcia Palamara - Ing. Agr. Lelia Palma - Ing. Agr. Carlos Pouiller - Lic. Rocío Zarza Pansera

Paseo Colón 922 - C1063ACW - Capital Federal

Tel.: 11 4349 2253 - Fax 11 4349 2097

alimentos@minagri.gob.ar

© MAGyP - República Argentina – 2010

www.minagri.gob.ar/alimentos

www.alimentosargentinos.gob.ar

ISSN 0328-9168

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

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 MAGyP: Tel.: 54 11 4349 2588/89

prensa1@minagri.gob.ar

Nuestra portada: cereales para el desayuno

Aplastados, inflados, laminados, en copos, pulidos o abrigantados, los cereales para el desayuno se han convertido en uno de los productos más exitosos de la industria alimentaria, suceso apuntalado además por la irrupción de las masivamente aceptadas barras de cereales. Hijos de tecnologías de procesos altamente avanzadas, estos alimentos tienen como insumos principales al maíz, el arroz, el trigo y la avena, pero sus múltiples posibilidades de presentación y su fortificación con vitaminas y minerales les amplían sin cesar los mercados, que -con razón- consideran a estos productos como beneficiosos para la salud. Se presentan en una variada gama de sabores, texturas, aromas, formas y características nutricionales. Aunque el consumo interno es muy inferior al de los países europeos, desde 2006 las exportaciones argentinas superan las 10.000 toneladas anuales, y las perspectivas son halagüeñas.

Fotografía de tapa: MAGyP.



4 Construir metas compartidas

Plan Estratégico Agropecuario, el desafío de repensar en forma conjunta el paradigma productivo para aprovechar mejor las oportunidades que brinda el mundo.

6 Expectativas renovadas

Estado y perspectivas de las negociaciones MERCOSUR - Unión Europea en torno del intercambio comercial entre ambos bloques.

11 Perspectivas del maíz

Informe sobre el rey de los granos forrajeros. Escenario nacional y marco internacional. La producción y las tendencias de los precios.

15 Carnes: escenario de cambios

Panorama de las sensibles modificaciones que se registran en el mercado internacional de carnes tras la última crisis económica global.

22 A menor límite, mayor confianza

Las singulares características de la enfermedad celíaca. Medidas a tomar para sobrellevarla con una dieta saludable y completa.

57 Desafío para todos

El Programa Nacional de Prevención del HLB (*Huanglongbing*) y la decisión de impedir la entrada de esta enfermedad de los cítricos al país.

60 Mejoras hacia adentro, mejoras hacia afuera

Sello “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”, Testimonios y novedades.

63 Información estadística

Cifras y cuadros sobre comercio exterior, producción nacional y mundial, y exportaciones por producto.

72 Observatorio Virtual

Una ventana hacia las innovaciones y curiosidades registradas por la producción, oferta y consumo de alimentos en todos los rincones del planeta.

74 Alimentos funcionales, promotores de salud

Alcances de la creciente tendencia hacia la elaboración de alimentos cuya composición apunte “*más allá de la necesidad de nutrir*”.

74 El crecimiento y sus herramientas

Cifras, acciones en marcha y nuevas herramientas puestas al servicio de la producción orgánica.

26 Cadenas Alimentarias

26 Cereales para el desayuno



38 Girasol y soja



44 Carne aviar



48 Producción de lentejas



53 Elaboración de dulces y mermeladas



Anunciado en el pasado mes de mayo, y habiéndose realizado numerosas reuniones conjuntas en diferentes puntos del país con representantes de productores, autoridades municipales y provinciales, el **Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial 2010-2016** (nombre sintetizado por la sigla PEA), efectuó su Primer Seminario Nacional en las instalaciones del complejo Parque Norte de la ciudad de Buenos Aires.

La presencia de la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, del titular de la cartera agropecuaria, Julián Domínguez y de otras altas autoridades nacionales, expresa de forma cabal la trascendencia que se le otorga a este Plan, cuya formulación será el resultado de un proceso participativo de planificación económica y sectorial consensuada con el sector privado.

Aunque el Estado ha definido los fundamentos conceptuales que enmarcan el plan, coordinando y dirigiendo el proceso y las acciones a desarrollar, el propósito es que su elaboración colectiva estimule la responsabilidad ciudadana y el involucramiento de la sociedad. Distintas experiencias han demostrado que cuando los actores de un proceso intervienen con su aporte y puntualizan sus expectativas, necesidades e intereses, asumen un compromiso de cambio que garantiza de manera sustancial el logro de los objetivos comunes.

El ministro Domínguez expuso ese criterio y la forma como se enfoca el proceso con definiciones terminantes: *“El PEA constituye la construcción de metas compartidas. No pretendemos*

Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial

Construir metas compartidas



La Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner y el Ministro de Agricultura, Sr. Julián Domínguez, en el acto de presentación del PEA en el Banco de la Nación Argentina.

El desafío de repensar en forma conjunta el paradigma productivo para aprovechar mejor las oportunidades que brinda el mundo

imponerle una idea, un plan de gobierno, ni la suscripción de nuestras políticas a nadie. Estamos convocando a construir la mirada del desafío que el mundo nos ofrece”.

Profundizar e incrementar el valor agregado de la producción, impulsar la bioenergía, resolver situaciones que afectan a los pequeños productores,

o aplicar a la producción una mirada “desde la góndola” para determinar con exactitud lo que requieren los mercados del mundo son algunos de los muchos temas que están siendo abordados por los debates que se dan el marco del PEA, y que necesariamente deben ser contemplados.

La óptica abarcadora que se requiere



El Ministro de Agricultura, Sr. Julián Domínguez, en el Primer Seminario Nacional del PEA en Parque Norte

aplicar al conjunto de la producción fue también objeto de definiciones por el Ministro de Agricultura: *“Donde el mercado puede resolver, que opere con toda su dinámica y con toda su capacidad. Donde el mercado no tiene la capacidad para resolver, como es la situación del pequeño y del mediano productor, el Estado tiene que jugar un rol subsidiario, es decir, generar las condiciones para que quienes son productores puedan seguir*

siéndolo, generando condiciones de competitividad que permitan un desarrollo interno armónico, sostenido y sustentable.”

Desde el punto de vista metodológico la elaboración colectiva del Plan tiene dos componentes principales:

- Un proceso sistemático que, siguiendo una secuencia de etapas, permite a los actores definir una

visión, una misión, escenarios alternativos más probables, describir la situación actual, establecer metas futuras, cuantificar las brechas entre el presente y el futuro deseado, y elaborar planes de acción para cerrar dichas brechas.

- La creación de espacios/ámbitos para la elaboración colectiva del Plan. En el caso del PEA2 estos ámbitos son los Consejos Federales que, de manera ordenada y bajo la conducción del Estado, promueven el involucramiento y compromiso de los diferentes actores con la elaboración de un Plan Estratégico Participativo compartido.

Independientemente de las características propias de cada etapa, lo sustancial de la elaboración del PEA, es que su combustible esencial son el intercambio y el debate de los protagonistas, ya que el Estado juega el rol de impulsor y coordinador del proceso.

Por esa razón, la Presidenta Fernández de Kirchner, cuyas reflexiones cerraron el Seminario de Parque Norte, instó con firmeza a *“discutir y debatir sin temor”*, dado que *“de los debates y las diferencias, como de las dudas, emergen las grandes conclusiones, ideas y proyectos”* Puntualizó también su convicción de acordar la instrumentación de políticas de Estado en materia agropecuaria *“a partir de las discusiones de los distintos sectores productivos y académicos del país. En los próximos seis meses esperamos alumbrar este proyecto para fijar una política de Estado. Esta política debe ser asumida por todos los sectores del país, y no estar sometida a avatares o cambios”*.



La Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner; el Ministro de Agricultura, Julián Domínguez, y el Ministro de Educación en la presentación realizada en el Banco Nación.



Negociaciones MERCOSUR – Unión Europea

Expectativas renovadas



Lic. Jorge Ernesto Iturriza
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

El 17 de mayo pasado, en el marco de la Cumbre Iberoamericana, fue relanzada la negociación de una zona de libre comercio entre MERCOSUR y la UE. Entre el 29 de junio y el 1º de julio se realizó en Buenos Aires un nuevo encuentro negociador en el que las Partes se pusieron de acuerdo acerca del punto desde el que se va a retomar la negociación.

La negociación se había paralizado en 2004. El desequilibrio a favor de la UE resultaba notorio al ofrecer ésta muy limitados beneficios para el sector agropecuario, con falta de respuesta en varias cuestiones cruciales como los subsidios y los aranceles a desgravar, y exigencias muy fuertes en los campos de la industria y la propiedad intelectual.

Los antecedentes

El comercio bilateral ascendió en 2009 a US\$ 23.614 millones, arrojando un saldo superavitario para nuestro país de US\$10.814 millones, resultado de exportaciones argentinas con destino a la UE²⁷ por US\$ 17.214 millones y de importaciones provenientes de dicho bloque de sólo US\$ 6.400 millones.

La Unión Europea constituye un mercado de casi quinientos millones de personas, con un ingreso de US\$ 33.000 / habitante, que importa del mundo bienes agroalimentarios por un valor cercano a los US\$ 140.660 millones.

Entre los principales productos importados por Argentina se destacan: aceites de petróleo; aviones; medicamentos; accesorios de automóviles; coches para

transportes; sueros con anticuerpos; maquinaria; radios, televisores, cámaras, reproductores; motores, productos químicos y preparaciones de la industria química. Los productos agroindustriales tienen escasa participación dentro del total de importaciones realizadas por Argentina desde la UE: su participación promedio para el período 2004-2009 fue del 2,66%.

No obstante, el sector agrícola tiene una significativa participación en nuestras exportaciones hacia la UE, habiendo registrado un importante incremento en los últimos años, en que pasó del 28,53% en 2004 hasta el 45,86% en 2009. Entre los principales productos del sector exportados por Argentina se encuentran: tortas y demás residuos del aceite de soja; carne bovina; maíz; aceite de girasol en bruto; camarones y langostinos congelados; maní; aceite de soja en bruto; limones; tabaco y los demás vinos.

Negociación comercial MERCOSUR – UE

Las negociaciones MERCOSUR - Unión Europea se iniciaron con el Acuerdo Marco de Cooperación Interregional firmado en Madrid el 15 de diciembre de 1995 y procuran llegar a un Acuerdo de Asociación Interregional. Luego de sucesivas etapas de diagnóstico, durante 2001 se concretó el lanzamiento de la negociación. Posteriormente, se realizaron varios pedidos de mejora de las ofertas presentadas hasta septiembre de 2004, fecha de la que datan las ofertas actualmente vigentes y en la que se suspendió el ejercicio negociador. Las negociaciones son conducidas por el Comité de Negociaciones Birregionales (CNB),

que ya se ha reunido en 17 ocasiones.

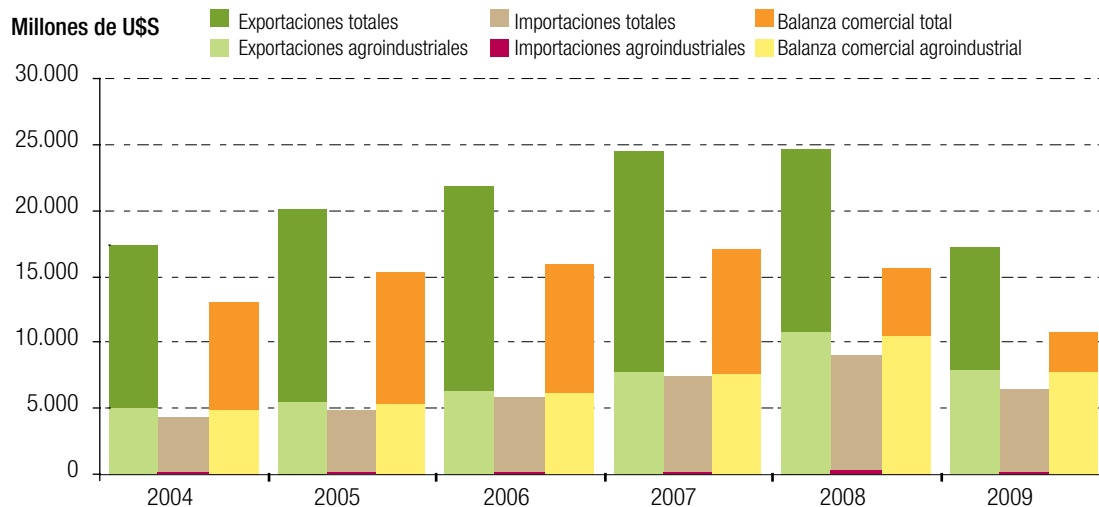
La negociación tiene como objetivo el desarrollo del libre comercio entre los bloques mediante la liberalización comercial bilateral, gradual y recíproca sin excluir ningún sector con sujeción a las reglas de la OMC, bajo el Principio de “compromiso único” (*single undertaking*).

En 2001 se intercambiaron las primeras ofertas de desgravación arancelaria, realizándose varios pedidos de mejora de las mismas hasta septiembre de 2004. En 2006 se entregaron mutuamente documentos de posición negociadora (“*Elements for a possible agreement*”) en los que se destacaron los principales requerimientos para poder dar continuidad a la negociación.

En 2009 se realizaron un par de reuniones informales en las que se revisó la negociación bi-regional. La UE señaló que, dado el cambio ocurrido en las condiciones internacionales (*especialmente en la ronda Doha*), era oportuno relanzar la negociación. Sin embargo, para hacerlo requería que el MERCOSUR incrementara su oferta de 2004 y ofreciera preferencias para al 90% del comercio bi-regional.

Luego de un par de reuniones técnicas de intercambio de información y de propuestas para superar los obstáculos, en las que el MERCOSUR concedió lo requerido por la UE en materia de acceso a su mercado para el sector automotriz y de autopartes y en compras gubernamentales, el 17 de mayo de 2010 se llevó a cabo la Cumbre Unión Europea - MERCOSUR, en la que se anunció el relanzamiento de la negociación para un Acuerdo de Asociación

Balanza total comercial y agroindustrial argentina - UE



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Bi-regional y se enfatizó el compromiso para abocarse sin dilación a la conclusión de estas negociaciones.

XVII Comité de Negociaciones Birregionales

El compromiso dio sus primeros resultados. Entre el 29 de junio y el 1º de julio se realizó en Buenos Aires el XVII Comité de Negociaciones Bi-regionales (CNB), marcando formalmente el recommienzo de las negociaciones.

En su transcurso, dedicado casi exclusivamente a acordar el punto de partida de esta nueva etapa, la UE solicitó la formación de un grupo negociador sobre Desarrollo Sustentable y separar el tratamiento de Propiedad Intelectual e Indicaciones Geográficas por un lado, y Vinos por otro. Por su parte, MERCOSUR requirió un grupo específico para tratar los subsidios a la producción, denominados "ayudas internas y estatales". Tales propuestas no fueron

aceptadas, quedando abierto un diálogo sobre desarrollo sustentable y, por el momento, la propuesta de introducir instrumentos que neutralicen el efecto de la ayuda interna europea.

Se acordaron los textos a ser tratados, tomando como punto de partida los de 2004 con agregados por parte de MERCOSUR sobre picos o crestas arancelarias y sobre subsidios a las exportaciones y a la producción. Se prevé un nuevo CNB para fines de septiembre, en el que se daría comienzo a las negociaciones sobre la totalidad de los temas.

Bienes. En el ámbito de acceso a mercados, se estableció el nuevo texto consolidado del capítulo de Bienes que incluye propuestas europeas y del MERCOSUR. En este último caso, se incluyeron propuestas de artículos del Acuerdo referidas a subsidios a las exportaciones, a picos arancelarios y a ayuda interna, que si bien habían sido

enunciados con anterioridad, nunca se habían profundizado. En relación a la Ayuda Interna, sólo se mencionó la posibilidad de establecer a futuro un mecanismo que neutralizara los efectos distorsivos de las mismas, sin exponerse las particularidades de dicho mecanismo.

La propuesta europea de acceso a su mercado, mostraba que al momento de la puesta en vigencia del Acuerdo, el 60% del valor de las exportaciones agroindustriales accedería libre de aranceles, un 18% alcanzaría el libre ingreso en diez años y el 22% restante obtendría rebajas arancelarias, sin alcanzar el 100% de margen de preferencia.

Medidas sanitarias y fitosanitarias (SPS). MERCOSUR planteó que este capítulo debería tener como objetivo mejorar las actuales condiciones para la comercialización de productos sujetos a la aplicación de medidas SPS.

En tal sentido, MERCOSUR destacó la vocación por mejorar las actuales condiciones de acceso que cada Estado Parte aplica para los productos de la UE a cambio de un trato recíproco de la UE en esta materia, aclarando que dicha mejora solo puede ser negociada de forma bilateral entre la UE y cada Estado Parte del MERCOSUR, haciendo entrega de una propuesta de capítulo SPS que refleja este objetivo, el cual se encuentra a consideración en la UE

Propiedad Intelectual (PI) – Indicaciones Geográficas (IG) – Vinos.

La Unión Europea presentó sus puntos de vista y objetivos acerca de estos temas, expresando una posición más ambiciosa que la de 2004, especialmente en lo referente a propiedad intelectual y a extensión de las IG. La Unión Europea comprometió el envío de un “documento de posición” con sus opiniones sobre estas cuestiones. El MERCOSUR expresó sus comentarios preliminares, se comprometió a considerarlo y a enviar su opinión anticipadamente respecto de la próxima reunión.

Objetivos estratégicos

Sintéticamente, desde un punto de vista estratégico, las Partes aspiran a asegurar acceso a los mercados recíprocos en plazos razonables. Para la UE, además de consolidar la presencia en el mercado sudamericano de sus bienes industriales y algunos alimenticios de carácter simbólico, existen temas de relevancia sistémica como el de la propiedad intelectual, el mantenimiento de la Política Agrícola Común (PAC) y el desarrollo sustentable. Para MERCOSUR, en general el objetivo es alcanzar un acuerdo que concrete un efectivo acceso al mercado europeo para sus productos de origen agropecuario. En el caso de Brasil, incluyendo algunos sectores industriales de relevancia en su oferta exportable. La posición argentina contempla tres cuestiones básicas:

- que el acceso se concrete con sentido comercial e impacto económico en virtud de las cantidades involucradas;
- que sea genuino en términos de al-

canzar la totalidad de los componentes arancelarios que gravan el ingreso al mercado europeo;

- que resulte equilibrado por la equiparación de la incidencia de los aranceles de importación y la neutralización de los efectos distorsivos que los subsidios proyectan sobre los mercados.

Que se alcancen resultados de signo positivo depende de los términos del balance final: las esperadas ganancias comerciales agrícolas y agroindustriales deberán más que compensar las inevitables pérdidas que sufrirán algunos sectores industriales al abrirse a la competencia europea.

La nueva etapa se abre con renovadas expectativas. Sobre ellas sobrevuelan no sólo los antecedentes que llevaron a su suspensión, sino algunas cuestiones de contexto como la crisis financiera que afecta especialmente a Europa y la irrupción de China como un vigoroso actor en los mercados internacionales.

Biodiesel de soja argentino en la UE

Un avance apreciable

Negociaciones realizadas en forma conjunta por los sectores público y privado del país, lograron que el Centro Común de Investigaciones (CCI) y la Dirección General de Energía de la Comisión Europea reconsideren el valor de ahorro de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que posee el biodiesel de soja producido en la Argentina.

En abril de 2009, el Parlamento y el Consejo Europeos sanciona-

ron la Directiva 28/2009 que estableció un marco común para el fomento de la energía procedente de fuentes renovables en los países de la Unión Europea (UE). El documento fijó, entre otros, los objetivos nacionales respecto de las de cuotas de energía procedente de fuentes renovables para el transporte. También estableció una serie de criterios de sustentabilidad para los biocombustibles, uno de los cuales señala que la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivada del empleo de

biocombustibles debe ser como mínimo del 35% con respecto a los combustibles fósiles que ellos reemplacen.

Para el caso del biodiesel de soja, la Directiva 28/2009 estableció en su Anexo V un valor default de ahorro de GEI del 31%, lo cual supone que a partir de la entrada en vigor de esta norma en el mes de diciembre de 2010, este biocombustible podría quedar excluido de la matriz energética europea. Esto afectaría la continuidad de las exportaciones argentinas de biodiesel de soja con destino a la UE -así como las de todos los países que intenten exportar este producto a tal destino-, que durante el año 2009 superaron el millón de toneladas, por un valor superior a los 900 millones de dólares.

Negociación conjunta

Ante ese panorama, durante los días 14 y 15 de junio pasado, una delegación integrada por técnicos, científicos, funcionarios y empresas que representaron al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, al INTA y a la Cámara Argentina de Biocombustibles (CARBIO), mantuvo un encuentro técnico con el CCI (o JRC por sus siglas en inglés) de la Comisión Europea en su sede de Ispra, Italia.

El objetivo del encuentro fue exponer ante un grupo de investigadores de la Unidad de Energías Renovables del CCI, los resultados de los cálculos de ahorro de emisiones de GEI correspondientes a la producción de biodiesel elaborado a partir de soja según el manejo agrícola predominante en nuestro país (siembra directa sobre campos agrícolas, uso eficiente de fertilizantes y agroquímicos, aprovechamiento del agua de lluvia, etc.). **Los resultados obtenidos son significativamente superiores a los establecidos por la directiva de la UE.**

Las presentaciones efectuadas por la delegación argentina tuvieron como finalidad complementar y explicar en forma detallada los resultados de trabajos efectuados por el INTA, oportunamente remitidos al CCI, que arribaron a valores de ahorro de emisiones de GEI superiores al 75% (INTA, 2008: "*Balance Energético de la Producción de Biodiesel a partir de Soja en la Argentina*").


Información detallada

Se brindó a los investigadores europeos un panorama preciso de los rasgos que distinguen a la producción agrícola argentina y a su agroindustria asociada, en particular la implementación generalizada de una práctica conservacionista como la siembra directa, y su positivo efecto sobre el medio ambiente; así como la escala, organización de la producción y parámetros de eficiencia de las plantas argentinas de biodiesel.

Los investigadores del CCI señalaron que están ultimando la revisión de los valores establecidos en el Anexo V de la Directiva, y que sus conclusiones serían remitidas, a la brevedad, a la Dirección General de Energía de la Comisión Europea para su consideración. La modificación supone un nuevo valor por defecto para el biodiesel de soja superior al 35%, lo cual posibilitará continuar con las exportaciones argentinas del producto una vez que los cambios se incorporen a la normativa.

Por tal motivo, la delegación se trasladó a la ciudad de Bruselas para reunirse con la Dirección General de Energía de la Comisión Europea. En este encuentro se presentaron los resultados de la reunión técnica mantenida con el CCI y se discutieron los plazos para introducir los cambios en los valores típicos y por defecto del biodiesel de soja en la Directiva, así como la posibilidad de agregar en el Anexo V un valor específico para el biodiesel de soja producido bajo siembra directa.

Las conversaciones con la Comisión Europea seguirán desarrollándose todo el año para lograr la modificación normativa que permita la continuidad de las exportaciones del biodiesel nacional a la UE. Queda así nuevamente demostrada la importancia que tiene la acción conjunta de los sectores público y privado para esclarecer aspectos de nuestra producción agroindustrial y despejar los escollos que puedan afectar su colocación en los mercados internacionales.



Ing. Agr. Carlos Pouiller
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Perspectivas del maíz

El escenario internacional

A partir del ciclo 2004/05 en Estados Unidos se consolidaron las grandes producciones de maíz, en base a los avances genéticos que depararon rindes cada vez más estables y elevados, y al incremento de la superficie dedicada al cultivo.

Paralelamente, China tiende rápidamente a abandonar su rol de importante exportador de maíz, que desempeñara en los años más recientes, para apuntar lentamente a convertirse en importador neto, por incrementos en su utilización interna, producto de su mayor consumo de carnes de distinto tipo.

Un factor de suma importancia está constituido por el uso creciente de maíz para producción de etanol en EE.UU, cuya proyección ya orilla las 120 millones de toneladas para el ciclo 2010/11, determinando una demanda alternativa muy significativa, inexistente pocos años atrás.

Estos factores han llevado a que, pese al crecimiento de la producción, los stocks mundiales de maíz se ubiquen en niveles relativamente bajos en relación a una demanda creciente.

Proyecciones de oferta y demanda mundial

De acuerdo con datos de oferta y demanda mundial de maíz del USDA co-

Oferta y demanda mundial de maíz

En millones de toneladas

	2010/11	2009/10	2008/09	(1/2) DIF %
	(1)	(2)		
Existencia inicial	139,0	148,0	131,3	-6,1
Produccion	826,1	811,0	797,8	1,9
EE.UU.	334,3	333,0	307,1	0,4
Argentina	21,0	22,5	15,0	-6,7
China	166,0	155,0	165,9	7,1
Oferta total	965,1	959,0	929,2	0,6
Consumo	829,5	820,0	781,1	1,2
Exportaciones	91,7	90,4	84,4	1,4
EE.UU.	53,3	50,3	47,0	6,1
Argentina	14,0	14,0	10,3	0,0
China	0,2	0,2	0,2	33,3
Existencia final	135,6	139,0	148,0	-2,5
EE.UU.	28,4	35,2	42,5	-19,5
Relac.Stock/consumo	16,3	17,0	18,9	

Fuente: USDA

rrespondientes al ciclo 2010/11, la producción estadounidense alcanzaría los 334,3 millones de toneladas, constituyéndose en un nuevo récord. El consumo proyectado para ese país muestra también un crecimiento de 4,32 millones de toneladas respecto de la campaña pasada; esto, en relación al mayor uso proyectado para semilla, alimento e industria, en línea con la mayor utilización para elaborar etanol, edulcorantes y almidón. En el rubro etanol, se marcaría un nuevo récord de consumo en USA, ya que se proyecta un total de 119,4 millones de toneladas.

En cuanto a sus exportaciones, se incrementarían en 3,0 millones de toneladas. Como consecuencia de este balance, los *stocks* finales del nuevo ciclo se ubicarían en 28,4 millones de toneladas, es decir 6,8 millones de toneladas por debajo del cierre del ciclo 2009/10, efecto debido a la mayor utilización del maíz, combinada con *stocks* iniciales bajos.

El balance mundial para maíz, según el USDA, determina que la relación *stock/consumo*, para el nuevo ciclo 2010/11, se ubicaría en 16,3% contra 17,0% del período anterior, manteniéndose en niveles históricos bajos. Para EE.UU., el mismo indicador muestra similar tendencia, por el que en esta campaña alcanzaría el 9,9% contra 12,1% del ciclo precedente.

Los mayores cambios en la producción global de maíz para 2010/11, están dados por un incremento de 11,0 millones de toneladas de China, la ex Unión Soviética con 0,9 millones y la mencionada cosecha récord estadounidense. Argentina cosecharía 21,0 millones de toneladas, 1,5 millones por debajo del ciclo 2009/10, y Brasil 51,0 millones, contra 56,0 del ciclo previo.

Considerando el comercio mundial, también se proyecta un incremento. En este caso el mayor comercio se basa en la expectativa de mayores importa-

ciones de México, Vietnam y Filipinas. El total mundial está proyectado en 91,7 millones de toneladas, un 1,4% superior al ciclo anterior.

Las condiciones del cultivo en Estados Unidos durante julio, mes en que se produce la floración en el cinturón

maicero americano, resultaron muy satisfactorias. La calificación de los cultivos entre “bueno” y “excelente” se mantuvo en el orden del 70%, lo que prácticamente asegura una cosecha récord o cercana al mismo.

Sin embargo, la ajustada situación del

stock norteamericano, y también el nivel mundial, hace que el maíz conserve una alta sensibilidad a contingencias climáticas desfavorables que todavía pueden afectar los cultivos, tanto en EE.UU. como en países de elevada producción (China, Brasil, Argentina entre otros).



El escenario local

Cuadro comparativo de producción 2008/09 - 2009/2010

	Área sembrada (mill/has)	Área cosechada (mill/has)	Rinde (kg/ha)	Producción (mill/tons)
2008/09 (1)	3,5	2,7	5.596	13,0
2009/10 (2)	3,6	-	-	22,5*

Estimado

Fuente: Estimaciones Agrícolas - SAGyP.

Evolución del ciclo 2009/10

Durante el ciclo 2009/10, la superficie sembrada con maíz en Argentina, con destino a la producción de grano y forraje, totalizaría las 3.600.000 hectáreas, concretándose un aumento del área implantada del 3%, por encima de la anterior campaña. Se habrían destinado 2.865.600 hectáreas (79,6%) a la cosecha de grano, y el resto, unas

734.400 hectáreas (20,4%) está dirigido a la provisión de forraje.

En las diferentes zonas productoras, las precipitaciones durante el ciclo del cultivo fueron importantes, razón por la cual se estima que para la campaña 2009/10 la cosecha ascendería a 22.500.000 toneladas, volumen que de confirmarse, constituiría un nuevo récord histórico para este grano forrajero.

Destino de la producción

Comercio

De acuerdo con las proyecciones de producción y consumo, cuyo detalle se adjunta en el cuadro siguiente, las exportaciones argentinas de maíz correspondientes al ciclo 2009/10, alcanzarían a 14,5 millones de toneladas. De cumplirse esta previsión, el volumen exportado representará un

incremento del 49% respecto del ciclo precedente.

Industrialización

En este rubro no se prevén cambios respecto del ciclo 2008/09, estimándose la misma en 1,30 millones de toneladas, cifra que comprende la suma de la materia prima destinada a la molienda húmeda, -unas 1.050 mil toneladas-, y la correspondiente a la molienda seca, aproximadamente 250 mil toneladas.

Consumo Interno

El consumo interno de maíz para el ciclo 2009/10 se proyecta en 8,5 millones de toneladas, lo que representa un crecimiento del 12% respecto del período precedente. Los componentes del mismo que tienden a aumentar son los relacionados con la producción de carnes o leche, alentados por una relación de precios más favorable entre el producto respectivo y el insumo básico, el maíz.

De esta manera, el rubro producción avícola (pollos y huevos) demandaría 3,8 millones de toneladas, un 6% superior al ciclo previo, debido al incremento en el consumo interno y en las exportaciones de carne de pollo. Por otro lado, también se espera un incremento en la utilización de maíz para producir carne porcina y leche, en función de la favorable relación de precios mencionada. Posiblemente el uso destinado a producción de carne vacuna muestre algún descenso, en función de la menor ocupación que vienen registrando los *feedlots*.

Oferta y demanda argentina de maíz 2009/2010

En millones de toneladas

	2009/10	2008/09
Stock inicial	0,7	5,8
Producción	22,5	13,0
Area cosechable (mill/has)	2,63	2,46
Rinde (qq/ha)	85,60	53,00
Oferta	23,2	18,8
Consumo interno	8,5	8,4
Pollo	3,8	3,6
Molienda	1,3	1,3
Tambo, porcinos, feed lot	3,4	3,5
Exportaciones	14,5	9,7
Stock final	0,2	0,7

Fuente: USDA

Tendencias de los precios

Las condiciones del mercado argentino de maíz, fuertemente ligado a la exportación, hacen que el precio interno guarde una relación estrecha con el precio internacional. En tal sentido, como ya fue expresado, la futura tendencia de los precios comenzará a materializarse a partir de la definición de los rindes y la producción en EE.UU. para el nuevo ciclo 2010/11.

