

ALIMENTOS ARGENTINOS



Desarrollo regional del NOA: identidad y proyección



Martín G. Giaccio

Subsecretario de Economías Regionales y de Pequeños y Medianos Productores, Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca.

Revista Alimentos Argentinos | Edición N° 86 Especial NOA

El Noroeste Argentino es mucho más que una región productiva: es una síntesis de identidad, riqueza productiva, conocimiento y futuro. Son sus valles, sus cerros y sus pedemontes, donde conviven condiciones agrícolas especiales con los saberes transmitidos de generación a generación, la capacidad emprendedora de sus habitantes que llevan dentro una creciente vocación por innovar y adoptar tecnologías. Es allí donde la producción se fusiona con el territorio, también se fortalecen el trabajo, la cultura del lugar.

Esta edición especial de Alimentos Argentinos, dedicada al NOA, invita a conocer esa realidad desde una mirada estratégica. Hoy el desafío ya no es únicamente producir más, sino producir mejor, con calidad, de manera diferenciada y aportando valor agregado en su lugar de producción. Sabemos que ese es el camino que potencia a las economías regionales convirtiéndolas en motores de desarrollo, de transformación, y a los alimentos en una verdadera expresión de nuestra identidad.

Así, a lo largo de estas páginas, esa transformación cobra vida en las historias de sus propios protagonistas: productores, empresas e instituciones que, desde sus territorios, impulsan el desarrollo de cada cadena.

Cuando hay organización en sectores privados, cuando la articulación público-privada ayuda a trabajar con una visión de largo plazo y simplificar el proceso de las actividades productivas, aparecen resultados concretos. El caso del Queso Tafí del Valle es un claro ejemplo. El trabajo de la construcción de una Indicación Geográfica, la consolidación de la asociación de productores y el vínculo con el turismo gastronómico muestran que la diferenciación no es un concepto abstracto: es una herramienta para proteger la identidad, mejorar ingresos y dinamizar regiones.

El mismo camino recorren las mieles del NOA, como la de Flores de atamisqui y de Azahar de Limón que cuentan con Indicación Geográfica (IG), la valorización del producto y la organización de los actores permiten transformar una producción emblemática en una oportunidad de posicionamiento, de comercialización y de reconocimiento en mercados cada vez más exigentes. La identidad territorial, cuando se traduce en estándares, trazabilidad y calidad, se vuelve una ventaja competitiva real.

Las legumbres son una producción clave del potencial regional que expresan la diversificación y la innovación. Varias empresas de la región muestran que existe un espacio amplio para desarrollar alimentos a base de legumbres con mayor elaboración, como piden los

consumidores y con capacidad de responder a tendencias de consumo que valoran nutrición y practicidad. El NOA puede y debe seguir creciendo no solo como proveedor de materia prima, sino como plataforma de alimentos con mayor valor industrial y comercial.

La innovación tecnológica también atraviesa producciones como el arándano, donde la eficiencia productiva y la mejora de la poscosecha resultan claves para sostener competitividad y calidad. Lo mismo sucede con experiencias como otras empresas que incorporan tecnología digital para mejorar procesos, información y eficiencia. En un mundo cada vez más exigente, la tecnología no reemplaza al territorio: lo potencia.

El limón, por su parte, resume otra gran oportunidad del NOA: la de pensar integralmente una cadena productiva con fuerte inserción nacional e internacional. Innovar en el aprovechamiento integral, desarrollar nuevos productos y agregar valor sobre toda la biomasa disponible es una forma inteligente de crecer, reducir desperdicios y ampliar la frontera comercial. En una economía que demanda eficiencia, aprovechar mejor cada recurso es también una decisión estratégica.

El café argentino, las tecnologías aplicadas a los cultivos andinos, el desarrollo comercial y turístico en torno a las bodegas y el avance de producciones como la olivicultura y la banana completan un importante mapa productivo. Allí aparece, una vez más, la necesidad de combinar calidad, innovación, promoción y desarrollo regional. La producción orgánica,

las Denominaciones de Origen, las Indicaciones Geográficas y el Sello Alimentos Argentinos son instrumentos centrales para acompañar esa agenda y distinguir alimentos que nacen con identidad y proyección.

En ese universo conviven productos que reflejan la amplitud y la riqueza del NOA: arándano, azúcar, aceituna, banana, frutilla, garbanzo, limón, mandarina, miel, naranja, nuez de nogal, palta, pimiento para pimentón, pomelo, poroto y quínoa. Cada uno de ellos expresa una oportunidad distinta, pero todos comparten una misma premisa: cuando la calidad se construye desde el origen, el valor permanece en el territorio y multiplica sus efectos sobre la economía local y nacional.

Desde la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, reafirmamos la convicción de que el desarrollo agroalimentario argentino debe apoyarse en regiones fuertes, en sistemas productivos y cadenas más integradas y alimentos capaces de competir por calidad, identidad y valor. El NOA argentino tiene todo para liderar esa agenda: recursos, conocimiento, cultura productiva, innovación y una enorme vocación de crecimiento.

El NOA es una realidad productiva, diversa y en expansión. Y en esta edición de Alimentos Argentinos apelamos a la expresión “por sus frutos los conoceréis”, allí donde hay identidad, calidad y compromiso, hay desarrollo posible, hay mercado y hay futuro para la Argentina.

Muchas gracias.-

Autoridades

Dr. Sergio Iraeta - Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca

Sr. Martín Gustavo Giaccio - Subsecretario de Economías Regionales y de Pequeños y Medianos Productores

Dr. Pablo Morón - Director Nacional de Alimentos y Desarrollo Regional

Dr. Juan Manuel Morón - Director de Alimentos



Dirección técnica

Dr. Pablo Morón

Lic. Marcia Palamara

Producción Editorial

Lic. Josefina Castellano

Lic. María José Cavallera

Lic. Noelia Rodríguez

Diseño y armado

MP. Laura Maribel Sosa

Equipo editorial

Gianluca Cejas, Adrián Mayer, María Laura Vanacore, María Gabriela Espósito Bielicki

Imágenes

www.freepik.com

Escriben en este número:

Claudia Lescano, Rubén Oliszewski, Domingo Amaya, Ana Laura Sayago, Victor Alejandro Palacios, Juan F. Pintado Montañes, Federico Caracotche, Gustavo Sarmiento, Argencrops, Francisco Estrada, Anabella Di Meglio, ACNOA, Martín Cabrales, IDEP, María Emilia Deiana, Cecilia I. Belmonte, Rocío Leiva, Patricia Doreste, María Fernanda López Morillo y Claudio Manuel Ortiz.

ALIMENTOS ARGENTINOS es editada por la Dirección Nacional de Alimentos y Desarrollo Regional, Subsecretaría de Economías Regionales y de Pequeños y Medianos Productores de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, Ministerio de Economía de la Nación.

Paseo Colón 922 (C1063ACW), CABA
Tel. (54-11) 4349-2253 | alimentos@magyp.gob.ar
<https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/>

Los artículos y datos contenidos en la presente edición pueden ser reproducidos libremente citando la fuente.

© Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca - República Argentina - Abril 2026. ISSN 0328-9168

Contenido

COMPETITIVIDAD



IG Queso de Tafí del Valle: identidad y diferenciación	05
Tucumán obtiene la primera IG argentina de queso	06
Marca identitaria que trasciende el tiempo	10
IG Queso de Tafí del Valle: identidad y diferenciación	12
Mieles con reconocimiento territorial	13
Miel de Flores de atamisqui: de Santiago del Estero a Japón	14
Miel de Azahar de Limón: calidad con puertas abiertas al mundo	17
Transformando legumbres en valor	19
Poroto blanco argentino: una nueva forma de comer	20
Hummus: desarrollo de una categoría en Argentina	24
Legumbres: formación y valor en el sur de Salta	26
Legumbres con proyección global	28

TECNOLOGÍA



Arándanos argentinos: claves en un mercado dinámico	30
Transformación digital en PyME santiagueña	35

INNOVACIÓN



Clúster limonero: liderazgo en tiempos desafiantes	38
El primer café argentino: un hito para la industria nacional	47
Tucumán impulsa la caficultura como nueva cadena	51

PROMOCIÓN COMERCIAL



Frutas y cultivos andinos: diversificación en Jujuy	52
Viticultura extrema en Salta: terroir, identidad y proyección internacional	58

SISTEMAS AGROALIMENTARIOS EFICIENTES



Olivicultura en Catamarca: eficiencia e innovación	64
Hoja de olivo: de residuo a infusión en el CAA	69
Banana salteña: calidad y competitividad	72
Harina de banana: valor agregado en Salta	79

ESTADÍSTICAS



Estadísticas	82
--------------	----



Indicación Geográfica del Queso de Tafí del Valle: identidad y diferenciación



| Por: **Rubén Oliszewski**

Coordinador Técnico Asociación IG Queso de Tafí del Valle. FAZyV UNT-CONICET
rubenoli64@gmail.com



Un producto tradicional de Tucumán que consolida su posicionamiento a partir del reconocimiento de su origen y calidad, y que se destaca por ser la primera Indicación Geográfica de un producto lácteo en la Argentina.



El Queso de Tafí del Valle es un alimento emblemático de la localidad homónima y de la comuna de El Mollar, situada en la provincia de Tucumán. Se elabora en un valle ubicado entre los 2000 y 3000 msnm, rodeado por cadenas montañosas que superan los 5600 msnm, lo que define condiciones agroecológicas particulares (Oliszewski et al, 2014).

El vínculo natural del Queso de Tafí del Valle se fundamenta en las condiciones ambientales propias del valle: un microclima particular con veranos cálidos y lluviosos e inviernos secos, y una configuración orográfica encerrada entre sistemas serranos (al Sur el Cerro Ñuñorco Grande, al Este las Cumbres Calchaquíes y Mala Mala, al Oeste la Sierra del Aconquija y al Norte el Abra del Infiernillo), que condicionan suelos, pastizales y el entorno productivo;

a esto se suma una red de ríos y arroyos que modela la disponibilidad hídrica y acompaña el desarrollo de la flora local, la cual se vincula directamente con la calidad de la leche utilizada.

Además, el ambiente del valle favorece una microbiota bacteriana adaptada tecnológicamente a las condiciones del valle, lo cual la hace característica (bacterias lácticas “starter” y “no starter”) que influye en la maduración y contribuye a sabores y aromas propios, señalando a esa microbiota típica como un factor determinante de la tipicidad del producto.

De acuerdo con Lacoste (2017) su producción en Tafí del Valle se remonta a la época jesuítica. Hacia 1718 los monjes jesuíticos iniciaron una tarea misional que se extendió a las labores artesanales y la tradicional elaboración de quesos. Tras su expulsión de América en 1767, las estancias fueron adquiridas por distintos propietarios que continuaron con la fabricación de quesos. De a poco los quesos fueron adquiriendo tipicidad, influenciados principalmente por el prodigioso clima del Valle y llegando con el tiempo a ser reconocidos a nivel nacional e internacional. El carácter inaccesible del lugar limitó las dimensiones de su desarrollo y preservó su identidad durante tres siglos, hasta su mayor difusión turística y gastronómica a partir de mediados del siglo XX.



En la actualidad, se elaboran aproximadamente 6000 kilos mensuales, que se obtienen a partir de leche bovina local, sin el uso de leche reconstituida, bajo controles periódicos de calidad composicional, físico-química y microbiológica. Se estima que en el corto plazo se alcanzarán los 146.000 kilos anuales de queso con Indicación Geográfica.

Desde el punto de vista técnico, el Queso de Tafí del Valle se presenta en hormas cilíndricas de caras planas y corteza natural desarrollada, con peso variable de 0,5 a 3 kg, diámetro y altura de 5 a 15 cm, superficie lisa o levemente rugosa y seca, masa compacta, sin ojos —o con escasos ojos mecánicos—, exhibe un color blanco-amarillento en caso del queso natural y leve coloración en quesos condimentados. Se exige un período de maduración mínimo de 30 días. Se caracteriza por un perfil sensorial equilibrado, con aromas típicamente lácteos, manteca y oliva y notas frutales refrescantes. Su sabor es equilibrado, levemente dulce, con salado intermedio y ligeros tonos ácidos y amargos. Presenta una textura firme, entre semidura y dura.



Cuando la modernización resguarda la tradición

El reconocimiento como Indicación Geográfica introduce herramientas para preservar y valorizar esta tradición, al establecer un protocolo que define las condiciones de producción, el origen de la materia prima y las características del producto. A su vez, impulsa la mejora continua, la trazabilidad y la diferenciación en el mercado.

En paralelo, el desarrollo del sector incorpora innovaciones tecnológicas orientadas a optimizar procesos sin alterar la esencia artesanal del producto. La adopción de herramientas de monitoreo, control de calidad y gestión productiva permite mejorar la eficiencia y asegurar estándares, en un equilibrio entre tradición e innovación.

Por ello es oportuno mencionar que el ordeño de las vacas se realiza en general de manera tradicional, aunque hace poco se introdujo en un tambo el ordeño con robot, por lo que conviven los dos sistemas de ordeño. Este es el tambo robotizado más alto del mundo (2800 msnm) y permite un gran nivel de confort de las vacas. Los animales eligen el momento en cual desean ordeñarse y se dirigen a los robots de manera libre. Eligen ordeñarse la cantidad de veces que necesiten por día, teniendo además posibilidad de relajarse mediante masajes a través de cepillos instalados estratégicamente que se activan por contacto cuando la vaca se acerca. Todo ello mejora a su vez la productividad, basándose en el principio de que a mayor confort mayor

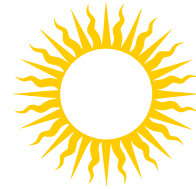


producción. Por otra parte el robot registra el nivel productivo y la calidad de la leche lo que ayuda en la toma de decisiones del rodeo. Este importante avance tecnológico no cambia la autenticidad del producto protegido, sino que es una ayuda indispensable y necesaria en este producto ancestral.

Construcción visual de la identidad del producto

El isologo de marca del Queso de Tafí del Valle se construye a partir de una síntesis gráfica que integra la morfología del producto con elementos identitarios del territorio. La forma circular remite directamente al queso, mientras que su diseño incorpora una reinterpretación del sol —vinculada tanto al origen jesuítico de esta tradición productiva como al Sol de Mayo de la bandera argentina—, reforzando su anclaje histórico y su identidad nacional. A través de un proceso de simplificación formal, se logra un isologotipo claro y reconocible que mantiene la esencia del producto artesanal. La paleta cromática, basada en los tonos

naturales del queso, contribuye a transmitir autenticidad y calidad. En conjunto, la marca sintetiza tradición, territorio y producto en una imagen coherente y distintiva.



Un patrimonio cultural de la región

El Queso de Tafí del Valle también forma parte del patrimonio cultural de la región. Este reconocimiento tiene antecedentes históricos: durante el siglo XIX, el queso era apreciado por figuras como Domingo Faustino Sarmiento, quien gestionaba su envío desde Tucumán a través de su amigo Pepe Posse. En su correspondencia, Sarmiento menciona la calidad del producto y relata que uno de los quesos recibidos “uno se ha pasado de tanto mezquinarlo”, lo que refleja el valor que le otorgaba. Este tipo de referencias dan cuenta de una tradición reconocida desde larga data, asociada tanto a la calidad como



a la identidad territorial del producto. Existen referencias muy populares que vinculan al Queso de Tafí con figuras históricas como Dalmacio Vélez Sársfield —quien habría recibido este producto como obsequio durante una visita a la provincia— y Charles de Gaulle, a quien se le atribuye su aprecio. No obstante, estas menciones no cuentan con registros documentales verificables.

Todos los meses de febrero, desde hace 56 años, Tafí del Valle rinde homenaje a su principal alimento con un festival que comenzó humilde y genuino, y se fue convirtiendo en un acontecimiento de asistencia masiva: la Fiesta Nacional del Queso.

El sabor de estos quesos se integra a las prácticas culturales propias de los Valles Calchaquíes, donde la producción y el consumo forman parte de un entramado característico de la región. En este contexto, se vincula con expresiones tradicionales como la música, el canto y las celebraciones comunitarias, reflejando la identidad cultural local que le dan un valor único (Chenaut, 2000).

Como síntesis de este recorrido, la Indicación Geográfica se proyecta como una herramienta que trasciende lo productivo: resguarda la identidad del Queso de Tafí del Valle y realza su singularidad, anclada en el territorio y en la historia. En este proceso, la Asociación de productores ha desempeñado un rol protagónico, articulando esfuerzos interinstitucionales y consolidando los consensos necesarios para alcanzar este reconocimiento. Su implementación fortalece la cadena de valor, abre nuevas oportunidades comerciales y acompaña el desarrollo de propuestas como el turismo gastronómico, el agroturismo y el “Camino del Queso”. Así, cada pieza no solo expresa calidad, sino también el trabajo colectivo, la cultura y el paisaje que le dan origen.



Bibliografía

- › Oliszewski, R., Nieto, I., Karlen, J., Guzmán, F., Cisint, J. (2014) Caracterización composicional y sensorial del queso de Tafí del Valle; un aporte hacia la Denominación de Origen. V Congreso Internacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos.
- › Lacoste, Pablo. (2017). El queso de Tafí del Valle y el despertar de la cultura del queso en Argentina. *Idesia (Arica)*, 35(1), 87-95. Epub 12 de abril de 2016. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292017005000004>.



Tucumán obtiene la primera Indicación Geográfica argentina de queso

La provincia de Tucumán celebra que la Indicación Geográfica (IG) del Queso de Tafí del Valle, fue aprobada por la Resolución SAGyP N° 31/2026., luego de su tratamiento en la Comisión Nacional Asesora de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

Este reconocimiento representa un hito de importancia histórica, cultural y gastronómica para el “Jardín de la República”, ya que se trata de la primera IG de quesos otorgada en el país y la segunda distinción de IG conseguida por la provincia, junto con la Miel de Azahar de Limón de Tucumán, en 2023.

La obtención de esta IG es el resultado de un recorrido mancomunado y que tuvo como protagonistas centrales a los productores de Tafí del Valle. Desde el inicio, el sector privado impulsó la necesidad de proteger el nombre del producto y de visibilizar aquello que lo distingue: una combinación singular de condiciones naturales y saberes productivos que no pueden reproducirse fuera de su territorio.

El proceso incluyó tanto la organización de los productores para la conformación de la Asociación civil abierta sin fines de lucro “Consejo de la Indicación Geográfica de Queso de Tafí del Valle” que resultó clave



para canalizar el trabajo colectivo, ordenar la información disponible y avanzar en la definición de un pliego de condiciones representativo de la identidad del producto. A su vez, la articulación con el sector público fue un componente decisivo: el Gobierno de la provincia de Tucumán, a través de las áreas técnicas de la Secretaría de Estado de Producción, actuó como facilitador promoviendo espacios de intercambio para consolidar consensos y brindó asistencia en la sistematización de la información, la caracterización del producto y la formalización de la solicitud.

Por su parte, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, aportó el marco normativo y las herramientas necesarias para concretar el reconocimiento. Mediante programas orientados a la diferenciación de alimentos y el agregado de valor en origen, se brindó asistencia técnica en la formulación del expediente, así como en la evaluación de los requisitos exigidos por la normativa vigente.



Además la articulación público-privada constituyó uno de los pilares fundamentales para alcanzar el objetivo, evidenciando la importancia de las políticas públicas orientadas al desarrollo de las economías regionales y a la generación de valor agregado a través de herramientas para la diferenciación de calidad.

Calidad y autenticidad, garantizadas por las características del territorio

El reconocimiento de la Indicación Geográfica no solo protege el nombre “Queso de Tafí del Valle”, sino que también garantiza al consumidor la autenticidad del producto y su vínculo con el territorio. A su vez, abre nuevas oportunidades para su posicionamiento en el mercado, fortaleciendo la competitividad de los productores y promoviendo el desarrollo local.

En la actualidad, los establecimientos productivos mantienen un perfil familiar, en el que el conocimiento se transmite de generación en generación. Dicha continuidad de prácticas productivas contribuye a preservar la identidad del queso y a sostener el vínculo entre el producto y su territorio.

Valorización e identidad: los sellos de la IG

Los sellos que identifican a los productos con Indicación Geográfica cumplen un rol fundamental en este proceso, al impulsar su valorización a partir del origen, la calidad y la identidad territorial. En este marco, el sello desarrollado por la Asociación de la IG expresa la pertenencia y singularidad del producto, mientras que el sello nacional respalda su reconocimiento oficial y certifica el cumplimiento de los estándares establecidos.

En este sentido, la Indicación Geográfica reconoce el origen del Queso de Tafí del Valle y pone en valor un sistema productivo, una cultura y una forma de vida, contribuyendo al fortalecimiento de las economías locales y a la preservación de saberes tradicionales. Así, se consolida como una herramienta estratégica para el desarrollo con identidad, basada en la articulación entre el sector privado, la provincia de Tucumán y el Estado nacional, y orientada a valorizar uno de los productos más emblemáticos de la Argentina.



Tec. Agroindustrial Claudia Lescano
Subdirección de Alimentos
diralimentostuc@yahoo.com

Conocé las herramientas
que brinda la DNAYDR

► Ficha de nutrición - Quesos





El Queso de Tafí del Valle: marca identitaria que trasciende el tiempo

La reciente aprobación de la Indicación Geográfica (IG) para el Queso de Tafí del Valle marca un punto de inflexión para Tucumán y para Argentina. Se trata del primer producto lácteo del país en alcanzar este reconocimiento, un logro que trasciende lo productivo para inscribirse en el plano de la identidad, la historia y el desarrollo territorial.

El queso de Tafí del Valle no es solo un alimento: es la expresión de siglos de sabores y de saberes transmitidos de generación en generación desde la llegada de los jesuitas en el siglo XVI, adaptados a las condiciones únicas de altura, clima y geografía de los Valles Calchaquíes. Ese vínculo profundo entre el producto y su territorio es, precisamente, lo que hoy se reconoce y se protege.

La Indicación Geográfica garantiza origen, autenticidad y calidad, pero fundamentalmente representa una herramienta estratégica para el turismo, ya que integra al Queso de Tafí del Valle dentro de una experiencia más amplia, donde la gastronomía se convierte en puerta de entrada a la cultura, el paisaje y la historia tucumana en sí.

Tafí del Valle es descrita como una gema que todos deberían visitar al menos una vez en la vida. Allí no solo encontrarán postales inigualables, sino también una variedad de



productos turísticos increíbles como la Ruta del Vino de Altura, la Ruta del Artesano, un moderno Museo Jesuítico que relata la historia del valle y, ahora, este queso que solo puede disfrutarse en su máxima expresión visitando este maravilloso destino argentino. Allí se destaca la hospitalidad tucumana, que ofrece este queso único acompañado de relatos y experiencias vinculadas a su producción.

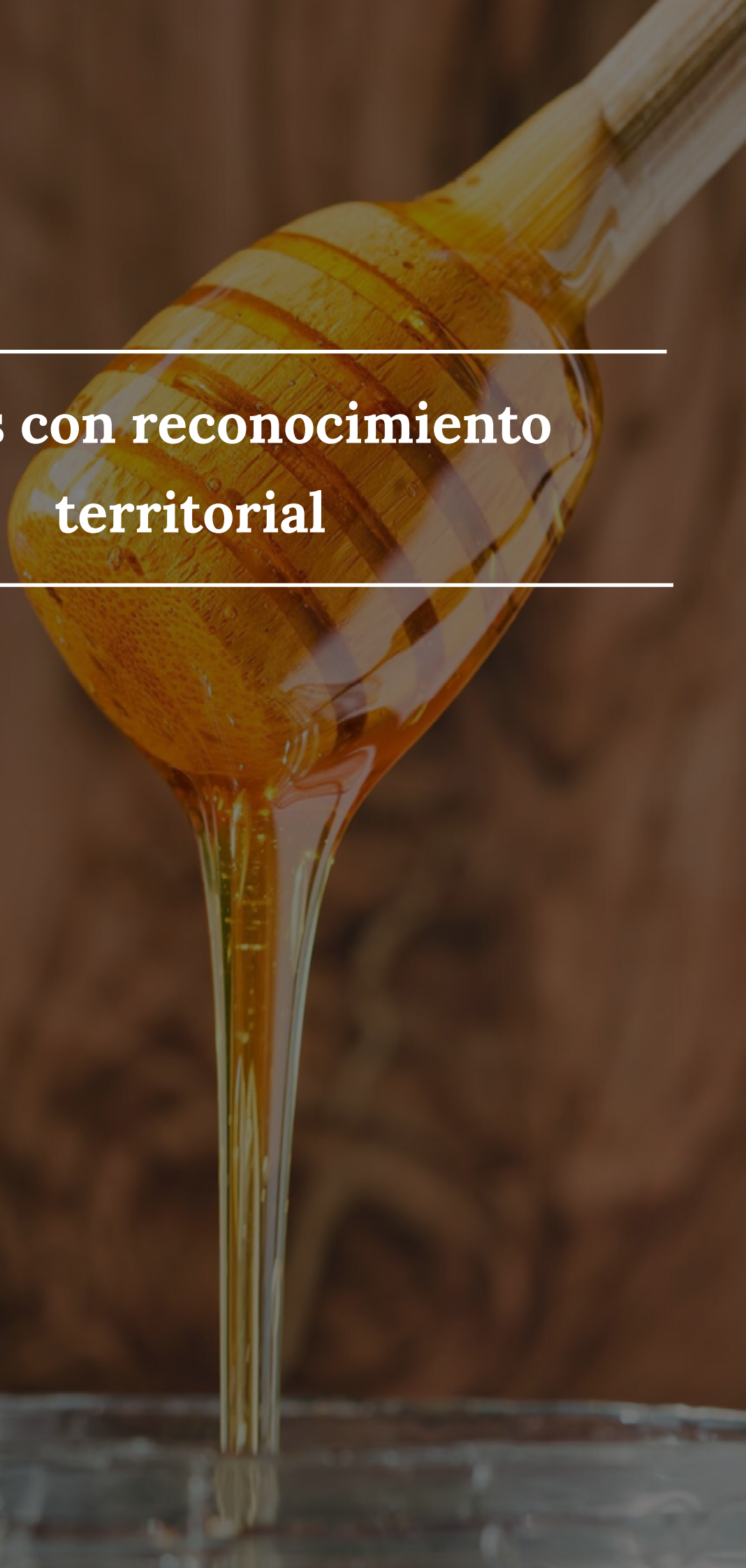
Este reconocimiento contribuye a posicionar a Tucumán en el ámbito de los productos con identidad territorial, promoviendo el desarrollo de actividades vinculadas a la producción y al turismo, y fortaleciendo la proyección del Queso de Tafí del Valle como un producto representativo a nivel nacional.

TUCUMÁN TIENE TODO

CPN. Domingo Amaya
Presidente, Ente Autárquico Tucumán Turismo
www.tucumanturismo.gob.ar



Mieles con reconocimiento territorial





Miel de Flores de Atamisqui: de Santiago del Estero a Japón



¿Puede una miel del monte nativo del Gran Chaco Americano llegar a mercados internacionales? La experiencia de Wayra con el sello argentino de Indicación Geográfica.

La miel de flores de Atamisqui de Santiago del Estero, es la primera miel proveniente de la bio-región del Gran Chaco Americano en llegar a un mercado internacional con marca propia y envasada en origen.

La marca Wayra, de la Cooperativa Coopsol, junto a la Asociación de Miel de Flores de Atamisqui de Santiago del Estero, logró posicionar este producto en el exigente mercado japonés. Se trata de una miel única, proveniente del néctar de una especie botánica nativa —el arbusto atamisqui—, que cuenta con sello de Indicación Geográfica (IG) y que deja importantes aprendizajes.



La identidad y el territorio como base del valor

En el monte nativo santiagueño florece el atamisqui (*Atamisquea emarginata*), un arbusto característico del Gran Chaco Americano. Desde 2005, la Coopsol, junto a productores y productoras de la provincia, aprendió a esperar y separar su cosecha en función de su período de floración, entre octubre y diciembre.

De sus flores se obtiene una miel monofloral de color ámbar claro, con un perfil sensorial distintivo: aroma floral intenso, notas vegetales secas, balsámicas y resinosas, con matices alcanforados y sensaciones trigeminales picantes y refrescantes. Su marcado aroma a flor de atamisqui la vuelve fácilmente reconocible.

Lejos de ser un espacio marginal, el monte nativo es la base de una actividad productiva que integra biodiversidad y conocimiento local. La apicultura se desarrolla en estrecha relación con este ecosistema, donde las abejas recolectan néctar en un ambiente conservado, generando un producto con identidad territorial única.



Del monte santiagueño a una mesa en Osaka

En 2025, la Cooperativa Coopsol marcó un hito para las economías regionales del norte argentino: realizó la primera exportación de miel fraccionada, con marca propia y sello de Indicación Geográfica, hacia Japón.

La relación comercial comenzó en 2022 con un primer envío de 2.000 frascos. En 2025, la demanda creció a nueve pallets de productos que llegaron a Osaka, consolidando además la exportación desde la Aduana de Santiago del Estero. Actualmente, se proyecta un nuevo envío de 16.000 unidades para 2026.

El mercado japonés se caracteriza por su alto nivel de exigencia en calidad, sabor y trazabilidad, valorando especialmente productos naturales con identidad territorial.

Exportar miel lista para consumo implica un alto nivel de agregado de valor en origen: no se trata solo de comercializar materia prima, sino de ofrecer un producto terminado que comunica su historia, su procedencia y sus atributos diferenciales.

Este caso demuestra que las economías regionales pueden insertarse en el comercio internacional a partir de estrategias basadas en la calidad, la diferenciación y la organización productiva. Y también deja una idea potente: un producto que llega a Japón puede estar al alcance de los consumidores argentinos.

Una miel con identidad propia

Caracterizar una miel en Argentina requiere un proceso de trabajo que, entre otras acciones, incluye la recolección de muestras, análisis físico-químicos y paneles de degustación.

En articulación con el INTA, se desarrolló la caracterización de la miel de atamisqui, información clave para obtener el sello de Indicación Geográfica “Miel de flores de atamisqui de Santiago del Estero”. El acompañamiento institucional —incluyendo el trabajo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación— fue fundamental para sostener el proceso, fortalecer a los productores y consolidar la estrategia comercial.

La Indicación Geográfica define un perfil organoléptico, y también contempla aspectos culturales, territoriales y prácticas productivas específicas. Este reconocimiento garantiza calidad y origen, protege el producto y permite a los consumidores identificar una miel auténtica, con historia y trazabilidad. Cada frasco de Wayra es, en esencia, una expresión del territorio santiagueño transformada en alimento.



Una invitación a descubrir nuevos sabores

La miel de flores de atamisqui refleja el potencial de las economías regionales para generar productos con valor agregado, capaces de competir globalmente sin perder su identidad.

En un contexto donde los consumidores buscan alimentos auténticos, elegir productos de origen nacional se vuelve una forma concreta de apoyar modelos productivos que integran calidad, territorio y eficiencia.

Actualmente, esta miel se utiliza como ingrediente en el reconocido restaurante Trescha —galardonado con una estrella Michelin— y forma parte de propuestas gastronómicas innovadoras. También cuenta con alianzas con marcas como Tealosophy, para quienes se elaboran cosechas especiales.

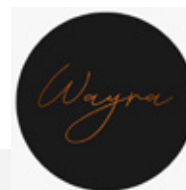
Se comercializa a través de canales online, sus redes sociales @mielwayra - @coopsol. argentina y tiendas especializadas en Argentina, acercando este producto único a consumidores locales. Porque cuando un producto logra cruzar el mundo, también invita a ser redescubierto en su propio origen.

Comercio justo y producción orgánica

Desde hace más de 36 años, la Cooperativa Coopsol trabaja en el desarrollo de la apicultura junto a pequeños productores y productoras del norte argentino.

En 2005 inició un camino de diferenciación basado en la certificación orgánica y de comercio justo (Fairtrade), consolidando un modelo de empresa social orientado al desarrollo territorial.

Es el caso del atamisqui, históricamente utilizado en la medicina tradicional —principalmente para afecciones digestivas— y hoy revalorizado como base de una miel emblemática de la región.



Ana Laura Sayago
Cooperativa Coopsol – Miel Wayra
anasayago@coopsol.com.ar
Redes sociales:
@coopsol.argentina - @mielwayra





Miel de Azahar de Limón: calidad con puertas abiertas al mundo



La Indicación Geográfica fortalece el posicionamiento de un producto con características propias vinculadas a su origen.

En el corazón del Noroeste Argentino, donde el clima subtropical y los suelos fértiles dan vida a una de las cuencas citrícolas más importantes del país, emerge un producto que sintetiza territorio, tradición y excelencia: la Miel de Azahar de Limón de Tucumán. Su reciente reconocimiento como Indicación Geográfica (IG) marca un hito para la apicultura regional y proyecta nuevas oportunidades de desarrollo, diferenciación y acceso a mercados internacionales.

La Indicación Geográfica no es solo un sello. Es una herramienta estratégica que certifica que un producto posee cualidades específicas atribuibles a su origen. En este caso, la miel refleja el entorno único de los limoneros tucumanos en flor, cuya fragancia y néctar



aportan un perfil sensorial distintivo: aroma delicado, notas cítricas suaves y un color claro que la diferencia de otras mieles del país.

Un reconocimiento que ordena y potencia

La obtención de la IG implica la construcción de un protocolo de calidad, trazabilidad y buenas prácticas que involucra a productores, técnicos e instituciones. Este proceso permite estandarizar características, asegurar el origen y fortalecer la confianza del consumidor.

Para los apicultores, representa una oportunidad concreta de agregar valor. En un mercado global cada vez más exigente, donde la diferenciación es clave, contar con una IG permite posicionar la miel no como un commodity, sino como un producto premium con identidad territorial. Esto se traduce en mejores precios, mayor estabilidad comercial y la posibilidad de establecer vínculos directos con compradores especializados.

El rol del territorio y la articulación

La Miel de Azahar de Limón de Tucumán es el resultado de una interacción virtuosa entre la apicultura y la citricultura. Las abejas



encuentran en las extensas quintas de limón una fuente abundante de néctar, mientras que su actividad contribuye a la polinización, mejorando la productividad de los cultivos. Esta sinergia favorece el funcionamiento del sistema productivo y refuerza las características del producto.

Además, la IG promueve el arraigo local. Al generar mejores condiciones para la comercialización, incentiva la permanencia de los productores en sus territorios y fomenta el desarrollo local. En este sentido, se convierte en una herramienta clave para economías regionales que buscan consolidarse con identidad propia.

Apertura a nuevos mercados

Uno de los principales impactos de la IG es su capacidad para abrir puertas en mercados internacionales. Países de Europa, Asia y Medio Oriente muestran una creciente demanda por alimentos con origen certificado, trazabilidad y atributos diferenciados. La miel tucumana, con su perfil único, se inserta de manera competitiva en este segmento.

El desafío ahora es consolidar esa presencia. Para ello, será fundamental fortalecer la promoción comercial, participar en ferias internacionales y avanzar en certificaciones complementarias que potencien aún más su posicionamiento, como orgánico o “comercio justo”.