Con algunas señales todavía por definirse respecto de la demanda internacional, el mercado de los granos forrajeros y del maíz en particular, enfrenta un escenario ajustado de oferta y demanda, por lo que los precios tendrían chance de mejorar en los próximos meses.

En tal sentido, la falta de lluvias adecuadas en Sudamérica, considerando que se está pronosticando un fenómeno Niña, podría dar lugar a algunos ajustes en el balance mundial, determinando una menor producción, con

el consiguiente impacto en los stocks de cierre, situación que determinaría incrementos en los precios internacionales.

Sobre el final del presente año podría esperarse una mejora de las cotizaciones en función de dos variables:

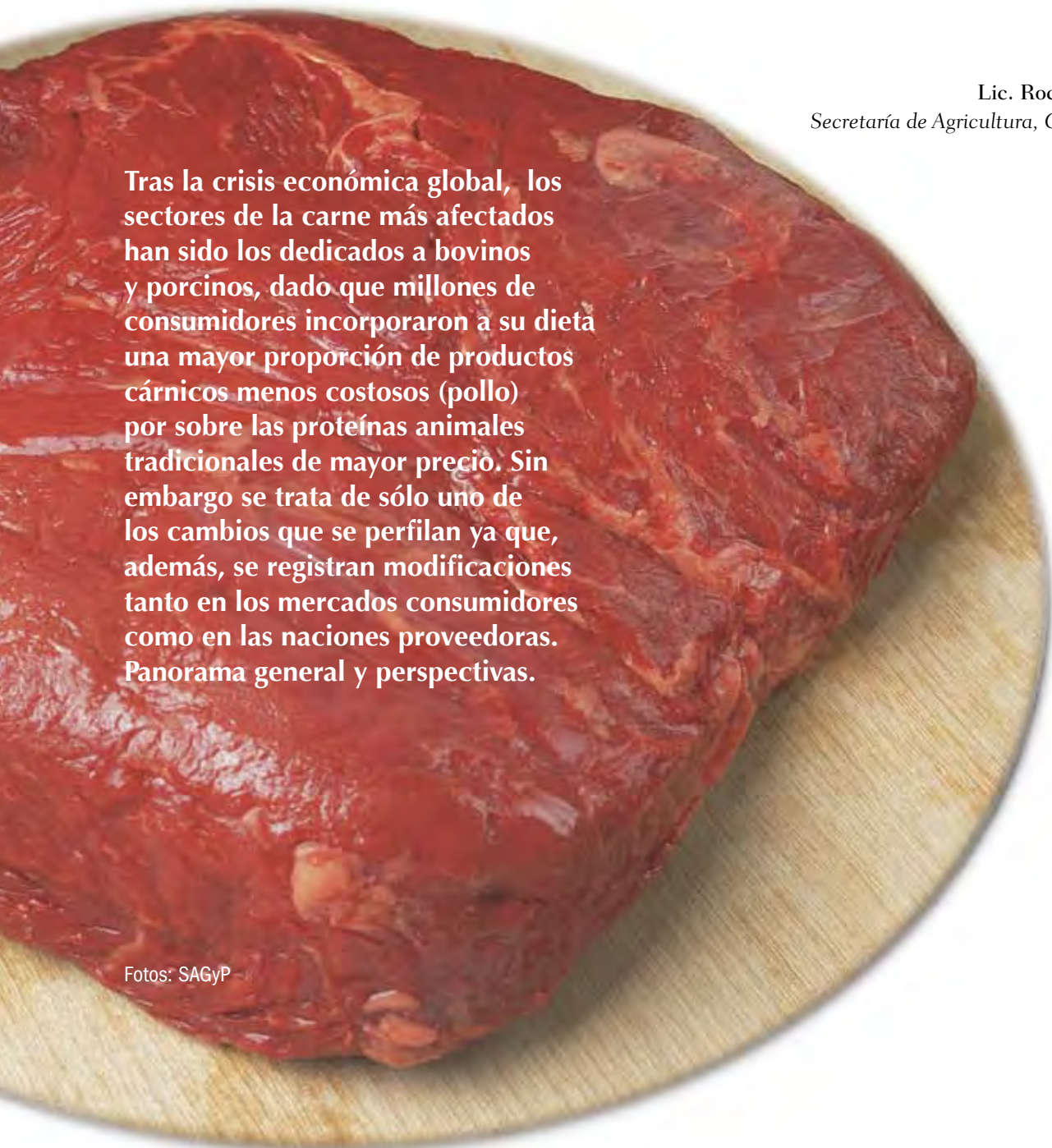
- a) Condiciones climáticas que pudieran afectar, aunque en baja proporción, los rindes esperados en Estados Unidos, determinarían un escenario de mayor firmeza para los precios internacionales.
- b) El gran avance que han logrado las ventas de maíz argentino al exterior, con un balance ajustado de oferta y demanda, determinaría que la demanda interna debiera competir fuertemente para originar mercadería en los últimos meses del ciclo comercial (marzo-febrero) elevando los precios internos por sobre la paridad de exportación (FAS teórico) actualmente ubicada en el orden de los \$ 700 por tonelada.

Carnes: escenario de cambios

Lic. Rocío Zarza Pansera
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Tras la crisis económica global, los sectores de la carne más afectados han sido los dedicados a bovinos y porcinos, dado que millones de consumidores incorporaron a su dieta una mayor proporción de productos cárnicos menos costosos (pollo) por sobre las proteínas animales tradicionales de mayor precio. Sin embargo se trata de sólo uno de los cambios que se perfilan ya que, además, se registran modificaciones tanto en los mercados consumidores como en las naciones proveedoras. Panorama general y perspectivas.

Fotos: SAGyP



Bovinos: novedades en escena

En la actualidad el mercado externo de la carne vacuna se caracteriza por la incorporación de nuevos actores demandantes y oferentes.

El comercio mundial de carne vacuna se desarrolla en un contexto de creciente integración con los países asiáticos, que constituyen el eje del nuevo mecanismo de acumulación global, surgido de la crisis mundial y como respuesta a ella.

La crisis financiera no ha sido el único factor responsable de la merma en el comercio mundial de carnes, ya que también han influido las consecuencias de una persistente sequía en las principales regiones productoras, que

Producción de Carne Vacuna en el MERCOSUR

(en miles de toneladas equivalentes res con hueso)

	2006	2007	2008	2009	2010 (e) (estimación Oct- 2009)	2010 (e) (estimación Abril 2010))
Argentina	3.100	3.300	3.150	3.400	2.800	2.800
Brasil	9.025	9.303	9.024	8.935	9.290	9.300
Total	12.125	12.603	12.174	12.335	12.090	12.100
Total Mundial	57.441	58.314	58.105	57.017	56.405	56.625
% Total Mundial	21%	22%	21%	22%	21%	21%

Fuente: Elaborado por el Área de Mercados de Ganados y Carnes-DiNaTRANCO-MAGyP con datos del USDA

ha ocasionado bajas en las pariciones y favorecido la liquidación anticipada de animales. También han influido en una menor disponibilidad de carnes bovinas a nivel mundial agudizada en el año 2009 y que se estima perdurará en el 2010, otros factores tales como el ciclo ganadero, el incremento de los costos de producción y la aplicación de restricciones sanitarias y diversas políticas.

Entre los países que sufrieron el impacto negativo de los factores antes mencionados, pueden citarse Brasil y

China que tuvieron una baja considerable en su producción. Proveedores importantes como Australia y Nueva Zelanda, también registraron ajustes en sus ofertas.

En este escenario se destaca Asia, donde la fuerte recuperación económica impulsó la demanda en mercados claves como Corea, Hong Kong y Japón, lo cual ha beneficiado las exportaciones de Estados Unidos, Uruguay y Oceanía. Rusia también cobra protagonismo, aumentando significativamente el volumen de sus importaciones de acuerdo a una mayor demanda y a una mayor exención de cuota esperada.

El MERCOSUR en tanto, se ve beneficiado por esta situación, con Brasil, Paraguay y Uruguay como principales proveedores de Rusia. Brasil se destaca sobre los demás países del MERCOSUR, experimentando un crecimiento más que significativo ligado al aumento de la demanda de China. De acuerdo a los datos del USDA, los países integrantes del MERCOSUR participan con el 40% de las exportaciones mundiales habiendo llegado a 44,5% en el año 2006.

Las existencias de ganado bovino en

Producción de carne vacuna según país extral MERCOSUR

(en miles de toneladas equivalentes res con hueso)

	2006	2007	2008	2009	2010 (e) (estimación Oct- 2009)	2010 (e) (estimación Abril 2010))
EEUU	11.980	12.096	12.163	11.889	11.631	11.789
UE 27	8.150	8.188	8.090	7.970	7.950	7.920
China	5.767	6.134	6.132	5.764	5.530	5.550
India	2.375	2.413	2.525	2.610	2.795	2.760
Australia	2.183	2.172	2.159	2.100	2.075	2.075
México	1.550	1.600	1.667	1.700	1.630	1.735
Rusia	1.430	1.370	1.315	1.285	1.265	1.260
Pakistán	1.057	1.113	1.168	1.226	1.250	1.250
Canadá	1.329	1.278	1.288	1.245	1.275	1.225
Otros	9.495	9.347	9.424	8.893	8.914	8.961
Total mundial	57.441	58.314	58.105	57.017	56.405	56.625

Fuente: Elaborado por el Área de Mercados de Ganados y Carnes-DiNaTRANCO-MAGyP con datos del USDA

Argentina en el año 2008 ascendían a 57,5 millones de cabezas, sin embargo a inicios del 2010 se estiman en 48,9 millones de cabezas (marzo 2010, SENASA), esto es, un 15% inferior al registrado dos años atrás. La sequía que asoló importantes zonas del país y que se extendió desde mediados del año 2007 afectó la tasa de preñez, y en un contexto de márgenes reducidos y/o negativos llevó a comercializar anticipadamente muchos animales.

A diferencia de otros grandes productores mundiales, Brasil tendría un aumento del stock vacuno, que se estima alcanzaría los 185,2 millones de cabezas. El aumento de la oferta ganadera permitirá a este país convertirse en el principal beneficiario de la recuperación de la demanda mundial luego de la crisis de 2009.

De acuerdo al último informe publicado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), en el año en curso las exportaciones de carne vacuna deberían incrementarse tan sólo 1% llegando a las 7,20 millones de toneladas. En tanto se espera una leve caída en la producción mundial hasta alcanzar las 56,4 millones de toneladas equivalentes res con hueso (ERC/H).

Las exportaciones

En cuanto a las Exportaciones, dentro del bloque MERCOSUR se hallan los tres principales exportadores de carne bovina a la UE: Brasil, Argentina y Uruguay quienes son los más destacados oferentes de carne enfriada, congelada y procesada. Nuestro país como consecuencia de una menor oferta ganadera, verá disminuir sus exportaciones en el 2010, y se concentrará en los productos

Exportación de carne vacuna MERCOSUR

(en miles de toneladas equivalentes res con hueso)

	2006	2007	2008	2009	2010 (e) (estimación Oct- 2009)	2010 (e) (estimación Abril 2010))
Argentina (1)	552	534	422	653	390	380
Brasil	2.084	2.189	1.801	1.596	1.870	1.825
Paraguay	240	206	233	254	230	280
Uruguay	460	385	361	370	360	410
TOTAL MCS	3.336	3.314	2.817	2.873	2.850	2.895
Total Mundial	7.502	7.570	7.489	7.267	7.206	7.257
% Total Mundial	44%	44%	38%	40%	40%	40%

(1) Se han utilizado los datos consignados por el USDA

Fuente: Elaborado por el Área de Mercados de Ganados y Carnes-DiNaTRANCO-MAGyP con datos del USDA

Exportación de carne vacuna extra MERCOSUR

(en miles de toneladas equivalentes res con hueso)

	2006	2007	2008	2009	2010 (e) (estimación Oct- 2009)	2010 (e) (estimación Abril 2010))
Australia	1.430	1.400	1.407	1.364	1.350	1.350
Estados Unidos	519	650	856	848	837	930
India	681	678	672	590	700	625
Nueva Zelanda	530	496	533	514	517	510
Canadá	477	457	494	480	490	490
UE 27	218	140	204	148	160	150
Nicaragua	68	83	89	101	95	105
Otros	243	352	417	349	207	202
Total mundial	7.502	7.570	7.489	7.267	7.206	7.257

Fuente: Elaborado por el Área de Mercados de Ganados y Carnes-DiNaTRANCO-MAGyP con datos del USDA

de mayor valor como los cortes *Hilton*, los cortes enfriados destinados a Chile y los cortes congelados que adquieren Rusia, Venezuela e Israel.

Los países del MERSOSUR, presentan una mayor diversidad en cuanto a sus destinos de exportación, con menor presencia de países del mercado asiático entre sus principales destinos, destacándose Hong Kong, China, Egipto, Venezuela e Israel dentro de los principales destinos de exportación. Es destacable la competencia de los esta-

dos miembros del bloque por el mercado ruso.

Australia y Nueva Zelanda se verán obligadas a reducir sus exportaciones, entre un 3% y un 2%, como consecuencia de la caída en sus respectivas producciones de carnes bovinas y se prevé un comportamiento similar en el caso de los exportadores del MERCOSUR, con la excepción del Brasil, que proyecta un incremento de 20% de sus exportaciones.

En la India un aumento estimado en 4% llevaría las exportaciones de carne al nivel récord de 700 mil toneladas. La competitividad de las carnes de búfalo por su escaso precio, el bajo tenor graso y la condición de carnes naturales, le ha permitido a la India convertirse en el cuarto exportador del mundo, por encima de otros más tradicionales como Argentina.

Las exportaciones de EE.UU. se muestran en alza debido a la mejora en la demanda asiática, mientras que Canadá y México, tienen sujeto el crecimiento de las exportaciones a la magnitud de su recuperación económica. Estados Unidos concentra sus envíos principalmente en el NAFTA y en el mercado Asiático; algo similar sucede con Australia que a excepción de EEUU, tiene entre sus principales destinos a países del mercado asiático.

Los compradores

Con referencia a las Importaciones, estas seguirán fuertemente concentradas en EE.UU., los grandes mercados asiáticos (Japón, Corea del Sur) y Rusia, en tanto se mantendrá estancada la presencia de los países comunitarios y Medio Oriente, y se limitarán los destinos sudamericanos, particularmente Venezuela.

En general, las dificultades económicas harán que los consumidores se inclinen por proteínas menos caras, como la carne aviar, secundada por la carne porcina, que aumenta su participación.

Uruguay es el único país del bloque MERCOSUR que logra un porcentaje representativo en la participación del



total de toneladas y dólares comercializados de Canadá, quedando en cuarto lugar respecto del total de países y ubicándose como el primero en importancia de América Latina y MERCOSUR. EE.UU. lidera ampliamente las importaciones canadienses de carne fresca y congelada, seguido por Nueva Zelanda y Australia en segundo y tercer lugar respectivamente.

Respecto de las importaciones de Hong Kong-China, el escenario es totalmente diferente, debido principalmente al mayor liderazgo que han cobrado los países del bloque MERCOSUR y las diferencias respecto de las restricciones sanitarias, que permiten a estos países realizar envíos de carne fresca a este destino. Argentina y Brasil cubren los envíos con carne fresca, congelada y procesada, acaparando una mayor porción del mercado.

Con referencia a las compras estadounidenses de carne, el primer puesto es compartido entre Canadá y Australia. Los países de Oceanía nuevamente cobran protagonismo y Nueva Zelanda queda en tercer lugar, con envíos de todos los rubros. Debido a restricciones sanitarias, Brasil y Argentina sólo participan con envíos de carne procesada, cediendo un lugar de privilegio a

Uruguay, que queda como único exportador dentro del bloque MERCOSUR de carne fresca y congelada a ese destino, y compite en ese rubro con otros países latinoamericanos.

En lo atinente a la UE-27, los principales proveedores pertenecen al bloque MERCOSUR. Esta situación no es fortuita, sino que se debe nuevamente a las diferentes restricciones sanitarias que permiten que Brasil y Argentina realicen envíos de carne fresca y congelada además de procesada, lo cual amplía su participación de mercado y los posiciona en lugares de privilegio respecto de los demás países.

El caso de Rusia repite el patrón de la UE-27 y China, en cuanto al liderazgo del bloque MERCOSUR y la posibilidad para Argentina, Brasil y Uruguay de exportar carne fresca y congelada, además de preparaciones.

Crecimiento a la vista

En cuanto a las Proyecciones, se espera que el comercio mundial de carne vacuna continúe creciendo a un promedio de 3,1% durante la próxima década en respuesta a la recuperación del comercio mundial y la suba de precios.

Australia pierde 1,1% de participación de mercado o *market share* (MS), mientras que Brasil seguirá liderando como exportador de carne. Argentina perdería 3 puntos. Canadá pierde 2 puntos de MS, mientras que Nueva Zelanda gana 0,5 puntos y China se establece como importador neto.

En Argentina, las restricciones a la exportación y la sequía que afectó a las mayores zonas productivas restringen el *stock* y limitan la producción de carne.

Sin embargo se estima un recupero de la actividad y un aumento de las exportaciones netas en los próximos años.

Brasil incrementa significativamente su competitividad mediante una combinación de mejoras productivas, políticas favorables, promoción agresiva y aumento del *stock*.

Debido a la recuperación económica y el acceso al *WTO*, China se convierte en un importador neto de carne vacu-

na, con volúmenes importados que alcanzarían 36 miles de toneladas para el año 2019. La producción local enfrenta limitaciones genéticas y de pasturas, por lo cual se proyecta un aumento de 2.4% anual.

En EE.UU. el consumo de carne vacuna muestra una tendencia negativa, así como la producción. La UE continua en su rol de importador neto, alcanzando 408 miles de toneladas para el 2019.

Porcinos

En lo que respecta a las otras carnes, la de porcinos fue la más perjudicada, debido al impacto negativo que tuvo sobre el consumo de EE.UU. y México la denominación de “*gripe porcina*”, aplicada por los medios a la **H1N1**.

El comercio mundial de carne porcina crece lentamente, y se espera un cambio positivo frente a una fuerte demanda de Asia -particularmente de Rusia, China y Hong Kong- a medida que la situación económica mejore y se agilice el levantamiento de las trabas comerciales relacionadas con la **H1N1**.

Brasil se perfila como uno de los principales exportadores, contribuyendo con un 11% al comercio mundial de carne de cerdo, con Rusia convertida en su principal mercado de exportación. Aunque una mayor expansión de sus ventas externas se encuentra limitada por el acceso a algunos mercados, tiene



con la ventaja de contar con una firme demanda en los mercados preexistentes junto con un buen desarrollo de lazos comerciales con los mercados asiáticos -particularmente China-, y en la actualidad se encuentra desarrollando negociaciones con los EE.UU.

Cabe destacar que el MERCOSUR no vende carne porcina al mercado eu-

ropeo. La Comisión Europea (CE) ha propuesto reactivar las negociaciones entre la UE y MERCOSUR, estancadas desde 2004, para un acuerdo de asociación. Para España, como presidente de turno de la UE, es prioritario impulsar estas discusiones y propiciar un compromiso.

Aves

El comercio mundial de carne aviar se mantiene estable, con un crecimiento condicionado por la recuperación económica. El crecimiento productivo asociado a los bajos costos de alimentación puede implicar a largo plazo un riesgo de sobreoferta. Aunque para fines de 2010 se prevé un aumento de los mismos, los productores avícolas deberán ser precavidos acerca de sus ganancias e ir ajustando sus volúmenes de producción a la demanda.

La avicultura también enfrenta cuestiones sanitarias, el **H5N1** conocido como “*Gripe Aviar*” continúa amenazando la producción internacional, convertido en un grave problema especialmente para Egipto y algunas regiones de Asia, donde está teniendo un enorme impacto en la seguridad alimentaria. También se han producido casos en Europa, Asia Central y algunas zonas de África. En los últimos seis meses se registraron brotes del virus en aves de corral en Bangladesh, Camboya, Rumania, Israel, Myanmar, Nepal, Egipto, Indonesia, India y Vietnam y en aves silvestres de China, Mongolia y la Federación Rusa.

Brasil, una vez más se encuentra entre los principales actores y la Asociación



de Exportadores de Carne de Aves de Brasil (ABEF) ha puesto como punto central de sus objetivos para 2010 la apertura de nuevos mercados con el fin de recuperar las pérdidas ocasionadas en 2009 por la apreciación del real frente al dólar, que encareció sus productos. En 2010 concentrarán sus esfuerzos en los mercados de Estados Unidos, México, Indonesia, Malasia, Nigeria, Sudán y Senegal.

Los productores avícolas brasileños también miran al mercado ruso, pese a que ese país desarrolla rápidamente su producción doméstica aprovechando el embargo de Rusia a la carne estadounidense. Rusia prohibió el ingreso de pollo estadounidense debido al proceso de limpieza con cloro a que es sometido, aunque a principios de junio, el presidente Barack Obama, y su homólogo ruso, Dmitry Medvedev, acordaron permitir a las empresas norteamericanas restablecer los embarques tratados con sustancias alternativas.

El MERCOSUR suministró a la UE 401,6 mil toneladas de carne aviar, por un valor de 771 millones de euros en el año 2009. Esto significa 64% de las importaciones mundiales de carnes de ave de la UE, en volumen, y el 54% en valor. Brasil es el primer abastecedor.

La UE ha implementado una nueva normativa que obliga a los productores europeos a ampliar las jaulas de puesta en las que hasta ahora guardaban a sus animales, lo cual puede implicar una inversión de tan grande que al sector -teniendo en cuenta la crisis económica que atraviesa actualmente- le resultará difícil afrontar,

Según FAO, si se consolida la recuperación económica mundial, en 2010 los precios pueden cobrar impulso, particularmente los de carne vacuna y cerdo. El crecimiento de la producción respecto del volumen estimado para el año 2009 puede recuperarse en 2010, debido a un aumento relativamente fuerte de las carnes de cerdo y de aves de corral.

Ovinos

El mercado ovino se caracteriza por una estructura pobre en relación a otros sec-

tores más tradicionales, baja productividad por vientre, baja escala en cuanto al procesamiento y escasa innovación. Si bien las ganancias han mejorado, los márgenes globales aún son bajos.

Australia y Nueva Zelanda se posicionan como los principales exportadores de carne ovina a nivel mundial. Para el 2010 se espera que Nueva Zelanda mejore las condiciones de sus pasturas y reduzca la tasa de conversión de lác-

teos ovinos. Los precios al productor serán más bajos este año, principalmente debido a la conversión.

Repitiendo lo sucedido con otras carnes, el mayor aumento en los volúmenes exportados se registró en los mercados asiáticos. China, por su parte, experimentó un crecimiento exagerado de sus existencias. La Gran China (incluyendo China, Hong Kong y Taiwán) aumentó 84%, a 5.848 toneladas, mientras que los embarques al Sudeste Asiático crecieron 77%, a 553 mil toneladas.

La UE muestra una continua caída en el comercio de ovinos, asociada no tanto a la crisis económica experimentada en 2009 sino a factores estructurales de



largo plazo, como la rentabilidad marginal de la actividad, el desacoplamiento de los subsidios desde 2005, escasez de mano de obra y poco interés en la actividad impulsado por el gran nivel burocrático. Se espera que los precios para la UE caigan durante el año en curso debido a la concepción del cordero como un producto de estatus y

destinado a ese nicho en particular.

Mientras que en América del Norte la demanda está mejorando, en América del Sur poco se hace para revitalizar al sector ovino, pese al interesante lazo comercial con la UE y la cuota de exportación de carne, que hoy no llega a cubrirse en su totalidad.

Perspectivas

Considerado en su conjunto, el mercado de las carnes presenta perspectivas que se caracterizan por un aumento moderado en la producción y el consumo en los Países en Desarrollo (PED) y un desarrollo más estable en los mercados maduros de la OCDE, con un crecimiento global de la producción de poco menos de 2% anual.

La creación de capacidad, la mejora de las infraestructuras, y las tecnologías de producción intensiva e integrada, son los principales factores para estimular un mayor crecimiento en estos países. Esto se ve reflejado en la producción aviar de las economías emergentes de China, India, y especialmente Brasil, que será capaz de aumentar sustancialmente su presencia en el abastecimiento de los mercados internacionales de la carne, asumiendo hacia 2018 un tercio del total de las exportaciones mundiales.

Un puñado de grandes exportadores como Estados Unidos, Canadá, Argentina y Australia, junto a Brasil, seguirán siendo los operadores dominantes en el mercado mundial. Por el contrario se espera un mayor deterioro en las perspectivas de la cuota de exportación de la UE, debido a la reforma política y el aumento del consumo interno.

Particularmente para la carne bovina, las estimaciones FAO/OCDE indican un aumento de las importaciones mundiales cercano a los 3 millones de toneladas para el año 2018. Dos tercios de ese volumen corresponderían a los Países en Desarrollo (PED).

Argentina es uno de los PED con mayores posibilidades de expansión de su producción, y en consecuencia el que más podría favorecerse con el crecimiento del mercado, complementando estos factores con la superación de trabas sanitarias que impiden el acceso a los países que pagan mayores precios (50% del mercado internacional). Tiene grandes posibilidades de perfilarse como proveedor confiable y competitivo en el largo plazo.

Fuentes Consultadas

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) - FAPRI (*Food and Agricultural Policy Research Institute*) - INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) - SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) - USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) - *World Meat Facts Book 2010* - Oficina Permanente Internacional de la Carne (OPIC_IMS) y GIRA - OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

Enfermedad celíaca

Téc. Marcia Palamara

Téc. Natalia Basso

Colaboración: Lic. Celina Moreno

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

A menor límite, mayor confianza

La enfermedad celíaca es una condición genética, hereditaria y autoinmune. Aunque se desconoce su causa exacta, en su patogenia intervienen factores ambientales, genéticos e inmunológicos y no siempre se manifiesta clínicamente. Consiste en el rechazo permanente del organismo afectado a un conjunto de proteínas denominadas prolaminas, presentes en el trigo, la avena, la cebada y el centeno (factores cuyas iniciales conforman la sigla TACC), incluyendo todos los productos derivados de estos cuatro cereales.

Las proteínas, que figuran en el cuadro, afectan directamente la superficie de absorción del intestino delgado, que al no poder cumplir correctamente con su función, ve disminuida su capacidad

de absorber y utilizar los nutrientes ingeridos.

La forma más conocida de presentación de las prolaminas tóxicas para los celíacos es el gluten, y a su vez la gliadina constituye el mayor problema por tratarse de la más utilizada en la industria alimentaria. Se considera que el contenido de prolaminas en el gluten es de alrededor del 50%. El gluten se obtiene cuando alguno de los cereales

mencionados se utiliza para formar una masa de agua y harina. El producto resultante tiene una textura pegajosa y fibrosa, parecida a la del chicle, y el gluten es responsable de la elasticidad de la masa de harina, lo que permite que -junto con la fermentación- los panificados obtengan volumen y que panes y masas horneadas posean consistencia elástica y esponjosa.

La celiacía es considerada la

Las prolaminas y su cereal de pertenencia

CEREAL	PROLAMINA (PROTEÍNA)
Trigo	Gliadina
Avena	Avenina
Cebada	Hordeína
Centeno	Secalina

enfermedad intestinal crónica más frecuente. Diferentes estudios realizados tiempo atrás en nuestro país indicaban una prevalencia de aproximadamente 1: 200, pero actualmente se estima que la padece 1 de cada 100 personas.

La enfermedad puede presentarse en cualquier momento de la vida, desde la lactancia hasta la adultez avanzada y encontrarse asociada a otras enfermedades crónicas: diabetes, epilepsia, dermatitis herpetiforme, síndrome de Down, o trastornos autoinmunitarios como la artritis reumatoidea o la intolerancia a la lactosa, entre otras. Además las personas que tienen antecedentes familiares de enfermedad celíaca presentan mayor riesgo de padecerla.

Síntomas y tratamiento

La enfermedad presenta un cuadro clínico complejo y los síntomas pueden variar significativamente de una persona a la otra, así como en las diferentes etapas de la vida. Esa variabilidad hace que el diagnóstico se retrase con frecuencia.

La detección temprana y el tratamiento oportuno tienen gran importancia para evitar complicaciones secundarias de esta patología. El diagnóstico se realiza a través del dosaje de anticuerpos específicos en sangre y el definitivo con una biopsia intestinal que debe efectuarse antes de iniciar el tratamiento.

Hasta hoy, el único tratamiento posible es una dieta estricta y de por vida sin TACC.

Síntomas típicos de acuerdo a la edad

Niños	Adolescentes	Adultos
Diarrea crónica	Dolor abdominal	Descalcificación
Vómitos	Falta de ánimo	Diarreas
Distensión abdominal	Rechazo a la actividad deportiva	Fracturas espontáneas
Falta de masa muscular	Retraso del ciclo menstrual	Desnutrición
Pérdida de peso		Abortos espontáneos
Retraso del crecimiento		Impotencia
Escasa estatura		
Cabello y piel secos		
Descalcificación		
Inapetencia		

Contexto Internacional

El CODEX ALIMENTARIUS, en la sección de alimentos para regímenes especiales, contempla aquellos destinados a personas intolerantes al gluten, y propone 2 categorías:

- alimentos exentos de gluten (*siendo punto de corte 20 ppm*) y
- alimentos procesados y reducidos en gluten.

También se tiene en cuenta el etiquetado del producto, donde debe aparecer la leyenda “exento de gluten” para la primera categoría. Para la segunda no se establece una frase pero sí indicar la verdadera naturaleza del alimento.

En muchos países también se están evaluando los niveles de gluten que pueden tolerar los celíacos y que no resulten nocivos en el largo plazo. En el informe de reunión, realizado por el Grupo de trabajo ad-hoc “Análisis

y toxicidad de la Prolamina” del Comité del Codex sobre Nutrición y Alimentos para Regímenes Especiales, llevado a cabo en Alemania en 2005 se presentaron 3 estudios. El primero, realizado en Finlandia, sostenía que la existencia de productos con un máximo de 100 ppm de gluten sería un límite seguro ya que, según los antecedentes, la población estudiada lo toleraba bien.

Otro estudio evaluó la cantidad de productos especiales sin gluten consumida por los celíacos de España, Italia, Alemania y Noruega. Entre los resultados más llamativos fue que en países como Alemania apenas se consumían alimentos libres de gluten, y en países nórdicos como Noruega, el único era el pan. España e Italia consumen muchos más productos sin gluten, sobre todo pasta, incluso dos veces al día en Italia. Son datos muy importantes para determinar el límite de tolerancia al gluten de los celíacos, ya que la cantidad de alimentos especiales que se consume varía mucho de unos países a otros.



En la República Checa la Dra. Dana Gabrovská presentó en 2005 un estudio sobre las dificultades que enfrentan los pacientes celíacos a la hora de interpretar las etiquetas de los productos alimenticios y la importancia de que las industrias indiquen el contenido de gluten de sus productos en forma fácilmente legible. Analizaron más de 400 productos libres de gluten y de consumo ordinario para ver si contenían gluten o no y a su vez estudiaron sus etiquetas. Los resultados indicaron que:

- ❑ Los fabricantes no etiquetaban los productos correctamente, ya que algunos productos contenían gluten, pero no quedaba claro al leer la etiqueta.
- ❑ En otros casos los fabricantes declaraban que el producto contenía gluten, pero no era correcto.
- ❑ Algunos fabricantes desconocían la correcta interpretación de la legislación y por ello etiquetaban incorrectamente.