Un camino que recién comienza

La Indicación Geográfica de la Miel de Azahar de Limón de Tucumán no es un punto de llegada, sino el inicio de una nueva etapa. Una etapa donde la calidad, la identidad y la organización colectiva serán pilares fundamentales para crecer.

En un contexto global que valora cada vez más lo auténtico, lo natural y lo trazable, Tucumán tiene en su miel un embajador silencioso pero poderoso. Un producto que no solo endulza, sino que cuenta una historia: la de un territorio, sus productores y su capacidad de proyectarse al mundo sin perder su esencia.



Victor Alejandro Palacios
Presidente Consejo IG
clusterapicolatucuman@gmail.com

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR

- ▶ Sello Alimentos Argentinos [Protocolo de calidad para miel fraccionada](#)
- ▶ Ficha de nutrición - [Beneficios de la miel](#)
- ▶ [Guía de Buenas Prácticas Apícolas y de Manufactura](#)



Transformando legumbres en valor





Poroto blanco argentino: una nueva forma de comer

En Argentina tenemos una relación curiosa con las legumbres. Somos potencia mundial en producción, pero casi no las comemos. Exportamos toneladas de poroto alubia —el famoso poroto blanco— a Europa, Asia y Medio Oriente, donde se lo valora como un alimento noble, versátil y nutritivo. Mientras tanto, en nuestras mesas apenas aparece de vez en cuando, escondido en algún guiso invernal.

Pero algo está cambiando. Y ese cambio tiene que ver con ciencia, innovación y una nueva mirada sobre lo que comemos. Hoy, el poroto blanco está dejando de ser una materia prima para convertirse en la base de



pastas, panificados y alimentos Clean Label, modernos, saludables y con identidad local. Una pequeña revolución silenciosa que nace en el norte argentino y empieza a expandirse por todo el país.

El Poroto Blanco: una joya de la naturaleza

Alto contenido proteico

Aporta entre **20% - 23% de proteínas**. Permite **fortificar panificados, pastas y snacks** sin alterar sabor ni color.

Rico en fibra dietaria



Contiene **8% - 10% de fibra**.
Salud digestiva.

Bajo índice glucémico



Energía gradual.
Control de glucosa.

Minerales esenciales, rico en:

Ca

Fe

Mg

K

Calcio, hierro, magnesio y potasio

Vitaminas del complejo B



Energía y función neurológica.

Cero Gluten



Bajo en grasas

Contiene menos del **2% de grasas totales**, la mayoría insaturadas.

Compuestos bioactivos:



Antioxidantes
Almidón resistente,
Inhibidores de alfa-amilasa





¿Por qué no lo vemos más seguido en la góndola?

Porque la costumbre y el desconocimiento hace que el consumidor no lo valore. Más del 95% de lo que se produce se exporta.

De Salta al país: cuando la innovación se hace harina

En Salta, una PyME, con tradición legumbreira, **Legustar**, creadora de la marca **Mundo Alubia**, decidió mirar al Poroto Blanco con otros ojos. En lugar de venderlo como grano, comenzaron a transformarlo en harinas y premezclas listas para usar; así empezó la magia.

La harina de poroto blanco tiene una ventaja enorme: su color y sabor neutro. A diferencia de otras harinas de legumbres, no invade las preparaciones, se integra. Aporta proteínas, textura y color sin alterar el perfil sensorial del producto final.

Mundo Alubia produce dos líneas principales: harinas y premezclas. Las harinas se destinan a la elaboración de pastas, como espesantes para sopas y salsas y como base para productos plant-based. Por su parte, las premezclas permiten la elaboración de una amplia variedad de alimentos, entre ellos panes de molde y para panchos, masas para tartas dulces y saladas, brownies, tortas, waffles, crepes, chips, scones de queso y productos destinados a la alimentación infantil.

Ambas son 100% naturales, sin aditivos, sin alérgenos y libres de gluten. Una propuesta que encaja perfectamente con las tendencias actuales de alimentación consciente.

El INTI, y Marti Herrero detrás de los platos

El desarrollo de alimentos no es solo creatividad: es ciencia aplicada. Y ahí entra en juego el **INTI**, que desde hace años trabaja junto a productores y emprendedores para transformar materias primas locales en alimentos innovadores.

Con el poroto blanco, el INTI hizo un aporte clave: caracterizó las harinas, estudió su comportamiento en distintas matrices y ayudó a formular productos que funcionen en la vida real. No solo en el laboratorio.

Marti Herrero, reconocida chef salteña, aportó la creatividad, sutileza y desarrollo para elevar las recetas de los distintos productos.

Otro de los hitos de este trabajo conjunto fue la creación de la **Superpasta**, una línea de fideos elaborados con harina de alubia que llegó al mercado en 2023. Son libres de gluten, con alto contenido proteico y una textura sorprendentemente similar a la pasta tradicional. Un ejemplo concreto de cómo la ciencia puede transformar un cultivo regional en un alimento moderno y competitivo.



Por qué el Poroto Blanco puede cambiar la forma en que comemos

La pregunta es inevitable: ¿por qué ahora? ¿Qué hace que esta legumbre, tan común en el Norte Argentino, siga siendo una materia prima atractiva?

- 1. La búsqueda de proteínas vegetales:** El mundo está migrando hacia dietas más equilibradas, con menos dependencia de proteínas animales. Las legumbres son la alternativa natural.
- 2. La necesidad de alimentos sin gluten:** Cada vez más personas buscan opciones libres de gluten, ya sea por salud o por preferencia. El poroto blanco permite crear productos con buena textura sin recurrir a mezclas complejas.
- 3. El auge del “clean label”:** Listas de ingredientes cortas, sin aditivos, sin conservantes. Harina de poroto blanco: un solo ingrediente, múltiples usos.
- 4. Eficiencia productiva:** Las legumbres fijan nitrógeno, requieren menos agua y contribuyen a mejorar la calidad de los suelos.
- 5. El potencial económico:** Agregar valor en origen significa más empleo, más industria y más oportunidades para las economías regionales.

Harinas y premezclas: la puerta de entrada para el consumidor

Uno de los grandes desafíos es acercar las legumbres a la vida cotidiana. No todos tienen tiempo o ganas de remojar, hervir y cocinar porotos. Pero sí están dispuestos a usar una premezcla para hacer pan, postres, harina para enriquecer una receta o una pasta que se cocina en 5 minutos.

En este contexto, las harinas y premezclas de poroto blanco adquieren un rol protagónico, ya que permiten sumar proteínas sin modificar los hábitos de consumo, mejorar la textura de productos sin gluten, reducir el uso de harinas refinadas, desarrollar snacks más saludables y elaborar alimentos escolares con mayor valor nutricional. Además, se caracterizan por su facilidad de uso, ya que no requieren conocimientos especiales y se integran de manera sencilla a la cocina diaria.





Un futuro plant-based con sello argentino

A nivel global existen harinas de garbanzo, arveja o lenteja; sin embargo, la harina de poroto blanco argentino presenta atributos diferenciales: su sabor neutro y su color claro la hacen especialmente adecuada para desarrollos donde la experiencia sensorial resulta clave. En este marco, ofrece un amplio potencial de aplicación en productos como panes proteicos sin gluten, pastas de legumbres, snacks saludables, premezclas para repostería, bebidas vegetales y alimentos infantiles fortificados. Se trata de una línea de desarrollo ya en marcha, con proyección de crecimiento y nuevas aplicaciones en el corto y mediano plazo.

Conclusión: una legumbre, muchas posibilidades

El poroto blanco argentino está viviendo su momento. Después de décadas de ser un cultivo casi invisible para el consumidor

local, hoy se posiciona como un ingrediente moderno, nutritivo y versátil. La combinación de ciencia, industria y visión emprendedora está dando frutos concretos: harinas funcionales, premezclas accesibles, pastas innovadoras y un abanico de productos que pueden transformar nuestra alimentación.

No se trata solo de una tendencia. Es una oportunidad real para comer mejor, impulsar la economía regional y construir un sistema alimentario más eficiente.

El poroto blanco siempre estuvo ahí. Solo hacía falta mirarlo de otra manera. Y ahora que lo estamos haciendo, las posibilidades son enormes.



Alimentamos Tu Naturaleza

Lic. Francisco A. Lemos
flemos@legustar.com.ar
<https://www.mundoalubia.com.ar/>



Hummus: desarrollo de una categoría en Argentina

El hummus pasó de ser un producto desconocido en el mercado argentino a convertirse en una opción cada vez más presente en la mesa de los consumidores. El caso de Hummus Kamar refleja cómo la innovación, la constancia y la adaptación al mercado fueron claves para el desarrollo e impulso de esta categoría.

Los comienzos de una categoría nueva

Hace poco más de una década, el hummus era un producto prácticamente desconocido en Argentina. Su consumo estaba limitado a nichos muy específicos y a consumidores con mayor exposición a tendencias internacionales o gastronomía de Medio Oriente.

En ese contexto, en la provincia de Tucumán, nace Hummus Kamar, con el desafío no solo de desarrollar un producto, sino de crear una categoría. Los primeros pasos estuvieron marcados por la participación en ferias, degustaciones y visitas comerciales puerta a puerta, con el objetivo de dar a conocer el producto y testear la aceptación en los consumidores.



Educar al consumidor: el principal desafío

Uno de los principales obstáculos fue explicar qué es el hummus, cómo se consume y en qué ocasiones puede incorporarse. A diferencia de otros productos, no existía una referencia clara en la mente del consumidor. La estrategia se centró en la degustación como herramienta clave. Permitir que el consumidor pruebe el producto fue determinante para su aceptación, apoyado por un discurso simple: un alimento natural, saludable, versátil y listo para consumir.

De producto exótico a consumo cotidiano

Con el tiempo, el hummus comenzó a integrarse en distintos momentos de consumo: como dip en picadas, como



acompañamiento en comidas o incluso como reemplazo de aderezos tradicionales.

El crecimiento de tendencias asociadas a la alimentación saludable, dietas basadas en plantas y la búsqueda de productos más naturales impulsaron aún más su adopción. Esto permitió que el hummus deje de ser percibido como un producto “exótico” para convertirse en una opción cotidiana.

El rol de la distribución y el canal

El desarrollo del canal fue otro factor clave. Inicialmente, el crecimiento se dio en minimercados y tiendas especializadas, para luego avanzar hacia supermercados y cadenas nacionales.

La construcción de una red de distribución eficiente permitió mejorar la disponibilidad del producto, un factor crítico para sostener el crecimiento. La presencia en góndola, junto con acciones promocionales y degustaciones en punto de venta, consolidó la categoría.

Innovación y adaptación

A lo largo del tiempo, la categoría fue evolucionando, incorporando nuevas variedades, formatos y propuestas de valor. La innovación se expresó tanto en el desarrollo de productos como en la forma de comunicarlo y posicionarlo.

El desafío actual ya no es explicar qué es el hummus, sino seguir ampliando sus ocasiones de consumo y consolidarlo como un alimento habitual dentro de la dieta del consumidor argentino.

Conclusión

El caso de Hummus Kamar evidencia que el desarrollo de una categoría requiere tiempo, consistencia y una fuerte apuesta a la educación del consumidor. Lo que comenzó como un producto desconocido hoy forma parte de una tendencia en crecimiento, con potencial y perspectivas de crecimiento sostenido en el mercado argentino.

HUMMUS
kamar

Federico Caracotche
Schebye SA
fedecaracotche@gmail.com
<https://www.kamar.com.ar/contacto>



Legumbres: formación y desarrollo en el sur de Salta

Las legumbres constituyen uno de los alimentos más nutritivos, ricos en proteínas, hierro, minerales, fibra y bajo contenido en grasas. Su consumo se asocia a beneficios para el sistema inmunológico y nervioso, y resultan adecuadas para dietas específicas, como las destinadas a personas con diabetes y celiaquía. Son resistentes y económicos. Además, se trata de productos accesibles, versátiles y con potencial como fuente proteica en la alimentación humana.

En este marco, el proyecto localizado en Rosario de la Frontera, provincia de Salta, se orienta al agregado de valor mediante la transformación de legumbres en productos elaborados. La Escuela de Educación Técnica N.º 3103 cuenta con un molino con el cual los alumnos desarrollan harinas de diferentes legumbres, principalmente de poroto—cultivo predominante en la zona— y garbanzo. Por su parte, la Cooperativa Amanecer, impulsa la instalación de una planta molinera para escalar la producción. Ambas instituciones trabajan de manera articulada en el desarrollo de estas iniciativas.



La propuesta contempla, además del agregado de valor, acciones de concientización, capacitación y culturización sobre la importancia del consumo de legumbres y sus beneficios nutricionales, promoviendo su incorporación a la dieta habitual: que las familias lo incorporen a su canasta básica y las consuman al menos una vez a la semana. En este sentido, se realizan charlas en escuelas, centros vecinales, ferias y eventos, tanto en la provincia de Salta como en otras jurisdicciones.



Entre los productos desarrollados por los alumnos se incluyen alfajores de poroto y garbanzo, brownies de poroto negro, galletitas de garbanzo, roscas de poroto colorado, patés de poroto y garbanzo, pizzetas y tortillas de poroto alubia, helado con poroto aduki, hamburguesas de poroto negro, milanesas, albóndigas, etc. Todos los procesos se llevan adelante respetando las Buenas Prácticas de Manufactura.



Ing Gustavo Sarmiento
Escuela de Educación Técnica N.º 3103
y Cooperativa Agropecuaria Amanecer
gustavosar@hotmail.com



Alfajores de garbanzo



Brownies de poroto negro



Harina de poroto blanco

Conocé las herramientas que brinda la DNyDR

► Nutrición - [Recetario legumbres](#)

► Ficha de nutrición - [Legumbres](#)

► [Manual de Buenas Prácticas Agrícolas \(BPA\) para legumbres](#)





Legumbres con proyección global

Desde Jujuy, una empresa que impulsa la transformación de las legumbres en alimentos con mayor valor agregado, articulando calidad, innovación y proyección internacional.

El desarrollo de alimentos a base de legumbres combina innovación productiva y visión estratégica, posicionando a la Argentina en un escenario mundial que demanda alimentos saludables, de producción eficiente y con identidad.

Argencrops nació en la provincia de Jujuy, a partir de una trayectoria vinculada a la producción y comercialización de legumbres, con una mirada orientada a la calidad, la trazabilidad y la proyección internacional. Sobre esa base, el desarrollo de alimentos elaborados a partir de legumbres representa una evolución natural del proyecto: transformar una materia prima de alto valor nutricional en propuestas con mayor diferenciación, identidad y potencial de mercado.

En este marco, la empresa trabaja con un amplio portfolio de productos que incluye legumbres en todas sus variedades —porotos,



lentejas y garbanzos—, así como también maíz pisingallo y semillas como chía y sésamo. Estos productos se comercializan en presentaciones de 25 kg y big bags de 1.100 a 1.150 kg, y en formatos adaptados a los requerimientos de distintos mercados.

Recientemente, Argencrops ha incorporado una nueva línea de productos fraccionados bajo la marca “Don Raúl”, acercando al consumidor final la excelencia en su materia prima o estándar de calidad internacional en presentaciones de 400 g, consolidando así su presencia no solo en mercados industriales y de exportación, sino también en el segmento de consumo directo.



Asimismo, la empresa cuenta con certificación FSSC 22000, un estándar internacional que respalda sus procesos en materia de inocuidad alimentaria y gestión de calidad, reforzando su compromiso con la excelencia y la confianza de sus clientes en mercados cada vez más exigentes.

En un escenario donde la demanda de alimentos saludables, versátiles y de origen vegetal gana protagonismo, las legumbres ofrecen una oportunidad estratégica. Su perfil nutricional, su adaptación a nuevos hábitos de consumo y su potencial para integrarse en productos innovadores las convierten en una plataforma de crecimiento para la industria alimentaria regional.

El proceso de innovación también planteó desafíos. Entre los principales aprendizajes se destacan la necesidad de invertir en desarrollo de producto, trabajar en la construcción de una narrativa clara para acercar estos

alimentos a nuevos públicos y sostener estándares de calidad acordes a mercados cada vez más exigentes. El posicionamiento de productos a base de legumbres requiere combinar conocimiento técnico, visión comercial y una comunicación capaz de traducir valor nutricional en valor percibido.

En esa articulación entre producción, innovación y agregado de valor, Argencrops encuentra una oportunidad concreta para ampliar su aporte al desarrollo agroalimentario argentino.

argencrops
sa

Argencrops S.A
argencrops@argencrops.com.ar
 Seguinos en nuestras redes:
 @argencropsok



Arándanos argentinos: claves en un mercado dinámico

| Por: Ing. Agr. Francisco Estrada

Presidente de la Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán - APRATUC -

festrada@kbargentina.com.ar



Tras una etapa de expansión, el sector arandanero argentino enfrenta un escenario de mayor competencia internacional y márgenes ajustados, que impulsa una reconversión hacia modelos productivos más tecnológicos, diferenciados y orientados al valor.

El arándano argentino atraviesa una etapa de redefinición estructural. Lejos de los años de expansión acelerada que caracterizaron al sector entre 2005 y 2015, la actividad ha ingresado en una fase de madurez, con menor volumen, mayor competencia internacional y crecientes exigencias de mercado. En este contexto, el desafío ya no pasa por crecer en superficie sino por transformar el modelo productivo.

Una actividad en meseta productiva, nueva estrategia.

La superficie cultivada con arándanos en Argentina se ha estabilizado en los últimos años en no más de 2.200 hectáreas, reflejando un sector que ha dejado atrás la expansión y se enfrenta a una rentabilidad ajustada. La industria se encuentra “en una meseta”, sin crecimiento significativo en hectáreas ni en volumen total producido.