Por último, en el informe de reunión del 2008, del grupo de trabajo ad-hoc anteriormente mencionado, la mayoría de los representantes de las asociaciones sostuvieron que para el paciente celíaco resulta muy confuso que existan dos límites en los productos especiales, por lo cual se deduce que autoridades, fabricantes y asociaciones de celíacos deben trabajar juntos para resolver estas dificultades.

Según estudios realizados en la UE, el gasto familiar se incrementa notablemente cuando se toma en cuenta la adquisición de productos manufacturados especiales para la dieta de un sólo miembro, ya que estos son escasos en el mercado. Según FACE (*Federación de Asociaciones de Celíacos de España*) el 80% de los productos manufacturados corrientes pueden contener gluten en su composición, aún cuando se cree que no deberían tenerlo como ingrediente, por lo cual la disponibilidad se reduce más todavía.

La ley argentina

Desde el año 2009 nuestro país cuenta con un marco normativo específico en lo referido a la enfermedad celíaca, elaborado con una visión integradora. Se trata de la Ley 26.588, que declaró de interés nacional la atención médica, la investigación clínica y epidemiológica, la capacitación profesional en la detección temprana, diagnóstico y tratamiento de la enfermedad celíaca, su difusión y el acceso a los alimentos libres de gluten.

En los artículos 2° y 3°, la Ley dispone que el límite máximo de contenido de gluten debe ser fijado por la autoridad de aplicación, es decir el Ministerio de Salud de la Nación.

A los fines de una correcta individualización, la norma establece en el artículo 3° que los productos alimenticios que se comercialicen en el país, y que cumplan con lo dispuesto, deben llevar impresos en sus envases o envoltorios, de modo claramente visible, la leyenda “*Libre de gluten*” y el símbolo determinado por la autoridad de aplicación. Corresponde a ésta llevar un registro de los productos alimenticios de ese tipo comercializados en el país que debe ser actualizado en forma bimestral y ser publicado una vez al año.

Conforme al artículo 3°, los elaboradores e importadores de productos destinados a celíacos tienen que acreditar la condición de “*libre de gluten*” para comercializarlos, en tanto que los productores, importadores y cualquier otra persona física o jurídica que venda estos productos alimenticios debe difundirlos, publicitarlos o

promocionarlos acompañando la publicidad o difusión con la leyenda “*Libre de gluten*”.

En lo referido al tratamiento de la enfermedad, el artículo 9° de la Ley dispone que las obras sociales enmarcadas en las Leyes 23.660 y 23.661, la obra social del Poder Judicial de la Nación, la Dirección de Ayuda Social para el Personal del Congreso de la Nación, las entidades de medicina prepaga y las entidades que brinden atención al personal de las universidades, como así también todos aquellos agentes que presten servicios médicos asistenciales a sus afiliados -independientemente de la figura jurídica que posean-, deben brindar cobertura asistencial a las personas con celiaquía. Esto comprende la detección, el diagnóstico, el seguimiento y el tratamiento de la misma, incluyendo las harinas y premezclas libres de gluten, con una cobertura que determinará la autoridad de aplicación.

De conformidad con el artículo 12 de la Ley, el Poder Ejecutivo debe adaptar las disposiciones del Código Alimentario Argentino a lo establecido por la norma. En ese sentido, el 5 de agosto último la Comisión Nacional de Alimentos, acordó establecer el límite máximo de tolerancia de gluten en alimentos -10mg de gluten por kg. de alimento- y el método analítico. Además, se discutió la necesidad de incorporar un símbolo que identifique la categoría “*alimentos libres de gluten*” y se dispuso la publicación del Proyecto de Resolución en Consulta Pública -en la web de la CONAL- por 60 días.

El referido proyecto establece una

única categoría de productos para celíacos, que indica “Alimento Libre de Gluten”, y contempla la inclusión de la leyenda “SIN TACC” junto a la denominación del producto.

Adicionalmente, en referencia a esta patología resulta de suma importancia el trabajo que en su conjunto desarrollan el Ministerio de Salud y el Ministerio de Desarrollo Social, en el marco del Programa de Detección y Control de la Enfermedad Celíaca.

Sus objetivos específicos son, entre otros:

- promover el conocimiento y la divulgación masiva de las características de la enfermedad celíaca;
- propiciar la capacitación de los equipos de salud; y
- fortalecer la capacidad técnica y analítica del Sistema Nacional de Control de Alimentos.

Dentro de las actividades programadas se encuentra la difusión de listados de alimentos aptos para el consumo de personas con enfermedad celíaca (publicación online, conformación de base de datos de interesados para novedades, folleto instructivo, y otros instrumentos.)

Hacia el futuro

Según las disposiciones de la nueva legislación nacional, el primer paso de cara al futuro debiera ser la articulación de acciones público – privadas orientadas a ampliar la variedad de alimentos industrializados aptos para esta población. Simultáneamente sería necesario incentivar el consumo de

alimentos naturales que no contengan prolaminas en su constitución normal. Esto sólo podrá lograrse a través de la educación y promoción de una dieta saludable a base de carnes, huevos, lácteos, frutas y hortalizas, legumbres y otros cereales que puede consumir no sólo el celíaco sino toda la población.

En esta línea, será necesario acompañar la variedad de alimentos con la utilización de buenas prácticas de higiene y elaboración en el hogar, todo lo cual resultará clave para prevenir la contaminación cruzada.

En caso de comer fuera del hogar, es recomendable que quienes padecen celiaquía sigan la misma línea: **consumir siempre productos naturales**, dando a conocer las precauciones que deben tomarse con los platos que se les sirven incluso, si fuera posible, hablando directamente con el personal de cocina.

Asimismo, las singulares características de la enfermedad celíaca tornan relevante prestar atención a los síntomas, sobre todo en los niños, para consultar a tiempo a los profesionales de la salud y determinar correctamente la existencia de la enfermedad. Así se podrán tomar las medidas para llevar una dieta saludable y completa.

Fuentes consultadas:

<http://www.msal.gov.ar/celiacos> - http://www.celiacosmadrid.org/congresos_7.html - CONSUMER EROSKI, Fundación EROSKI - www.infoleg.gov.ar - Codex Stan 118 – 1979 (Rev. 2008) – <http://test.elegis-ar.msal.gov.ar> – www.anmat.gov.ar – www.boletinoficial.gov.ar - Acta N° 87 de la Comisión Nacional de Alimentos – www.conal.gov.ar –

Ing. Alim. Elizabeth P. Lezcano
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Cereales para el desayuno



El presente trabajo contempla los **Productos a base de cereales inflados o tostados** (incluye a los copos o *flakes* de maíz), las **Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar**, los Granos de avena aplastados o en copos, y los **Granos de los demás cereales aplastados o en copos**. A los fines informativos, cabe aclarar que el empleo de la denominación “*Cereales para el desayuno*” comprende indistintamente a estos cuatro tipos de productos.

Fotos: SAGyP.

El Capítulo IX del Código Alimentario Argentino (C.A.A.), que se ocupa de “**Alimentos Farináceos- cereales, harinas y derivados**” dedica varios artículos a las definiciones que involucran a estos productos alimenticios:

Art. 644: “Entiéndese por Cereales, las semillas o granos comestibles de las gramíneas: arroz, avena, cebada, centeno, maíz, trigo, etc.

Los Cereales destinados a la alimentación humana deben presentarse libres de impurezas, productos extraños, materias terrosas, parásitos y en perfecto estado de conservación, y no se hallarán alterados, averiados o fermentados.

En general no deben contener más de 15% de agua a 100°-105°C.

Queda permitido el pulimento, lustre, abrillantado o glaseado de los cereales descortezados (arroz, cebada, etc), mediante glucosa o talco, siempre que el aumento de peso resultante de esta operación no exceda del 0,5% y blanqueado con anhídrido sulfuroso, tolerándose la presencia en el cereal de hasta 400 mg de SO₂ total por Kg”.

Art. 645: “Los Cereales podrán presentarse como:

1. Cereales inflados (Puffed Cereals), obtenidos por procesos industriales adecuados mediante los cuales se rompe el endosperma y los granos se hinchan.

2. Cereales aplastados, laminados, cilindrados o roleados (Rolled Cereals), preparados con granos limpios liberados de sus tegumentos y que después de calentados o de ligera torrefacción se laminan convenientemente.

3. Cereales en copos (Flakes) preparados con los granos limpios, liberados de su tegumento por medios mecánicos o por tratamiento alcalino, cocinados con la adición de extracto de malta, jarabe de sacarosa o dextrosa y sal, secado, aplastados y tostados”.

Historia de los cereales para el desayuno

Los cereales para el desayuno procesados tienen sus orígenes en el movimiento vegetariano del último cuarto del siglo XIX, que involucró a miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en los Estados Unidos. El primer cereal para el desayuno, “*Granula*”, fue creado en 1863 por James Caleb Jackson, en Dansville, Nueva York. El cereal no prosperó por la escasa practicidad de su preparación, ya que para consumir el producto era necesario dejarlo en remojo durante la noche anterior.

En 1877, John Harvey Kellogg, inventó un bizcocho hecho de trigo, avena y harina de maíz para pacientes del Sanatorio Battle Creek que padecían problemas intestinales. Inicialmente, su producto también se llamó “*Granula*”, pero cambió a “*Granola*” tras un fallo judicial. Más tarde, su hermano, Will Keith Kellogg inventó los copos de maíz y en 1906 fundó la compañía Kellogg’s (*Corn Flakes* de Kellogg’s es su marca más conocida).

No pasó mucho tiempo sin que un antiguo paciente del Sanatorio Battle Creek, C. W. Post, iniciara una empresa rival (*Post*) y creara otra de las grandes marcas de hojuelas o copos de maíz en los Estados Unidos, los *Post Toasties*.

Actualmente, existen muchas otras marcas producidas por diferentes fabricantes. En los Estados Unidos, por ejemplo, compiten más de 76 de ellas.

Numerosas variedades

En el mercado se pueden encontrar distintos tipos de **Cereales para el desayuno**. La variedad es muy amplia:

- ❖ Los copos se obtienen de harinas refinadas y contienen sal, azúcar y malta entre otros ingredientes. Suelen estar fortificados con vitaminas y minerales, con el fin de compensar el efecto del refinado al que se someten las harinas.
- ❖ Los inflados se elaboran insuflando aire a presión a pequeños fragmentos de masa creados con harina refinada de diversos granos. Son más ligeros y crujientes que otros cereales pero contienen menos fibra.
- ❖ Integrales y ricos en fibra: las variedades integrales se elaboran con el grano entero del cereal. Su aporte nutritivo y de fibra es mayor que el de los cereales refinados. También son ricos en

fibra los que incorporan frutos secos y frutas desecadas.

- ❖ Muesli: se compone de cereales (*avena, arroz inflado, trigo, maíz, etc.*), frutos secos (*nueces, almendras, avellanas...*) y frutas desecadas o deshidratadas (*pasas, manzana, plátano, coco, fresas, etc.*).
- ❖ Las barritas de cereales: pesan poco, caben en cualquier bolsillo, resisten mejor el calor y el frío sin necesidad de aislante térmico, se deshacen en la boca casi sin esfuerzo y se digieren fácilmente, pero aportan menos energía y nutrientes que un puñado de cereales ingeridos junto a una taza de leche. Sus ingredientes son: salvado, copos de avena, trigo, maíz, arroz, pasas, almendras, manzana, azúcar, miel, lactosa y otros componentes lácteos, leche en polvo, chocolate, etc. Algunos fabricantes las enriquecen con proteínas lácteas o vegetales, como las de soja.
- ❖ *Oatmeal, porridge* o gachas: las gachas de avena pueden hacerse con granos cortados a cuchillo (*tradicional en Irlanda y Escocia*) o con copos de avena (*tradicional en Inglaterra y los Estados Unidos*). Se conocen simplemente como *porridge* (“*gachas*”) en el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Canadá, y como *oatmeal* (“*harina de avena*”) en los Estados Unidos. Son también un desayuno tradicional en Escandinavia e Islandia, conociéndose como *havregrød* en Dinamarca, *havregrynsgröt* en Suecia, *havregröt* en Noruega, *hafgrautur* en Islandia, y puuro en Finlandia.

En todos los casos, es común que el elaborador decida fortificar este tipo de productos con vitaminas y minerales tales como el hierro para complementar el aporte nutricional de los mismos.

Las materias primas

Cereales y sus harinas

El maíz, el trigo, el arroz y la avena son los principales cereales utilizados como materia prima para elaborar las diferentes variedades de cereales para el desayuno. Con el maíz se obtienen los tradicionalmente conocidos copos o *flakes*; la avena suele laminarse; con el arroz se elabora arroz inflado, y el trigo suele consumirse como trigo triturado o inflado. Asimismo, con los cereales procesados pueden obtenerse las barras de cereal, ampliamente aceptadas los consumidores.

Azúcar

Los cereales para el desayuno suelen comercializarse azucarados

para lograr la aceptación de los niños, sin embargo, en los últimos tiempos la industria procura bajar su contenido para transformarlos en opciones que no incrementen el aumento de peso corporal.

Sal

En la actualidad, la industria de los cereales para el desayuno se ha propuesto reducir la cantidad de sodio que aportan estos productos. Varias de las asociaciones que representan al sector, en los principales países productores y consumidores, reclaman su reducción.

Extracto de malta

A la maltosa se le llama también “*azúcar de malta*”, ya que aparece en los granos de cebada germinada. El extracto de malta corresponde a una mezcla de azúcares naturales que resultan de la hidrólisis enzimática de la cebada malteada, y debido a su especial sabor, color y agradable aroma, se utiliza ampliamente en la industria alimentaria.

Jarabe de maíz

Industrialmente se obtiene a partir de la hidrólisis ácida del almidón de maíz, y se conoce como *jarabe de maíz de alta fructosa o JMAF*. Las ventajas para los industrializadores de alimentos radican en que el producto es líquido a temperatura ambiente, lo cual facilita las operaciones de mezclado e incorporación a las formulaciones. Además, tiene un poder endulzante superior al de la sacarosa y la glucosa.

Vitaminas y minerales

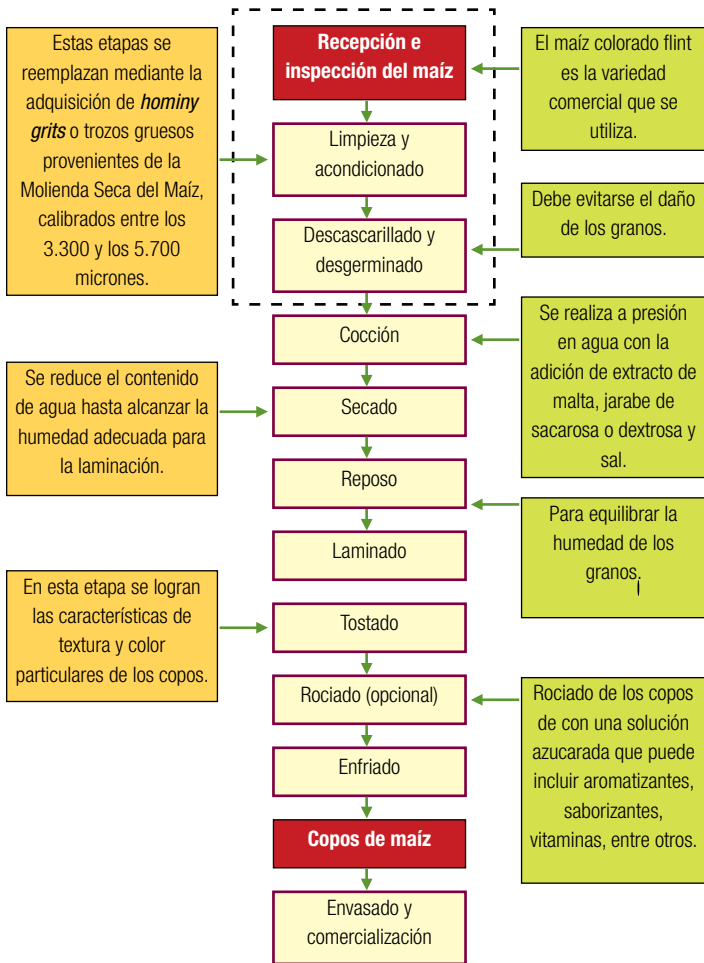
Los cereales para el desayuno figuran entre los alimentos más utilizados para enriquecerlos o fortificarlos con vitaminas y minerales. Se trata de componentes que deben añadirse en el momento indicado del proceso de producción para poder asegurar su presencia en el producto final.

Proceso de elaboración

Según fuentes privadas vinculadas sector, sólo el 10% de los copos de maíz que se elaboran en Argentina son obtenidos a partir de los trozos gruesos o *homminy grits* de maíz colorado *flint*. Sucede que esta forma de producción ha sido desplazada por la cocción por extrusión, uno de los métodos más versátiles de elaboración de cereales puesto que permite numerosas

y variadas formas, tamaños y formulaciones posibles, lo que posibilita satisfacer y mejorar los requerimientos de fabricantes y consumidores.

Gráfico N°1:
Producción de cereales para el desayuno por cocción del grano entero



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

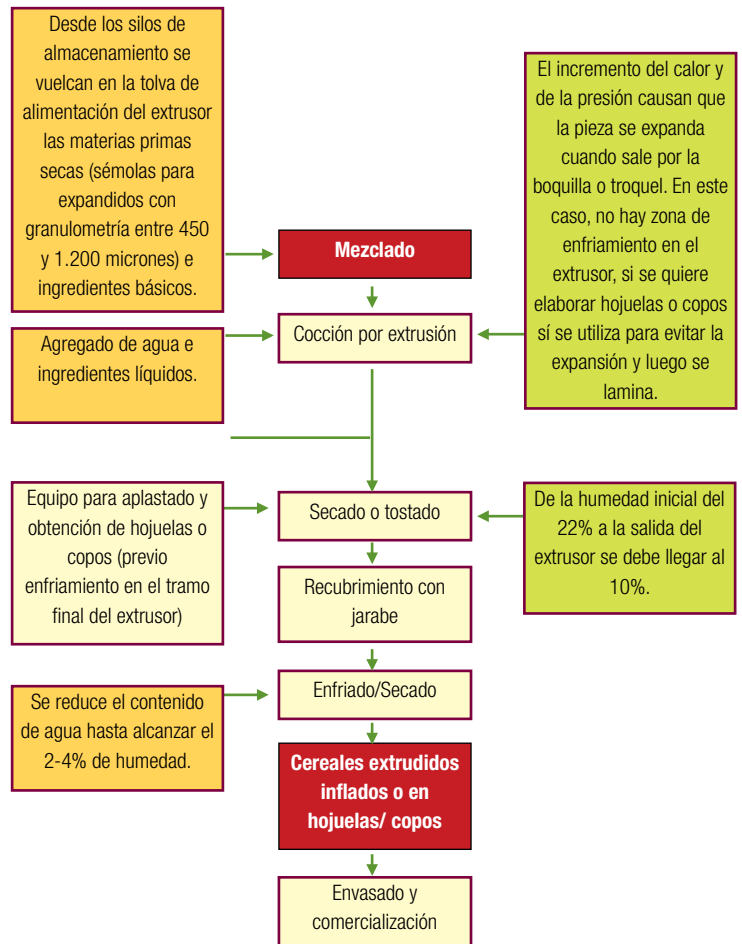
En la actualidad, la mayor parte de los cereales para el desayuno se obtienen por medio del proceso denominado **extrusión**, consistente en dar forma a un producto forzándolo a pasar a través de una abertura con diseño específico (*troquel o boquilla*), procedimiento que puede implicar, a su vez, un tratamiento de cocción.

Teniendo en cuenta su forma de elaboración, en el

mercado pueden encontrarse dos tipos de cereales: los productos directamente expandidos DEEC (*Direct Expansion Extrusion Cooking*) y los productos de expansión retardada PFEC (*Pellet to Flaking Extrusion Cooking*). Son tecnologías avanzadas que permiten producir en forma económica una amplia gama de productos con sabores, texturas, aromas, formas y características nutricionales diversas.

En el proceso de cocción por **extrusión con expansión directa**, el extrusor cocina las materias primas y simultáneamente texturiza y da forma a los productos finales.

Gráfico N°2
Producción de cereales para el desayuno por cocción por extrusión con expansión directa



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

El proceso de **cocción por extrusión con expansión retardada** se emplea para elaborar cereales para el desayuno en copos aglomerados. En este caso, el extrusor sólo cocina las materias primas y, después, se producen los aglomerados por laminación.

La etapa de mezcla de los ingredientes es idéntica a la del proceso DEEC. La mezcla ingresa a la sección de cocción del proceso mediante un alimentador. Posteriormente transita por la sección de cocción del extrusor, donde un pre-acondicionador la calienta (75- 85 °C) y humedece (18- 20%). Los gránulos aglomerados se atemperan en un tambor a 40 - 60 °C luego pasan a un alimentador vibratorio, cayendo a continuación en la zona de rodillos dónde son aplastados. El formador de escamas son dos rodillos giratorios que posibilitan regular la distancia que los separa; tienen el interior refrigerado y cuentan con elementos rascadores en su parte externa.



Las escamas gomosas entran en la unidad de secado - tostado donde sufren, en una primera fase, un tratamiento de choque (220- 270 °C) secado e hinchado, en una segunda etapa un tostado (160- 200 °C). El tercer y último paso consiste en enfriar las escamas ya infladas y tostadas.

El producto queda terminado cuando a las escamas infladas y tostadas se les realiza un recubrimiento con jarabes, seguido del secado y enfriado.

Mercado interno

En 2008 la producción de cereales para el desayuno rondó las 50 mil toneladas. El consumo anual *per capita* de ese año se estima en 0,49 Kg./hab./año y el de 2009, con una producción similar, en unos 0,5 Kg./hab./año. El incremento del consumo de 2009 se vincula al hecho de que el principal exportador volcó una mayor proporción de su producción al mercado doméstico.

Desde 2002, el consumo y la producción de cereales para el desayuno vinieron incrementándose, impulsados por la inversión realizada por los elaboradores para incrementar la capacidad instalada. En ese momento, el consumo ascendía a 200-300 gr./hab./año.

Anualmente, el consumo *per capita* de cereales para el desayuno en Europa varía desde 0,5 Kg. en Italia a 8 Kg en Irlanda.

Desde el punto de vista de la oferta, los productores de las barras de granola/cereales pueden considerarse como competidores potenciales mediatos de los elaboradores de golosinas. Sin embargo, desde el punto de vista de la demanda, sería razonable afirmar que el grado de sustitución de las barras de cereales con respecto a otras golosinas es prácticamente nulo, ya que los consumidores tienden a demandarlas por sus características particulares, la materia prima a partir de la cual se producen y el uso final, factores que las diferencian de cualquier otro tipo de golosinas.

El segmento de las barras de granola/cereales ha desempeñado un vigoroso crecimiento en los últimos tiempos. Las principales marcas comerciales existentes en el país son: **Cereal Fort (La Delicia Felipe Fort S.A.)**, **Chewy (Quaker)**, **Nature Valley (Generall Mills)**, **3 Arroyos (Laso S.A.- 3 Arroyos)**, **Cerealitas (Kraft Foods Argentina S.A.)**, **Cereal Mix (Arcor- Bagley Argentina)**, **Granix (Asociación Argentina de los Adventistas del 7mo. Día)**, **Flow Cereal y Forza (Georgalos Hnos. SAICA)**, entre otras.

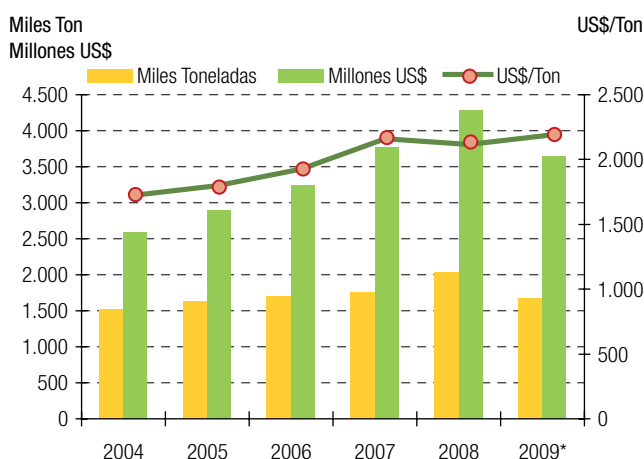
La recuperación de la economía argentina iniciada a partir de 2002 favoreció el consumo de cereales para el desayuno. Pese

a que existen en el mercado marcas para todos los segmentos de poder adquisitivo, en Argentina aún se trata de productos que no son considerados como de primera necesidad, es decir que no integran la canasta básica de alimentos. Por ende, su demanda no responde a los mismos patrones que los productos con comportamiento inelástico.

Como en el resto del mundo, la conciencia por el cuidado de la salud también se ha instalado en el país, y como los cereales para el desayuno son vistos como productos sanos y nutritivos, el mercado interno se abre paulatinamente a su consumo. Desde su lanzamiento en el mercado argentino, las barras de cereales han sido aceptadas rápidamente, asociadas a lo natural y al cuidado de la salud.

Asimismo, el consumo de cereales para el desayuno adosado a yogures ha tenido gran aceptación entre los consumidores argentinos. Estos productos incorporan unos 24 gr,ps de copos de maíz o de muesli para mezclar con el yogur.

Gráfico 3
Exportaciones mundiales de cereales para el desayuno



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos UN ComTrade 2010
* Sin informar: Japón, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Viet Nam e Irán.

Comercio internacional

En 2008, la exportación mundial de cereales para el desayuno representó US\$ 4.288 millones (equivalentes a 2 millones de toneladas). Aunque será difícil que se supere este total en 2009 ya que sólo faltan informar sus cifras de comercio exterior unos diez países (sólo tres de los cuales se encuentran entre los principales actores de ese mercado), el hecho es que estos productos han alcanzado un verdadero suceso. Comparando las cifras de 2008 con los niveles alcanzados en 2004 (Gráfico N°3), en un lustro las exportaciones mundiales de cereales para el desayuno crecieron en términos de valor un 65,1 %, y el 34,3 % en cuanto al volumen.

En referencia a los distintos tipos de productos que se comercializan como cereales para el desayuno a nivel mundial (divididos en cuatro grupos por posiciones arancelarias), puede apreciarse que el

Exportaciones mundiales (Toneladas)							
NCA (HS 1996)	Descripción del producto	Años					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009*
1904.10	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales	922,876	1,063,593	1,049,708	1,125,049	1,172,902	1,061,427
1104.12	Granos de avena aplastados o en copos	285,246	317,592	330,066	323,109	357,228	339,212
1104.19	Granos de los demás cereales aplastados o en copos	202,739	117,496	175,129	146,994	344,133	121,633
1904.20	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar	110,271	129,190	144,375	165,272	168,179	151,806
TOTAL		1,521,132	1,627,870	1,699,277	1,760,424	2,042,441	1,674,076

* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japon, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

Exportaciones mundiales (Millones US\$)							
NCA (HS 1996)	Descripción del producto	Años					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009*
1904.10	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales	2,111	2,374	2,641	3,028	3,388	2,908
1904.20	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar	259	299	347	429	502	406
1104.12	Granos de avena aplastados o en copos/	173	183	214	254	314	273
1104.19	Granos de los demás cereales aplastados o en copos	54	41	44	61	84	53
TOTAL		2,597	2,897	3,246	3,771	4,288	3,640

* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japon, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

Países exportadores

En el período 2008-2004, los diez primeros exportadores de cereales para el desayuno han concentrado, en promedio, una participación del 72% respecto al volumen total comercializado y del 79%, en cuanto al valor. De ellos, Alemania, el Reino Unido, Francia, los Estados Unidos y Canadá han sido los principales vendedores de los últimos cinco años (ver Tablas N°4). En el 2009 los cinco registraron bajas en el valor unitario promedio de la tonelada exportada, situación debida a la crisis financiera mundial de fines de 2008. Estados Unidos padeció la mayor baja, un 18%.

Desde el año 2006 las exportaciones argentinas de cereales para el desayuno superan las 10 mil toneladas anuales, ostentando una tendencia creciente, tanto en volumen como en valor. En 2009 se exportaron 12 mil toneladas por un valor

mercado exportador es liderado año a año, tanto en volumen como en valor, -su participación es del 62% y 81% en promedio, respectivamente-, por los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”**, definición que incluye a los tradicionales copos o **flakes** de maíz.

El crecimiento mundial del volumen de las exportaciones de los cereales para el desayuno a lo largo del quinquenio 2008-2004 se debe principalmente a la creciente concientización de los consumidores respecto a temas referidos a la salud y a la dieta equilibrada

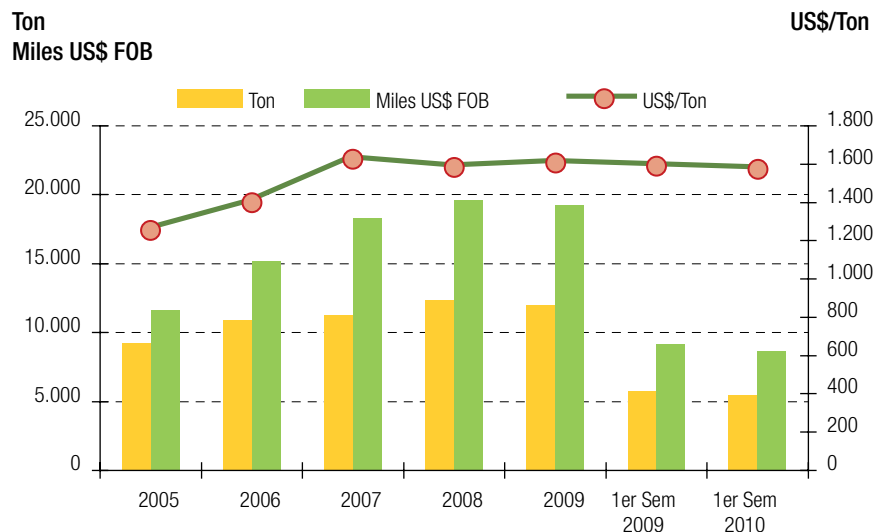
Por otra parte, se observa que la composición de las exportaciones ha sido estable en cuanto a la participación de cada una de las cuatro posiciones arancelarias que componen el sector de los cereales para el desayuno, con una marcada tendencia creciente del precio promedio, a lo largo de estos años, de cada uno de los productos.

Destino de las exportaciones argentinas 2009					
País exportador		Toneladas	Millones US\$	Participación	
				Volumen	Valor
1	Reino Unido	225,218	681	13%	19%
2	Alemania	268,401	653	16%	18%
3	Estados Unidos	210,731	408	13%	11%
4	Francia	120,176	341	7%	9%
5	Canadá	216,421	301	13%	8%
6	Bélgica	87,106	214	5%	6%
7	México	56,072	175	3%	5%
8	China	63,801	128	4%	4%
9	Australia	65,369	75	4%	2%
10	Guatemala	28,318	56	2%	2%
-	Otros	332,465	608	20%	17%
Total exportaciones mundiales de 2009		1,674,076	3,640	Concentración de los 1ros 10 exportadores #DIV/0!	
				80%	83%

* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japon, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

Gráfico 4
Exportaciones argentinas de cereales para el desayuno



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos UN ComTrade 2010
* Sin informar: Japón, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Viet Nam e Irán.

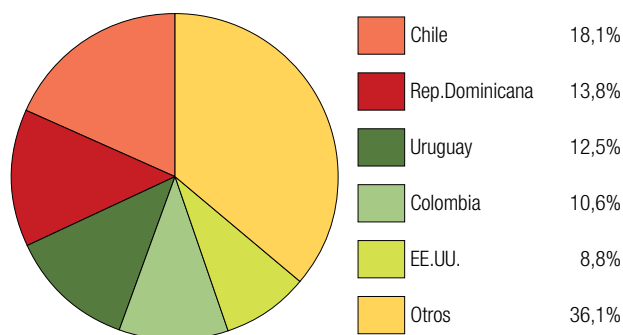
promedio, para el quinquenio 2009-2005.

En 2009 el principal destino de las exportaciones de cereales para el desayuno en valor fue Chile (18,1%); se ubicó en segundo lugar la República Dominicana (13,8%), y Uruguay (12,5%) resultó el tercer destino en importancia (Gráfico N°5).

Importaciones argentinas

En el período bajo análisis las importaciones argentinas de cereales para el desayuno muestran una tendencia creciente, tanto en volumen como en valor. En 2009 se importó un total de 5.347 toneladas por valor de US\$ FOB 9 millones, lo que significó respecto a 2005 un incremento del 37,4% y 74,7%, respectivamente. Cabe destacar que el año pasado resultó el de mayor volumen de importaciones de estos productos para

Gráfico 5
Destino de las exportaciones argentinas de cereales para el desayuno



Fuente: Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos DGA.

de US\$ FOB 19,3 millones, lo que significó respecto a 2005 incrementos del 29% y 65,5%, respectivamente.

Encuanto a los distintos tipos de productos que Argentina comercializa como cereales para el desayuno (*divididos en cuatro grupos por posiciones arancelarias*), los que lideran el mercado exportador, año a año, son los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”** (*incluye a los tradicionales copos o flakes de maíz*), tanto en volumen como en valor, su participación fue respectivamente del 80,6% y del 75,9% en

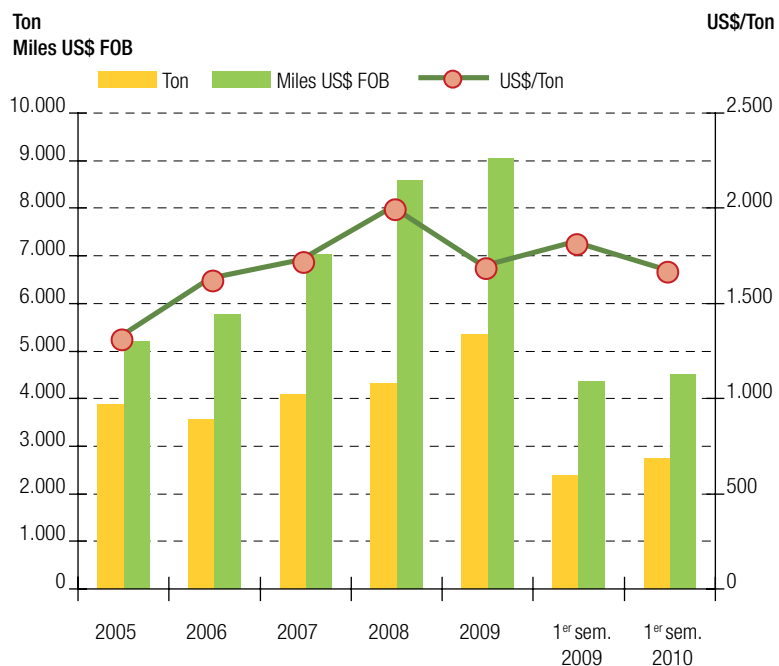
nuestro país, que muy posiblemente se vea superado por las importaciones de 2010, que a nivel semestral ya superan en un 14,4% a las del primer semestre de 2009 (Gráfico N°6).

A lo largo del período 2009- 2005, el mayor volumen anual de importaciones de Argentina se concentró en los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”** (*que incluye a los flakes o copos de maíz*). En el quinquenio, estos productos registraron una participación anual promedio del 77,9%, respecto al total de cereales para el desayuno importados.

En cambio, Argentina no registró importaciones de **“granos de los demás cereales aplastados o en copos”** entre los años 2009- 2005.

En 2009, los tres principales proveedores externos de cereales para el desayuno concentraron más del 96% del volumen total importado (y el 93,4% del valor). El más importante exportador fue Brasil, cuyos productos alcanzaron una participación del 58% respecto al volumen total importado ese año (59,7% del valor). Le siguieron Chile con el 29,8% (26,1% del valor) y Estados Unidos con el 8,2% (7,8% del valor).

Gráfico 6
Importaciones argentinas de cereales para el desayuno



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos DGA.

Posición Arancelaria	Descripción	Tratamiento arancelario
1904.10.00	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 16%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 0%.
1904.20.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 16%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 0%.
1104.12.00	Granos aplastados o en copos: de avena	Derechos de exportación del 20%. Derechos de importación extrazona del 10%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 2,7%.
1104.19.00	Granos aplastados o en copos: de los demás cereales	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 10%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 2,7%.

Fuente: AFIP, actualizado al 17 de agosto de 2010

Tratamiento arancelario

Dentro del sector de los cereales para el desayuno, los productos que presentan el tratamiento arancelario más desfavorable a los fines de incentivar la exportación son los **“granos aplastados o en copos de avena (1104.12.00)”**, ya que cargan con los derechos de exportación más altos, del 20% y con un reintegro de 2,7%.

Por otro lado, desde este mismo punto de vista, los más favorecidos resultan ser los **“granos aplastados o en copos de los demás cereales (1104.19.00)”**, que pagan derechos de exportación del 5% y reciben reintegros del 2,7% (ver Tabla N° 4).

Principales empresas de Argentina

3 Arroyos S.A. (Laso S.A.)

Empresa 100% argentina dedicada a la elaboración integral de cereales para el desayuno, barras de cereal y avenas. Fue fundada en 1987 y comenzó elaborando distintos derivados de avena para consumo humano.

En 1993, comenzó a desarrollar cereales para el desayuno y barras de cereal. Más tarde, en 1997, se inició un fuerte plan de inversión en tecnología, con la adquisición de maquinaria de última generación de origen alemán y norteamericano.

Cuenta con tres plantas industriales: **“Chaco”** (1982), ubicada en la ciudad de Tres Arroyos (producción de avenas y copos de maíz naturales y azucarados); **“Pepe Gándara”** (2000), situada en el Parque Industrial de Tres Arroyos (elaboración de cereales extrudidos y granolas) y planta **“Pampitas”** (2004), ubicada en el Parque Industrial de Pilar (copos de maíz natural, copos de maíz azucarados y barras de cereal).

Alimentos Granix

La empresa pertenece a la iglesia Adventista del Séptimo Día, e inició la producción de sus primeras

Los niños y los apurados

Para impulsar su crecimiento comercial, en los últimos años el principal fabricante de cereales para el desayuno (*Kellogg*) encaró una combinación de fuerte innovación de producto dentro del sector premium de la salud y en las carteras de producto. Su decisión abrió la puerta a una serie de ajustes y cambios que son seguidos con mucha atención por los especialistas en *marketing*.

Los analistas de la industria señalan que *Kellogg* ha sido particularmente exitoso en identificar e innovar en los principales segmentos de cereales para el desayuno (por ejemplo, para adultos, la salud y para niños), e identifican tres factores significativos en el mercado internacional de cereales para el desayuno:

- ❖ La demanda de los niños.
- ❖ Las promociones y publicidades crecientes.
- ❖ La demanda de productos nutraceuticos y orgánicos.

La publicidad en televisión e Internet, los *sponsors*, y el *merchandising* son aspectos vitales del mercado de los cereales azucarados para niños. Esto es lo que conduce a los fabricantes de alimentos, sobre todo en Europa Occidental y Asia, a mantenerse junto a las tendencias sociales de los niños uniendo sus cereales para el desayuno a los últimos juguetes, deportes, dibujos populares, películas y música.

Los fabricantes llegan cada vez más al público infantil y a los consumidores jóvenes a través de páginas *web* específicas de los cereales para el desayuno donde las mascotas de producto ayudan a los consumidores jóvenes (principalmente 5 a 14 años que son vistos ampliamente como el principal objetivo) a aumentar su conciencia sobre los cereales para el desayuno azucarados.

La alianza *Kellogg/Disney*, que generó cereales como *Mickey's Magix*, *Hunny B's*, y *Buzz's Blasts*, es un ejemplo de cómo los fabricantes de cereales para el desayuno han creado productos a base de cereales ligándolos a personajes bien conocidos de *Disney*.



Fuentes de la industria indican de modo similar que para avanzar en el mercado de los cereales resulta muy útil declarar que una marca de cereal (por ejemplo, *Corn Flakes*) es "un producto nuevo y mejorado" o que brinda al consumidor alguna ventaja extra, por ejemplo, ayudar a tener "un corazón saludable".

Muchos productos a base de cereales ahora suelen ser considerados algo más que alimentos para el desayuno, y de manera creciente son vistos por muchos consumidores como alimentos que promueven la buena salud, como sucede por ejemplo con *Kellogg's Smart Start* y *General Mills' Harmony*.

Dentro del área de los orgánicos, los grandes fabricantes de cereales para el desayuno han tenido en los últimos años una presencia creciente. Por ejemplo, *Kellogg* ha comprado *Kashi* y *Worthington* mientras que *General Mills* fue detrás de *Small Planet Foods* y su marca *Cascadian Farms*. Simultáneamente *General Mills* también lanzó su propio cereal orgánico *Sunrise* bajo su línea *Big G/Chex*.

Los analistas señalan que mujeres y niños configuran nichos de mercado prometedores para los fabricantes de cereales para el desayuno en los países desarrollados. Las consumidoras femeninas están usualmente interesadas en necesidades dietarias/nutricionales específicas del género (por ejemplo, productos que contienen

ácido fólico, hierro y calcio). Los niños son atraídos hacia los cereales que tienen un gusto atractivo y resultan “*divertidos*” de comer.

Al tiempo que los consumidores de Europa Occidental y América del Norte se encuentran cada vez más urgidos por la falta de tiempo y conscientes de la necesidad de preservar su salud, los fabricantes de cereales lanzan productos innovadores dirigidos a satisfacer esos requerimientos.

Los analistas relatan que no sólo son fabricantes buscando mejorar sus métodos de procesamiento para desarrollar mejores gustos, texturas, y formas para los productos, sino que también procuran servir mejor a la “*vida urgida*” de consumidores que comen algo camino al trabajo o directamente saltean el desayuno. Por ejemplo, en el Reino Unido y Australia varios fabricantes han alcanzado distintos grados de éxito con un lácteo que se bebe directamente del cartón y que contiene cereal.

galletitas dulces en la década de 1960. Al iniciarse la siguiente década, Granix amplió su participación en el mercado con el lanzamiento de la primera línea de galletitas *crackers* con salvado, con soja y sin sal, en tamaño sandwichera.

La firma posee tres plantas: una en Florida y dos en Baradero. En ellas elaboran dos líneas de cereales: una *Premium* que se comercializa en cajas de cartón y otra de cereales envasados en bolsas de polietileno tipo *flow pack*.

General Cereals S.A.

Es una empresa de capitales nacionales fundada en 1994, con el objeto de producir cereales para el desayuno con tecnología de vanguardia. Su planta, ubicada en la localidad bonaerense de Jáuregui -entre Lujan y Mercedes-, fue entregada llave en mano por la firma Bühler (origen Suizo / Alemán) y puesta en funcionamiento en el año 1996. En 2003 concretó la incorporación de una segunda línea.

Elaboradora Argentina de Cereales S.R.L. (subsidiaria de PepsiCo Inc.)

La empresa era la subsidiaria en Argentina de *The Quaker Oats Company*, firma estadounidense que en 2001 se fusionó con *PepsiCo Inc.* Comercializa las barras de cereales “*Chewy*”.

Fuentes consultadas

Código Alimentario Argentino - Base de datos de la Dirección General de Aduanas (DGA) - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) - Dictamen de concentración N° 250/01 caratulado “*The Quaker Oats Company y PepsiCo Inc.*” de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) - Wikipedia - Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) - *Financial Food*- Municipalidad de Tres Arroyos, Buenos Aires - Base de datos de las Naciones Unidas (UN *Com Trade database*) - *Cereal Food World*, VOL. 46, N° 10, “Utilizando la extrusión para crear cereales para el desayuno”, 2001- Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) - IBIS *World Industry Reports- European Breakfast Cereal Association (CEEREAL)* - *Association of Cereal Food Manufacturers (ACFM)*- (IBCA)- Entrevistas a expertos del sector.

Foto: SAGyP

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- ◆ Argentina es un importante productor y exportador de maíz colorado *flint* y de trigo.
- ◆ Recuperación del poder adquisitivo luego de la devaluación del peso argentino en el año 2002.
- ◆ Los cereales para el desayuno son productos considerados saludables y nutritivos.

Oportunidades

- ◆ Automatización y control de los procesos, reducción de los tiempos muertos, estandarización y mejora de la calidad de los productos.
- ◆ Innovación y desarrollo de cereales para el desayuno funcionales (*nuevas aplicaciones más allá de la adición de calcio y vitaminas*).

Debilidades

- ◆ Cosechas de cereales afectadas por la crisis del campo a partir del año 2007.
- ◆ Dependencia de innovaciones provenientes de otras industrias (*químicas, metalmecánicas, envases*).
- ◆ El consumo per capita argentino se encuentra alejado de los promedios europeos.

Amenazas

- ◆ Altos costos para posicionar la marca (*marketing, publicidad y promociones*).
- ◆ Dificultades en el abastecimiento de gas en la época invernal.
- ◆ Aparición en el mercado de "*marcas blancas*".



Ing. Alim. Daniel Franco

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Girasol y soja



Hace varios años que la producción e industrialización de oleaginosas protagoniza un crecimiento sostenido. Los aumentos de la superficie implantada y de la producción primaria reflejan la competitividad de los actores, en tanto que las continuas inversiones en la industria, dirigidas a modernizar plantas e incrementar la obtención de aceite y *pellets*, la han transformado en una de las más eficientes del mundo. El denominado “*complejo oleaginoso*” es hoy el principal bloque exportador y uno de los pilares de la economía nacional. Las estrellas que hacen brillar la producción argentina de oleaginosos en el contexto mundial son el girasol y la soja, que continuamente mejoran su genética y protagonizan incrementos en la producción.

- ❖ El principal cultivo del complejo oleaginoso es la soja, seguida en importancia por el girasol. También se producen, aunque en muy pequeña proporción, cártamo, colza y lino.
- ❖ La producción sojera de la campaña 2009/2010 se estima en 54 millones de toneladas, cifra que constituye un nuevo récord para el cultivo. El área implantada con esta oleaginosa alcanzó los 18,5 millones de hectáreas.
- ❖ Las principales provincias productoras son Córdoba, Santa Fe y Buenos Aires, que en conjunto representan el 84 % del total nacional.
- ❖ En la última década el área sembrada con soja mostró crecimiento constante, a una tasa anual promedio del 6,3 %. La producción mostró igual tendencia, más allá de caídas puntuales como la registrada en la campaña 2008/09 debida a la importante sequía.
- ❖ La superficie destinada a girasol siguió una tendencia opuesta a la soja; pasó de 3,6 millones de toneladas en 1999/2000 a 1,55 millones en la campaña 2009/2010. Para esta última campaña, se estima una producción de 2,25 millones de toneladas, el valor más bajo de los últimos 22 años.

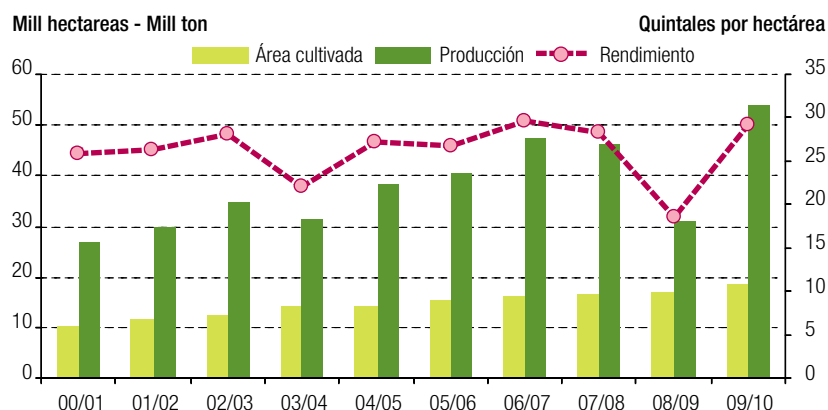
Girasol: mejoramiento y desafíos

- ❖ En el período 1975-1995 el rendimiento del grano de girasol a campo se incrementó casi un 170 %. Esto se debió al reemplazo de las variedades por híbridos, al mejoramiento de estos híbridos, y a la

optimización de las prácticas agronómicas.

- ❖ Entre 1982 y 2006 el rendimiento de aceite se incrementó a razón de 11,5 kg por hectárea / año.
- ❖ Durante los últimos años se mantuvo el rendimiento de grano obtenido a campo, contrarrestando la declinación de la “*calidad del ambiente*” asignado al cultivo.
- ❖ En el transcurso de las últimas dos décadas, el mejoramiento del girasol en la Argentina ha dado resultados positivos, local y globalmente, a pesar del entorno desfavorable en el que tuvo que desenvolverse.
- ❖ Según trabajos de especialistas, el girasol cuenta con una tasa de desarrollo tecnológico menor que la de los cultivos alternativos y a su vez, existe una reducción de la inversión global destinada a investigarlo y desarrollarlo.
- ❖ En otro sentido, el girasol actual cuenta con algunas ventajas: presenta alto valor agregado, perspectivas favorables de inclusión en el portfolio de aceites para consumo humano, y una demanda sostenida en mercados exigentes.
- ❖ Por su parte, ante el avance de una agricultura cada vez más evolucionada, el cultivo enfrenta varios desafíos:
 - ◆ No soporta altas densidades, lo cual limita su potencial de rendimiento.
 - ◆ Requiere mejorar la siembra directa y la interseembra,
 - ◆ Es necesario determinar las causas por las que sufre variación estacional en su rendimiento.
 - ◆ Se necesita caracterizar los ambientes girasoleros y estrechar la relación genotipo-ambiente.

Cultivo de soja



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

- ❖ Es en esta dirección que en nuestro país. se orientan distintos proyectos de investigación impulsados por representantes de la cadena del cultivo.

Capacidad de molienda

- ❖ La producción de soja y girasol, mostró en los últimos años un incremento ininterrumpido. Trepó de los 30 millones de toneladas en la campaña 2000/01 a más de 56 millones en 2009/10.
- ❖ La industria acompañó este aumento con inversiones destinadas a incrementar la capacidad de molienda.
- ❖ En 2003 la cantidad máxima de granos que podía procesarse en el total de las plantas era de 98.000 toneladas diarias y su porcentaje de utilización superaba el 86 %.
- ❖ El continuo crecimiento de la producción primaria y la expectativa de una fuerte expansión de la demanda, impulsaron nuevas inversiones destinadas a aumentar el nivel de molturación.
- ❖ En 2009 la capacidad de procesamiento de la industria alcanzó las 160.000 toneladas diarias.
- ❖ Ese aumento se contraponía con la disminución del número de unidades industriales. En 2003 se llegó a un mínimo de 47 debido al cierre de pequeñas plantas. En 2009 la apertura de nuevas unidades procesadoras elevó ese número a 54.
- ❖ Las industrias más importantes se hallan en la región de Rosario y San Lorenzo - San Martín, en la provincia de Santa Fe, localización favorable para la exportación. Las ventajas competitivas que presenta la zona favorecieron una concentración de la capacidad instalada en la provincia de Santa Fe, que en 2009 alcanzó el 79 % del total nacional.
- ❖ Además de las obras tendientes a incrementar los volúmenes procesados, también se realizaron inversiones destinadas a aumentar la capacidad de refinación y envasado.
- ❖ El volumen de aceite que puede ser refinado en el total de las plantas creció de 4100 toneladas diarias en el año 2001 a casi 6300 en 2009.
- ❖ El personal empleado en forma directa por la industria supera los 10.000 empleados. El sector es, además, un importante multiplicador de empleo indirecto.

Inversiones y plantas

- ❖ En diciembre de 2008, Bunge construyó una planta de

refinado de aceite que puede producir 500 toneladas por día. Las nuevas instalaciones se sitúan en Puerto San Martín, provincia de Santa Fe.

- ❖ Hasta entonces, la multinacional concentraba la producción de refinado en San Jerónimo Sud, donde posee una planta de 200 toneladas diarias de capacidad.
- ❖ En julio de 2010, Aceitera Martínez, embotelladora exclusiva de aceites de Bunge en el país, amplió sus instalaciones para incrementar la capacidad de embotellamiento de 5.000 a 12.000 toneladas mensuales. Esto le permitirá a la empresa ampliar sus servicios a Bunge y crecer en el mercado interno con sus marcas propias, Alsamar y Siglo de Oro.



- ❖ A mediados de 2008 Aceitera Martínez había firmado un convenio con Bunge S.A. para ampliar su capacidad de producción y mudar su planta desde la ciudad de Rosario a San Jerónimo Sud, asegurando de esa manera el abastecimiento directo de aceite desde la planta de **crushing** que la firma posee en dicha localidad.
- ❖ Aceitera Martínez es la mayor embotelladora nacional de aceites que carece de molienda propia, mientras que Bunge, a diferencia del resto de las grandes exportadoras de aceite envasado, no tiene integrado este último proceso.
- ❖ La planta es una de las más eficientes e integradas porque dispone de la más moderna tecnología, no sólo para la elaboración de sus aceites sino también para la fabricación de la totalidad de los envases utilizados (con una capacidad de

producción superior a 14 millones de unidades mensuales).

Industrialización

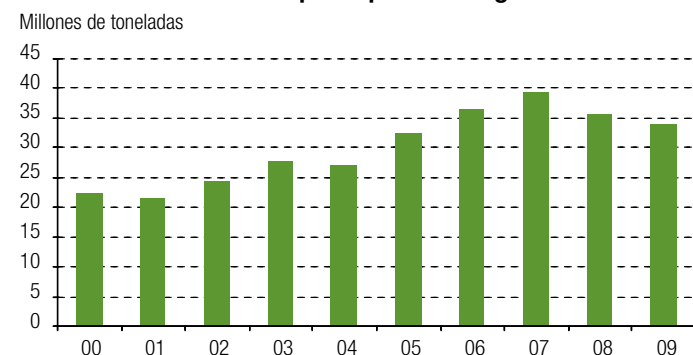
- ❖ En el período 2000-2007 se observó un incremento sostenido de los volúmenes industrializados, que acompañó la creciente producción de granos. La tendencia se revirtió en 2008. Uno de los motivos fue la menor producción primaria ocasionada por la caída de los rindes. Asimismo, el normal abastecimiento de las industrias se vio afectado por un paro agropecuario realizado durante los primeros meses del año.
- ❖ En 2009, el nivel de industrialización se redujo por segundo año consecutivo. La disponibilidad de materia prima fue aún menor



Comercio exterior

- ❖ En línea con la tendencia de la producción primaria y la industrialización, la exportación de aceite de soja tuvo un importante crecimiento. Si se analizan los diez últimos años, a lo largo del período 2000 – 2007 el incremento fue continuo. En 2008 las ventas al exterior descendieron respecto al año anterior debido a una menor industrialización.
- ❖ En 2009 se produjo una nueva reducción de los volúmenes exportados, a causa de la menor industrialización y a una retracción del mercado mundial producto de la crisis financiera internacional.
- ❖ Las ventas externas de aceite de soja alcanzaron en 2009 los 4,45 millones de toneladas. Con un precio promedio de 733 dólares por tonelada, el valor de los embarques superó los 3.260 millones de dólares. Casi la totalidad se comercializa como aceite crudo, sin refinar.

Industrialización de las principales oleaginosas

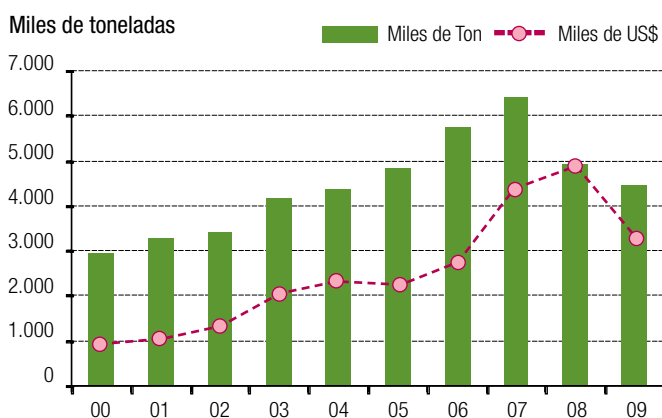


FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

ya que la cosecha se vio fuertemente afectada por una sequía. Esta situación se refleja en la caída de los rendimientos, que se contrapone con el aumento de la superficie implantada.

- ❖ En 2000, la soja representaba el 76 % del total industrializado; en 2009 esta participación se elevó al 89 %.
- ❖ El aceite, una vez refinado, se destina al consumo doméstico y también al uso industrial.
- ❖ El volumen de aceite refinado comercializado para uso doméstico en grandes supermercados, distribuidores y mayoristas alcanzó en 2009 los 450 millones de litros, valor equivalente a un consumo *per capita* de 11,2 litros por habitante por año. Este total se compone principalmente de aceites de soja, girasol o sus mezclas. En menor proporción se vende aceite de maíz.
- ❖ Dentro de las aplicaciones industriales se destaca su empleo en la elaboración de aceites hidrogenados, margarinas, panificados, galletitas, aderezos y conservas, entre otros.

Exportaciones de aceite de soja



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca sobre datos del INDEC.

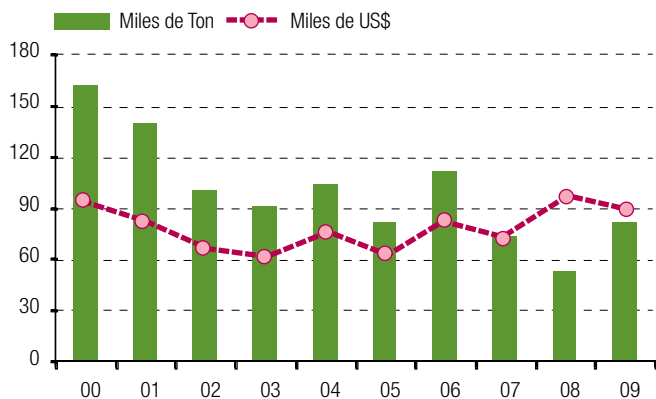
La tabla siguiente muestra los principales destinos de los embarques de aceite de soja, producto que Argentina exporta a casi 70 países.

Destino	Volumen	%	Valor mil US\$
China	1.987.760	45%	1.444.440
India	643.590	14%	472.320
Bangladesh	262.340	6%	200.900
Egipto	220.340	5%	152.360
Perú	183.270	4%	131.990
Corea	138.900	3%	98.950
Resto	1.009.840	23%	762.540
Total	4.446.040	100%	3.263.500

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos del INDEC.

Por su parte, en 2009 se comercializaron casi 945.000 toneladas de aceite de girasol por un valor que superó los 734 millones de dólares. El precio FOB promedio fue de 778 dólares por tonelada, y el 7 % del total de las ventas correspondió a aceite refinado.

Exportaciones de aceite de girasol



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca sobre datos del INDEC.

El aceite se exporta a casi 70 países. La siguiente tabla detalla los principales destinos.

Destino	Volumen	%	Valor mil US\$
China	161.110	17%	118.440
Irán	131.010	14%	96.400
Egipto	120.040	13%	91.950
Países Bajos	101.710	11%	74.700
Sudáfrica	83.630	9%	63.230
India	69.190	7%	47.650
Resto	277.950	29%	242.300
Total	944.640	100%	734.670

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos del INDEC.

Mercado mundial

- ❖ Argentina es el tercer productor mundial de aceite de soja: aporta un volumen que representa el 18 % del total. Los niveles de elaboración lo ubican detrás de China y Estados Unidos, y por encima de Brasil.
- ❖ También es el principal exportador del mundo de aceite de soja, con una participación mayor al 50%, que supera a la de Brasil y Estados Unidos.
- ❖ La demanda de este aceite se concentra en China e India, que en conjunto reciben el 35 % de las importaciones mundiales.
- ❖ En lo referido a la producción de aceite de girasol, nuestro país representa el 9 % del total mundial, por detrás de Rusia, Ucrania y la Unión Europea.
- ❖ En términos de exportación, la participación de Argentina crece al 20 %, porcentaje que lo sitúa como segundo exportador mundial después de Ucrania.
- ❖ La Unión Europea demanda casi una cuarta parte del volumen comercializado a nivel internacional.

Los volúmenes de oleaginosas producidos, industrializados y exportados explican la importancia estratégica alcanzada por el complejo oleaginoso en la economía nacional. Esta realidad, sumada a las inversiones que siguen realizándose y a las investigaciones en curso sobre mejoramiento genético, permiten suponer que en los próximos años el sector continuará profundizando el camino de logros iniciado hace más de una década.

ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACIÓN

Sabido es que una de las características de la producción agrícola es su carácter “*atomizado*”, puesto que la llevan a cabo miles de productores. Esta situación contrasta con un reducido número de demandantes en el mercado interno, tanto exportadores como procesadores. La participación de los corredores de cereales posibilita concentrar la oferta dispersa en lotes de mayor volumen para negociar los precios en condiciones de mayor equilibrio.

La mayor parte de los productos agrarios se cosechan y afluyen al mercado en un lapso breve, lo cual provoca que, ante una demanda estable a lo largo del año, los valores tiendan a disminuir en la época de cosecha y se recuperen a medida que la oferta disponible se reduce.

La producción de cada rubro de la actividad agraria se concentra regionalmente por razones ecológicas y de rentabilidad.

El hecho de que la mayor parte de nuestras cosechas tengan como destino final su venta al exterior, sea como grano o como producto elaborado o semielaborado, determina que los precios del mercado interno sean altamente dependientes de las cotizaciones de los mercados internacionales. De ahí que conocer el circuito comercial permite distinguir varias etapas. La primaria comprende las transacciones entre productores y acopiadores o cooperativas. La comercialización secundaria comprende la relación entre el acopio o las cooperativas, y la exportación o la industria.

Como en numerosos casos el productor negocia directamente con la industria o la exportación, esta clasificación no es estricta,

pero sirve para apreciar la perspectiva general.

Los productores tienden a utilizar más de un canal de comercialización para su producción, y estos canales varían según el tamaño de sus establecimientos.