Este estancamiento se combina con una caída reciente en las exportaciones. La campaña 2025 mostró una reducción del orden del 8% al 12% en los envíos al exterior, con volúmenes cercanos a las 4.800 toneladas de fruta fresca, una tendencia que se repite en los últimos ciclos .

Sin embargo, este dato cuantitativo no refleja completamente la realidad del sector. Lo que está ocurriendo es un cambio en la lógica productiva: Argentina dejó de competir por volumen ya que tanto Perú como otros nuevos orígenes como Sudáfrica y México, han ganado esta batalla. La estrategia actual va más por la diferenciación en la forma de producir. Muchas producciones se han reconvertido y son orgánicas certificadas. Este nuevo standard de modalidad productiva permite atacar nuevos nichos de mercado, fundamentalmente en Europa.

El arándano argentino ha evolucionado hacia un modelo más especializado. Hoy, una gran proporción de los establecimientos cuenta con certificación orgánica —cerca del 70% según estimaciones recientes—, lo que representa una clara estrategia de diferenciación. En la provincia de Tucumán esta proporción es aún mayor ya que las condiciones agroecológicas y climáticas lo permiten.

Otro aspecto relevante es el crecimiento sostenido del mercado interno que en la última campaña absorbió más de 3.000 toneladas. Este canal se consolida como una alternativa comercial significativa y como un factor de equilibrio frente a la volatilidad del comercio exterior.



La presión competitiva internacional

El escenario internacional del arándano ha experimentado una fuerte transformación en los últimos años, con la consolidación de nuevos actores como Perú y, de manera creciente, Sudáfrica y México. Estos países han impulsado cambios en el negocio global a partir de la incorporación de genética moderna, mayores escalas productivas, estructuras de costos más eficientes y una ampliación de las ventanas comerciales.

Argentina, en cambio, mantiene en gran medida un esquema basado en variedades tradicionales, lo que refleja una base consolidada y conocida por los productores. En los últimos años, la incorporación de nuevas variedades ha sido limitada, lo que abre oportunidades para avanzar en procesos de renovación y diversificación.

Asimismo, la estructura productiva presenta una mayor intensidad en el uso de mano de obra, especialmente en las etapas de empaque de fruta, un rasgo que aporta valor en términos de empleo y especialización, y que plantea desafíos en materia de eficiencia y competitividad en el actual contexto impositivo.

En este marco, la participación argentina en algunos mercados clave, particularmente en Estados Unidos, ha mostrado cambios en su posicionamiento relativo, en línea con la creciente competencia internacional.



Condicionantes estructurales internos

A este dinámico escenario se suman factores locales que afectan la competitividad del sector:

- › **Costos productivos elevados:** especialmente en mano de obra y logística, en comparación con países competidores.
- › **Dependencia del transporte aéreo:** la exportación de fruta fresca se realiza mayoritariamente por esta vía, lo que incrementa costos y reduce márgenes. Las variedades tradicionales presentan limitaciones para el transporte marítimo debido a su menor vida poscosecha.
- › **Coyuntura macroeconómica:** las variaciones en el tipo de cambio, la inflación y los esquemas impositivos afectan la previsibilidad. Los retrasos en la devolución de créditos fiscales, como el IVA, erosionan los incentivos para exportar.
- › **Factores climáticos:** la variabilidad interanual impacta en rendimientos y calidad, condicionando los volúmenes exportables.



El núcleo del desafío: la brecha tecnológica

Más allá de estos factores, el sector presenta oportunidades de actualización tecnológica en línea con los avances observados a nivel global. El modelo productivo predominante se apoya en prácticas consolidadas, que abren espacio para la incorporación progresiva de nuevas herramientas y enfoques orientados a mejorar la eficiencia y la competitividad.

En este sentido, se identifican instancias para avanzar en la adopción de variedades con mejor calibre y mayor vida poscosecha, así como en el fortalecimiento de la productividad de las plantas. Del mismo modo, la integración de procesos con mayor grado de automatización puede complementar los sistemas actuales, contribuyendo a optimizar el uso de recursos y a potenciar el desempeño general del sector.

Hacia un nuevo modelo productivo

La recuperación de la competitividad requiere un proceso integral de modernización, con eje en los siguientes aspectos:

- 1 **Reconversión genética:** incorporación de variedades modernas con mayor tamaño, firmeza, mejor perfil organoléptico, mayor vida poscosecha y adaptación a sistemas de cosecha mecanizada. La genética se ha convertido en el principal factor de competitividad.
- 2 **Mecanización de la cosecha:** especialmente en segmentos destinados a industria o mercados menos exigentes, con el objetivo de reducir costos.
- 3 **Innovación en poscosecha y logística:** implementación de sistemas de enfriado rápido, atmósfera modificada, mejoras en el empaque y mayor utilización del transporte marítimo, lo que permitiría reducir significativamente los costos logísticos.
- 4 **Digitalización y agricultura de precisión:** incorporación de herramientas para el monitoreo en tiempo real, sensores de humedad y nutrición, modelos predictivos y trazabilidad completa.
- 5 **Integración comercial y branding:** desarrollo de alianzas, acuerdos con cadenas de comercialización, inserción en segmentos premium y fortalecimiento de certificaciones de diferenciación (orgánica).



Un cambio de paradigma: de commodity a producto premium

El arándano argentino ya no puede competir como commodity. Su escala y estructura no lo permiten. El camino es transformarse en un proveedor de alto valor, hay que *descomoditizar* nuestro producto. Este enfoque implica menor volumen, mayor precio promedio, foco en calidad y relaciones comerciales estables. La estrategia de nicho no es una opción, sino una necesidad.

El rol del mercado interno

El crecimiento del consumo local constituye un factor favorable. Aunque se encuentra en una etapa de desarrollo, el mercado interno ofrece potencial para consolidarse como un complemento que contribuya a equilibrar la dinámica frente a los cambios del contexto internacional.

Su desarrollo requiere fortalecer la promoción, mejorar la logística y la cadena de frío, optimizar la estructura de costos y ampliar la disponibilidad del producto.

Conclusión

El sector arandano argentino atraviesa una etapa de transición. La caída en los volúmenes exportados convive con un proceso de reconversión hacia un modelo más especializado y orientado a la calidad. La clave no está en producir más, sino en producir mejor y DIFERENCIARSE.

El futuro del sector dependerá de su capacidad para adoptar un nuevo paradigma tecnológico basado en genética avanzada, sistemas intensivos, mecanización y estrategias comerciales inteligentes.

En este nuevo escenario, el crecimiento no estará determinado por la expansión, sino por la capacidad de generar valor. Dependerá, en última instancia, de la velocidad y profundidad con que el sector logre adaptarse a estas nuevas condiciones.

En definitiva, el arándano argentino tiene futuro, pero ese futuro no será una continuidad del pasado, sino el resultado de una transformación profunda y decidida.



Ing. Agr. Francisco Estrada

Presidente de la Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán - APRATUC -
festrada@kbargentina.com.ar

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR

► Sello Alimentos Argentinos
Protocolo de calidad para arándanos frescos





Transformación digital en PyME santiaguena

| Por: Ing. en Alimentos Anabella Di Meglio

Cerveza Artesanal WAYNA

waynacervezaartesanal@gmail.com



Una fábrica de cerveza como ejemplo de PyME con evolución tecnológica para el desarrollo regional con proyección de expansión. *Transformación digital en la producción cervecera del NOA: innovación, eficiencia y agregado de valor*

La implementación de inteligencia artificial aplicada al sector industrial impulsa el aumento de la competitividad y contribuye al fortalecimiento de las economías regionales, mediante la mejora continua de los estándares de calidad y trazabilidad en los procesos productivos.

Como parte de la industria cervecera artesanal del Noroeste Argentino (NOA), la firma Wayna forma parte de un sector dinámico, con un enorme potencial de crecimiento, donde la incorporación de herramientas digitales representa una herramienta clave para la profesionalización, la optimización productiva y el acceso a mercados más exigentes.

En los últimos años, el sector productivo cervecero argentino mostró un proceso de expansión y diversificación, con una fuerte valorización de las identidades locales. En este contexto, la localización en el NOA aporta ventajas importantes vinculadas a la identidad territorial y la cultura productiva. Sin embargo, también plantea desafíos en términos de escala, estandarización, control de calidad y gestión empresarial.

En este escenario, el acompañamiento técnico a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y la Dirección Nacional de Alimentos y Desarrollo Regional, mediante

el Programa de Transformación Digital para PyMEs de Alimentos, permitió a la empresa dar un salto importante. A través de diagnósticos, capacitaciones y asistencia técnica, se logró incorporar herramientas digitales para la mejora de la eficiencia operativa, la trazabilidad y la gestión integral del negocio.

A partir de esta experiencia, la firma avanzó en el análisis en profundidad de los procesos internos y en la identificación de oportunidades de mejora en áreas como administración y ventas. La adopción de herramientas digitales no solo impactó en la operación diaria, sino que también generó un cambio en la cultura organizacional con una mayor





planificación y uso de información para la toma de decisiones.

Uno de los avances más importantes fue la implementación de un sistema de monitoreo en línea que integra la gestión de la fábrica con la operación del bar. Esta herramienta permite realizar un seguimiento en tiempo real de variables clave, mejorando la gestión de stock, la planificación de la producción y el desempeño comercial. La incorporación de herramientas digitales contribuyó a fortalecer el control de los procesos, reducir errores y optimizar la capacidad de respuesta ante la demanda.

Asimismo, la empresa proyecta mejoras sobre la plataforma web, con el objetivo de fortalecer la venta directa en el ámbito provincial y, al mismo tiempo, ampliar el alcance hacia nuevos mercados. Esta estrategia se alinea con las tendencias actuales de comercialización digital y contribuye a mejorar la visibilidad de la

marca, facilitar el acceso de los consumidores y consolidar canales de venta más eficientes.

Otro aspecto destacado del programa fue el enfoque práctico, que permitió a la empresa aplicar rápidamente los conocimientos adquiridos, obtener resultados concretos en el corto plazo y sostener un proceso de mejora continua.

La experiencia evidencia cómo la articulación entre el sector público y el privado puede generar mejoras reales en la competitividad de las PyMEs. A nivel regional, este tipo de iniciativa fortalece las cadenas de valor del NOA y ayuda a que empresas como Wayna, desarrollen capacidades tecnológicas e ingresen a nuevos mercados. Con acompañamiento y tecnología, se abre un camino muy prometededor para seguir creciendo con identidad propia y visión de futuro.



<https://waynacervezaartesanal.com.ar/>

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR

- ▶ [Guía de BPM para pequeños establecimientos cerveceros](#)
- ▶ [Ficha de nutrición - Bagazo de cerveza](#)
- ▶ [Monitor de impacto normativo - Incorporación de Bagazo Cervecerero Seco](#)





Clúster limonero: liderazgo en tiempos desafiantes

| Por: ACNOA | Asociación Citrícola del Noroeste Argentino

<https://acnoa.com.ar>



Desde hace décadas, la región del Noroeste Argentino (NOA) se ha consolidado como un referente mundial en la producción y el procesamiento del limón amarillo (Citrus limón). Aunque esta fruta tiene profundas raíces en la cultura mediterránea, ha encontrado en esta zona del país —especialmente en la provincia de Tucumán— condiciones excepcionales para su desarrollo, impulsando su posicionamiento a nivel global.

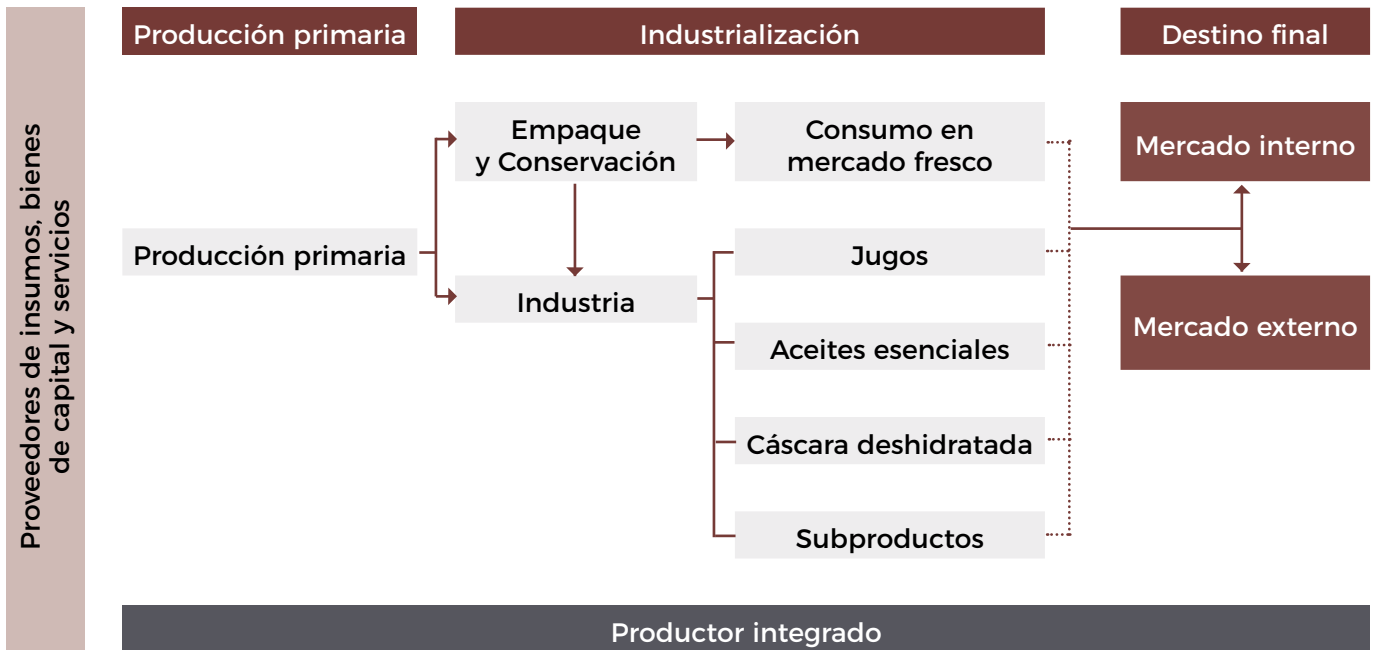
No obstante, el liderazgo de la región no se sustenta únicamente en la producción de fruta fresca, sino, sobre todo, en el sólido complejo industrial desarrollado en torno a su procesamiento. En la actualidad, el NOA se posiciona como el principal productor y exportador mundial de subproductos del limón —aceite esencial, jugo concentrado y cáscara deshidratada—, y es un proveedor estratégico de fruta fresca desde el hemisferio sur, abasteciendo en contraestación a los mercados del hemisferio norte.

En la actualidad, el sector enfrenta importantes desafíos para sostener su liderazgo en un contexto internacional complejo, marcado por el crecimiento de la oferta y la molienda mundial.

En el presente artículo se analiza la cadena de valor del sector, abordando los aspectos relacionados con la producción y exportación, como así también los desafíos que enfrenta de cara al futuro.

La cadena de valor sectorial

La cadena de valor del sector está integrada por viveristas, productores primarios y empresas industriales. Estas últimas se ocupan de clasificar la fruta, destinando los limones de calidad al consumo en fresco —tanto para el mercado interno como para la exportación— y derivando el resto al procesamiento industrial. En algunos casos, las empresas integran varios eslabones de la cadena, mientras que en otros, las industrias se abastecen de productores independientes. ACNOA representa a la gran mayoría de los actores del sector, agrupando a más de 160 productores, 41 empaques exportadores y 15 empresas industriales. En la provincia de Tucumán, que concentra la mayor parte de la producción y el procesamiento, la actividad genera más de 50.000 puestos de trabajo entre empleos directos e indirectos vinculados a proveedores de insumos, bienes de capital y servicios.



Fuente: ACNOA

La producción

El NOA concentra el 97% de la producción nacional de limones, con un volumen estimado de **1,9 millones de toneladas** en 2025 y una superficie cultivada cercana a las **50.000 hectáreas**. Dicho volumen posiciona a la Argentina como el **primer productor y procesador mundial de limones**.

A nivel nacional, el limón representa cerca del **60% de la producción total de cítricos**, seguido por las naranjas (28%), las mandarinas (11%) y, en menor proporción, los pomelos. En contraste, el NOA tiene una participación más acotada en la producción de cítricos dulces, la cual se localiza mayormente en la región del Noreste Argentino (NEA).

La actividad limonera del NOA tiene su epicentro en la provincia de Tucumán, que representa el 80% de la superficie en producción. Le siguen Salta (14%), Jujuy





(4,5%) y, en menor medida, Catamarca. Asimismo, se estima que alrededor del 60% de la superficie cultivada se encuentra registrada en el programa de certificación para fruta fresca de exportación.

La campaña de producción tiene lugar de **septiembre a agosto de cada año**. Entre septiembre y febrero, se preparan los lotes con los tratamientos fitosanitarios correspondientes, mientras que la cosecha tiene lugar entre **marzo y agosto**. La producción de fruta de verano es marginal y se destina principalmente al consumo en fresco en el mercado interno.