Dentro de los actores que participan en la intermediación de la etapa secundaria se hallan los corredores de cereales, cuya función principal es acercar la oferta y la demanda. Los corredores no sólo operan entre el acopiador y el industrial, exportador o mayorista, sino que pueden participar en toda la cadena de comercialización. En general, se desenvuelven en el marco institucional de una Bolsa o mercado, y al facilitar el ingreso de nuevos compradores contribuyen a que la oferta pueda moverse mejor frente a una demanda menos concentrada.

Las Bolsas de comercio o de cereales, que también

actúan en esta etapa, facilitan el encuentro de oferentes y demandantes, y al dar una difusión amplia de los precios y condiciones de las transacciones realizadas facilitan una formación más objetiva de los precios.

La formación de precios sigue el camino contrario al flujo de la mercadería. De ahí que para conocer cómo se forman los precios localmente resulte necesario informarse sobre lo que sucede con éstos en el mercado internacional.

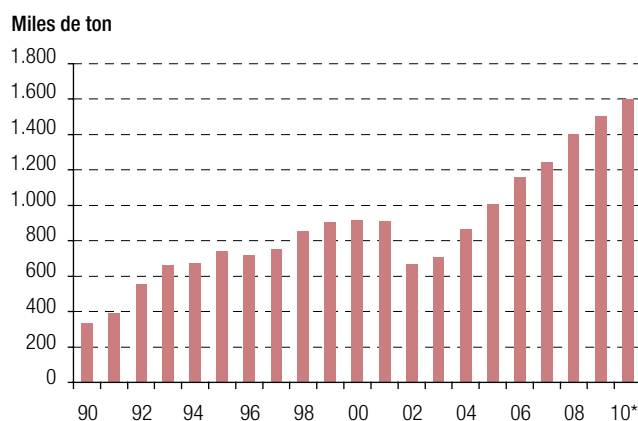
Ing. Agr. Karina F. Lamelas
Ing. Zoot. Gisela Mair
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Carne aviar



La producción de carne aviar en Argentina, pollos parrilleros en su mayoría, ha mostrado una expansión dinámica y creciente durante los últimos años. En 2009 la faena superó 573 millones de aves, lo que representó un aumento del 6.3 % con respecto a la de 2008, mientras que en los primeros 5 meses de 2010, dicho guarismo se incrementó 8 % en referencia a igual período de 2009. Ello marca una tendencia positiva de crecimiento ininterrumpido luego de la crisis de 2001. En 2009, la producción de carne aviar alcanzó un volumen de 1.502.000 toneladas, 7 % más que en 2008 (1.400.000 ton.) y se espera que en el año en curso supere 1.600.000 toneladas.

Producción de carne aviar



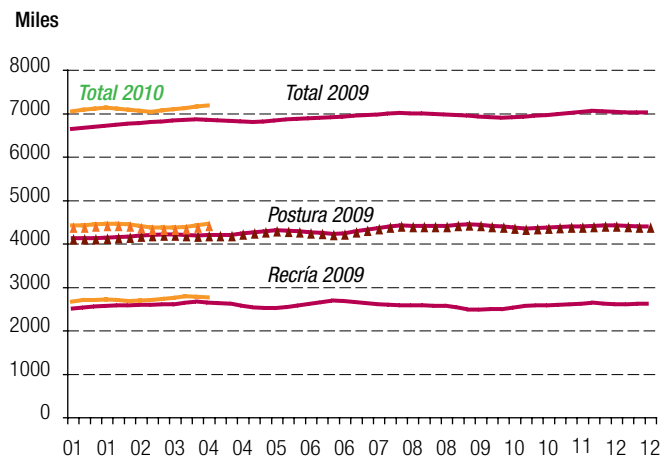
* Proyectado.

FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

- ❖ La tendencia positiva puede anticiparse en base a la cantidad de reproductoras pesadas hembras¹ que en 2009 superó en un 6 % a la de 2008. De acuerdo con estimaciones del Registro Nacional de Multiplicadores e Incubadores Avícolas (RENAVI), al 31/12/2009 se encontraban alojadas: 2,60 millones de aves (recría) y 4,38 millones de aves (postura), lo que representa un total de 6,98 millones de aves.
- ❖ De igual modo, en el primer trimestre 2010 las estimaciones indican un aumento en el alojamiento de gallinas reproductoras en postura (5 %) y en recría (4 %), lo que impactará en el crecimiento de pollos en el mercado para los próximos meses del año.
- ❖ Entre Ríos (45 %) y Buenos Aires (42 %) concentran la mayor parte de la matanza de aves, realizándose el resto en Córdoba

1 Se refiere a reproductores padres de cuya multiplicación se obtendrán pollitos bb parrilleros

Existencia de reproductoras pesadas 2009/2010



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca - RENA VI.

(5 %), Santa Fe (4 %) y Río Negro (3 %). También existe faena habilitada por SENASA en Mendoza y Neuquén.

- ❖ En 2010 se encuentran inscriptas en el SENASA 51 plantas de faena de aves, habiéndose incorporado 3 desde 2009: Luján de Cuyo (Mendoza), Aviar Navarro (Buenos Aires) y Nutrisur (Buenos Aires).
- ❖ El procesamiento de aves en planta aumentó un 5 % entre 2009 y 2008 debido principalmente al incremento del trozado (4 %). La participación del volumen procesado (cortes, chacinados y menudencias) sobre la producción nacional de carne aviar en establecimientos con habilitación de SENASA alcanzó 16 %. No se incluye en esta estimación el trozado realizado fuera de las plantas, por parte de supermercados y/o carnicerías, pollerías, etc.
- ❖ La evolución de los índices de eficiencia en granjas muestra una evolución favorable en términos de conversión alimenticia, habiéndose reducido la misma en forma continua, alcanzando en 2009, 1,92 kg de alimento/kg de pollo.
- ❖ La edad de las aves para el sacrificio, se ha reducido, situándose actualmente en 49,1 días. Por su parte, el peso de los animales al momento de la faena se incrementó 0.9 %, promediando 2.73 kg/cabeza (2009).

Inversiones

- ❖ En los últimos años la incorporación de tecnología ha sido creciente, con fuerte tendencia hacia la automatización y control de los factores ambientales del interior de los galpones.

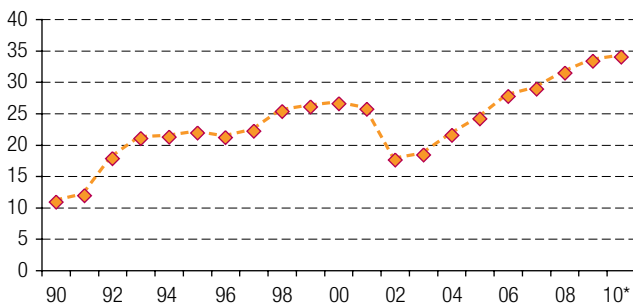
- ❖ También se observa la adquisición de equipamiento y la construcción de nuevas plantas de faena. Otras inversiones se han dado en la elaboración de alimento balanceado así como también en las plantas de incubación.
- ❖ En el período marzo 2006-diciembre 2009 se otorgaron 44 millones de \$ (58,6 %) sobre un monto total de 75 millones de \$ correspondientes a la línea de financiamiento para inversiones y capital de trabajo, con condiciones especiales para la producción avícola, ofrecida por el Banco de la Nación Argentina con bonificación de tasa por el Ministerio de Agricultura. En tanto, sobre los \$ 20 millones ofrecidos por el Nuevo Banco de Entre Ríos, se otorgaron más de 17,5 millones para proyectos avícolas y porcinos (87,6 %).
- ❖ Además del financiamiento mencionado, otras fuentes como el BICE y el Nuevo Banco de Santa Fe han otorgado créditos para inversiones en el sector avícola. También se puede mencionar a las SGR (Sociedades de Garantías Recíprocas) como herramientas para mejorar el acceso al crédito. Cabe señalar que una importante parte de las inversiones es realizada con fondos propios del sector.

Consumo

- ❖ El consumo aparente de carne aviar registra una tendencia favorable durante los últimos años. En 2009 aumentó 5,7 % con respecto a 2008. El mismo se sitúa en 33,4 Kg./hab./año y se espera que continúe en aumento en respuesta a la relación favorable de precios con respecto a otras carnes.
- ❖ También se registra un aumento *per se*, relacionado con la

Consumo per capita de carne aviar en Argentina

kg/cap/año



* Proyectado.

FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

2 Datos suministrados por la Dirección de Financiamiento e Inversión del MAGyP

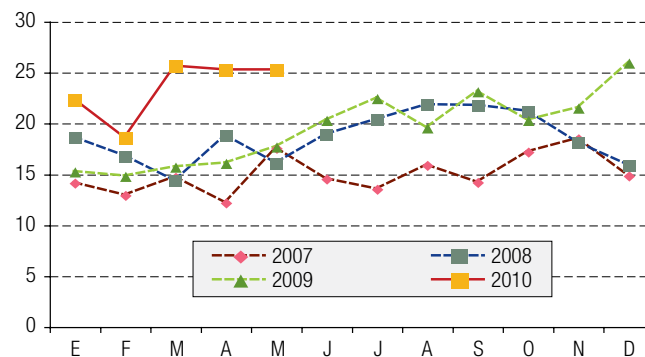
incorporación a la dieta de productos con mayor grado de procesamiento (trozado, empanados, etc.). El consumo aparente total registró un volumen de 1.339.000 toneladas (2009).

Exportaciones

- ❖ Las exportaciones de productos avícolas comestibles alcanzaron un volumen de 173.000 toneladas por un valor de 237 millones de US\$ FOB (2009), lo que con respecto al año 2008 representó un aumento del 7 % y una reducción del 8 respectivamente.
- ❖ La crisis financiera internacional desatada en el último trimestre de 2008 tuvo su impacto en los precios de los productos cárnicos aviares incidiendo en el valor de las exportaciones argentinas. En términos de volumen, a principios de 2009 se produjo una desaceleración en la demanda externa que pudo

Volumen de las Exportaciones Avícolas 2005 – 2007

Miles de ton

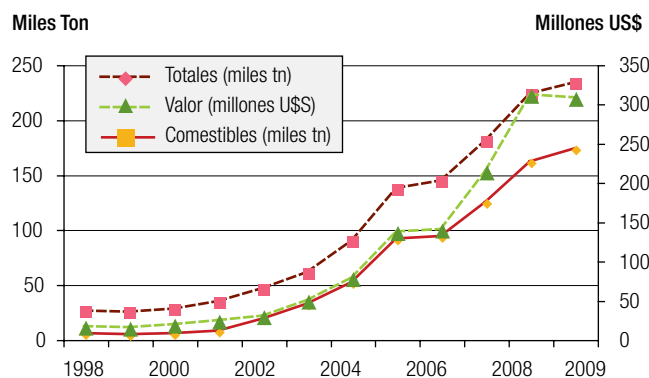


FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

ser compensada en los siguientes meses, concluyendo el año, como fuera indicado, por encima del anterior.

- ❖ Los envíos del conjunto de productos avícolas (excepto huevos y ovoproductos) totalizaron 233.000 toneladas por un valor de 308 millones de US\$, equivalentes a una variación de + 5 % (volumen) y - 1 % (valor) entre 2009 y 2008.
- ❖ La participación de las exportaciones avícolas totales en la producción de carne aviar del país ha ido en aumento durante los últimos años, alcanzando actualmente 16 %.
- ❖ Además del incremento en el volumen exportado durante los últimos años, se registra una mejora en la composición de los productos, con aumento en la participación por parte de aquellos que implican mayor valor agregado.

Exportaciones de Productos avícolas comestibles y totales



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

- ❖ Durante 2009 el 40 % de las exportaciones fue de pollo entero, 6 % de pechuga, 4 % de pata/muslo y 24 % de otros comestibles. En tanto, las garras representaron 15 % y los productos no comestibles, como las harinas de subproductos, 11 %.

Importaciones

- ❖ Las importaciones de carne aviar (pollo y pavo) y subproductos alcanzaron casi 11.000 toneladas en 2009. Ello significa una reducción del 29 % en relación al año anterior. Los ingresos equivalen al 0,7 % de la producción nacional y estuvieron compuestos por pechuga, pata-muslo, cartílago y otros productos comestibles y no comestibles de pollo. Los productos ingresados provienen en su mayoría de Brasil.
- ❖ Del total de los ingresos, 1.400 toneladas corresponden a aves enteras, pechuga, fiambres y harinas no comestibles de pavo por un valor de 2.474.000 US\$ FOB. Estas cifras representan una disminución del 18 % en volumen y del 38 % en valor respecto de 2008. Casi el 98 % tuvo su origen en Brasil.

Perspectivas

- ❖ Las perspectivas para el sector son favorables, en términos de aumento de producción y de exportaciones, proyectándose para el 2010 un volumen de más de 1,6 millones de ton. y de 300 mil ton., respectivamente.
- ❖ El incremento en el alojamiento de reproductores de pollos permite vislumbrar la mayor oferta de carne aviar en el mercado para el 2010.
- ❖ La recuperación de los precios de exportación mejora el valor

de las mismas continuando la expectativa para el resto del año.

- ❖ Asimismo se espera que la demanda del mercado interno continúe en forma sostenida superando los actuales niveles de consumo.
- ❖ La expansión del sector continúa a través de las inversiones que se proyecta realizar a lo largo de la cadena, en cada uno de los niveles productivos.
- ❖ Argentina cuenta con un estatus sanitario excelente que permite asegurar la calidad del producto en el mercado interno y acceder a los mercados externos.
- ❖ La disponibilidad y el acceso a los granos, principales componentes del costo de producción del pollo, representan una ventaja a la hora de producir.
- ❖ La avicultura es una actividad eficiente en la conversión de granos (maíz y soja) en carne, con un nivel de 2 Kg. de alimento por cada Kg. de pollo. La carne aviar representa una oportunidad para la transformación de los insumos producidos localmente y el agregado de valor, con el consecuente impacto en los diversos sectores asociados al avícola.
- ❖ Su dinámica propia está dada por la mejora genética constante que incidió en la velocidad de crecimiento, en el peso y en la conversión de las aves así como también en la cantidad de pollitos bb por hembra reproductora.
- ❖ Contribuyen a esto la rápida multiplicación que brinda la incubación artificial y la tecnología que posibilita a los animales expresar su potencial. Los avances en nutrición, sanidad y manejo han aportado grandes cambios en la evolución creciente de la actividad.
- ❖ El fortalecimiento de la relación entre el sector privado y el público se observa en los distintos Organismos con los cuales interactúa la avicultura, planteando en cada lugar los obstáculos que se encuentran en el camino para alcanzar las metas de crecimiento. En tal sentido, es necesario continuar trabajando para resolver los cuellos de botella que se presentan a medida que el sector sigue desarrollándose..

Argentina cuenta con los insumos, los recursos humanos y la tecnología necesarios para que la producción de pollos continúe su proceso expansivo y se transforme en una actividad que proporcione tanto al mercado interno como al externo mayores volúmenes de proteína animal de excelente calidad.

Producción de lentejas



Ing. Agr. Esteban Barreiro
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Lens culinaris

Grabado de "Flora von Deutschland, de Otto Wilhelm Thomé, Österreich und der Schweiz 1885, Gera, Alemania.
Tomado de de Wikimedia Commons.

El cultivo de lenteja está considerado como uno de los más antiguos realizados por el hombre. Utilizado desde hace más de 8.000 años, pero no se lo conoce como cultivo silvestre. En el año 2.200 A.C., los egipcios ya lo consumían en preparaciones alimenticias. Sus orígenes se centran en Irak, y se expandió primero a los países limítrofes, para luego ser introducido en Europa, desde donde se difundió al resto del mundo, llegando por último a América.

Producción mundial

- ❖ En el mundo, la producción de lentejas asciende a 3.850.000 toneladas, destacándose como principales países productores: India (29,0%), Canadá (24,5%), Turquía (14,5%), Australia (5,7%), Estados Unidos (4%) y China (3,9%), que obtienen el 81 % del volumen global³.
- ❖ Los principales consumidores se concentran en Asia, el norte de Africa, Europa Occidental y parte de Latinoamérica.
- ❖ Los mayores importadores son Argelia y Egipto seguidos por Bangladesh, Sri Lanka, India y Pakistán. En Europa, sobresalen España, Francia, Italia y Alemania
- ❖ En Latinoamérica los países de la Comunidad Andina y Brasil integran un mercado importador de aproximadamente 140.000 toneladas.

Producción nacional

- ❖ La zona de producción tradicional en Argentina se halla ubicada en el sur de la provincia de Santa Fe y en el norte de la provincia de Buenos Aires, donde el cultivo se realiza en forma extensiva, de secano y durante el invierno.
- ❖ En la actualidad, la principal provincia productora de lentejas es Santa Fe con el 99 % de la superficie total nacional. El 1 % restante corresponde a las provincias de Buenos Aires y Córdoba.
- ❖ Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, en la campaña 2007/2008, el país destinó a la lenteja una superficie cultivada de 15.110 que produjeron 19.610 toneladas de lentejas, lo que arroja un rinde promedio de 1.298 kg/ha.
- ❖ En los principales países productores, (Canadá, Estados Unidos y Australia) los rindes promedio rondan los 1.500 kg/

ha.

- ❖ Las condiciones agroclimáticas de las provincias del NOA, principalmente Salta y Jujuy, permitirían obtener un producto de mejor calidad y sanidad que el de la región tradicional, por lo que podrían constituirse en una zona de importante producción.
- ❖ Actualmente la superficie cultivada en esa región es mínima, y el escaso volumen obtenido, se destina al autoconsumo, careciendo de valor estadístico.
- ❖ Dentro de las legumbres con destino alimenticio, en nuestro país la lenteja ocupa el tercer lugar en importancia luego de los porotos y la arveja seca.
- ❖ En el Cuadro 1 puede observarse una tendencia creciente y sostenida en el aumento de superficie y producción entre las campañas 2004/2005 y la 2007/2008. Cabe citar, que la campaña 2007/2008 superó a la anterior en un 17,2 %.
- ❖ Los rendimientos más altos se obtienen en la provincia de Buenos Aires con 1.846 kg/ha; le sigue la provincia de Santa Fe con 1.293 kg/ha y por último Córdoba con 1.200 kg/ha.



Zona de producción de lentejas

Dispersión geográfica del cultivo en función del área sembrada promedio de las últimas cinco campañas



³ Datos FAO para el año 2.008

Cuadro N° 1:
Superficie sembrada, superficie cosechada, producción y rendimiento de lentejas correspondiente a las últimas campañas

Provincia	2004/05	2005/06	2006/007	2007/08
Buenos Aires				
Superficie sembrada	210	145	115	130
Superficie cosechada	210	145	115	130
Producción	366	268	223	240
Rendimiento	1.743	1.845	1.939	1.846
Cordoba				
Superficie sembrada	17	30	140	40
Superficie cosechada	17	30	140	40
Producción	17	36	58	48
Rendimiento	1.000	1.200	414	1.200
Santa Fe				
Superficie sembrada	6.073	8.255	12.475	14.940
Superficie cosechada	6.073	8.255	12.475	14.940
Producción	7.617	11.996	16.445	19.322
Rendimiento	1.254	1.458	1.318	1.293
Total país				
Superficie sembrada	6.300	8.400	12.730	15.110
Superficie cosechada	6.300	8.400	12.730	15.110
Producción	8.000	12.300	16.726	19.610
Rendimiento	1.270	1.464	1.314	1.298

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, Estimaciones Agrícolas.

Consumo y valor nutricional

- ❖ El grano se destina principalmente a la alimentación humana, como grano seco para la elaboración de harinas o como grano seco remojado para enlatado, aunque también en algunos países, es empleado para la alimentación de ganado.
- ❖ A nivel mundial el consumo aumenta día a día, básicamente por su alto contenido proteico, ubicándose entre 5,74 y 6,12 Kg/persona por año.⁴
- ❖ Aunque el consumo nacional se incrementó en los últimos años, continúa siendo bajo y está más arraigado en las poblaciones del interior del país que en la región metropolitana configurada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Varía entre de 2.8 a 3.5 Kg/persona por año.

4 Fuente: www.producciontucuman.gov.ar

Cuadro N° 2:
Composición nutritiva de la semilla de lenteja. Aportes nutricionales por cada 100 gramos de materia seca

Hidratos de carbono	65%
Grasas (triglicéridos)	0.8 mg/Kg
Vitaminas	
Riboflamina	0.33 mg
Tiamina	0.46 mg
Niacina	1.3 mg
Proteínas	
Globulinas	70%
Gluteínas	10-20%
Albúminas	10-20%

Cosecha y comercialización

- ❖ La lenteja se cosecha durante los meses de noviembre y diciembre. Se emplean dos métodos de recolección: el manual y el mecanizado. La cosecha mecanizada es la más empleada, por su rapidez y limpieza.
- ❖ Nuestro país ha sido líder en el desarrollo de tecnología para la cosecha de lenteja. Adoptó desde un comienzo para el corte de la planta la segadora o guadañadora de pasto, desarrollando con el correr de los años variados equipos con el fin de mejorar la eficiencia y, en especial, el rendimiento del corte, que debido a las grandes superficies cultivadas representaba un serio problema.
- ❖ El manipuleo del grano se realiza a granel, y no presenta problemas de almacenaje, siempre que se coseche bien seco y con pocos restos de maleza. De no comercializarse el grano inmediatamente, debe embolsado, previa limpieza y clasificación.
- ❖ Los procesos industriales que sufren las lentejas se pueden clasificar en primarios y secundarios. Entre los primarios figura el fraccionamiento en bolsas de polietileno de 500 y 1000 gr., Los secundarios incluyen el enlatado, en un 70% consistente en lentejas secas remojadas y envasadas en latas que tienen un peso neto de 350-380 gr. y un peso escurrido de entre 203 y 210 g.
- ❖ La producción se comercializa a través de cooperativas, acopiadores y comerciantes de legumbres que operan en las principales áreas productoras.
- ❖ El registro de operadores de la Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario (ONCCA) cuenta con el listado de

estos acopiadores, radicados en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, La Rioja y Salta.

Exportaciones e Importaciones

- ❖ Si bien Argentina ha logrado rebajas arancelarias importantes para enviar lentejas a países de Latinoamérica los volúmenes exportados en los últimos años son poco significativos.
- ❖ Existe una fuerte competencia con los países líderes, y nuestra oferta no se adecua a las exigencias de la demanda mundial, que requiere productos con mayor valor agregado
- ❖ Las cifras oficiales correspondientes al período 2007 - 2009 ascienden a un promedio de 652.705 Kg. exportados y un valor FOB promedio de 495.503 US\$, siendo los principales destinos Brasil y Uruguay

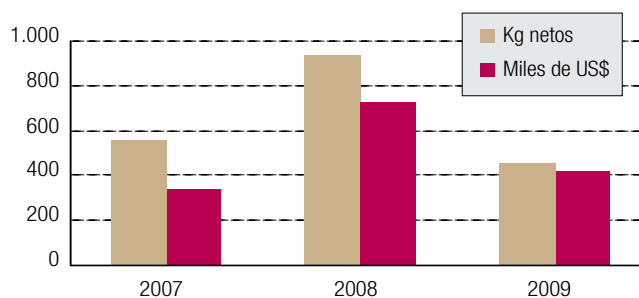
Cuadro N° 3:
Exportaciones argentinas en el período 2007 – 2009

AÑO	2007	2008	2009
Kgs. netos	559.457	938.508	460.150
U\$S	338.740	732.435	415.333

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos de AFIP.

- ❖ De este último trienio se destaca 2008 como el el año más importante mientras, que el 2007 y el 2009 fueron bastante más parejos en cuanto a las exportaciones de lenteja.

Gráfico 1
Exportaciones argentinas de lentejas - 2007/2009



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de AFIP.

- ❖ Según cifras suministradas por el Departamento de Control de Desarrollo y Operación de Sistemas Aduaneros de la AFIP, en 2.009 Argentina exportó 460.150 Kg. de lentejas por un valor FOB de 415.333 US\$. Tuvo como principales destinos Brasil,

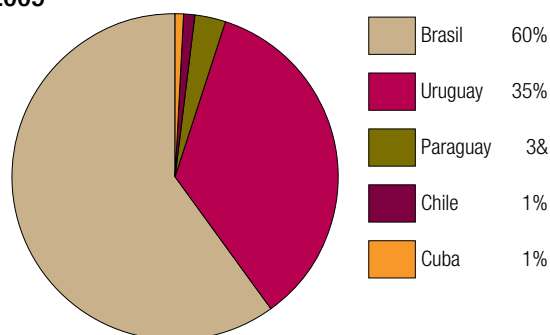
con un 60% del total; seguido por Uruguay con el 35%. El 5% restante correspondió a Paraguay, Chile y Cuba.

Cuadro N° 4:
Exportaciones argentinas de lentejas durante 2009

PAIS	Kg	U\$S
BRASIL	275.850	249.446
CUBA	4.500	5.499
CHILE	4.800	8.388
PARAGUAY	12.000	21.600
URUGUAY	163.000	130.400

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos de AFIP.

Gráfico 2
Destino de las exportaciones argentinas de lentejas 2007/2009



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de AFIP.

- ❖ A diferencia de lo que sucede con las exportaciones, las importaciones de lentejas varían en cada campaña.
- ❖ Los volúmenes importados son más significativos que los exportados, por lo que en el caso de las lentejas la balanza comercial del país es deficitaria.
- ❖ En los últimos tres años Argentina importó en promedio 2.834.438 Kg. que implicaron erogaciones por valor de

Cuadro N° 5:
Importaciones argentinas de lentejas en el período 2007/09

AÑO	2.007	2.008	2.009
Kg Netos	2.264.109	487.973	5.751.233
U\$S	709.870	395.326	3.831.095

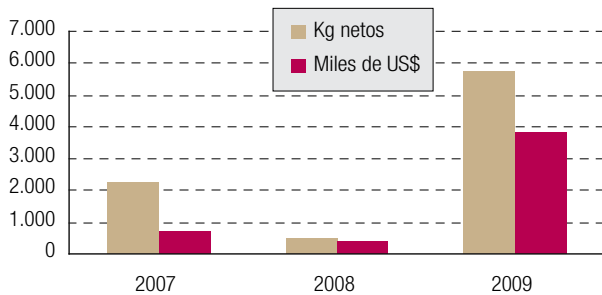
Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos de AFIP.



1.645.431 US\$ / CIF anuales.

- ❖ El año de importaciones más abultadas fue 2009 que superó ampliamente a los dos anteriores, con mercadería proveniente

Gráfico 3
Importaciones argentinas de lentejas - 2007/2009



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de AFIP.

Cuadro N° 6:
Importaciones argentinas de lentejas durante 2009

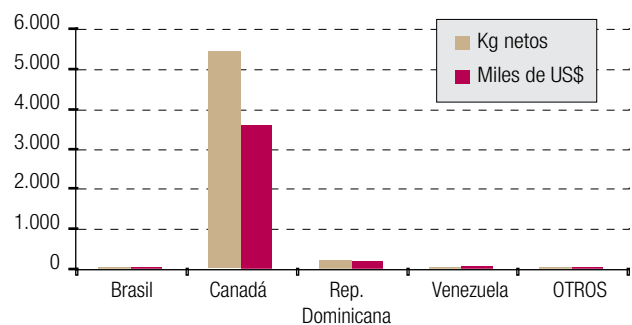
Pais	kg. Netos	US\$
Brasil	43.454	33.996
Canada	5.404.291	3.576.255
Rep. Dominicana	224.149	168.872
Venezuela	49.850	35.685
Otros	72.943	50.285

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos de AFIP.

casi en su totalidad de Canadá.

- ❖ Para el año 2.009 los volúmenes importados ascendieron a 5.751.233 Kg., cifra que representó 3.831.095 US\$.
- ❖ El 93% provino de Canadá, el 4 % de la República Dominicana, un 1% de Brasil, otro 1 % de Venezuela, y el resto de países tales como Bolivia y los Países Bajos.

Gráfico 4
Origen de las importaciones argentinas de lentejas 2009



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de AFIP.

Elaboración de dulces y mermeladas

Dulzura en movimiento

Lic. María José Cavallera
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca





Los dulces y mermeladas son confituras elaboradas por cocción de frutas u hortalizas (enteras, en trozos, pulpa tamizada, jugo de pulpa normal o concentrada). El producto terminado tiene consistencia untable y se presenta como una mezcla íntima de componentes de frutas enteras o en trozos.

La producción abarca una amplia nómina que va desde los duraznos, damascos, naranjas, higos, tunas, kiwi, ciruelas y frutillas hasta gran variedad de frutas finas tales como arándanos, frambuesas y moras, así como exclusividades tales como la rosa mosqueta, el cayote y el membrillo.

La producción local de estas confituras comprende dos grandes grupos:

- ◆ Dulces y Mermeladas industriales, producidas en gran escala y de modo uniforme. Debido a la cercanía de la zona de cultivo de las frutas, los establecimientos están mayormente ubicados en la provincia de Mendoza.
- ◆ Dulces y Mermeladas regionales, con escala de producción generalmente pequeña y centrada en las frutas típicas de cada región.

Parte de la producción de Dulces y mermeladas industriales otorga lugar a los productos bajos en calorías, alimentos que son demandados por cada vez más consumidores en Argentina y el mundo.

Panorama internacional

Según información de la División de Estadísticas de las Naciones

Unidas, **Comtrade**, en el año 2008 se comercializaron 1,3 millones de toneladas de dulces y mermeladas por un valor de 2,5 mil millones de dólares. Estos guarismos reflejan un crecimiento del 0,5% en volumen y del 15% en valor respecto a idéntico período del año anterior.

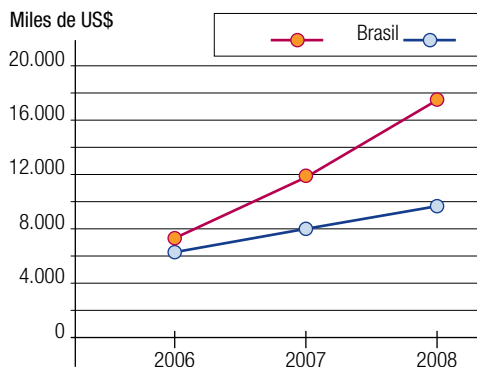
La mitad de las ventas, medidas en dólares, es realizada por 6 países: Francia (13%), Alemania (8%), Turquía (8%), Bélgica (7%), Chile (7%) e Italia (6%). El otro 50 % corresponde a numerosas naciones. Con una participación del 2% del valor mundial comercializado, la Argentina ocupa el puesto N° 17 del **ranking**.

Analizando en detalle las ventas externas argentinas, según datos de Aduana, durante 2009 nuestro país exportó confituras por un total de 31 mil toneladas anuales, que alcanzaron un valor de 27 millones de dólares FOB.

Aunque los destinos son variados e incluyen 67 naciones, la cuarta parte de dichas exportaciones, medidas en volumen, fue adquirida por Rusia, mientras que Brasil absorbió el 23%. El tercero de los principales destinos es Libia, que importó un 10% del total, destacándose además por ser el que registró mayor crecimiento en sus compras anuales: en 2009, el incremento fue del 89% respecto a 2008.

En términos de valor, los mismos tres países lideraron el **ranking** de compradores, sólo que se invirtieron los porcentajes. Mientras que Brasil ocupó el primer puesto con un 26% de participación, Rusia se ubicó en el segundo lugar con un 23%, y las compras de Libia cayeron un punto ocupando el tercer puesto, con un 9% del total.

Evolución de las exportaciones a Brasil de dulces y confituras



Fuente: DNTyCAy F en base a datos de COMTRADE.

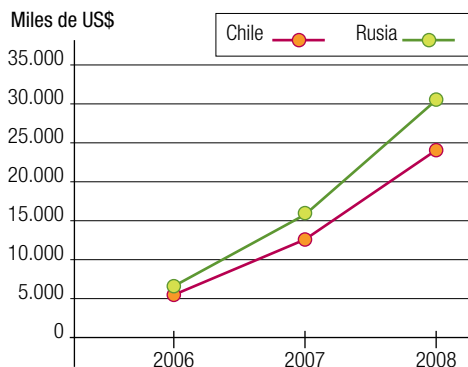
Del análisis se desprenden datos interesantes, Brasil que fue el primer comprador de las confituras argentinas en 2009, en el período 2006-2008 mostró un incremento constante en sus compras. El 80% de las adquisiciones brasileñas de dulces y mermeladas se concretaron con la Argentina (45%) y con Chile (35%), mientras que el porcentaje restante se repartió entre 24 países, nómina que incluye a Filipinas, Francia, Dinamarca y Alemania, entre otros.

Cuando se hace el mismo análisis con las adquisiciones de Rusia se evidencia una mayor competencia de naciones proveedoras de estos productos. En 2008 los rusos se proveyeron de dulces y confituras en 57 naciones. Según información de Comtrade, ese mismo año Chile lideró las ventas a dicho país con un 19% y Argentina se ubicó en el puesto 6to con una participación del 5% del total de las compras rusas, compitiendo, entre otros, con Irán. Es importante destacar que en los últimos tres años la participación de Argentina como proveedor de Rusia está creciendo a un ritmo constante.

Mucho para crecer

Es oportuno mencionar que Argentina desarrolla permanentemente nuevos sabores y presentaciones de estos productos, lo que permite observar un interesante crecimiento del segmento de mercado premium de confituras: las Frutas Untables, alimentos con mayor valor agregado que contienen un porcentaje más elevado de fruta y se combinan con mosto concentrado y rectificado de uva, en lugar de azúcar de caña. A su vez, la fruta se presenta cortada y fileteada, de modo que posibilita disfrutar

Evolución de las exportaciones a Rusia de dulces y confituras



con mayor intensidad la textura de las materias primas. Góndolas europeas y americanas ya comercializan esta *delicatessen*.

Nuestro país cuenta con condiciones óptimas para mejorar e incrementar sensiblemente su producción de dulces y mermeladas, y las provincias del NOA en particular reúnen un conjunto de condiciones naturales, tradición, conocimientos, y una oferta diversificada de dulces y confituras, apoyada en una estructura que se caracteriza por la presencia de numerosas empresas pequeñas y medianas.

Esta industria agrega valor a las excepcionales frutas que se producen en nuestro país, genera mano de obra local y regional, -desde cosecheros de frutas hasta comercializadores de dulces-, y al mismo tiempo impulsa a otras industrias importantes como la azucarera y las de fabricación de vidrio y de cartón.

Además, ventajas competitivas tales como calidad ambiental, localización en contra estación con el hemisferio Norte, la pureza del agua y el tipo de clima hacen que las confituras argentinas se encuentren disponibles con características propias en todo el territorio nacional y en los 5 continentes.

Trabajar en forma mancomunada y mejorar la presentación de sus productos permitirá dar respuesta a las crecientes exigencias de calidad de los consumidores, y posicionar los deliciosos dulces y confituras regionales en nuevos y más amplios mercados.

UN FORO PARA CAMBIAR

La importancia económica y social que tiene la elaboración de los Dulces y Confituras regionales ha impulsado al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca a promover el mejoramiento y el posicionamiento de estos productos a través de un Foro de Competitividad.

Participan activamente en ese Foro representantes de los gobiernos de Jujuy, Salta, Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán y La Rioja, además del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), el Consejo Federal de Inversiones (CFI), varias Universidades, y Cámaras y Asociaciones del sector.

Se realizan reuniones cada 45 días, una vez en cada provincia, para evaluar y debatir sobre el estado y la solución de los distintos problemas del sector, pero además, independientemente de las cuestiones y temas coyunturales, se trabaja en forma permanente sobre 4 ejes que apuntan a optimizar el sector y posicionar sus productos. Esos ejes comprenden:

- ◆ **Elaboración de Manuales de Buenas Prácticas de Manufactura.** Como distintos relevamientos de productores y establecimientos de estas provincias demostraron que los sistemas de gestión de la calidad necesitaban ser difundidos, se decidió consensuar un manual específico para dulces y confituras con la validación de las 6 provincias. Ese manual ya ha sido elaborado y se está encarando el diseño e impresión del mismo. La segunda etapa comprende su distribución, y la capacitación e implementación del manual entre los productores de las provincias participantes.
- ◆ **Capacitaciones.** Los productores plantearon la necesidad de recibir capacitación en temas como Comercialización, Técnicas de Ventas, Administración y Gestión de Costos. Para ello se armó una agenda que está siendo desarrollada.
- ◆ **Ferias Regionales.** Se decidió acompañar a los productores instalando puntos de venta en festividades provinciales, lo que les posibilita incrementar la comercialización y aplicar criterios y métodos explicados durante las capacitaciones. El Foro entendió que era una alternativa adecuada para que los productores desarrollaran habilidades comerciales y se generaran espacios de intercambio interprovincial.
- ◆ **Imagen Regional.** Con el objetivo de posicionar a los dulces y confituras del NOA como un segmento identificable entre los consumidores se trabaja en el diseño de un Logo común para todas las provincias y que sea identificable por parte de los consumidores, lo que permitirá a los productores diferenciar sus productos de los de otras regiones.

El camino transitado permitió comprobar que este Foro permite a los productores transmitir sus dificultades y facilita a las distintas esferas gubernamentales y a los organismos descentralizados diseñar políticas activas para resolverlas. Un ejemplo lo brinda la cuestión de la falta de acceso a financiamiento para obtener envases de vidrio a precios que permitan competir. Actualmente los referentes provinciales se hallan estimando la demanda de frascos en sus jurisdicciones, para conocer las características promedio de los mismos y diseñar un programa específico dirigido a resolver este escollo recurrente.

Ejemplos de este tipo muestran la importancia de los ámbitos que permiten acercar e intercambiar información, proponer acciones y debatir criterios, con la vista puesta en aumentar la competitividad de un sector. Constituye, de hecho, una de las herramientas más relevantes para diseñar un sendero de crecimiento conjunto, porque los beneficios no son sólo para los productores sino para todos los integrantes de la comunidad a la que pertenecen.

Programa Nacional de Prevención del HLB (Huanglongbing)

Desafío para todos

HLB

Ing. Agr. Lelia Palma
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

El *Huanglongbing* o HLB (*ex-greening*), está considerada internacionalmente como una de las más destructivas enfermedades de los cítricos por el severo daño que causa a la producción, su rapidez de dispersión y la inexistencia, hasta el momento, de medidas de control una vez que las plantas están afectadas por la misma.

Es ocasionada por una bacteria llamada *Candidatus liberibacter*, que se transmite por yemas infectadas y por insectos vectores (*chicharritas*) pertenecientes a la familia de los *Pyllidae*.

El preocupante avance registrado en los últimos cinco años en las principales zonas cítricas del mundo ha provocado impactos negativos a nivel productivo, económico y social. Hasta el año 2004 su presencia no había sido detectada en el continente americano, pero ese año se manifestó en el Estado de San Pablo (Brasil), en 2005 se registró en Florida (Estados Unidos), posteriormente en Cuba y República Dominicana, y recientemente en Belice y México.

Argentina todavía está libre de la enfermedad, pero la producción se halla en riesgo dado que todas las especies y variedades cítricas son susceptibles al HLB y en la mayoría de las provincias cítricas se encuentra presente uno de sus insectos vectores, la *Diaphorina citri* Kuwayama, conocido comúnmente como “*psílido asiático de los citrus*” o “*chicharrita de los citrus*”.

La importancia social y económica de la actividad cítrica en las provincias productoras y la amenaza que representa el posible ingreso de

la enfermedad, son razones más que suficientes para considerar al HLB un tema prioritario para proteger la citricultura argentina. Por lo tanto, con el objetivo principal de prevenir su ingreso al país, desde fines del año 2009 el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca ejecuta el PROGRAMA NACIONAL DE PREVENCIÓN DE HLB (*Huanglongbing*).

Cabe destacar que si bien tanto instituciones del sector público como del privado han venido llevando a cabo actividades dirigidas en ese sentido, la complejidad del problema requiere un abordaje integral y una instancia de coordinación nacional. A tal efecto, se conformó en el seno del MAGyP, una Unidad de Coordinación Interinstitucional (UCI), de la que

participan el INTA, el INASE, el SENASA, la Estación Experimental Obispo Colombres, representantes de los gobiernos provinciales y las organizaciones e instituciones del sector privado vinculadas a la actividad cítrica (CECNEA y AFINOA).

El Programa incluye varios objetivos específicos consistentes con la prevención, que abarcan desde la mejora en los sistemas de fiscalización vigentes, hasta la implementación de un Plan de Contingencia para el manejo y control del HLB en caso de que se produzca la detección de focos. También se contempla la generación de líneas de investigación específicas y la implementación de programas de capacitación, sensibilización y difusión para distintos públicos.





Cinco componentes conforman la estructura del Programa:

- ❑ fiscalización,
- ❑ vigilancia,
- ❑ investigación y desarrollo,
- ❑ capacitación y difusión y
- ❑ coordinación y seguimiento, cuyas actividades se desarrollan en forma coordinada.

Hasta el momento los fondos aportados por el Ministerio se destinaron a tareas de vigilancia y monitoreo, control de fronteras, compra de equipamiento específico e insumos para laboratorios, indumentaria de trabajo, *kits* de inspección y a la capacitación de los 65 agentes (técnicos, profesionales y laboratoristas) intervinientes en el Programa.

La población objetivo directa, comprende aproximadamente 5.300 productores que comercializan e

industrializan anualmente alrededor de 3.300.000 toneladas de limones, naranjas, mandarinas y pomelos. La superficie estimada de acción ronda las 135.000 hectáreas.

Resultados obtenidos desde el comienzo de la ejecución del Programa:

- ❑ **Relevamiento** de casi la totalidad de la superficie cítrica estimada como zona de riesgo, con monitoreo de plantaciones, insecto vector y arbolado urbano, además de la colocación de una red de trampas de relevamiento quincenal.
- ❑ **Conformación** de una red de 9 laboratorios distribuidos en todo el país, 4 de ellos equipados con tecnología de avanzada, para la realización de los análisis de las muestras.
- ❑ **Análisis y diagnóstico** de más de 3.000 muestras, sin resultados positivos de la bacteria en material

vegetal o insectos.

- ❑ **Refuerzo** de 10 pasos fronterizos que por su ubicación y movimiento, representan el mayor riesgo de ingreso del HLB.
- ❑ **Establecimiento** de una nueva barrera de control fitosanitario en la localidad de 7 de Abril, entre las provincias de Salta y Tucumán
- ❑ **Inspección** de cerca de 280 viveros.
- ❑ **Organización** de cursos de capacitación, talleres y jornadas tanto en el NOA como en el NEA.
- ❑ **Realización** de una campaña de difusión apoyada por diferentes materiales, básicamente afiches, cartelería en rutas, libretas de campo para reconocimiento de síntomas, espacios de difusión radial, participación en exposiciones y congresos, etc.

La ejecución interinstitucional de este Programa, es una forma eficiente de multiplicar los recursos, evitando tanto la superposición de actividades, como la falta de ejecución de las mismas. La articulación entre diferentes instituciones tanto públicas como privadas para alcanzar un objetivo común, no es un trabajo sencillo, pero el esfuerzo vale la pena y constituye una fortaleza del Programa.

La lucha contra el HLB es un desafío que debe afrontarse entre todos. A mejor coordinación de acciones, mayores posibilidades de éxito.

Sello de calidad “*Alimentos Argentinos*”

Mejoras hacia adentro, mejoras hacia afuera

Lic. Ciro Guillermo Negri
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Con el criterio de desarrollar una “marca país” que acompañara a los productos argentinos en los mercados como estrategia nacional para agregar y comunicar valor, en el año 2005 la cartera agropecuaria creó el sello de calidad “**Alimentos Argentinos, una elección natural**”.

El distintivo acompaña las marcas comerciales de las empresas alimentarias argentinas a fin de asociar la imagen “**Producto - País de Origen - Calidad Diferenciada**” testimoniando gráficamente los atributos diferenciales de los productos y la vinculación que guardan con su origen. Al mismo tiempo confiere a esos alimentos

mayor valor agregado por una doble vía: un aspecto tangible y cuantificable vinculado a las procesos de producción aplicados, su presentación, etc, y otro –intangible- relacionado con la confianza y reconocimiento que suscitan las condiciones naturales del lugar de origen.

Los siguientes testimonios han sido brindados por dos firmas elaboradoras de productos que obtuvieron el derecho a utilizar el sello de calidad “**Alimentos Argentinos, una elección natural**”, y resultan ilustrativos para apreciar los beneficios que implica obtener y utilizar esta herramienta de diferenciación.

Productos El Artesano S.A.

Res. SAGyP 96/2010.

Res. SAGyP 188/2010.

Productos: Jamones Crudos

Marca “El Artesano de Marcos Paz

“Respecto del valor agregado y los beneficios que nuestra empresa ve incrementados a partir de la obtención de *Sello Alimentos Argentinos*, pueden ser resumidos en los siguientes puntos:

En nuestra última participación en la FERIA Caminos y Sabores realizamos varios contactos nuevos, de los cuales seleccionamos 50 potenciales clientes. Con muchos de ellos hemos coordinado una comunicación inmediata.

Nuestra presencia en la Ronda de negocios inversa internacionales, organizada por Bairexport y coordinada en conjunto con el Área del Sello Alimentos Argentinos, PROCAL, PROSAP

y PROARGEX, nos facilitó entablar relación con potenciales clientes del exterior, puntualmente de la República Federal de Brasil.

La tarea de nuestro equipo de ventas se ha visto favorecida por la obtención del Sello porque ha resultado una herramienta muy útil para fidelizar los actuales clientes y generar nuevos negocios.

Tanto nuestros jamones crudos como la planta industrial en sí misma, se han prestigiado por ser en la actualidad los únicos que pueden lucir el Sello de Calidad, y por eso podemos decir que, en definitiva, haberlo obtenido afianzó nuestra política de calidad e incrementó el reconocimiento que se logra en los clientes”.

Sra. Jesica Boni

Lic. Hugo Báez



Nutrición Profesional S.R.L.

Res. SAGyP 96/2010.

Productos: Preparaciones Culinarias Industriales

Marca “NUTPRO”.

“Para nuestra empresa, obtener el *Sello de Calidad Alimentos Argentinos* implicó una serie de beneficios tanto hacia adentro de la misma como externamente. Por un lado, el hecho de comenzar a trabajar para la obtención del mismo, nos obligó a revisar nuestras normas de calidad ya certificadas:

IRAM 14102 de BPM; ISO 9001:2008 e ISO 22000:2005, con lo cual afianzamos nuestro sistema de calidad y aseguramiento de la inocuidad de nuestros productos en general.

Los aportes realizados durante las auditorías efectuadas desde el Área del Sello Alimentos Argentinos, nos permitieron incorporar mejoras en los procesos de elaboración y los productos resultantes, y esto facilitó una clara diferenciación respecto a otros produc-

tos existentes en el mercado.

También recibimos el reconocimiento de parte de clientes, tanto del sector privado como del público, por el esfuerzo realizado por la firma para obtener el Sello de calidad. En esa línea, y tomando en consideración el esfuerzo realizado para utilizar este sistema de diferenciación, en septiembre de 2009, nos otorgaron el Premio ‘Día de la Industria’ instituido por el Gobierno de la Provincia de Córdoba en el rubro Productividad.

La distinción 'Alimentos Argentinos, una elección natural', también nos alentó a presentarnos en el 'Programa Provincial de Fomento para la Excelencia en Gestión de PYMES' que llevan adelante conjuntamente el Gobierno de la Provincia y la Unión Industrial de Córdoba, en el cual estamos inscriptos en el Nivel Plata.

A decir verdad, poseer el sello de calidad, nos permite posicionarnos favorablemente ante los mercados interno y externo. Y aunque no resulta sencillo, contemplamos posibilidades de exportar a diferentes mercados."

Sr. Eduardo Bossio
Mgt. Pablo Carranza



Sellos de Calidad: El rumbo pampeano

Vinculados a través de un convenio de cooperación firmado en el año 2009, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y el Ministerio de la Producción de la provincia de La Pampa, se hallan trabajando en conjunto para que las empresas alimentarias pampeanas que obtengan el sello de calidad provincial accedan al uso del sello de calidad "Alimentos Argentinos, una elección natural".

Cabe señalar que La Pampa decidió incorporar un Sello de Calidad para sus productos y servicios hace ya varios años, a través de una Ley provincial del año 2005 reglamentada en 2007. Desde entonces, a través del Instituto de Promoción Productiva de su Ministerio de la Producción, la provincia desarrolló un cúmulo de acciones dirigidas a promover entre las empresas provinciales el sello "Producto de La Pampa" y facilitar la gestión para obtenerlo.

Como cada firma interesada en acceder al uso del sello debe cumplir con protocolos de producción / elaboración y satisfacer auditorías que verifiquen su aplicación, resultó indispensable diseñar y ejecutar un Programa de capacitación y asistencia técnica en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que a su vez estableciera un contacto directo y cercano con aquellas PyMEs que tenían



mayor potencial de acceso al Sello. Simultáneamente, equipos de trabajo encararon la elaboración de los Protocolos de Calidad para los productos.

Los avances se expresan en datos significativos. Son 52 las empresas elaboradoras que asistieron a los talleres de sensibilización realizados en diferentes puntos de la provincia. Veinte de ellas reúnen las condiciones para ingresar a los programas de capacitación e implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Está aprobado el Protocolo de Sal de Calidad Alimentaria –tradicional producto de La Pampa-, y en proceso de elaboración los de quesos; harina de trigo; aceite de girasol; chivito y cordero.

El Sello ya cuenta con su logotipo, que informa: "Producto de La Pampa. Argentina. Calidad Certificada", y la provincia aspira a que comparta su presencia con el de "Alimentos Argentinos, una elección Natural". El criterio que impulsa todas las acciones es el mismo: que el consumidor identifique y diferencie el producto con un sólo golpe de vista, dado que la calidad y la identidad están absolutamente garantizadas por "el valor de nuestro territorio y su gente".

Información estadística



Esta sección muestra el movimiento de las exportaciones, las importaciones y la balanza comercial del sector alimentario argentino. La información está estructurada por actividad y por sectores.

Los datos por actividad son agrupados de acuerdo al capítulo 15 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). A su vez, los datos por sectores se componen según el tipo de productos, y esto se hace a través del Nomenclador Común de Mercosur (NCM).

La información por actividades permite realizar comparaciones con otros países, algo que no es posible con el movimiento por sectores. Por el contrario, los datos brindados por los sectores facilitan su comparación en el contexto nacional.

En la presente publicación se muestran los datos anuales para el período 1999 a 2009; en las siguientes entregas se presentarán los datos mensuales a fin de generar una serie. Asimismo estos datos pueden encontrarse en el sitio Alimentos Argentinos.

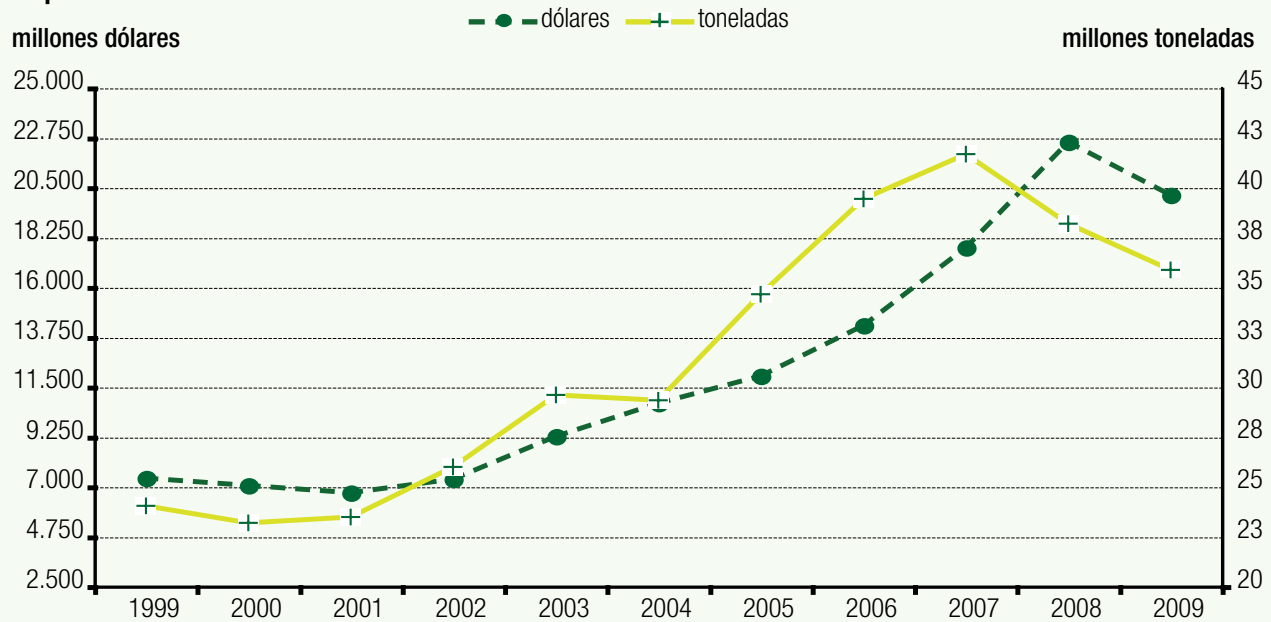
www.alimentosargentinos.gob.ar/estadisticas

Exportaciones por Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

Millones dólares FOB

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	852,4	816,6	376,2	585,5	743,9	1.251,2	1.671,3	1.630,1	1.856,1	2.238,1	2.350,5
1512	781,6	822,5	885,3	707,1	786,6	669,9	778,7	1.205,9	986,7	1.201,2	1.038,3
1513	191,7	189,4	197,7	297,3	379,5	468,4	547,0	694,9	892,4	1.135,4	892,1
1514	4.246,4	3.950,8	4.084,9	4.669,0	6.142,8	6.782,4	7.075,7	8.220,6	11.198,1	14.094,6	12.477,8
1520	382,7	324,5	285,7	302,0	273,3	524,9	598,7	777,6	679,3	906,0	675,3
1531	224,3	191,1	172,6	183,1	276,9	274,7	320,0	428,8	633,2	954,4	760,7
1532	24,1	32,8	33,3	33,9	45,9	45,4	44,1	47,7	51,2	63,8	62,5
1533	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1541	145,8	150,8	145,2	59,9	75,9	61,4	78,4	110,6	140,7	185,5	163,5
1542	34,7	49,6	37,1	61,9	40,1	48,7	123,8	241,4	111,4	137,1	303,7
1543	142,5	154,1	148,3	144,5	139,3	156,4	165,2	187,2	217,8	241,3	244,3
1544	8,3	5,8	5,5	3,1	7,1	9,7	16,3	24,3	26,6	33,5	15,6
1549	114,0	95,4	82,4	65,1	80,0	135,0	146,9	208,7	263,6	418,9	255,8
1551	24,6	27,0	31,7	27,9	24,8	23,1	29,8	35,4	47,5	49,8	53,2
1552	153,4	164,5	159,0	132,4	176,5	231,8	307,3	383,9	508,7	652,1	634,3
1553	55,4	81,2	69,1	72,8	69,7	73,9	82,7	91,5	160,9	223,2	212,3
1554	19,9	19,9	15,2	9,6	11,0	12,0	9,3	9,3	17,1	27,8	28,9
Total	7.402,0	7.075,9	6.729,1	7.354,9	9.273,6	10.768,9	11.995,2	14.297,7	17.791,3	22.562,8	20.168,9

Exportaciones CIIU 15



Exportaciones por Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU (cont.)

Miles toneladas

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	402,8	425,0	221,2	378,8	422,8	683,7	855,4	704,2	753,0	702,1	954,4
1512	569,9	522,2	378,2	435,9	387,1	366,7	445,0	575,1	479,3	496,7	427,7
1513	210,1	170,3	219,5	429,8	554,9	560,1	671,3	849,5	918,9	874,9	772,6
1514	20.704,7	19.640,8	20.407,9	22.079,2	25.239,0	24.530,3	28.355,9	32.311,1	34.386,2	30.689,4	28.051,5
1520	257,8	194,5	153,5	217,2	157,6	265,8	276,7	364,1	237,8	259,9	301,9
1531	966,6	1.164,8	1.106,5	1.299,2	1.706,0	1.712,1	2.385,7	2.608,0	3.037,7	3.172,0	3.186,7
1532	110,1	122,6	143,2	151,3	179,5	175,7	165,2	156,2	124,6	106,9	124,6
1533	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1541	109,6	119,9	127,8	59,6	58,8	52,2	65,3	85,7	94,2	98,8	83,7
1542	171,1	194,3	122,6	278,0	173,6	217,5	519,9	696,4	358,5	420,3	799,5
1543	59,7	67,5	70,9	86,9	85,2	91,5	89,4	90,6	94,2	87,2	84,3
1544	12,2	8,9	8,7	7,8	17,3	20,0	34,0	47,9	40,4	33,1	18,9
1549	42,0	39,3	44,5	46,5	78,7	167,9	215,4	260,9	170,5	188,8	135,4
1551	62,0	65,6	69,8	67,3	49,2	48,8	61,0	52,5	76,3	72,1	84,2
1552	110,2	108,6	109,3	143,0	207,1	172,7	229,3	307,5	380,0	442,7	304,2
1553	223,8	311,9	249,4	273,1	246,4	248,0	273,3	308,1	486,1	490,2	504,3
1554	39,9	47,6	42,8	34,7	39,4	38,3	25,8	23,5	42,3	53,1	54,4
Total	24.052,5	23.203,8	23.475,8	25.988,0	29.602,4	29.351,2	34.668,5	39.441,3	41.680,2	38.188,2	35.888,4

Referencia de las posiciones CIIU revisión 3.1 para el capítulo 15:
Elaboración de productos alimenticios y bebidas

1511	Producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos.	1543	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería.
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado.	1544	Elaboración de macarrones, fideos, alucuzuz y productos farináceos similares.
1513	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.	1549	Elaboración de otros productos alimenticios no comprendidos en otra parte (n.c.p.).
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal.	1551	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas; producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas.
1520	Elaboración de productos lácteos.	1552	Elaboración de vinos.
1531	Elaboración de productos de molinería.	1553	Elaboración de bebidas malteadas y de malta.
1532	Elaboración de almidones y productos derivados del almidón.	1554	Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales.
1533	Elaboración de alimentos preparados para animales.		
1541	Elaboración de productos de panadería.		
1542	Elaboración de azúcar.		

Importaciones por Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU

Millones dólares CIF

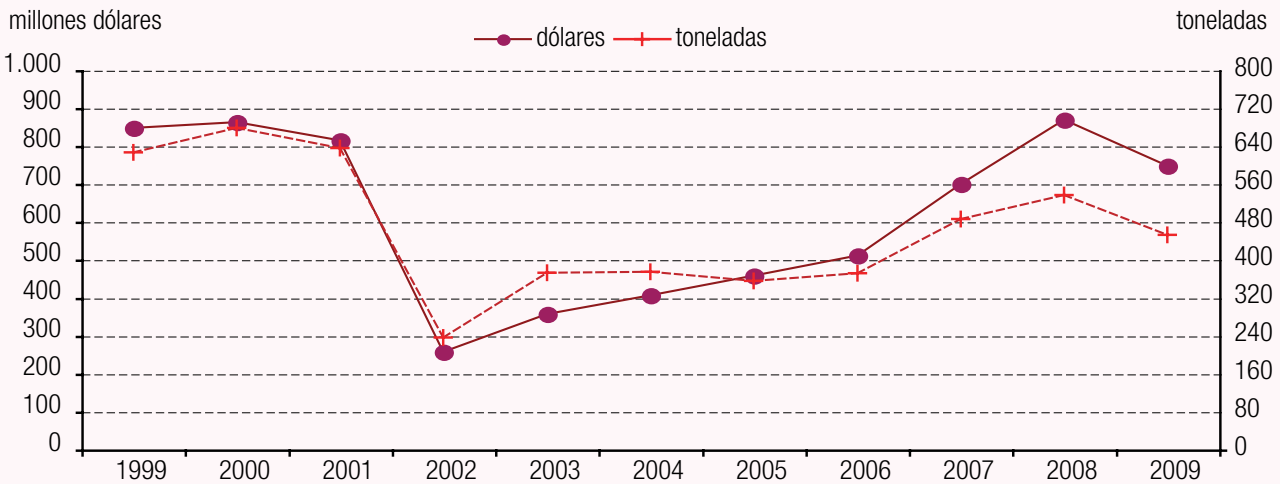
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	217,8	206,1	168,3	42,4	91,0	80,6	77,9	79,3	113,0	144,0	116,4
1512	83,9	78,9	71,5	13,0	25,5	41,3	54,9	65,4	86,0	83,1	79,3
1513	141,8	141,5	116,9	30,2	33,7	41,6	43,3	54,2	101,6	112,4	74,4
1514	28,2	46,2	29,8	14,1	19,2	33,3	33,3	32,7	50,1	63,2	44,4
1520	37,0	36,3	39,5	13,6	20,9	16,6	20,2	13,6	21,1	23,3	19,7
1531	22,8	20,1	17,8	7,1	9,6	9,1	8,7	9,0	14,7	19,3	17,3
1532	20,4	20,9	19,6	10,1	13,2	15,7	19,8	23,3	30,5	40,4	31,4
1533	40,2	37,5	35,0	12,3	16,1	20,4	22,8	27,1	27,3	38,5	35,2
1541	19,7	19,0	19,3	3,3	3,1	6,0	6,1	9,4	9,7	12,4	13,3
1542	0,5	0,4	0,5	0,5	1,3	1,9	1,0	0,5	1,1	9,4	1,8
1543	116,6	98,1	111,3	65,5	79,7	80,5	96,5	103,2	131,1	179,8	167,6
1544	7,0	4,9	3,6	0,6	0,7	1,2	1,2	1,9	2,9	3,9	3,2
1549	79,3	142,6	178,8	52,1	49,0	62,3	73,0	92,6	113,9	140,4	130,4
1551	32,0	26,5	24,0	6,4	13,4	13,8	17,3	18,7	23,4	26,8	28,5
1552	30,3	19,2	13,6	2,0	1,4	1,6	2,7	1,9	3,1	3,7	8,3
1553	20,8	17,4	9,3	0,8	0,8	1,5	2,2	4,2	5,8	13,1	10,6
1554	6,2	7,0	8,9	2,3	2,4	5,3	7,8	6,7	9,3	13,0	11,3
Total	904,3	922,7	867,7	276,2	381,0	432,8	488,7	543,9	744,6	926,6	793,3

Importaciones por Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIU (cont.)