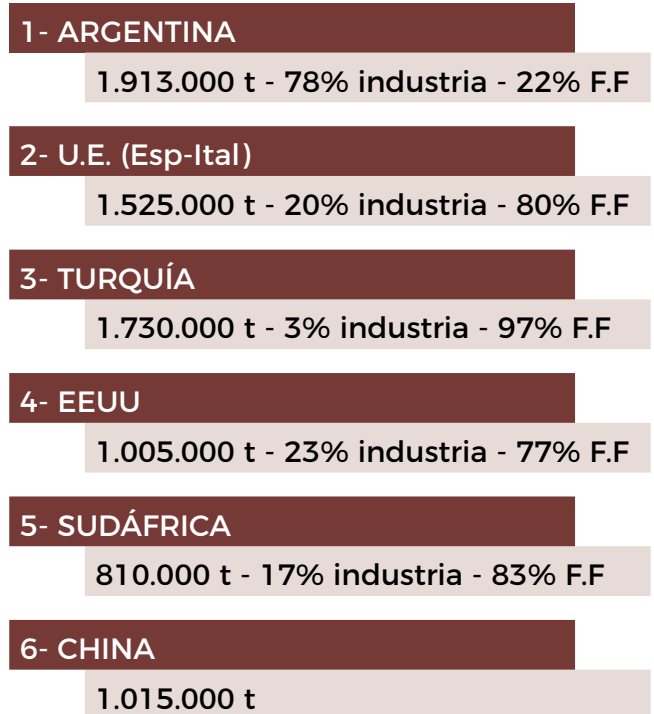
A diferencia de otros productores mundiales, Argentina tiene una **alta especialización en producción industrial**, lo cual posiciona al país en el **principal productor mundial de productos industriales**. La molienda de limón ronda el 78% de la producción total (1,5 millón de toneladas), destinándose el resto al consumo de fruta fresca. Este se reparte, a su vez, en fruta de exportación (12%) y mercado interno (10%). Esta situación contrasta con la de los otros competidores (Unión Europea, Estados Unidos y Sudáfrica) que tienen una relación inversa; en el caso de Turquía, casi la totalidad de la producción se destina a fruta fresca, mientras, no se poseen datos de China.

Destino de la producción de limón – Campaña 2025

- › **Mercado fresco: 12%**
- › **Mercado interno: 10%**
- › **Industria: 78%**

Fuente: Proyecciones ACNOA

Principales productores mundiales de limón (Año 2025)



Fuente: ACNOA.

El proceso industrial sigue una secuencia definida: la fruta cosechada en los huertos ingresa a los empaques, donde se realiza la selección y clasificación, destinándose al consumo en fresco aquella que cumple con los estándares de calidad exigidos por los diferentes mercados. La fruta que no alcanza las especificaciones mínimas –como aspecto y tamaño– se deriva a molienda y procesamiento industrial. En esta etapa, factores como la coloración o el tamaño de la fruta no resultan determinantes para su procesamiento.

El **aceite esencial de limón** constituye el primer producto del proceso industrial. La fruta ingresa a un circuito impulsado por agua, donde la cáscara es sometida a un rayado mediante un sistema de agujas que libera el



aceite contenido en la piel. Posteriormente, se realiza el prensado en frío para extraer el remanente. A continuación, el aceite atraviesa etapas de filtrado y centrifugado, destinadas a eliminar sólidos —principalmente restos de cáscara— y agua, obteniéndose así el producto final. Este se envasa en tambores y se almacena en cámaras frigoríficas a $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$.

Se trata de un producto delicado y de alto valor comercial, que se destaca por su versatilidad. Actúa como saborizante y aromatizante, y también cumple funciones como solvente, agente detergente y componente terapéutico. Por ello, presenta una elevada demanda como insumo en la elaboración de bebidas gaseosas, así como en las industrias alimentaria, de cuidado personal y farmacéutica. Asimismo, a partir de este aceite se obtienen diversos derivados, como aromas y terpenos —principalmente limoneno—.

En 2025, la producción de aceite esencial de limón se estimó en **7.780 toneladas**.

El **jugo concentrado de limón** constituye el segundo producto del proceso industrial. Luego de la obtención del aceite esencial, la fruta es exprimida mecánicamente, separándose el jugo de la pulpa, las semillas y la cáscara. El jugo obtenido se somete a procesos de filtrado y, en algunos casos, a tratamientos enzimáticos para lograr un líquido más limpio y estable (“clarificación”). Posteriormente, se aplica un tratamiento térmico (“pasteurización”) que elimina microorganismos y desactiva enzimas, asegurando su conservación. A continuación, el jugo se concentra mediante evaporación al vacío, lo que permite remover parte del agua a bajas temperaturas y preservar mejor sus propiedades sensoriales. El resultado es un producto con mayor contenido de sólidos solubles, generalmente medido en grados Brix. Finalmente, el jugo concentrado se enfría rápidamente y se almacena, por lo general congelado o refrigerado, para mantener su calidad hasta su comercialización.





El jugo se comercializa en forma concentrada con el fin de reducir los costos de transporte, dado que posteriormente puede reconstituirse mediante la adición de agua. Según los requerimientos del cliente, puede concentrarse a distintos niveles de acidez y ofrecerse en versiones turbias, con pulpa, o clarificadas. Al igual que el aceite esencial, también se trata de un insumo ampliamente utilizado en la elaboración de alimentos y bebidas, ya que tiene múltiples aplicaciones gracias a su acidez, sabor intenso y capacidad conservante.

En 2025, la producción nacional de jugo concentrado de limón se estimó en **99.000 toneladas**.

Por último, **la cáscara deshidratada de limón** es el último producto del proceso industrial. Se obtiene a partir de los residuos sólidos ("bagazo") que quedan luego de la extracción del aceite esencial y del jugo. El material se lava con agua para eliminar impurezas y restos no deseados y puede someterse a un trozado o

molienda para homogeneizar el tamaño. La cáscara se somete a un proceso de secado, generalmente mediante aire caliente en secaderos industriales. Este paso reduce significativamente el contenido de humedad, lo que permite su conservación y facilita su almacenamiento y transporte. Dependiendo del uso final, el producto seco puede ser molido para obtener distintos tamaños de partícula (polvo o granulados). Finalmente, la cáscara deshidratada se enfría y se almacena en condiciones controladas para preservar su calidad.

La cáscara deshidratada que Argentina exporta se destina casi en su totalidad a la producción de pectina, un aditivo alimenticio que se usa como espesante en la industria de alimentos. Aunque, también puede usarse como pienso de ganado o triturada en polvo como saborizante o fibra en alimentos.

En 2025, la producción de cáscara deshidratada de limón rondó las **55.000 toneladas**.





Mercados

El sector citrícola del NOA exhibe una marcada orientación hacia los mercados externos: la producción industrial se destina casi en su totalidad a la exportación y las ventas de limón fresco al exterior constituyen un segmento estratégico para la ecuación económica del sector. Según datos del INDEC, en 2025, las exportaciones totales de los productos del complejo limonero alcanzaron los **USD 585 millones**. Los datos de exportación de la última campaña fueron los siguientes:

Limón fresco. Se registró una marcada recuperación respecto de los niveles exportados en los años recientes, alcanzando **USD 142 millones y 216.548 toneladas**, lo que implicó un incremento del 45% en valor y del 29% en volumen en comparación con 2024. El producto argentino se comercializó en 32 mercados, con la Unión Europea como principal destino (40%), seguida por Estados Unidos y Rusia, que concentraron el 23% cada uno en términos de volumen, con participaciones similares en valor. Cabe señalar que las exportaciones de limón fresco son el segundo rubro en importancia dentro del sector de frutas frescas, después de las peras.

Aceite esencial de limón. Las exportaciones alcanzaron los **USD 214 millones y 7.611 toneladas**, con un leve incremento interanual del 1% en valor y del 6% en volumen. Este desempeño consolidó su posición de liderazgo dentro de los productos del sector, impulsado por su elevado valor agregado.



Si bien el producto se comercializó en 14 destinos, la Unión Europea y Estados Unidos concentraron la mayor parte de los envíos, con participaciones del 37% y 36% en volumen y del 47% y 27% en valor, respectivamente.

Jugo concentrado de limón. Se exportaron **USD 152 millones y 88.907 toneladas**, lo que representó un aumento del 19% en valor y del 4% en volumen respecto del año anterior. Los tres principales destinos, entre los 33 mercados, fueron la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Las exportaciones en volumen fueron 46%, 26% y 7%, en volumen, y del 41%, 32% y 8%, en valor, respectivamente.

Cáscara deshidratada de limón. Este producto evidenció un crecimiento sostenido en el volumen exportado en los



últimos años, aunque con fluctuaciones en su valor. Las exportaciones alcanzaron las **81.338 toneladas por USD 77 millones**, lo que implicó una leve caída del 4% en valor, pero un incremento del 3% en volumen en relación con 2024. La Unión Europea y China son los dos principales mercados de este producto, con una participación respectiva del 80% y 13% en volumen, y 74% y 18%, en valor, respectivamente.

En conjunto, los ingresos generados por esta actividad resultan fundamentales para la economía regional del NOA. En particular, en la **provincia de Tucumán**, el sector constituye la principal fuente de divisas por exportaciones: en 2025 alcanzó los **USD 518 millones**, representando más del 53% del total exportado provincial.

Desafíos sectoriales

El *cluster* limonero del NOA se ha consolidado a lo largo de décadas como un sector altamente dinámico, que enfrenta de manera permanente desafíos de diversa índole.

El sector debe profundizar, el sector debe profundizar la inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos que permitan diversificar y sofisticar la oferta exportable. En este sentido, el ácido cítrico se presenta como una alternativa estratégica: su producción en Argentina es actualmente marginal, lo que obliga a abastecer la demanda interna mediante importaciones. En 2025, el país importó 25.673 toneladas desde Brasil y China por un valor de USD 28,5 millones, lo que evidencia tanto el tamaño del mercado como la dependencia externa. Con el apoyo de la Estación Experimental Obispo Colombres, se están llevando adelante ensayos orientados a evaluar la viabilidad de desarrollar una producción a escala local, con potencial para



sustituir importaciones y obtener también un nuevo producto que pueda exportarse.

En materia de mercados, el sector debe sostener su competitividad frente a otros proveedores del hemisferio sur que abastecen fruta fresca en contraestación al hemisferio norte, como así también frente a otros proveedores de productos industriales. Esta competitividad no solo depende de la corrección de factores coyunturales internos, sino también de la equiparación de las condiciones de acceso a terceros mercados. En este marco, los tratados de libre comercio que negocie Argentina, como el Acuerdo Unión Europea-Mercosur, resultan estratégicos para el desarrollo y la inserción internacional del sector.

Por último, el contexto internacional presenta crecientes desafíos. La producción mundial de limón amarillo y su molienda se han casi duplicado en la última década. A los proveedores tradicionales –como Argentina, Estados Unidos y la Unión Europea– se han sumado nuevos actores relevantes, entre ellos China, Turquía y Sudáfrica, muchos de los cuales han incrementado no solo su producción sino también su capacidad de

procesamiento industrial. Esta expansión de la oferta global intensifica la competencia y ejerce presión sobre los precios internacionales.

En conclusión, el clúster limonero del NOA enfrenta un escenario cada vez más competitivo y exigente, que demanda una estrategia integral basada en eficiencia productiva, la innovación, la diversificación y una inserción internacional inteligente para consolidar su posicionamiento y asegurar su crecimiento en el largo plazo.



ACNOA | Asociación
Citrícola del Noroeste Argentino
<https://acnoa.com.ar>

Conocé las herramientas
que brinda la DNAyDR

► Sello Alimentos Argentinos
Protocolo de calidad
para Limón fresco





El primer café argentino: un hito para la industria nacional



| Por: **Martín Cabrales**

Presidente, Cabrales S.A.



El proyecto colaborativo impulsado por Cabrales S.A y el Gobierno de Tucumán ha logrado superar la fase de pruebas técnicas para transformarse en un producto final de alta calidad con capacidad para transformar la matriz productiva regional.

El proyecto, impulsado por Cabrales S.A. junto al Gobierno de Tucumán, a través del Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP), superó la etapa de ensayos técnicos y avanza hacia la obtención de un producto final con estándares de calidad internacional. Este logro posiciona a la Argentina con potencial para incorporarse de manera progresiva al selecto grupo de países productores de café.

Se trata de un desarrollo productivo sin precedentes y un cambio de enfoque: pasar de un esquema exclusivamente importador a uno que incorpora la producción local con identidad propia.

Hemos demostrado que el suelo argentino, con el cuidado y la técnica adecuada, puede darnos un café de excelencia que no tiene nada que envidiarle a los grandes orígenes del mundo. Nos enorgullece contribuir al desarrollo de este proyecto pionero que pone a Argentina en el mapa como productor de café, y sienta las bases para un futuro en el que el café argentino no solo sea un producto de consumo, sino también de producción nacional.

Las condiciones agroecológicas de Tucumán, caracterizadas por un clima subtropical, diversidad de microambientes y disponibilidad hídrica, han resultado determinantes para el

desarrollo del cultivo. Estos factores, combinados con prácticas agronómicas específicas, han permitido obtener granos con perfiles sensoriales distintivos. El resultado es un café de cuerpo equilibrado y aroma persistente aprobado por Mumac Academy -academia internacional de referencia en capacitación y cultura del café-.

Nuestra empresa, líder en el mercado del café con más de 84 años de trayectoria, aporta su experiencia, conocimiento técnico y asesoramiento especializado para fortalecer a los pequeños y medianos productores que se encuentran desarrollando plantaciones de café en el territorio tucumano. Por su lado, el IDEP trabaja activamente para ampliar la matriz productiva de la provincia a través de acciones que promuevan el trabajo conjunto entre el sector público y privado. El convenio firmado en 2025 prevé instancias de capacitación, investigación aplicada y transferencia tecnológica, con el objetivo de consolidar estándares productivos y de calidad.

El proyecto contempla una expansión progresiva del cultivo en distintas zonas de la provincia, incorporando productores locales, buscando garantizar eficiencia productiva y consistencia en la calidad del grano.



Un perfil sensorial con identidad propia

Desde el punto de vista técnico, los primeros lotes producidos en Tucumán evidencian una complejidad destacada y una versatilidad poco frecuente. El café presenta distintos perfiles según el método de preparación, lo que amplía sus posibilidades de consumo y posicionamiento.

En preparaciones tipo espresso, se destacan notas de chocolate, cacao y frutos secos, con buen cuerpo y un retrogusto persistente. En métodos filtrados, con tuestes más suaves, emergen perfiles más dulces, con acidez media, cuerpo liviano y un equilibrio que resalta la fineza del producto.

Esta dualidad sensorial, junto con su carácter poco convencional, configura una identidad propia que lo posiciona dentro del segmento de cafés especiales, donde el origen, la trazabilidad y el perfil de taza son atributos centrales.

Impacto en la cadena de valor

La consolidación de un café de origen argentino implica un cambio estructural en la cadena de valor. La posibilidad de producir localmente abre nuevas oportunidades para sustituir parcialmente importaciones y, en una etapa posterior, generar exportaciones con valor agregado.

El impacto potencial es grande, especialmente en términos de desarrollo regional. La producción de café requiere una importante participación de mano de obra, particularmente en la cosecha, lo que puede traducirse en generación de empleo en zonas rurales.

En un contexto mundial donde el consumo de café de especialidad continúa en expansión, la incorporación de un origen argentino puede representar una oportunidad estratégica para insertarse en nichos de mercado diferenciados.

Trazabilidad y calidad como ejes estratégicos

Uno de los principales desafíos del proyecto es garantizar la trazabilidad integral del proceso. El objetivo es asegurar el control de todas las etapas productivas, desde la genética y los plantines hasta la cosecha, el procesamiento y la elaboración final.

Este enfoque permite no solo sostener estándares de calidad, sino también generar información clave para la mejora continua. La



construcción de una red de productores con sistemas de registro y seguimiento constituye un paso fundamental para consolidar un producto homogéneo y competitivo.

A su vez, el desarrollo del perfil sensorial en función de las preferencias del consumidor se presenta como un eje estratégico. La adaptación a los distintos mercados será determinante para el posicionamiento del café argentino.

Una oportunidad en construcción

El desarrollo del café en Argentina se encuentra en una fase inicial, pero con fundamentos sólidos que permiten proyectar su crecimiento. La combinación de condiciones agroecológicas favorables, conocimiento técnico y articulación institucional configura un escenario propicio.

A esto se suma un contexto global dinámico, donde cambios en las condiciones climáticas y en las geografías productivas tradicionales abren nuevas posibilidades para regiones emergentes.

En este marco, el café argentino se perfila como una oportunidad para generar valor



agregado, diversificar la producción y fortalecer las economías regionales.

Más que la incorporación de un nuevo cultivo, se trata de la construcción de una cadena de valor con proyección, que podría, en el mediano plazo, consolidarse como un componente relevante dentro del entramado agroindustrial nacional.

De esta manera, Cabrales S.A profundiza su liderazgo en el sector y su compromiso con el desarrollo productivo argentino, apostando por la innovación y la eficiencia productiva como pilares fundamentales para el futuro de la industria cafetera nacional.



Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
Tel: +54 223 491 6363
<https://tienda.cabrales.com/>

Conocé las herramientas
que brinda la DNyDR

► Guía de Rotulado
para alimentos envasados





Tucumán impulsa la caficultura como nueva cadena

El avance del café argentino no se explica únicamente desde la innovación productiva, sino también desde el fortalecimiento de las capacidades territoriales y la articulación institucional que lo hacen posible. En este sentido, la experiencia que lleva adelante el gobierno de Tucumán junto a productores locales aporta una mirada complementaria sobre el proceso.

El cultivo de café se expande en el sur y suroeste (pedemonte y zonas húmedas) y en el este provincial, con más de 30 hectáreas implantadas, más de 70.000 plantas en vivero y 28.000 en campo. La diversidad varietal — Geisha, Caturro, C3 y nativas— evidencia una etapa de evaluación orientada a la adaptación y diferenciación de calidad.