Miles toneladas

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	0,14	0,14	0,12	0,05	0,11	0,07	0,06	0,05	0,07	0,06	0,05
1512	0,03	0,05	0,04	0,01	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03
1513	0,14	0,16	0,14	0,05	0,04	0,04	0,04	0,05	0,08	0,08	0,05
1514	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03
1520	0,02	0,02	0,03	0,01	0,04	0,04	0,02	0,01	0,03	0,01	0,01
1531	0,03	0,03	0,04	0,02	0,04	0,04	0,03	0,04	0,07	0,08	0,08
1532	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03
1533	0,04	0,04	0,04	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
1541	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01
1542	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,03	0,01
1543	0,05	0,05	0,06	0,03	0,03	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,05
1544	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1549	0,03	0,04	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03
1551	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
1552	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
1553	0,05	0,04	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,02	0,02
1554	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02
Total	0,63	0,68	0,64	0,24	0,37	0,38	0,36	0,37	0,49	0,54	0,45

Importaciones CIU 15



Millones dólares FOB

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	205,3	194,7	158,8	39,4	84,6	75,7	73,5	74,8	106,2	136,4	109,8
1512	79,6	74,6	67,5	12,3	24,2	39,1	51,9	62,2	81,5	78,7	75,8
1513	131,6	129,5	107,0	27,5	31,0	38,2	39,7	50,5	93,6	102,1	68,5
1514	26,4	43,3	27,9	12,9	17,7	31,0	30,5	30,3	47,0	59,4	42,1
1520	35,0	34,2	37,2	12,6	19,6	15,5	19,2	12,8	20,0	22,1	18,5
1531	20,6	17,9	16,0	6,3	8,1	8,1	7,9	8,2	13,2	17,5	15,4
1532	18,6	18,5	17,4	9,0	12,1	14,5	18,1	21,5	28,1	36,8	28,7
1533	36,9	33,9	31,5	11,3	15,1	19,2	21,4	25,3	25,6	36,1	33,3
1541	18,4	17,5	17,9	3,0	2,9	5,6	5,5	8,4	8,8	11,4	12,3
1542	0,4	0,4	0,4	0,5	1,2	1,7	0,9	0,5	0,9	7,8	1,5
1543	111,0	92,9	106,2	62,9	77,2	77,5	92,5	98,7	125,8	173,0	161,6
1544	6,2	4,3	3,3	0,5	0,6	1,1	1,1	1,7	2,7	3,5	2,9
1549	74,6	136,9	172,2	48,9	46,2	58,9	69,3	88,0	108,4	132,8	123,8
1551	30,8	25,5	22,9	6,1	12,9	13,2	16,5	17,8	22,3	25,6	27,2
1552	29,0	17,6	12,8	1,9	1,3	1,5	2,6	1,8	3,0	3,5	7,4
1553	18,4	15,5	8,3	0,7	0,6	1,2	1,9	3,8	5,3	12,0	9,8
1554	5,6	6,2	7,7	2,1	2,2	4,8	6,9	6,0	8,4	11,8	10,4
Total	848,6	863,6	815,0	257,8	357,3	406,7	459,2	512,2	700,8	870,4	748,9

Balanza comercial x CIU - diferencia entre expo - impo

Millones de dólares FOB

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	647,1	621,8	217,4	546,1	659,4	1.175,5	1.597,8	1.555,4	1.749,9	2.101,7	2.240,8
1512	701,9	747,9	817,7	694,7	762,4	630,9	726,9	1.143,7	905,3	1.122,5	962,4
1513	60,2	59,9	90,7	269,8	348,5	430,3	507,3	644,4	798,8	1.033,3	823,6
1514	4.219,9	3.907,5	4.057,0	4.656,2	6.125,1	6.751,4	7.045,2	8.190,4	11.151,1	14.035,2	12.435,7
1520	347,7	290,3	248,4	289,4	253,8	509,4	579,5	764,8	659,3	884,0	656,8
1531	203,6	173,2	156,6	176,8	268,8	266,6	312,1	420,6	620,0	936,9	745,3
1532	5,5	14,3	15,9	24,8	33,9	30,9	26,0	26,2	23,1	27,0	33,9
1533	-36,9	-33,9	-31,5	-11,3	-15,1	-19,2	-21,4	-25,3	-25,6	-36,1	-33,3
1541	127,4	133,3	127,3	56,9	73,0	55,8	72,8	102,1	132,0	174,1	151,2
1542	34,3	49,2	36,6	61,4	38,9	47,0	122,9	241,0	110,4	129,4	302,2
1543	31,5	61,2	42,1	81,5	62,1	78,9	72,6	88,5	92,1	68,3	82,7
1544	2,1	1,5	2,3	2,6	6,5	8,6	15,3	22,5	24,0	29,9	12,7
1549	39,5	-41,5	-89,8	16,3	33,9	76,0	77,7	120,7	155,2	286,1	132,0
1551	-6,2	1,5	8,8	21,8	11,9	9,9	13,4	17,6	25,1	24,2	26,0
1552	124,4	146,9	146,2	130,5	175,2	230,3	304,7	382,0	505,8	648,6	626,9
1553	37,0	65,7	60,8	72,1	69,1	72,7	80,8	87,7	155,5	211,2	202,5
1554	14,3	13,7	7,4	7,5	8,8	7,2	2,4	3,2	8,6	16,0	18,6
Total	6.553,4	6.212,3	5.914,1	7.097,1	8.916,2	10.362,1	11.536,0	13.785,5	17.090,5	21.692,4	19.419,9

Miles toneladas

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1511	402,6	424,9	221,0	378,8	422,7	683,7	855,3	704,2	752,9	702,0	954,4
1512	569,8	522,2	378,1	435,9	387,0	366,6	445,0	575,1	479,3	496,7	427,6
1513	210,0	170,1	219,4	429,8	554,8	560,1	671,2	849,5	918,8	874,9	772,6
1514	20.704,7	19.640,8	20.407,9	22.079,1	25.239,0	24.530,3	28.355,9	32.311,1	34.386,1	30.689,4	28.051,5
1520	257,8	194,4	153,4	217,2	157,6	265,7	276,7	364,1	237,8	259,9	301,9
1531	966,6	1.164,8	1.106,5	1.299,1	1.705,9	1.712,0	2.385,7	2.608,0	3.037,7	3.171,9	3.186,6
1532	110,0	122,6	143,1	151,3	179,5	175,7	165,2	156,2	124,6	106,8	124,6
1533	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1541	109,6	119,9	127,8	59,6	58,8	52,2	65,3	85,6	94,2	98,8	83,6
1542	171,1	194,3	122,6	278,0	173,6	217,5	519,9	696,4	358,5	420,2	799,5
1543	59,6	67,5	70,8	86,9	85,2	91,5	89,4	90,6	94,1	87,1	84,3
1544	12,2	8,9	8,7	7,8	17,3	20,0	34,0	47,9	40,4	33,1	18,9
1549	42,0	39,2	44,4	46,5	78,7	167,9	215,3	260,8	170,5	188,8	135,4
1551	62,0	65,6	69,8	67,3	49,2	48,7	61,0	52,4	76,3	72,1	84,2
1552	110,1	108,5	109,3	143,0	207,1	172,7	229,3	307,5	380,0	442,7	304,2
1553	223,8	311,9	249,4	273,1	246,4	248,0	273,3	308,1	486,1	490,2	504,3
1554	39,9	47,5	42,8	34,7	39,4	38,3	25,8	23,5	42,3	53,1	54,4
Total	24.051,9	23.203,1	23.475,1	25.987,8	29.602,0	29.350,8	34.668,2	39.440,9	41.679,7	38.187,6	35.888,0

Referencia de las posiciones CIU revisión 3.1 para el capítulo 15:

Elaboración de productos alimenticios y bebidas

1511	Producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos.	1543	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería.
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado.	1544	Elaboración de macarrones, fideos, alucuzcuz y productos farináceos similares.
1513	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.	1549	Elaboración de otros productos alimenticios no comprendidos en otra parte (n.c.p.).
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal.	1551	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas; producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas.
1520	Elaboración de productos lácteos.	1552	Elaboración de vinos.
1531	Elaboración de productos de molinería.	1553	Elaboración de bebidas malteadas y de malta.
1532	Elaboración de almidones y productos derivados del almidón.	1554	Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales.
1533	Elaboración de alimentos preparados para animales.		
1541	Elaboración de productos de panadería.		
1542	Elaboración de azúcar.		

Exportaciones por sectores alimentarios

Millones de dólares FOB

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	4.253,6	3.970,5	4.107,5	4.696,0	6.187,0	6.828,6	7.139,3	8.310,8	11.389,8	14.321,6	12.624,0
Aderezos	28,7	21,5	18,9	12,5	12,8	14,3	16,8	19,6	22,2	30,4	26,3
Apícola	96,1	87,3	71,5	114,2	159,9	121,8	128,2	154,1	134,3	181,3	160,3
Aromática y especias	1,3	1,3	2,1	2,5	3,3	4,3	5,1	7,5	11,0	9,3	5,7
Avícola	0,9	0,5	1,6	2,0	2,5	9,4	9,5	10,5	14,7	20,6	12,2
Azúcar	44,7	64,7	55,8	80,4	59,3	69,5	142,4	260,6	127,9	154,9	325,9
Bebidas	257,0	262,6	241,3	309,1	384,4	463,4	597,7	705,0	917,9	1.190,0	1.064,9
Carne	5,1	4,7	2,7	3,2	1,6	3,9	2,1	1,2	3,4	9,4	6,1
Carnes	825,0	786,5	362,1	572,9	734,1	1.226,6	1.643,4	1.602,8	1.818,0	2.182,2	2.280,2
Cereales	3.039,0	3.610,2	3.728,1	3.200,7	3.204,0	4.023,7	4.041,7	4.375,5	6.599,9	9.217,5	4.071,3
Conservas	121,7	115,8	141,6	134,7	179,2	211,5	219,9	314,1	415,7	545,7	433,5
Correctivos	1,7	4,6	9,1	10,1	12,4	12,4	16,0	23,0	26,4	32,1	35,0
Extractos vegetales	48,2	56,1	60,4	68,0	51,8	56,7	98,2	104,4	120,3	110,7	141,8
Farinaceos	152,6	137,5	130,8	52,9	59,8	59,8	83,7	109,6	165,1	227,4	179,8
Frutas	403,9	357,2	428,1	432,2	527,8	611,9	778,1	848,3	1.062,6	1.407,0	1.051,8
Golosinas	151,6	178,3	172,0	160,3	173,6	178,3	188,7	228,7	278,5	311,1	300,6
Grasas	11,2	12,1	3,6	5,5	4,3	9,6	15,4	16,8	16,1	21,9	30,7
Harinas	148,1	183,5	170,2	203,3	273,0	276,1	291,8	368,8	460,7	726,2	589,0
Hortalizas	319,4	256,8	269,5	215,4	219,1	255,3	313,3	376,0	512,9	632,0	532,1
Infusiones	65,3	64,9	66,2	60,1	53,7	61,2	67,6	79,2	89,3	101,6	113,0
Lácteos	393,8	332,7	296,1	314,2	290,3	546,4	628,1	811,8	777,2	1.096,4	756,6
Oleaginosas	860,7	1.003,8	1.391,9	1.280,7	1.987,8	1.820,8	2.416,7	1.939,6	3.668,0	4.840,6	1.949,3
Otros	82,1	80,5	56,9	46,0	39,0	73,6	67,3	73,0	112,7	167,4	148,2
Otros Apícola	1,0	1,4	1,6	1,2	1,1	1,0	2,2	2,2	3,4	3,3	2,8
Otros extractos vegetales	0,1	0,4	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros golosinas	24,2	28,4	27,7	23,9	43,6	33,7	41,1	44,3	76,9	96,1	121,5
Pesca	802,0	833,1	893,2	714,4	797,4	683,7	790,6	1.219,5	1.001,6	1.215,9	1.053,5
Total	12.139,1	12.456,9	12.710,6	12.716,4	15.462,8	17.657,4	19.745,0	22.006,9	29.826,6	38.852,7	28.016,2

Miles de toneladas

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	20,726.2	19,841.8	20,696.5	22,446.3	25,762.3	25,100.9	29,408.3	33,381.7	35,918.4	32,214.6	29,394.5
Aderezos	19.9	17.4	17.9	15.5	17.0	19.2	21.3	24.0	24.7	25.0	23.8
Apícola	93.5	88.6	73.0	80.0	70.5	63.2	107.2	103.8	79.9	69.2	58.0
Aromática y especias	0.8	1.0	1.3	1.8	2.2	2.8	3.2	5.2	4.7	3.3	2.1
Avícola	0.2	0.2	0.5	0.5	0.8	3.5	5.6	5.1	5.1	4.6	3.8
Azúcar	211.2	259.7	207.7	366.7	267.1	320.5	607.5	779.7	413.2	467.8	858.0
Bebidas	254.7	257.5	258.1	447.3	536.5	481.3	627.0	712.1	859.0	912.8	699.8
Carne	0.4	0.5	0.4	0.6	0.4	0.8	0.4	0.2	0.2	0.2	0.3
Carnes	319.7	322.9	179.1	325.3	374.2	588.3	740.3	616.9	655.5	602.9	810.3
Cereales	26,992.5	34,280.8	33,595.0	28,346.5	25,027.1	31,217.4	36,306.0	30,724.4	36,135.1	35,314.5	21,163.0
Conservas	146.0	111.2	162.1	196.3	271.3	286.5	310.0	442.2	472.1	474.1	449.0
Correctivos	4.3	6.0	9.6	9.7	14.8	14.4	16.3	19.4	19.8	21.5	21.5
Extractos vegetales	3.2	3.7	4.0	5.2	5.0	5.0	7.4	8.3	6.5	5.9	6.2
Farinaceos	121.7	120.2	126.5	62.0	67.9	68.9	95.9	121.0	179.6	177.9	134.2
Frutas	654.4	525.9	751.9	1,012.4	1,133.5	1,230.7	1,507.3	1,424.7	1,602.1	1,569.3	1,323.3
Golosinas	63.6	78.7	82.8	96.5	103.3	103.3	102.5	114.7	126.6	118.5	106.7
Grasas	28.1	39.6	11.5	15.9	9.0	22.0	40.8	38.8	26.0	28.2	47.8
Harinas	782.2	984.4	858.8	1,108.4	1,370.5	1,307.1	1,434.1	1,549.7	1,578.4	1,727.8	1,810.6
Hortalizas	710.7	542.3	547.2	535.0	592.7	598.5	628.5	753.3	777.2	689.2	747.7
Infusiones	87.3	90.3	94.7	96.4	98.5	99.3	96.9	102.7	111.9	115.8	107.9
Lácteos	262.3	197.9	158.0	224.7	166.4	277.0	290.4	379.3	267.3	306.7	326.5
Oleaginosas	4,243.6	4,659.7	7,633.7	6,634.3	9,069.7	6,640.4	10,151.6	8,132.2	12,135.8	11,948.4	4,597.5
Otros	66.0	75.2	41.8	49.3	51.4	100.5	96.2	78.8	100.9	105.8	126.7
Otros Apícola	0.3	0.4	0.6	0.5	0.4	0.3	0.6	0.6	0.8	0.7	0.6
Otros extractos vegetales	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros golosinas	90.7	98.4	94.3	76.9	144.8	119.0	170.2	159.7	214.9	172.7	229.8
Pesca	590.5	535.3	386.5	445.1	400.2	383.5	459.5	588.2	489.2	504.5	435.1
Total	56,474.1	63,139.5	65,993.4	62,599.0	65,557.5	69,054.4	83,234.8	80,266.7	92,205.0	87,582.1	63,484.8

Importaciones por sectores alimentarios

Millones de dólares CIF

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	26,8	41,0	24,8	12,5	18,0	30,6	29,7	29,0	44,6	57,0	41,5
Aderezos	5,6	10,0	12,0	5,4	2,2	3,1	3,6	4,6	6,0	7,9	7,3
Apícola	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3
Aromática y especias	21,9	21,3	14,1	7,8	10,8	12,9	12,3	13,2	19,1	31,2	31,5
Avícola	5,1	5,9	7,6	0,3	0,5	0,7	0,1	0,0	0,0	0,4	0,3
Azúcar	4,1	3,0	2,9	2,4	3,6	5,3	4,8	12,7	15,3	17,8	8,9
Bebidas	100,6	147,0	159,6	25,1	33,6	39,7	48,4	53,3	77,8	92,5	92,5
Carne	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,7	0,0
Carnes	202,0	191,2	152,7	24,8	66,2	61,6	59,0	60,0	88,4	110,5	98,9
Cereales	18,7	23,1	11,6	8,9	11,8	12,2	9,7	10,7	23,6	32,6	21,7
Conservas	113,6	106,6	97,3	28,5	28,2	34,5	37,7	45,3	79,1	93,2	61,3
Correctivos	5,1	3,9	3,8	3,0	3,4	5,0	5,6	6,0	7,7	8,5	8,0
Extractos vegetales	37,8	35,4	34,4	23,1	35,2	41,3	40,6	46,2	43,5	50,5	44,2
Farinaceos	36,1	33,0	33,0	6,8	4,7	7,8	9,7	13,7	19,6	24,3	23,1
Frutas	145,3	164,4	145,0	48,1	65,1	73,3	77,5	82,2	107,8	140,0	149,3
Golosinas	98,2	98,3	111,3	66,1	81,5	84,2	99,4	107,2	133,1	182,3	171,8
Grasas	1,0	3,4	3,7	3,8	14,1	7,3	3,1	2,5	2,5	11,0	2,4
Harinas	32,6	28,6	20,0	5,5	6,8	6,2	6,8	9,0	11,7	21,9	12,1
Hortalizas	33,9	33,2	23,4	7,3	10,6	11,8	10,6	9,3	25,7	16,7	15,7
Infusiones	24,2	64,9	47,0	26,9	38,3	49,1	63,1	74,8	102,0	109,4	93,3
Lácteos	46,4	45,2	52,0	18,9	29,0	28,6	32,6	28,9	40,1	42,7	30,0
Oleaginosas	69,4	59,5	62,3	48,9	76,7	158,8	159,5	163,8	660,3	1.367,6	387,6
Otros	63,3	67,6	62,0	41,9	43,6	56,6	67,3	82,9	103,7	128,0	105,8
Otros Apícola	0,7	3,8	4,8	1,4	1,1	2,1	3,1	2,7	3,8	4,8	1,9
Otros extractos vegetales	36,9	30,6	29,1	12,9	25,8	31,7	32,2	35,8	42,6	45,3	41,7
Otros golosinas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	0,0	0,2	0,2	0,0
Pesca	81,3	83,5	75,9	14,2	27,3	43,8	59,8	73,9	96,2	94,5	91,4
Total	1.211,0	1.304,4	1.190,5	444,6	638,2	808,5	876,7	967,9	1.755,2	2.691,8	1.542,4

Millones de dólares FOB

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	25,2	38,5	22,9	11,4	16,5	28,6	27,0	26,7	41,6	53,6	39,4
Aderezos	5,2	9,1	11,0	4,9	2,1	2,9	3,4	4,4	5,6	7,3	6,9
Apícola	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2
Aromática y especias	21,1	20,4	13,4	7,4	10,3	12,2	11,6	12,5	18,4	30,2	30,5
Avícola	4,6	5,3	6,9	0,3	0,4	0,7	0,1	0,0	0,0	0,4	0,3
Azúcar	3,6	2,5	2,5	2,1	3,3	4,8	4,3	11,9	14,3	15,3	8,0
Bebidas	94,7	140,2	153,4	23,6	31,6	37,1	45,3	50,2	73,3	86,8	86,8
Carne	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,7	0,0
Carnes	190,5	180,8	144,5	23,2	61,8	58,3	56,1	56,6	83,1	104,7	93,1
Cereales	16,6	19,8	9,7	7,6	10,1	10,7	8,4	9,2	19,7	27,7	19,0
Conservas	106,2	98,4	89,7	26,1	25,9	31,7	34,7	42,0	72,4	84,4	56,3
Correctivos	4,8	3,7	3,5	2,8	3,2	4,7	5,2	5,7	7,3	8,1	7,7
Extractos vegetales	36,3	33,8	32,8	22,0	33,6	39,4	38,9	44,3	41,9	48,7	42,7
Farinaceos	33,0	30,1	30,4	6,3	4,2	7,0	8,7	12,2	17,7	22,2	21,0
Frutas	118,6	131,4	109,5	37,6	50,6	55,1	59,4	62,7	82,1	106,2	118,7
Golosinas	93,2	93,1	106,2	63,4	79,0	81,0	95,3	102,4	127,6	175,3	165,6
Grasas	0,9	3,0	3,1	3,2	12,7	6,3	2,7	2,2	2,3	10,1	2,1
Harinas	29,4	25,3	17,8	4,9	6,0	5,5	6,1	8,2	10,7	20,1	11,1
Hortalizas	30,2	29,0	20,1	6,5	9,3	10,5	9,3	8,6	23,6	15,1	14,3
Infusiones	23,2	62,2	44,4	25,2	36,4	46,7	60,3	71,8	98,1	104,8	88,7
Lácteos	43,9	42,7	49,1	17,6	27,3	27,0	31,2	27,6	38,5	41,0	28,5
Oleaginosas	63,6	54,2	55,3	43,8	70,2	148,5	146,1	148,7	614,3	1.295,3	364,5
Otros	59,7	63,2	57,8	39,2	40,9	53,4	63,3	78,1	97,7	119,0	99,4
Otros Apícola	0,7	3,5	4,7	1,4	1,0	2,0	3,0	2,7	3,7	4,6	1,8
Otros extractos vegetales	35,0	29,0	27,7	12,2	24,2	30,3	30,8	34,2	41,0	43,4	39,9
Otros golosinas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,0	0,1	0,2	0,0
Pesca	77,0	78,8	71,6	13,4	25,9	41,5	56,6	70,5	91,3	89,8	87,6
Total	1.117,4	1.198,6	1.087,9	406,0	586,7	746,2	808,3	893,8	1.627,2	2.515,3	1.434,0

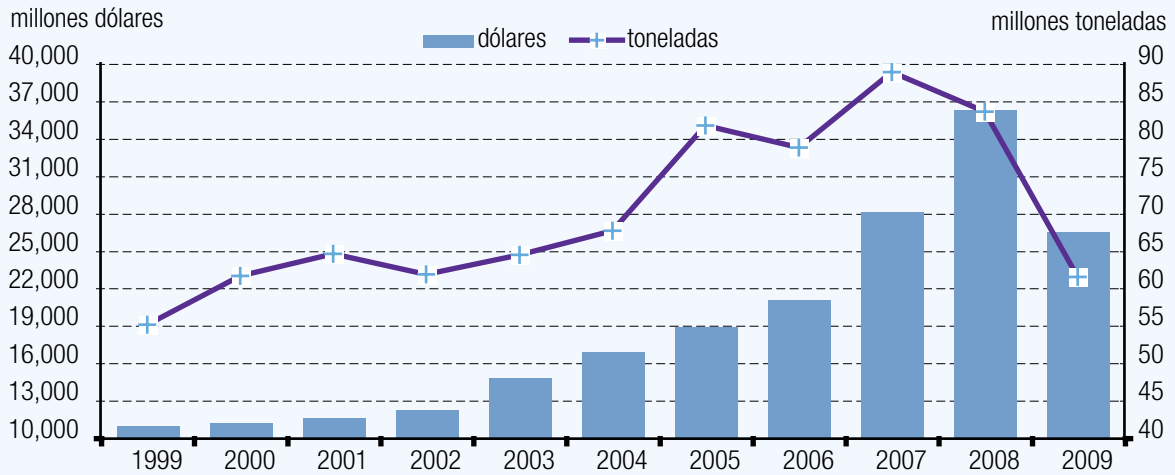
Importaciones argentinas por sectores alimentarios (cont.)

Miles de toneladas											
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	22,0	31,9	29,8	15,4	18,9	25,0	25,0	25,7	33,5	29,2	28,7
Aderezos	4,1	9,4	13,0	6,4	1,6	1,7	1,9	2,3	2,8	3,3	3,2
Apícola	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0
Aromática y especias	6,2	6,5	5,7	3,8	4,9	5,4	5,3	5,1	6,0	7,0	6,9
Avícola	2,2	3,3	3,9	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Azúcar	9,6	6,4	5,3	3,9	9,3	12,9	8,6	11,2	13,2	40,1	12,8
Bebidas	64,0	73,1	56,2	11,4	16,7	28,2	35,1	29,6	42,0	57,7	62,3
Carne	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Carnes	134,9	126,2	100,4	22,0	59,6	40,0	31,8	32,6	45,8	40,8	43,0
Cereales	23,1	90,1	59,9	13,5	26,3	23,6	10,5	8,9	16,4	17,1	14,7
Conservas	103,0	114,9	120,9	42,2	36,9	35,9	37,4	42,5	69,7	71,3	45,0
Correctivos	2,4	1,7	2,0	2,7	2,9	3,4	3,5	3,4	3,6	4,1	4,1
Extractos vegetales	7,7	9,9	12,8	10,6	13,0	12,2	11,5	11,4	6,0	6,2	5,1
Farinaceos	21,3	19,9	19,8	4,0	3,9	6,9	7,6	10,6	10,7	10,1	11,0
Frutas	389,0	453,8	411,7	249,1	319,7	335,1	331,9	324,3	356,0	386,9	396,3
Golosinas	43,0	48,7	56,4	29,2	33,6	39,0	43,6	45,8	49,7	53,4	50,0
Grasas	2,3	10,9	15,3	15,2	34,4	18,1	9,2	5,4	3,9	9,8	3,6
Harinas	59,6	53,0	46,3	12,0	26,1	30,6	33,8	44,1	67,0	89,4	81,2
Hortalizas	86,0	66,8	45,1	28,0	37,1	38,6	30,6	16,6	84,6	31,6	24,9
Infusiones	10,4	37,4	34,3	28,5	33,5	35,1	35,4	34,5	38,2	34,9	34,4
Lácteos	17,9	18,1	27,6	10,9	44,4	45,5	18,9	14,1	28,0	15,0	9,6
Oleaginosas	305,1	253,0	332,6	263,7	343,6	588,6	749,6	733,6	2.280,9	2.920,9	1.072,4
Otros	22,1	26,0	28,6	25,0	30,1	30,9	36,5	78,8	136,7	134,0	100,9
Otros Apícola	0,3	0,3	0,4	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,2
Otros extractos vegetales	2,3	2,0	2,0	1,0	1,7	2,1	2,2	2,6	2,8	3,0	2,8
Otros golosinas	0,1	0,1	0,0	0,0	0,4	0,3	1,0	0,1	0,4	0,3	0,0
Pesca	32,3	46,9	42,7	8,1	16,3	26,1	31,8	33,1	39,8	31,7	29,6
Total	1.370,8	1.510,3	1.472,7	806,8	1.115,6	1.385,7	1.503,1	1.516,8	3.338,3	3.998,4	2.042,7

Balanza comercial por sectores alimentarios

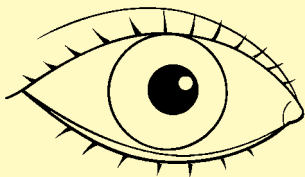
Millones de dólares FOB											
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	4.228,5	3.932,0	4.084,6	4.684,6	6.170,5	6.800,0	7.112,3	8.284,0	11.348,2	14.268,0	12.584,6
Aderezos	23,5	12,4	7,9	7,6	10,8	11,4	13,4	15,2	16,6	23,0	19,4
Apícola	96,0	87,3	71,4	114,2	159,7	121,6	127,9	153,9	134,0	181,1	160,1
Aromática y especias	-19,7	-19,1	-11,2	-4,9	-7,0	-8,0	-6,6	-5,0	-7,4	-20,9	-24,7
Avícola	-3,7	-4,8	-5,3	1,7	2,1	8,7	9,3	10,5	14,7	20,2	11,9
Azúcar	41,1	62,1	53,2	78,3	56,0	64,7	138,1	248,7	113,6	139,6	317,9
Bebidas	162,4	122,3	87,9	285,5	352,8	426,3	552,4	654,8	844,6	1.103,2	978,1
Carne	5,1	4,5	2,7	3,2	1,6	3,9	2,1	1,1	2,9	8,7	6,1
Carnes	634,5	605,6	217,6	549,7	672,3	1.168,3	1.587,4	1.546,2	1.735,0	2.077,5	2.187,2
Cereales	3.022,3	3.590,4	3.718,4	3.193,2	3.193,9	4.013,0	4.033,3	4.366,3	6.580,2	9.189,8	4.052,2
Conservas	15,5	17,4	52,0	108,6	153,3	179,8	185,3	272,1	343,4	461,3	377,2
Correctivos	-3,1	0,9	5,5	7,3	9,2	7,7	10,8	17,3	19,1	24,0	27,4
Extractos vegetales	11,9	22,3	27,6	46,0	18,3	17,3	59,2	60,1	78,3	62,1	99,1
Farinaceos	119,5	107,5	100,4	46,6	55,5	52,8	75,0	97,4	147,4	205,2	158,8
Frutas	285,3	225,8	318,7	394,6	477,2	556,8	718,7	785,7	980,4	1.300,8	933,1
Golosinas	58,4	85,1	65,8	96,8	94,6	97,3	93,4	126,3	150,9	135,8	135,0
Grasas	10,3	9,1	0,5	2,3	-8,4	3,3	12,8	14,6	13,9	11,8	28,6
Harinas	118,7	158,2	152,4	198,4	267,1	270,6	285,7	360,6	450,1	706,0	577,9
Hortalizas	289,2	227,8	249,4	208,9	209,8	244,8	304,0	367,4	489,3	616,9	517,7
Infusiones	42,2	2,7	21,8	34,9	17,3	14,5	7,3	7,4	-8,8	-3,2	24,3
Lácteos	349,9	289,9	247,0	296,6	263,0	519,4	596,9	784,2	738,7	1.055,4	728,1
Oleaginosas	797,1	949,6	1.336,6	1.236,9	1.917,6	1.672,3	2.270,6	1.790,9	3.053,7	3.545,4	1.584,8
Otros	22,5	17,3	-0,9	6,8	-1,9	20,2	3,9	-5,1	15,0	48,4	48,8
Otros Apícola	0,3	-2,1	-3,1	-0,2	0,1	-1,0	-0,8	-0,5	-0,4	-1,3	1,1
Otros extractos vegetales	-35,0	-28,6	-27,6	-12,1	-24,2	-30,3	-30,8	-34,2	-40,9	-43,4	-39,9
Otros golosinas	24,2	28,4	27,7	23,9	43,5	33,6	40,9	44,3	76,8	96,0	121,5
Pesca	725,0	754,2	821,6	701,0	771,5	642,2	734,0	1.149,0	910,3	1.126,1	965,9
Total	11.021,7	11.258,3	11.622,6	12.310,4	14.876,1	16.911,3	18.936,7	21.113,1	28.199,4	36.337,4	26.582,2

Balanza comercial por sectores



Miles de toneladas

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aceites	20.704,2	19.809,9	20.666,8	22.430,9	25.743,3	25.075,9	29.383,3	33.356,0	35.884,9	32.185,3	29.365,8
Aderezos	15,8	8,0	4,9	9,1	15,4	17,5	19,4	21,8	21,9	21,6	20,6
Apícola	93,4	88,6	73,0	80,0	70,4	63,1	107,1	103,7	79,8	69,1	57,9
Aromática y especias	-5,4	-5,5	-4,4	-2,0	-2,6	-2,6	-2,1	0,1	-1,3	-3,7	-4,8
Avícola	-2,0	-3,1	-3,3	0,3	0,6	3,3	5,6	5,1	5,1	4,5	3,7
Azúcar	201,6	253,2	202,4	362,8	257,8	307,7	598,9	768,5	400,0	427,6	845,2
Bebidas	190,7	184,4	201,9	435,9	519,7	453,1	591,9	682,6	816,9	855,1	637,6
Carne	0,4	0,5	0,4	0,6	0,4	0,8	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3
Carnes	184,8	196,8	78,7	303,4	314,6	548,3	708,5	584,3	609,7	562,1	767,3
Cereales	26.969,4	34.190,7	33.535,1	28.332,9	25.000,7	31.193,9	36.295,4	30.715,5	36.118,6	35.297,4	21.148,4
Conservas	42,9	-3,7	41,2	154,1	234,4	250,6	272,6	399,7	402,4	402,8	404,0
Correctivos	1,9	4,3	7,6	7,0	11,9	11,0	12,9	16,0	16,2	17,4	17,5
Extractos vegetales	-4,4	-6,2	-8,8	-5,3	-7,9	-7,2	-4,1	-3,2	0,5	-0,3	1,1
Farinaceos	100,5	100,3	106,7	58,0	64,0	61,9	88,2	110,4	168,9	167,8	123,2
Frutas	265,4	72,1	340,1	763,3	813,8	895,6	1.175,4	1.100,4	1.246,2	1.182,4	927,1
Golosinas	20,6	30,1	26,5	67,4	69,7	64,3	58,9	68,9	76,9	65,2	56,7
Grasas	25,8	28,7	-3,8	0,7	-25,5	3,9	31,6	33,4	22,1	18,4	44,1
Harinas	722,7	931,4	812,4	1.096,4	1.344,4	1.276,5	1.400,2	1.505,5	1.511,4	1.638,5	1.729,4
Hortalizas	624,8	475,5	502,1	507,0	555,6	559,9	597,9	736,8	692,7	657,6	722,9
Infusiones	76,9	52,9	60,4	67,9	65,1	64,2	61,5	68,2	73,8	80,9	73,5
Lácteos	244,5	179,8	130,4	213,8	122,0	231,6	271,5	365,2	239,3	291,8	316,9
Oleaginosas	3.938,4	4.406,7	7.301,1	6.370,6	8.726,1	6.051,8	9.402,0	7.398,6	9.854,9	9.027,5	3.525,1
Otros	44,0	49,2	13,1	24,3	21,3	69,6	59,7	0,0	-35,8	-28,2	25,8
Otros Apícola	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,0	0,2	0,2	0,5	0,3	0,4
Otros extractos vegetales	-2,3	-2,0	-2,0	-1,0	-1,7	-2,1	-2,2	-2,6	-2,8	-3,0	-2,8
Otros golosinas	90,6	98,3	94,3	76,9	144,4	118,7	169,2	159,6	214,6	172,4	229,8
Pesca	558,2	488,4	343,8	437,1	383,8	357,4	427,7	555,1	449,4	472,9	405,5
Total	55.103,2	61.629,3	64.520,6	61.792,2	64.441,8	67.668,6	81.731,8	78.749,8	88.866,8	83.583,6	61.442,1



Para informarse y sorprenderse

La industria agroalimentaria crece y se expande en todas sus facetas: productos, envases, sabores, marketing, técnicas de elaboración. De ahí la importancia que tiene observar las nuevas tendencias, permanecer abierto a las novedades locales y las de otras latitudes, y mirar más allá de lo coyuntural.

Puede suscribirse al Observatorio Virtual a través de:
www.alimentosargentinos.gov.ar

Productos Novedosos

Snacks energizantes. En EE.UU se ha lanzado al mercado un *snack* con sabor guaraná y que contiene cafeína. El aperitivo, de carne de ternera, contiene casi la misma cantidad de cafeína que dos latas de bebidas energizantes típicas. El éxito alcanzado por estas bebidas se contagia así a otras categorías de productos tales como *snacks* y golosinas.

Chocolate negro con probióticos. En el mercado de EE.UU. es posible encontrar un chocolate negro con certificación *kosher* que contiene probióticos. Resulta beneficioso para la salud digestiva y estimula el sistema inmunológico. Este chocolate aporta menos calorías que las bebidas y yogures probióticos y tiene una supervivencia tres veces mayor que los probióticos de los yogures. El producto está respaldado por estudios oficiales y por la investigación realizada en la Universidad de Gante en Bélgica.

Extraña jeringa austríaca. Recientemente empezó a comercializarse en Austria un chocolate con certificación orgánica y de comercio justo, envasado en una jeringa plástica (*sin aguja*) para consumirlo por vía oral. Está dirigido al público adulto y trata de inducir la idea de que su consumo produce bienestar. Los amantes del whisky, de parabienes, ya que se presenta con ese sabor y también con gusto a mandarina.

Tendencias mundiales

El sector de la alimentación es el que mejor se ha adaptado a la crisis mundial y algunas tendencias que se instalaron, asociadas a los nuevos escenarios han llegado para quedarse. Entre ellas:

- ❑ Búsqueda de productos de bajo costo.
- ❑ Búsqueda de experiencias y sensaciones placenteras en pequeñas dosis a través de la alimentación (*relax, exclusividad, diversión*).
- ❑ Consumidores más ocupados que buscan soluciones prácticas en envases, presentaciones y porciones.
- ❑ Conciencia ambiental, sensibilidad hacia lo local y lo social, sostenibilidad (*productos orgánicos, comercio justo, alimentos cuya producción genera bajas emisiones de carbono*).
- ❑ Cuidado de la salud: auge de los productos “*bajos en*” o “*sin*”, naturales y que brindan bienestar.

Asimismo dentro de los grupos de consumidores el mercado se centra ahora en los “*DINKS*”, personas mayores de 45 años con hijos adultos o independientes, ya que este ha sido el sector que menos sintió la crisis. Al igual que los “*Seniors*”, personas de entre 55 y 65, que mantienen su poder de compra, aunque son poco permeables a las innovaciones. Asimismo los “*Singles*”, personas mayores de 35, solas o divorciadas sin hijos, son un sector que mantiene su nivel de compra, en contraposición a los hogares con hijos, que restringieron fuertemente sus compras.

Para leer más:

<http://www.expansion.com/2010/03/09/empresas/1268131650.html>

Caviar con acento riojano

La provincia de La Rioja recibió un cargamento de 50.000 ovas de esturión destinadas a la Planta de Piscicultura de Anillaco, provenientes de un criadero italiano. De esta forma se puso en marcha el proceso de obtención de los esturiones que se destinarán a la producción del primer caviar argentino. La empresa rusa responsable del emprendimiento espera lograr la plena producción de 10 toneladas anuales de caviar en ocho años y cuenta con el asesoramiento de biólogos del Instituto Federal de Investigaciones Científicas en Pesquería y Oceanografía de Rusia. La producción también promocionará turísticamente a La Rioja, ya que presentará paisajes de la provincia en las características cajitas de caviar.

Para leer más:

<http://www.expansion.com/2010/03/09/empresas/1268131650.html>

Los alimentos y sus marcas

Más de la mitad de los consumidores argentinos (56%) está atento a las promociones y precios de los productos alimenticios, según el informe que elaboró la consultora inglesa Mori después de entrevistar a 510 consumidores. Es muy fuerte la importancia de la marca, que orienta la elección de 8 de cada 10 compradores. De ellos, 7 se guían por las propiedades nutricionales y 6 se concentran en que sean ricos y sabrosos. El 89 % de los encuestados, afirma controlar la fecha de vencimiento siempre o casi siempre, pero sólo el 45% de ellos lee la composición de los productos.

Para leer más:

http://www.clarin.com/politica/alimentos-eliggen-marca_0_275972420.html

A toda presión

Permanentemente surgen nuevos procedimientos y tecnologías en el procesado de alimentos. En general los consumidores las aceptan, e incluso están dispuestos a pagar un plus por los productos tratados con innovaciones, pero **siempre y cuando conozcan las características y la finalidad de las nuevas tecnologías**. Estas conclusiones surgen de un estudio presentado en el *Journal of Food Science Education*, publicado por el *Institute of Food Technologist*.

Una de las innovaciones que está difundiendo a nivel mundial es la tecnología de las altas presiones, "**High Pressure Processing**". Es un proceso no térmico que consiste en someter al alimento a una elevada presión transmitida al alimento por el agua durante un tiempo y de manera uniforme. Si el envase es hermético y de material flexible, los productos pueden recibir el tratamiento ya envasados, y siempre deben conservarse refrigerados.

Esta tecnología ya se aplica en productos cárnicos, pescados y mariscos, y también con los jugos de fruta, y comienza utilizarse con platos preparados y bebidas lácteas funcionales. EE.UU. ha sido precursor en el empleo de esta innovación, aunque también se está aplicando en Francia, Portugal, el Reino Unido y España.

Agricultura en el espacio

En la Estación Espacial Internacional (EEI) que orbita el planeta los científicos están investigando cómo crecen las plantas en el espacio, ya que durante 12 días germinaron las semillas de *Arabidopsis thaliana*, -una especie modelo de investigación- encerradas en ocho contenedores.

El experimento, llamado **Genera A**, tiene como finalidad conocer cuáles son las proteínas que activa la planta para crecer en la ingravidez, y se completará cuando los ejemplares retornen a la Tierra. Es un avance sustancial para conocer lo que puede ocurrir con los cultivos en viajes espaciales prolongados.

Para leer más:

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/58552.html>

Alimentos funcionales, promotores de salud

En los últimos años, la tendencia mundial respecto de la alimentación revela un interés acentuado hacia ciertos alimentos que, además de su valor nutritivo, aporten beneficios a las funciones fisiológicas del organismo humano. Desde la década de 1980 el concepto de alimentos funcionales fue evolucionando y, mientras aún se debate sobre los alcances que tienen *"más allá de su capacidad de nutrir"*, es necesario realizar mayores estudios para esclarecer su incidencia en la disminución de las enfermedades y su capacidad real como promotores de la salud.

Dra. Ing. Agr. María Elena Cossu
Departamento de Producción Animal
Facultad de Agronomía de la UBA (FAUBA)



Al definir los alimentos funcionales como aquellos “*capaces de promover la salud más allá de su capacidad de nutrir*”, quedan incluidos –entre otros– los alimentos naturales, los productos donde se ha eliminado un componente indeseable, los alimentos fortificados y los suplementos dietarios. Otro enfoque considera a los alimentos funcionales como “*comunicadores*” de su carácter saludable. Así, en 1995 la Fundación *International Food Information Council (IFIC)* se refirió a ellos como “*alimentos con impacto positivo sobre la salud, más allá del nutricional*”. En Canadá, en 1977, se los definió como “*alimentos similares a los convencionales, consumidos como parte de una dieta habitual, con beneficios fisiológicos reconocidos y/o disminución de enfermedades crónicas, mas allá del efecto nutricional*”.

El desarrollo de un Alimento Funcional requiere:

- la identificación entre un componente y la salud;
- la demostración de su eficacia, indicando el nivel de ingesta que permite alcanzar el efecto deseado;
- la demostración de inocuidad y eficacia al nivel propuesto;
- establecer el alimento vehículo para el componente bioactivo;
- la demostración científica sustentable y la comunicación de los beneficios a los consumidores.

Por lo demás, una vez que se introduce el alimento en el mercado es necesario monitorear su eficacia, ingesta e inocuidad.

La Unión Europea se halla en un pe-

ríodo de transición al respecto, analizando las declaraciones que comenzaron a emitirse a partir del 2009, debido al enorme número de solicitudes para declarar “*alimentos funcionales*” presentadas en los últimos años.

La visión de la industria es que el desarrollo de los alimentos funcionales logró un importante auge debido a las numerosas líneas de investigación sobre nuevos ingredientes, así como por la demanda creciente de consumidores deseosos de mantener su salud a través de un estilo de vida saludable. Para la industria, el desarrollo de alimentos funcionales sirve como base para retener al consumidor exigente o captar un nuevo comprador, resaltando el producto por sus cualidades positivas.

De hecho, en la alimentación existen nuevas tendencias que responden a los estilos de vida modernos y a la complejidad resultante del avance de diversas disciplinas científicas, tales como la genómica y la proteómica, además de la nutrición, abriendo así cada vez más posibilidades al consumidor de elegir las dietas que considere más adecuadas para su salud.

La ciencia, la tecnología alimentaria y la nutrición se mueven desde la perspectiva de identificar y corregir las deficiencias nutricionales, hacia la de diseñar alimentos que promuevan una salud óptima. De este modo, se está transitando el camino desde los “*alimentos funcionales buenos para todos*” hacia los “*alimentos de diseño óptimo para un subgrupo con requisitos específicos*”, entre los cuales se destacan los niños y los ancianos por las posibilidades que ofrecen.



En su documento “*Dieta, Nutrición y prevención de Enfermedades Crónicas*”, la OMS-FAO advierte que, pese a ser altamente prevenibles, las enfermedades crónicas aumentan rápidamente en el mundo, caracterizando la dieta y la actividad física como estrategias complementarias de control.

Las diferentes evidencias de relación alimento-prevención de enfermedades son en algunos casos convincentes, en otros probables, posibles o insuficientes, por lo que se debe seguir trabajando en todos los sectores, especialmente en la cadena alimentaria respecto a la necesidad de introducir cambios en la dieta, incluyendo el uso de alimentos funcionales para detener el crecimiento de las enfermedades no hereditarias.

El tema convoca y une a los sectores de la producción, la industria, a los consumidores, las academias, los institutos de investigación y los entes reguladores. Sin duda los alimentos funcionales marcaron el comienzo de una etapa en la cual se instala, a nivel internacional, un nuevo enfoque de la alimentación en relación a la salud, y resulta nece-

sario poner especial atención respecto a las cantidades o niveles de ingesta.

Todo lo mencionado debe estar científicamente comprobado, lo cual implica la necesidad de realizar estudios complejos que permitan demostrar la relación de estos alimentos con los efectos fisiológicos. Por ejemplo, definir los compuestos bioactivos y los biomarcadores específicos.



Existen dos aspectos básicos que los alimentos funcionales deben cubrir: inocuidad y eficacia. Para esta última, se consideran necesarios los protocolos de estudios en humanos, aceptándose los estudios en animales y publicaciones científicas sólo como elementos de respaldo.

Más allá de las naturales controversias que el tema genera actualmente, debido a su complejidad, su impacto social y las implicancias económicas, serán necesarios sólidos estudios a largo plazo y monitoreo de las sub poblaciones que consumen distintos grupos de alimentos funcionales. Esto es lo que permitirá esclarecer los verdaderos niveles de incidencia de estos productos en la disminución de las enfermedades, y su capacidad real como promotores del estado de salud y bienestar.

Posgrado en Alimentos Funcionales

Con el objetivo general de **“Capacitar en un espacio de interacción de los sistemas académico, productivo, industrial y comercial, en temas específicos e interdisciplinarios vinculados con los alimentos funcionales y con las tecnologías que condicionan y mejoran su desenvolvimiento”**, la Facultad de Agronomía de la UBA (FAUBA), la Universidad Maimónides y la Comisión Asesora del Foro de la Alimentación, la Nutrición y la Salud (FANUS), organizaron el primer Posgrado en Alimentos Funcionales de nuestro país.

Desde el punto de vista curricular su estructura se caracteriza por:

- ❑ Un abordaje interdisciplinario que permite complementar los conocimientos de las diferentes áreas del quehacer científico, productivo, industrial y económico en los eslabones de la cadena agroalimentaria y la salud.
- ❑ Una perspectiva sistémica que articula los contenidos específicos de cada disciplina con la práctica profesional, teniendo en cuenta la calidad como valor esencial.
- ❑ Un encuadre macroeconómico local e internacional de la gestión de la calidad, con miras a la obtención de productos finales altamente competitivo en los mercados.

Se desarrolla desde el 4 de junio pasado en la Bolsa de Cereales de Buenos Aires, y está dirigido a graduados en carreras que imparten conocimientos básicos para comprender los contenidos que se desarrollan, tales como Ingenieros Agrónomos y afines, Médicos, Médicos Veterinarios, Licenciados en Nutrición, Tecnólogos en Alimentos, Ingenieros en Alimentos, Ingenieros Industriales, Licenciados en Química y profesiones conexas.

Su realización es una nueva manifestación de la firmeza con que el país encara el futuro de su actividad agroindustrial alimentaria, con la vista puesta en optimizar el procesamiento y desarrollo de productos, otorgando un papel esencial a la calidad y a las exigencias de los consumidores.

Producción orgánica

El crecimiento y sus herramientas



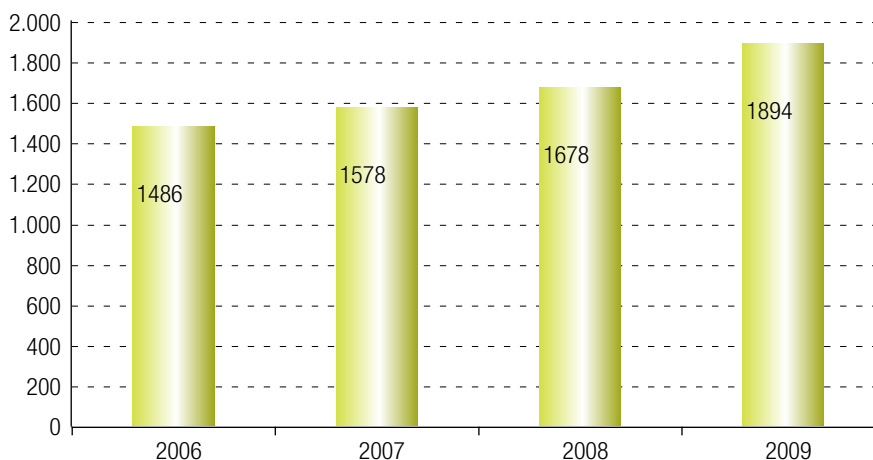
Ing. Agr. Natalia Curcio

Téc. Viviana Camerano

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Evolución del número de establecimientos orgánicos

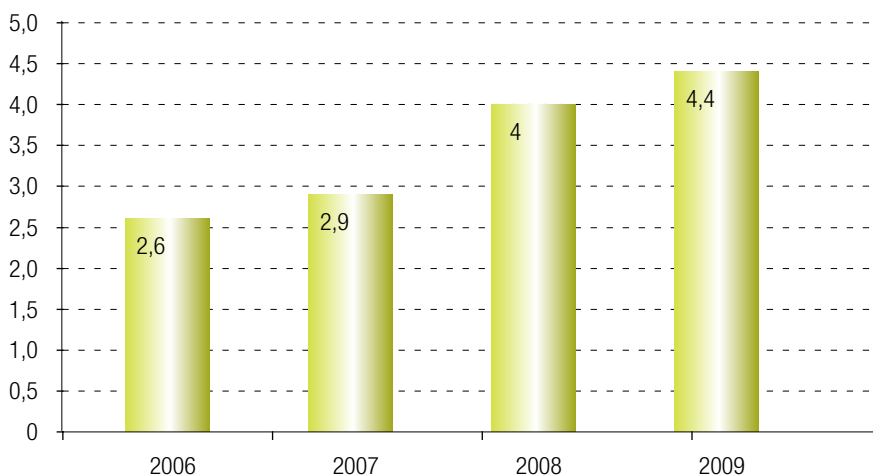
Nº Establecimientos



Fuente: Estadísticas SENASA 2006-2009

Evolución de la superficie bajo seguimiento

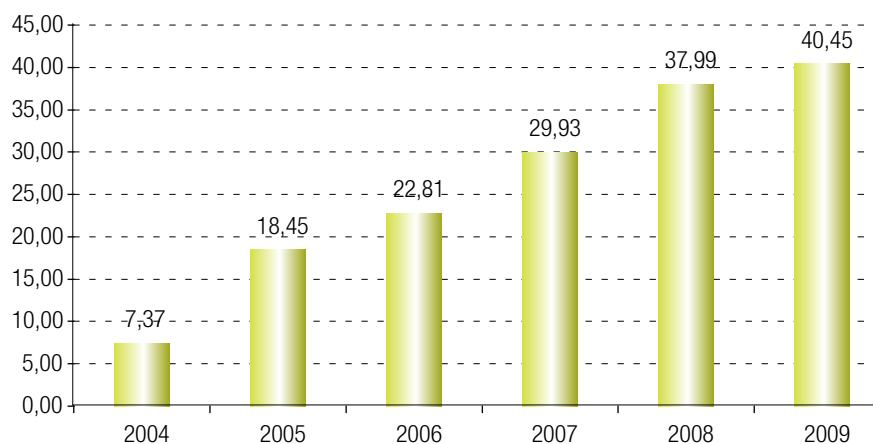
Millones de Ha.



Fuente: Estadísticas SENASA 2006-2009

Evolución de los productos industrializados

Productos industrializados (miles de ton)



Fuente: Estadísticas SENASA 2006-2009

El sector orgánico argentino ha evidenciado un continuo crecimiento de la superficie bajo seguimiento durante los últimos 4 años, registrando entre 2006 y 2009 un alza del 169%. También los productos orgánicos industrializados han evolucionado notablemente: cuando se considera el período 2004-2009 su incremento alcanza al 550%.

El progreso en cifras

El número de productores de orgánicos acompaña esa tendencia, que se destacó en el último año por un aumento equivalente al 13% del total, debido principalmente a la inclusión de productores apícolas *Wichis* de la provincia de Formosa.

Con el objeto de acompañar y fortalecer el crecimiento del sector, el Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica (PRODAO) del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP), encaró la formación de recursos humanos en todo el país organizando cursos como, por ejemplo, el realizado el pasado mes de abril en la Ciudad de San Juan, enfocado hacia la Formación de Asesores para la Producción Orgánica aplicado a Productos Industrializados.

Para el segundo semestre de 2010 el PRODAO ha previsto Cursos de Formación de Asesores para la Producción Orgánica aplicados a diversas cadenas productivas, entre ellas la Apícola (Santiago del Estero), Hortícola y Aromáticas (La Plata) y Elaboración de Vino (Mendoza).

Estos cursos apuntan a formar una "masa

crítica” de profesionales capacitados para asesorar acerca de las exigencias de la producción orgánica en las distintas regiones del país y conforme a la normativa vigente. Los diferentes cursos de Formación de Asesores realizados a la fecha ya han permitido al PRODAO instruir más de 135 profesionales.

Una nueva herramienta

Durante un seminario de difusión de la cultura orgánica organizado en el marco del PRODAO, y en forma conjunta con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el pasado mes de abril fue presentado el libro *“La Producción Orgánica en la Argentina, Compilación de Experiencias Institucionales y Productivas”*.

La publicación reúne diferentes experiencias exitosas de producción orgánica en nuestro país, y es el resultado de un trabajo mancomunado entre la Dirección de Cooperación Horizontal y la oficina en la Argentina del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el MAGyP y el SENASA.

Sus páginas describen más de quince casos que permiten al lector comparar las experiencias acumuladas por diversos esquemas productivos y planes comerciales, y conocer también el impacto que alcanzó en nuestro país cada uno de ellos. Actúa así como instrumento de fomento para el conglomerado de la agricultura orgánica, puesto que la información tiene gran interés



para investigadores, profesionales, productores y todos los que desean conocer este sistema de producción.

La obra incluye experiencias institucionales replicables centrales para el crecimiento de la producción orgánica en el país y hoy enmarcan su desarrollo, tales como el Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica Argentina (PRODAO) y la Comisión Asesora para la Producción Orgánica. Brinda también amplia información acerca del marco normativo de la producción orgánica con sus leyes, resoluciones y decretos, sobre el sólido Sistema de Control, la Certificación de productos orgánicos y el nivel de reconocimiento alcanzado por el país, entre otros.

Los ejemplos descriptos son diversos, y se especifican sus firmas organizativas, beneficiarios y mercados, origen, demandas a satisfacer, años de ejecución, metodología, impacto y condiciones de replicabilidad, incluyendo además desde producciones intensivas con canales comerciales directos, hasta emprendimientos cooperativos con trayectoria en la exportación. Sus páginas reúnen experiencias de empresas que han crecido en el mercado y actualmente son reconocidas y consideradas pioneras por su desarrollo, creatividad y dinamismo, e incluye las organizaciones que han incrementado la producción y comercialización de sus productos, con un gran impacto social y de desarrollo local. Todos con un denomina-



dor común: la producción orgánica.

La publicación se encuentra disponible en formato electrónico en el sitio institucional del MAGyP (www.alimentosargentinos.gov.ar/organicos/publicaciones/Contenidoiica.pdf) y del IICA (www.iica.org.ar).

Portal hacia el futuro

En la misma oportunidad en que fue presentado el libro, se realizó el lanzamiento del Portal CIAO, sitio web de la agricultura orgánica para todo el hemisferio, accesible desde www.agriculturaorganicaamericas.net. Como integrante de la Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO) Argentina ha liderado la construcción del sitio a nivel país, constituyéndose en Nodo Sur. De este modo se ha generado un espacio destinado a convertirse en referente para el conocimiento y socialización de la información de la agricultura orgánica a nivel hemisférico.

Es misión del sitio contribuir al desarrollo de la actividad, facilitar el acceso



SENASA

a la información relevante, promover la gestión del conocimiento para mejorar las capacidades de los recursos humanos vinculados al sector, y favorecer la comunicación e interacción entre los socios y otros actores involucrados.

En nuestro país las instituciones conductoras del proceso de integración y construcción del Portal han sido socios



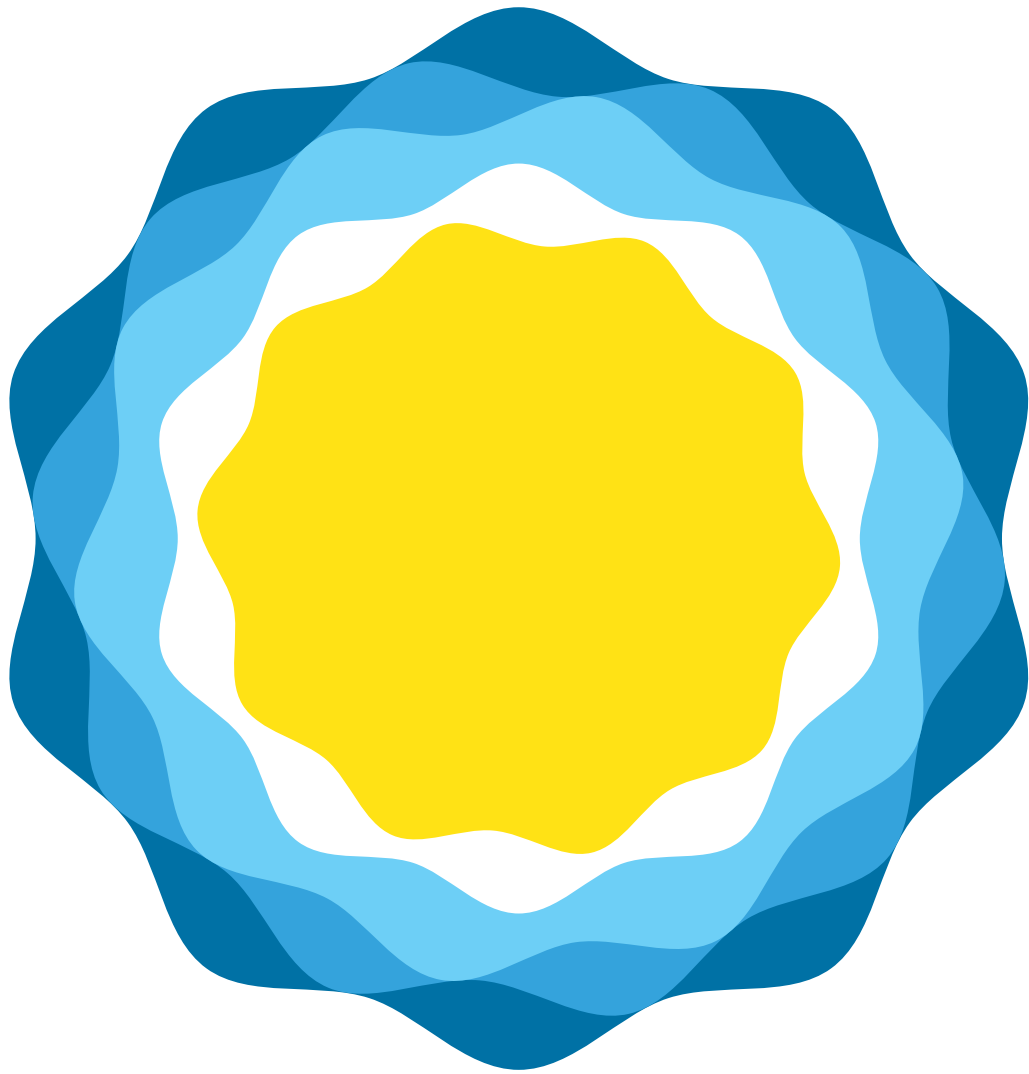
estratégicos que integran la unidad administrativa nacional. Son: IICA Argentina, el MAGyP y el SENASA, también encargados de la operatoria del Portal, con la coordinación de la autoridad competente, el SENASA. Asimismo pueden integrarse al Portal en calidad de Socios Colaboradores, todas las instituciones argentinas que se hallen en condiciones de brindar información relevante para el sector orgánico y que voluntariamente adhieran a esta iniciativa.

Este sitio, que tiene garantizado su funcionamiento técnico a través del IICA, se desarrolla sobre dos ejes principales: el contenido de información orgánica general y la biblioteca.

La biblioteca contiene información especializada identificada en las bibliotecas participantes de la red Servicio de Información y Documentación de las Américas (SIDALC). En tanto, la información orgánica general se encuentra segmentada en diversas secciones, a saber: noticias, calendario de actividades (eventos, ferias, seminarios, jornadas, rondas de negocios, etc.), capacitaciones (virtuales y presenciales), publicaciones y documentos (estadísticas, legislación vigente, informes sectoriales y de mercado), galería de imágenes, directorio actualizado de los principales referentes institucionales del sector, y sitios de interés del ámbito nacional, entre otras.

Con esta nueva herramienta se difunde la agricultura orgánica argentina, no sólo a nivel local, sino regional hemisférico y global, favoreciendo de este modo el intercambio de información relevante entre los distintos sectores vinculados a la producción ecológica.

Es un desafío seguir trabajando con creatividad en la construcción de instrumentos para un sector que, por su dinamismo, requiere contar con la mayor cantidad de información al momento de tomar decisiones. En Argentina, ese camino se recorre a pie firme.



200 AÑOS
BICENTENARIO
ARGENTINO



Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

Paseo Colón 922 - (C1063ACW)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel. (54-11) 4349-2156

alimentos@minagri.gob.ar
www.minagri.gob.ar



**Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca**
Presidencia de la Nación