Según un informe del área de Inteligencia Comercial del IDEP, la caficultura emplea a nivel global a cerca de 125 millones de personas, lo que la posiciona como una actividad intensiva en mano de obra, con impacto en economías regionales y arraigo rural. En este marco, el vicepresidente del IDEP, Juan Casañas, señaló: “Los resultados alcanzados a partir del convenio con Cabrales y las acciones de promoción son alentadores. Los avances agronómicos permiten proyectar el desarrollo de la caficultura en Tucumán”.



Asimismo, destacó que se trata de una actividad con potencial para generar empleo y fortalecer el entramado productivo. El proceso se complementa con acciones de promoción, vinculación técnica internacional y el desarrollo de nuevas cadenas como nueces, chilto, lúpulo y tuna, orientadas a mejorar la competitividad y ampliar el perfil exportador provincial.

Instituto de Desarrollo
Productivo de Tucumán | IDEP
Comunicacion@idep.gov.ar
www.idep.gov.ar
[@ideptucuman](https://www.instagram.com/ideptucuman)





Frutas y cultivos andinos: diversificación en Jujuy

| Por: Lic. María Emilia Deiana

Secretaría de Desarrollo Productivo, Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de Jujuy

mariaemiliadeiana.jujuy@gmail.com



El avance de cultivos no tradicionales como el maracuyá y la fruta del dragón, junto con la revalorización de especies autóctonas como las papas andinas y el yacón, abre nuevas oportunidades productivas en la provincia de Jujuy. Estas producciones combinan características nutracéuticas, adaptación territorial, creciente demanda y potencial de agregado de valor en origen.

Introducción

La diversificación productiva y la revalorización de las producciones locales constituyen una estrategia clave que lleva adelante el Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de Jujuy para fortalecer las economías locales, mejorar la resiliencia frente a condiciones climáticas variables y ampliar la oferta agroalimentaria con productos diferenciados. En este contexto, la papa andina (*Solanum tuberosum ssp. andígena*), el yacón (*Smallanthus sonchifolius*), el maracuyá (*Passiflora edulis*) y la fruta del dragón o pitaya (*Hylocereus spp.*), han comenzado a ganar protagonismo en Jujuy por su riqueza natural que incluye zonas con aptitud para especies tropicales y de altura.

Estos cultivos presentan características que los posicionan como alternativas viables: elevada demanda en mercados especializados, atributos nutricionales destacados y posibilidades de industrialización.

Maracuyá: potencial en expansión

El maracuyá es una especie tropical que ha demostrado buena adaptación en regiones subtropicales del país, especialmente en



áreas de transición climática con disponibilidad hídrica adecuada y temperaturas moderadas. Se trata de una planta trepadora que requiere sistemas de conducción, manejo intensivo y un adecuado control sanitario.

Desde el punto de vista productivo, presenta rendimientos atractivos en condiciones óptimas, con ciclos relativamente cortos que permiten una rápida recuperación de la inversión. La fruta posee alto contenido de vitamina C, compuestos antioxidantes y un perfil sensorial altamente valorado por la industria alimentaria.

El principal destino del maracuyá es la industrialización, particularmente en la elaboración de jugos, pulpas, concentrados y saborizantes. No obstante, el consumo en fresco también ha mostrado crecimiento, impulsado por tendencias hacia alimentos saludables y exóticos.



Fruta del dragón: innovación y nichos de mercado

La pitaya o fruta del dragón es un cultivo emergente que ha despertado interés por su apariencia distintiva, su valor nutricional y su creciente demanda en mercados internacionales. Se trata de un cactus trepador que se adapta a condiciones semiáridas, con requerimientos hídricos relativamente bajos en comparación con otros frutales tropicales.

Una de sus principales ventajas radica en su rusticidad y la posibilidad de producir en suelos marginales, siempre que se garantice un adecuado manejo del sistema de conducción y la protección frente a heladas. El cultivo requiere estructuras de soporte, poda periódica y control de la exposición solar.

El desarrollo de este cultivo se vincula estrechamente con estrategias de diferenciación, turismo rural y producción agrícola, lo que amplía sus posibilidades dentro de esquemas de economía regional.

Papa andina: diversidad genética y valor productivo

“Santa María”, “Collareja”, “Tuni”, “Imilla”, “Negra Ojosa”, “Colorada” entre muchas otras variedades, representan el acervo genético de papas andinas en Jujuy. Además de ser una fuente importante de almidón, proteínas de calidad, potasio y vitamina B6, las papas andinas también son una fuente relevante de antioxidantes. Las mismas son de diferentes colores los que reflejan el alto potencial nutricional de las mismas.

Estos tubérculos nativos son el resultado de un proceso de selección natural y conservación, a través de la aplicación de tecnologías ancestrales que datan de épocas anteriores a los Incas.

Su conservación a través de los años se debe a la mano de los agricultores que continúan cultivando papa andina en sus campos. Además, las nuevas tecnologías permiten hoy conservarlas ex situ en Bancos de Germoplasmas, donde se custodian miles de variedades, contribuyendo a su disponibilidad y uso en el futuro.





Yacón: un cultivo andino con valor diferencial

Este cultivo andino, principalmente desarrollado en la localidad de Bárcena (Departamento de Tumbaya), es una planta de gran porte y altura que se puede aprovechar de forma integral.

Sus raíces son comestibles, algunas son finas y las que son más gruesas, se denominan "reservantes". Acumulan azúcares de reserva, principalmente fructooligosacáridos (FOS). Esta clase de azúcar tan particular se diferencia del almidón porque consta de una cadena de moléculas de fructosa y una de glucosa. Se caracterizan por su baja digestibilidad, lo que reduce su impacto en los niveles de glucosa en sangre y además aportan menos calorías, siendo una alternativa para el diseño de dietas. Además, los FOS actúan como fibra y potencian la multiplicación de bacterias benéficas.

En 2012, se logró la incorporación de la raíz de Yacón a la lista de hortalizas contenidas en el Capítulo XI del Código Alimentario Argentino, siendo un paso importante para el desarrollo de este cultivo y su inserción en el mercado.



Jujuy y la diversificación de la matriz productiva con identidad local

La diversificación productiva constituye una estrategia clave para fortalecer las economías regionales, mejorar la capacidad de respuesta frente a condiciones climáticas variables y ampliar la oferta agroalimentaria con productos diferenciados. Las producciones mencionadas, configuran un conjunto de producciones con alto potencial para diversificar la matriz agro-productiva del norte argentino. Su desarrollo contribuye no solo a generar nuevas oportunidades económicas, sino también a poner en valor saberes locales, historias familiares y prácticas productivas de la región.

La consolidación de estas alternativas depende de continuar impulsando líneas de trabajo que apunten a combinar innovación, agregado de valor y fortalecimiento territorial, en línea con las demandas actuales del mercado y las condiciones naturales de cada región.

Experiencias en Jujuy

Frutas tropicales en Palma Sola

En la localidad de Palma Sola, existen experiencias en la incorporación de cultivos no tradicionales los cuales evidencian avances concretos en la diversificación productiva.

En este marco, Sabino Morales, un emprendedor e incipiente productor local, se ha su-



mado al Programa Provincial de Desarrollo de Cuencas de Frutas Tropicales dando sus primeros pasos con la producción del maracuyá. La actividad presenta desafíos vinculados con el manejo del agua, junto con perspectivas de desarrollo y de incorporación de otros cultivos.

Por su parte, Luis Perales, lidera un emprendimiento familiar en la misma localidad, que ya cuenta con una trayectoria en la diversificación productiva, basada en el aprovechamiento de las condiciones naturales de las yungas jujeñas y en la incorporación progresiva de innovaciones tecnológicas en el campo. Actualmente produce y comercializa pitaya, maracuyá, carambola, entre otros cultivos, con llegada a mercados nacionales. La diversificación implementada en estos casos permite ampliar las fuentes de ingreso, reducir la dependencia de cultivos tradicionales y generar oportunidades para la inserción en mercados diferenciados.

Yacón en Bárcena y papas andinas de Rinconada: producción con valor local

En la zona de Bárcena (capital provincial del yacón), la familia Velasquez Puca, tercera generación de habitantes locales, es anfitriona de la “Finca El Paraíso-Casa de Campo Turística”. Se trata de una experiencia de turismo vivencial sobre el cultivo de yacón y la elaboración artesanal de productos derivados mediante procesos de agregado de valor, como mermeladas, jaleas, escabeches y raíces deshidratadas.

Asimismo, se incorporaron desarrollos para la elaboración de café de yacón, ampliando la oferta y las posibilidades comerciales.

En el departamento de Rinconada, la producción de papas andinas encuentra un ejemplo relevante en el trabajo de la Asociación Civil Agroganadera Pachamama, que avanzó en la tecnificación productiva





de la papa andina con maquinaria agrícola y sistemas de riego. Estas mejoras permitieron fortalecer la producción con fuerte identidad territorial, orientada a la conservación y valorización de variedades nativas adaptadas a condiciones de altura.

Se rescata el enfoque asociativo que permite mejorar la escala productiva, facilitar el acceso a insumos y tecnologías, y fortalecer la comercialización. La producción de papas andinas se proyecta no solo hacia el consumo local, sino también hacia mercados diferenciados que valoran la diversidad genética, la calidad organoléptica y el origen.

Estas experiencias en Palma Sola, Bárcena y Rinconada reflejan que la diversificación productiva no solo es viable, sino que constituye una herramienta concreta para fortalecer el arraigo, mejorar ingresos y valorizar la identidad regional como un bastión de la diferenciación en mercados nacionales e internacionales más atentos a estos aspectos.

Gobierno de
JUJUY
Crece con la gente

Gobierno de Jujuy
<https://jujuy.gob.ar/>

Contactos:

Frutas tropicales en Palma Sola: +54 388-4863878

Pitaya, maracuyá, carambola, entre otros cultivos, Luis Perales: +54 388-5201597

Yacón en Bárcena: +54 388-5060549

Papas andinas, Asociación Civil Agroganadera Pachamama: +54 3884-702235

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR

► **Ficha de nutrición - Quinoa**

► **Ficha de nutrición - Yacón**

► **Manual de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para quinoa**





Viticultura extrema en Salta: terroir, identidad y proyección internacional

| Por: Méd. Vet. Cecilia I. Belmonte Alfonso

Ministerio de Producción y Minería, Gobierno de Salta

<https://produccionsalta.gob.ar/>



En los Valles Calchaquíes, la altura, el clima y el territorio dan origen a vinos distintivos que consolidan a Salta en la escena internacional.

En el noroeste argentino, la provincia de Salta redefine los límites de la vitivinicultura. Lejos de los modelos tradicionales basados en volumen, su propuesta se apoya en la singularidad: viñedos a alturas extremas, condiciones climáticas desafiantes y una identidad territorial profundamente marcada. En este contexto, los vinos de Salta no solo representan una expresión productiva, sino también una construcción cultural que hoy encuentra reconocimiento en los principales mercados del mundo.

La viticultura salteña se desarrolla en los Valles Calchaquíes, un sistema de valles interconectados que se extiende a lo largo de casi 300 kilómetros. Rodeados de montañas imponentes y atravesados por ríos de altura, estos territorios ofrecen un entorno natural único. Los suelos arenosos, ricos en minerales, combinados con precipitaciones escasas —apenas unos 200 mm anuales—, configuran un escenario donde la vid encuentra condiciones óptimas para expresar todo su potencial.

Sin embargo, es la altura el factor que define la identidad del vino salteño. Con viñedos ubicados entre los 1.530 y los 3.111 metros sobre el nivel del mar, la región se posiciona entre las más elevadas del mundo para la producción de vinos de calidad. Esta característica genera condiciones específicas: mayor radiación solar, amplitud térmica pronunciada y una maduración más lenta de las uvas.

El resultado es una materia prima excepcional. Las uvas desarrollan pieles más gruesas, mayor concentración de compuestos fenólicos y una acidez natural que aporta frescura y equilibrio. Los vinos que surgen de este entorno son intensos, estructurados y con gran capacidad de guarda, pero también elegantes y expresivos.





Tradición y territorio

La vitivinicultura en Salta no es un fenómeno reciente. Sus raíces se remontan a siglos atrás, cuando los pueblos originarios desarrollaron sistemas agrícolas adaptados a la topografía del lugar. Las terrazas de cultivo, aún visibles en algunas zonas, son testimonio de una relación histórica entre el hombre y la tierra.

Esa tradición se mantiene viva, pero hoy se combina con una mirada contemporánea. La región ha experimentado en los últimos años un proceso de transformación, impulsado por una nueva generación de productores y enólogos que buscan reinterpretar el territorio desde una perspectiva moderna.

Este cambio se refleja en el estilo de los vinos. Si bien históricamente se asociaban a perfiles potentes, hoy se observa una tendencia hacia mayor equilibrio, frescura y precisión. La búsqueda ya no es solo intensidad, sino también identidad.

Variedades que construyen un perfil

En este escenario, el Torrontés Riojano emerge como la variedad insignia de Salta. En particular, en la zona de Cafayate, alcanza una expresión única, con aromas florales intensos —rosa, jazmín— y notas herbales que lo distinguen claramente dentro del panorama internacional.

El Malbec, por su parte, mantiene su protagonismo, aportando estructura y profundidad. En muchos casos, se presenta en blends con variedades como Cabernet Sauvignon, Tannat o Merlot, dando lugar a vinos complejos y elegantes.

En paralelo, se observa un renovado interés por variedades criollas, como Criolla Chica o Cereza, que aportan diversidad y recuperan parte del patrimonio vitivinícola argentino. Esta apertura varietal forma parte de una tendencia global hacia la exploración y la diferenciación.



Microterroirs y precisión

Uno de los aspectos más interesantes de la evolución reciente es la exploración de microterroirs. Dentro de los Valles Calchaquíes, pequeñas variaciones en altura, orientación o tipo de suelo generan diferencias significativas en el perfil de los vinos.

Esta mirada más detallada del territorio ha permitido desarrollar etiquetas con mayor identidad, donde cada parcela expresa características propias. El trabajo en viñedo, en este sentido, adquiere un rol central, con prácticas orientadas a resaltar la singularidad de cada lugar.

Al mismo tiempo, la tecnología y el conocimiento técnico permiten optimizar los procesos productivos, sin perder el vínculo con la tradición. Esta combinación de innovación y respeto por el origen es uno de los pilares del crecimiento del sector.

Cadenas de valor y desarrollo regional

El impacto de la vitivinicultura en Salta trasciende la producción de vino. Se trata de una actividad que articula múltiples sectores y genera un efecto multiplicador en la economía regional.

El desarrollo del enoturismo es un claro ejemplo. La Ruta del Vino de Salta se ha consolidado como uno de los principales atractivos turísticos de la provincia. A lo largo de este recorrido, que incluye localidades como Cafayate, Cachi, Molinos y San Carlos, el visitante puede conocer bodegas, degustar vinos y descubrir paisajes únicos. Este circuito integra además gastronomía, hotelería y cultura, generando empleo y fortaleciendo el arraigo en las comunidades locales. El vino se convierte así en un eje articulador del desarrollo territorial.



Proyección internacional

El posicionamiento del vino salteño en el mundo responde a una estrategia sostenida de promoción e internacionalización. En este proceso, el rol de ProSalta resulta fundamental, acompañando a las bodegas en su inserción en mercados externos.

La participación en misiones comerciales y ferias internacionales permite visibilizar la identidad del vino de altura y generar oportunidades de negocio. En este contexto, eventos como Wine París representan una plataforma clave para el posicionamiento global.

A través de estas acciones, las bodegas salteñas logran establecer vínculos con importadores, distribuidores y referentes del sector, consolidando su presencia en mercados estratégicos como Europa, Estados Unidos y Brasil.

Escena nacional y posicionamiento

A nivel local, la presencia en eventos como Expoagro refuerza la integración del sector vitivinícola dentro del entramado productivo argentino. En el stand institucional de la Provincia de Salta, las bodegas participaron activamente en acciones de promoción.

Durante la feria, un sommelier llevó adelante una charla con degustación de vinos de altura de la Bodega El Cese, acercando al público las características distintivas de estos productos. Este tipo de iniciativas no solo permiten difundir el vino, sino también construir una experiencia en torno a él. La interacción directa con el público, la posibilidad de degustar y comprender el producto, y el relato del territorio detrás de cada botella, resultan claves para fortalecer el posicionamiento.

Un modelo con identidad

A pesar de representar una porción menor dentro de la superficie vitivinícola nacional, Salta ha logrado un posicionamiento destacado. Su diferencial radica en la capacidad de ofrecer vinos con identidad, donde cada etiqueta refleja el territorio del que proviene.

En un contexto global donde los consumidores valoran cada vez más la autenticidad, el origen y la historia, los vinos de Salta encuentran una oportunidad concreta de expansión.

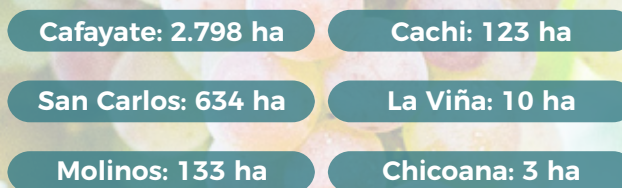


Salta en la vitivinicultura argentina

Fuente: Informe Anual del año 2025 del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV)



Distribución por departamentos



Principales variedades



El desafío hacia adelante será sostener este crecimiento, profundizando la estrategia exportadora, fortaleciendo la cadena de valor y manteniendo el equilibrio entre innovación y tradición.

En definitiva, la vitivinicultura salteña no busca competir en cantidad, sino en carácter. Y es precisamente esa elección la que le permite destacarse en el escenario internacional.



Ministerio de Producción y Minería,
Gobierno de Salta
<https://produccionsalta.gob.ar/>

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR



- Sello Alimentos Argentinos Protocolo de calidad para vinos argentinos
- Sello Alimentos Argentinos Protocolo de calidad para mosto concentrado de uva
- Monitor de impacto normativo Vino parcialmente desalcoholizado



Olivicultura en Catamarca: eficiencia e innovación

| Por: Rocío Leiva

Directora provincial de Certificación y Producción Sostenible,
Ministerio de Desarrollo Productivo, Gobierno de Catamarca
rleivarodriguez@catamarca.gov.ar



La provincia consolida un modelo agroalimentario eficiente basado en condiciones naturales excepcionales, innovación tecnológica y creciente diferenciación a través de la producción orgánica certificada.

Un sistema productivo consolidado en el NOA

La olivicultura argentina encuentra en Catamarca uno de sus principales núcleos productivos. Con aproximadamente **13.000 hectáreas implantadas**, la provincia se posiciona entre las regiones líderes del país, dentro de un esquema nacional que concentra unas 86.000 hectáreas (FOA 2024).

La estructura productiva provincial presenta una marcada orientación industrial: cerca del **74% de la superficie se destina a la producción de aceite de oliva**, mientras que el **26% restante corresponde a aceitunas de mesa**. Este perfil refleja un modelo integrado que combina producción primaria con agregado de valor en origen.

La actividad se concentra principalmente en los departamentos del Valle Central, Pomán, Tinogasta y Andalgalá, donde se localizan tanto las plantaciones como la infraestructura de procesamiento.

Catamarca combina escala productiva, industrialización en origen y condiciones naturales favorables, configurando uno de los sistemas olivícolas más eficientes del país.

Condiciones agroecológicas diferenciales

El desarrollo de la olivicultura catamarqueña se sustenta en un entorno natural particularmente propicio. El clima árido a semiárido, con **alta radiación solar, escasas precipitaciones y marcada amplitud térmica**, genera condiciones ideales para el cultivo del olivo.

Estas características permiten:

- › Reducir la incidencia de plagas y enfermedades.
- › Favorecer la maduración homogénea del fruto.
- › Incrementar la concentración de compuestos fenólicos, claves en la calidad del aceite.

El manejo eficiente del agua, a través de sistemas de riego presurizado, completa un esquema productivo adaptado a condiciones de escasez hídrica.

Claves del sistema productivo

- › Clima seco y alta amplitud térmica
- › Baja presión sanitaria natural
- › Uso eficiente del riego
- › Producción orientada a industria
- › Integración vertical de la cadena



Producción y desempeño del sector

En los últimos años, la actividad ha mostrado un desempeño sostenido. En 2024, la producción provincial alcanzó aproximadamente **65.000 toneladas de aceitunas**, de las cuales unas **38.000 toneladas se destinaron a la elaboración de aceite de oliva**.

El sector presenta además una fuerte inserción internacional: entre el 75% y el 80% de la producción se orienta a la exportación, principalmente hacia Estados Unidos y la Unión Europea.

La orientación exportadora y el agregado de valor en origen posicionan a la olivicultura como un motor clave de las economías regionales.

Olivicultura orgánica: diferenciación y valor agregado

En respuesta a la creciente demanda global de alimentos diferenciados, Catamarca ha avanzado en la consolidación de la producción orgánica certificada, incorporando estándares que fortalecen la competitividad del sector.

Las condiciones agroecológicas locales constituyen una ventaja estructural para este tipo de producción, al reducir la necesidad de insumos químicos y facilitar el cumplimiento de los requisitos de certificación.

La producción orgánica argentina se orienta mayoritariamente a mercados externos, donde los atributos vinculados a la calidad, la trazabilidad y el origen adquieren creciente relevancia.

Ventajas de la producción orgánica

- › Menor uso de insumos sintéticos.
- › Alta demanda en mercados internacionales.
- › Mejora del posicionamiento del producto.
- › Valor agregado asociado a la eficiencia.
- › Mayor trazabilidad y certificación.





Innovación productiva y mejora de la competitividad

El sector olivícola catamarqueño ha incorporado en los últimos años diversas innovaciones orientadas a optimizar la eficiencia productiva y la calidad:

- › Desarrollo de variedades adaptadas a condiciones locales.
- › Tecnificación del riego y manejo agronómico.
- › Incorporación de sistemas de cosecha mecanizada.
- › Modernización de plantas de procesamiento.
- › Fortalecimiento de la integración entre producción e industria.

- › Incorporación de energías limpias en la producción, mediante soluciones como energía solar para riego y procesos industriales, contribuyendo a una mayor eficiencia energética

Estas mejoras permiten aumentar rendimientos, reducir costos y sostener estándares de calidad acordes a las exigencias internacionales.

La innovación tecnológica y la adaptación varietal son factores clave para la eficiencia productiva y competitividad de la olivicultura catamarqueña.





Identidad territorial y proyección internacional

Más allá de su eficiencia productiva, la olivicultura catamarqueña se distingue por su fuerte identidad territorial. La combinación de condiciones ambientales, conocimiento local y prácticas productivas específicas otorga características diferenciales a sus aceites y aceitunas.

Argentina se consolida así como un actor relevante en el mercado internacional de aceite de oliva, destacándose entre los principales productores fuera de la cuenca mediterránea.



Conclusiones

La olivicultura orgánica en Catamarca representa un ejemplo de sistema agroalimentario eficiente, donde convergen recursos naturales, capacidades productivas e innovación tecnológica.

El desarrollo del sector evidencia el potencial de las economías regionales para generar productos diferenciados, con alto valor agregado y proyección internacional, contribuyendo al desarrollo territorial y a la consolidación de la Argentina como proveedor de alimentos de calidad.

Perfil exportador

- › Alta participación de mercados externos.
- › Principales destinos: EE.UU. y Unión Europea.
- › Creciente demanda de productos orgánicos.
- › Posicionamiento en segmentos de calidad.



Ministerio de Desarrollo Productivo,
Gobierno de Catamarca.
<https://portal.catamarca.gob.ar/>

Conocé las herramientas que brinda la DNAyDR

- › Sello Alimentos Argentinos - [Protocolo de calidad para vinos aceite de oliva virgen extra](#)
- › Ficha de Nutrición - [Aceites y grasas](#)
- › Monitor de impacto normativo - [Hoja de Olivo para Infusión](#)





Hoja de olivo: de residuo a infusión en el CAA

| Por: **Cdra. Patricia Doreste**

Dirección Nacional de Alimentos y Desarrollo Regional
normasAA@sagyp.gob.ar



La reciente Resolución Conjunta 17/2025 marca un hito en la historia de la olivicultura argentina: por primera vez, la hoja de olivo (*Olea europaea*) se incorpora al Código Alimentario Argentino (CAA) como hierba apta para infusiones. Una decisión que transforma lo que hasta ahora era considerado un desecho en un insumo con valor agregado, con impactos directos en la producción, el empleo y la diversificación de la matriz agroalimentaria.

Un recurso desaprovechado que se convierte en oportunidad

En Argentina, la superficie implantada de olivo alcanza las 77.171 hectáreas, con predominio de variedades aceiteras (68%) frente a las de conserva (32%). Cada año, las podas generan alrededor de 48.000 toneladas de hojas, un subproducto difícil de compostar por su alto contenido en fenoles y que suele terminar quemado o descartado.

La nueva normativa cambia radicalmente este escenario: las hojas pasan a contar con un marco que garantiza seguridad y calidad, permitiendo su uso en infusiones y preparados herbales. Además, se reconoce su alto contenido de compuestos antioxidantes, lo que refuerza su atractivo en un mercado global cada vez más orientado a productos vinculados al bienestar y la alimentación consciente.

Impacto económico y social en las regiones productoras

La olivicultura argentina se concentra principalmente en La Rioja, Catamarca, Mendoza y San Juan, que en conjunto representan más del 90% de la superficie implantada. Estas provin-

cias generan aproximadamente 6.000 empleos permanentes y 43.000 transitorios durante la cosecha, fortaleciendo las economías regionales alejadas de los grandes puertos.

La incorporación de la hoja de olivo abre nuevas oportunidades para pymes, cooperativas y productores locales, que podrán diversificar su oferta y aumentar el valor agregado de su producción. En lugar de desechar las hojas, ahora podrán transformarlas en un producto comercializable, con potencial de exportación.

Antecedentes internacionales: un consumo ya legitimado

La hoja de olivo no es una novedad en el mundo. En la Unión Europea, su consumo está documentado desde antes de 1997, lo que evita que sea considerado un “nuevo alimento” bajo el Reglamento (UE) 2015/2283. Allí se utiliza en infusiones, cápsulas, comprimidos y extractos para complementos alimenticios.

España, Italia y Grecia lideran esta tradición, mientras que en Estados Unidos también se comercializa. Estos antecedentes refuerzan la aceptación internacional y facilitan la inserción de Argentina en un mercado ya consolidado.



Un mercado global en expansión

El mercado mundial de infusión de hoja de olivo alcanzó en 2024 un valor de USD 52,4 millones. Europa lidera con USD 17,8 millones, seguida por América del Norte (USD 14,2 millones) y Asia-Pacífico (USD 10,8 millones). América Latina, Oriente Medio y África, aunque más pequeños, muestran un crecimiento sostenido gracias a la educación del consumidor y la expansión de redes de distribución.

Argentina, con su nueva normativa, se posiciona estratégicamente para aprovechar esta tendencia, ofreciendo un producto con legitimidad regulatoria, tradición agrícola y potencial exportador.



Un cambio de paradigma

La incorporación de la hoja de olivo al CAA no es solo una actualización normativa: es un cambio de paradigma para el sector olivícola argentino dado que:

- › Se amplía la lista de materias primas permitidas para alimentos.
- › Se revaloriza un subproducto agrícola antes considerado desecho.
- › Se generan nuevas oportunidades económicas y laborales en las regiones productoras.
- › Se fortalece la competitividad internacional de Argentina en un mercado en crecimiento.
- › Se promueve un uso más eficiente de los recursos al reducir residuos.
- › En definitiva, lo que antes era un residuo de poda se convierte en un motor de innovación, desarrollo regional y proyección internacional. La hoja de olivo, símbolo de tradición mediterránea, comienza a escribir una nueva historia en la agroindustria argentina.

Fuentes consultadas:

Consejo Federal de Inversión, 2024, "Estrategia logística Cuyo - Cadena de Olivo", Consejo Oleícola Internacional (COI), "Mercado mundial del aceite de oliva y las aceitunas de mesa - datos de diciembre 2024", DataInelo, 2024, "Informe de Investigación de Mercado del Té de Hoja de Olivo 2033, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), abril 2021, Censo Nacional Agropecuario 2018 - Resultados definitivos", Federación Argentina Olivícola, 2024, Informe Olivícola., Mendoza Post, 1 de diciembre de 2025, "Las hojas de olivo son nuevas hierbas para infusiones en el Código Alimentario", Ministerio de Economía de la Nación, Secretaría de Política Económica, Año 9 - N° 80 - diciembre 2024, Informes de cadena de valor Olivícola, Ondiario, 10 de julio de 2025, "Argentina incorporó al Código Alimentario nuevos ingredientes aptos para uso", Revista Chacra, 2 de diciembre de 2025, "De las hojas de olivo al aceite de palma virgen, amplían el Código Alimentario con más control y valor nutritivo", Secretaría de Ambiente, y Desarrollo Sustentable de la Nación, 2024, "Estudio de Potencial de Mitigación", Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2023, "Informe síntesis Economía Regional - Olivo", Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, Resolución Conjunta 17/2025.



Banana salteña: calidad y competitividad

| Por: **Ing. Agr. María Fernanda López Morillo**

Secretaría de Desarrollo Agropecuario de Salta

secdesarrolloagropecuario2020@gmail.com



Con base productiva consolidada y mejoras tecnológicas, la cadena bananera de Salta presenta condiciones para fortalecer su posicionamiento en el mercado interno.

La provincia de Salta concentra la principal producción de banana del país, con sistemas productivos tecnificados, condiciones sanitarias favorables y un entorno agroecológico que aporta atributos diferenciales al fruto. En un contexto de fuerte dependencia de importaciones, la cadena bananera salteña reúne condiciones para fortalecer su competitividad, consolidar estrategias de diferenciación y ampliar su posicionamiento en el mercado.

Introducción y antecedentes de la producción bananera en Salta

La producción de banana en la provincia de Salta constituye una actividad histórica dentro del sistema agroproductivo del norte argentino, con antecedentes que se remontan a las primeras décadas del siglo XX, en el marco del desarrollo agrícola del norte provincial, particularmente en el departamento Orán. Las condiciones agroecológicas favorables permitieron la expansión del cultivo y su consolidación como una de las principales actividades productivas de la región.

Hacia fines de la década de 1980, la superficie implantada superaba las 6.000 hectáreas, posicionando a la banana como uno de los cultivos más relevantes dentro de la economía regional. Con posterioridad, la actividad atravesó procesos de ajuste vinculados a

cambios en el contexto productivo y comercial, que derivaron en una reducción de la superficie cultivada. No obstante, la cadena bananera mantuvo su presencia en el territorio y, en la actualidad, evidencia un proceso de consolidación basado en la incorporación de tecnología, mejoras en el manejo productivo y una mayor orientación hacia la calidad.

Contexto global y nacional

A nivel mundial, la banana constituye una de las principales frutas producidas y comercializadas, con un volumen que supera los 130 millones de toneladas anuales, en un sistema altamente competitivo. La expansión del Fusarium Raza 4 Tropical (TR4) es hoy el principal desafío para el desarrollo del cultivo.

En Argentina, la producción se concentra en las provincias del norte, siendo Salta, Jujuy y Formosa las principales jurisdicciones productoras. No obstante, el mercado interno presenta una fuerte participación de banana importada, principalmente proveniente de países de la región. Según COMEX-INDEC, las importaciones promediaron 450.000 toneladas anuales en la última década.

En términos económicos, estas importaciones representan un volumen significativo de divisas: solo en el año 2025, las compras externas de banana alcanzaron un valor



cercano a los 335 millones de dólares CIF, lo que pone en evidencia la magnitud del mercado interno, el peso de la banana en la salida de divisas y las oportunidades para fortalecer la producción nacional y sustituir importaciones.

Salta en el contexto productivo nacional

En este contexto, la provincia de Salta se posiciona como la principal productora de banana del país, con una base productiva consolidada y un nivel de tecnificación que le permite sostener una oferta significativa a lo largo del año.

De acuerdo con el Censo Provincial de Frutales Tropicales de Salta, realizado en 2023, la banana ocupa aproximadamente 2.784 hectáreas y representa más del 90%

de la superficie de frutales tropicales de la provincia. La producción provincial se estima en torno a 72.300 toneladas anuales, destinadas principalmente al mercado regional (Salta y Jujuy) y a otros centros de consumo del país, como Córdoba, Rosario y el Área Metropolitana de Buenos Aires. Esta base productiva sostiene una cadena de valor integrada por producción primaria, empaque, transporte y comercialización, con impacto directo en el abastecimiento regional y nacional.

Condiciones de la producción

La producción de banana en la provincia de Salta se concentra en el norte del territorio, principalmente en el departamento Orán y en la zona de Colonia Santa Rosa, en el piedemonte de las yungas y en áreas de influencia de la cuenca del río Bermejo. Esta región se ubica dentro de la región agroecológica





del Noroeste subtropical, caracterizada por condiciones que permiten el desarrollo del cultivo en su límite austral.

La región presenta temperaturas medias de 21-23 °C, precipitaciones de 800 a 1.200 mm anuales y altitudes entre 300 y 500 msnm. En este contexto, el riego resulta una práctica extendida para asegurar la continuidad del cultivo.

Las condiciones subtropicales de la región, si bien imponen ciertas limitantes productivas, configuran un entorno con características diferenciales que permiten sostener la producción de banana a lo largo de todo el año bajo manejo técnico adecuado. Esta continuidad productiva aporta estabilidad a la oferta y al sistema en su conjunto. Asimismo, la combinación de períodos con menor humedad relativa y el descenso de las temperaturas, especialmente nocturnas y en meses más frescos, modera el crecimiento vegetativo y el proceso de llenado del fruto.

En sistemas bajo riego y con prácticas de manejo apropiadas, estas condiciones no necesariamente generan estrés, sino que inciden en la acumulación de materia seca y en la composición de azúcares y otros compuestos asociados al sabor, aroma y textura. En interacción con el manejo agronómico, el ambiente contribuye así a la expresión de atributos diferenciales en el perfil sensorial del fruto. A su vez, la localización relativamente aislada de las áreas productivas favorece un estatus sanitario con menor presión de plagas y enfermedades.

En el contexto actual, marcado por la expansión global de enfermedades como el *Fusarium Raza 4 Tropical (TR4)*, el mantenimiento de estas condiciones sanitarias adquiere una relevancia estratégica. En este marco, la producción bananera de Salta presenta condiciones que permiten reducir la presión sanitaria y la necesidad de aplicaciones fitosanitarias, contribuyendo a sistemas productivos con menor dependencia de insumos químicos.



Caracterización productiva y perfil de los productores

La producción bananera se estructura sobre un conjunto de aproximadamente 60 productores, con heterogeneidad en escala, niveles de tecnificación y estrategias productivas. No obstante, se observa una participación significativa de productores de escala media y grande, que concentran una proporción importante de la superficie implantada y del volumen producido.

Los productores incorporaron infraestructura y tecnologías que mejoran la eficiencia y calidad. Entre ellas se destacan la presencia de plantas de empaque con distintos nive-

les de modernización, sistemas de cosecha y transporte mediante cable carril en algunas fincas, y la utilización de equipamiento para el manejo poscosecha, incluyendo cámaras y sistemas de palletizado, que facilitan la carga y descarga en los camiones de transporte, reduciendo el impacto mecánico y contribuyendo a preservar la calidad de la fruta durante su comercialización.

La incorporación de tecnología en la producción bananera de Salta se refleja en experiencias concretas de productores de la región. En el departamento Orán, la firma Oransol ha sido una de las pioneras en la adopción de innovaciones productivas, incorporando sistemas de cosecha y transporte mediante cable carril, plantas de empaque y procesos orientados a mejorar la calidad y presentación del producto.

Se incorporaron invernaderos que mejoran producción, aumentan rendimientos y reducen el impacto del viento.

En términos de manejo agronómico, una proporción mayoritaria de los establecimientos implementa prácticas orientadas a optimizar la productividad y la sanidad del cultivo, tales como el deshoje, el deshije y otras labores específicas. En los últimos años, se ha incorporado también el uso de tecnologías de precisión, como drones aplicados al monitoreo y control fitosanitario, lo que contribuye a mejorar la eficiencia en la gestión del cultivo, tal como ocurre en la Finca La Trinidad que comercializa con la marca Don Cirilo.



Calidad, diferenciación y valorización del origen

La banana producida en Salta presenta atributos diferenciales que sustentan una estrategia de diferenciación en el mercado. Estos atributos se encuentran asociados tanto a las condiciones ambientales y productivas del territorio como a las prácticas de manejo implementadas en los sistemas productivos, en línea con lo descrito para el clima subtropical de la región.

La banana salteña se diferencia por su calidad comercial y atributos organolépticos — azúcares, aroma y sabor— frente al producto importado. La cercanía a los centros de consumo permite cosechar en mayor madurez, expresando mejor sus atributos y reduciendo tiempos de almacenamiento y transporte.

Asimismo, el contexto fitosanitario favorable y el manejo productivo adoptado en numerosos establecimientos permiten una menor presión de aplicaciones fitosanitarias en comparación con otras regiones productoras, contribuyendo a un producto con características valoradas por los consumidores.

En este marco, la articulación entre ambiente, manejo y condiciones de comercialización constituye una base concreta para la diferenciación y valorización del producto en el mercado. En esta línea, desde el Programa de Desarrollo Territorial de la provincia de Salta se está trabajando en el desarrollo de herramientas vinculadas al origen y la calidad, entre ellas el proceso de construcción de una Denominación de Origen para la banana salteña, orientado a consolidar su posicionamiento en segmentos de mayor valor y fortalecer su identidad territorial.





Perspectivas

La producción bananera de Salta presenta condiciones para su consolidación dentro de las economías regionales. La base productiva, el nivel tecnológico y las oportunidades de diferenciación configuran un escenario favorable para fortalecer su posicionamiento.

El avance en estrategias de agregado de valor, diferenciación por origen y mejora en la comercialización permitirá ampliar su presencia en el mercado interno.

Asimismo, la capacidad de sostener producción durante todo el año constituye una ventaja en términos de abastecimiento y estabilidad del sistema productivo.

La consolidación de la producción bananera en Salta fortalece las economías regionales y representa una oportunidad para reducir la dependencia de importaciones, que en 2025 superaron los 335 millones de dólares. El cre-



cimiento de la oferta local, junto con estrategias de diferenciación y agregado de valor, permiten proyectar una mayor participación de la producción nacional en el abastecimiento del mercado interno.

En este escenario, la banana salteña puede contribuir a la sustitución de importaciones, al fortalecimiento de la balanza comercial y al posicionamiento de la Argentina como productor competitivo en el ámbito regional.



Ing. Agr. María Fernanda López Morillo
Secretaría de Desarrollo Agropecuario de Salta
secdesarrolloagropecuario2020@gmail.com

Se agradece la colaboración de los productores de la provincia de Salta, quienes aportaron información, experiencia y validación técnica para la elaboración del presente artículo, contribuyendo a reflejar la realidad productiva del sector.

Se reconoce especialmente la participación de Rubén Hernández (Oransol), Fernando Ortiz (Don Cirilo) y del Consorcio de Riego Río Colorado (Colonia Santa Rosa, Orán) cuyo compromiso y trayectoria resultan representativos del desarrollo de la actividad en la región.

Fuentes consultadas

- › INDEC. Base de datos de comercio exterior (COMEX), posición NCM 0803.90.00.
- › Gobierno de la Provincia de Salta – Secretaría de Desarrollo Agropecuario. Censo Provincial de Frutales Tropicales de Salta (2023).
- › SAGPyA. Resolución N° 99/1994.
- › FAO. Informes sobre producción y comercio mundial de banana.
- › INTA. Publicaciones técnicas sobre frutales tropicales.



Harina de banana: valor agregado en Salta

Harina de banana elaborada con frutas verdes en la comunidad Tupí Guaraní Iguopeigenda de Río Blanco Banda Sur, Orán (Salta), como alternativa de agregado de valor y comercialización de la producción bananera.

Desde la Estación Experimental Agropecuaria INTA Yuto se viene trabajando junto a la comunidad Tupí Guaraní Iguopeigenda en distintas prácticas vinculadas al cultivo de banano, entre ellas la elaboración y el uso de insumos de origen biológico para su manejo productivo.

En el marco de la sexta convocatoria 2025 de los Proyectos Socioproductivos del Gobierno de Salta, se conformó un grupo de siete integrantes de la comunidad que resultó beneficiado con financiamiento para la elaboración de harina de banana. Con esos recursos se adquirió el equipamiento necesario para el procesamiento.

El procedimiento consiste en acondicionar frutas verdes de banana para su deshidratación, posterior molienda y tamizado. De este proceso se obtiene harina y una fracción más gruesa que puede utilizarse como rebozador. Actualmente, el grupo logra un rendimiento aproximado de 15 kg semanales, considerando que la harina representa cerca del 10 % del peso total de la fruta fresca procesada.

Tanto la harina como el rebozador permiten la elaboración de diversas preparaciones dulces y saladas. Esta transformación de la fruta contribuye a incrementar el valor de la producción local y abre la posibilidad de contar con una alternativa de trabajo durante todo el año, ya sea mediante la comercialización de fruta fresca o de sus productos derivados como la harina de banana.

En este sentido, se proyecta avanzar en el cumplimiento de las normativas vigentes para la habilitación del producto, con el objetivo de fortalecer su inserción en el mercado y ofrecer una nueva alternativa alimentaria a los consumidores.

Imágenes del proceso de elaboración, obtención y alimentos de harina de banana



Imagen 1: **Deshidratado de las pulpas de banana verde.***



Imagen 2:
Molienda de pulpa seca de la banana.*



Imagen 4:
Masa de harina de banana para pizza.*



Imagen 3:
Harina de banana en paquete de 250 gr.*



Imagen 5: Milanesa rebozada
con material grueso de la banana.*



Imagen 6: Alimentos elaborados con harina de banana.*



Imagen 7: Integrantes del proyecto elaboración de harina de banana.*

*Fuente: Comunidad Tupí Guaraní Iguoepigenda.



Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria
Argentina

Ing. Agr. MSc. Claudio Manuel Ortiz,
Estación Experimental de Cultivos
Tropicales, INTA Yuto.
ortiz.claudio@inta.gob.ar

Conocé las herramientas
que brinda la DNAYDR

- Ficha de nutrición - [Frutas y verduras](#)
- Ficha de nutrición - [Frutas y hortalizas](#)





Estadísticas





Aceite de oliva

Superficie productiva

49.210
ha

Superficie nacional.

13.000
ha

Catamarca. 74% destinadas a aceite (9.620 ha).

Variedades

Arbequina, Coratina, Frantoio y Barnea.

Producción

Nacional (2025)

23.000 t

Catamarca aportó 2.000 toneladas en la última campaña.

Participación NOA

9%

de la producción nacional.

Consumo aparente



Per cápita:

0,16 kg/año

Exportaciones

Exportaciones 2025

Volumen

23.888,3 t

Destinos

Estados Unidos

Brasil

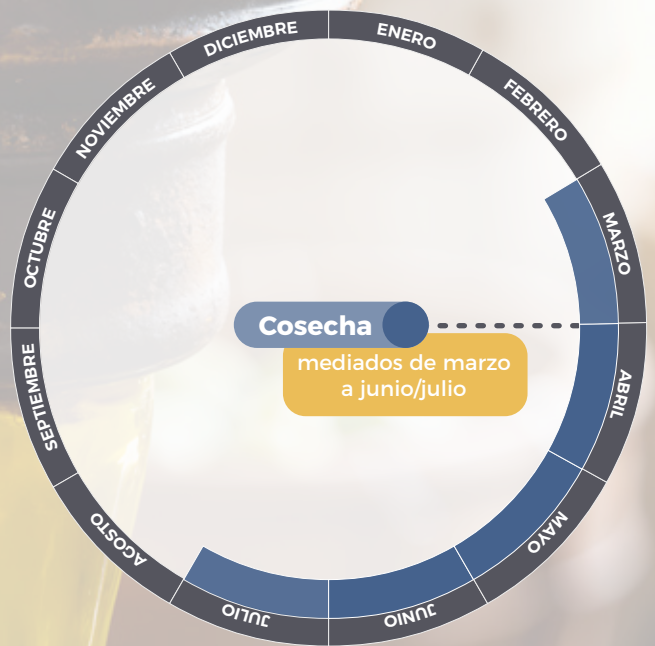
Chile



Valor

USD 108,9-
millones FOB

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Grasas monoinsaturadas (ácido oleico)
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Vitamina E
- ✓ Fitoesteroles.



Beneficios

- ✓ Reduce colesterol LDL
- ✓ Mantiene/aumenta HDL
- ✓ Protege la salud cardiovascular
- ✓ Efecto antiinflamatorio



Interesante

El aceite de oliva virgen extra conserva más antioxidantes al obtenerse por prensado en frío. Es estable al calor, resiste altas temperaturas sin descomponerse.



Sello Alimentos Argentinos

Protocolo de calidad para aceite de oliva virgen extra.

Sello "Orgánico Argentina"

empresas disponibles en el catálogo de productos orgánicos.



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Aceituna de mesa

Superficie productiva

20.290
ha

Nacional.

13.000
ha

Catamarca.
23% destinadas
a mesa
(3.380 ha).

Producción

Nacional (2025)

70.000 t

Catamarca aportó
14.000 toneladas
industrializadas

Participación NOA

20%

de la producción nacional.

Consumo aparente



Per cápita:
0,53 kg/año

Exportaciones

Exportaciones 2025

Volumen

40.301,9 t

Valor

USD 92,0
millones FOB

Destinos

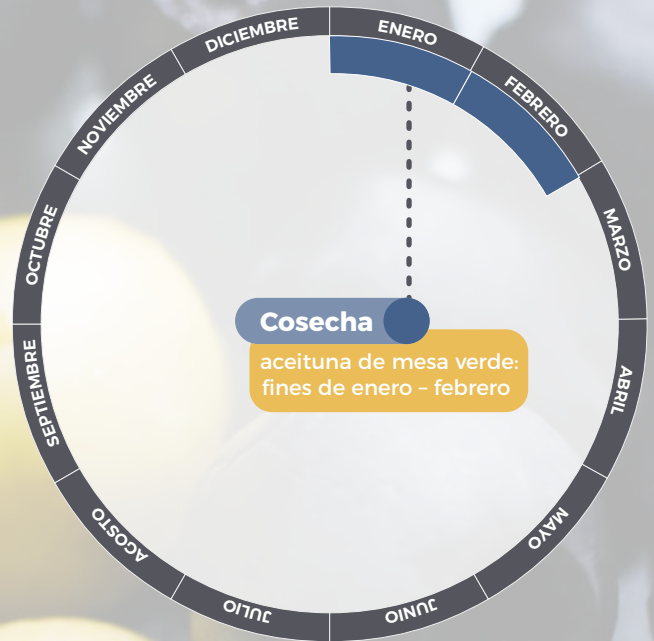
Brasil

Estados Unidos

Uruguay



Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Grasas monoinsaturadas (ácido oleico)
- ✓ Vitamina E
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Minerales.



Beneficios

- ✓ Ayuda a reducir colesterol LDL
y efecto cardioprotector



Interesante

Debido al contenido de sodio que
puedan contener por la salmuera,
se sugiere enjuagarlas antes
del consumo.



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Arándano

Superficie productiva

2.611 ha

Total nacional estimado

1.175 ha

Implantadas en la región NOA

Producción

Producción nacional

cerca de **13.000 t** anuales.

Producción NOA

aproximadamente **5.850 t** anuales.

Rendimiento

Promedio nacional:
5 t/ha.

Potencial técnico:
entre **8 y 12 t/ha.**

Producción NOA

Producción concentrada en NOA y NEA.

En el NOA, el principal polo es **Tucumán** (95,2% de la superficie regional), con participación menor de Catamarca.

Participación NOA

45%

de la producción nacional.

Catamarca **278 t** - Tucumán **5.572 t**

Consumo aparente



2024: consumo aproximado de

200 g por habitante por año.

Exportaciones

Volumen

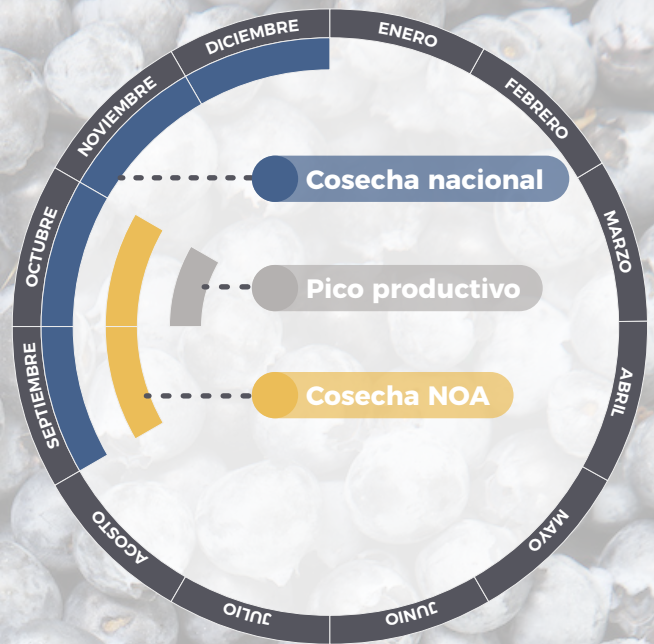
4.218,9 tn.
de fruta fresca.

Valor

USD 18,6
millones FOB.

En 2025 se **importaron 1.907 toneladas** por un valor **CIF de 9,8 millones USD**. Principalmente de Chile para cubrir el mercado interno argentino.

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Antioxidantes ✓ vitaminas
- ✓ minerales ✓ fibra.



Beneficios

Favorece la salud cardiovascular, cerebral y el estrés oxidativo.



Interesante

Los Arándanos son una de las frutas con mayor concentración de antioxidantes por gramo.



Sello Alimentos Argentinos

Protocolos disponibles de arándano fresco y congelado

9.46% de las exportaciones totales de arándanos frescos se exporta con **Sello AA**.

Sello "Orgánico Argentina"

Arándano fresco y congelado

De la producción total se estima que el **75% es orgánica** y el resto convencional.



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Azúcar

Superficie productiva

420.000 ha

Total nacional

NOA

Tucumán: 310.000 ha

Jujuy: 65.000 ha

Salta: 45.000 ha

Producción

Volumen (2025)

1.830.167 t
de azúcar físico

NOA

Tucumán: 1.305.236 t

Salta y Jujuy: 524.931 t

19 ingenios

Participación NOA

100%

de la producción total nacional

Consumo aparente



Mercado interno: **1,3 - 1,4 millones de toneladas/año**

Per cápita: **36 kg/año**
(incluye sustitutos como fructosa)

Exportaciones

Volumen

576.442,6 t

Valor

USD 292,5 millones FOB

Destinos

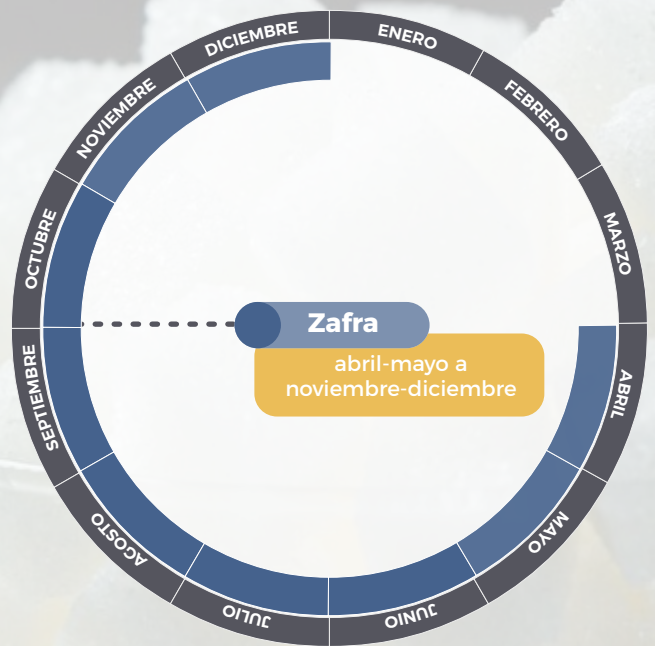
Chile (280 mil t)

Estados Unidos (154 mil t)

Uruguay (77 mil t)



Calendario de cosecha



Nutrición

Alimento de consumo opcional (según Guías Alimentarias para la población Argentina). El consumo en exceso predispone a enfermedades como: diabetes, obesidad, entre otras.



Interesante

En caña de azúcar se utiliza el término "zafra" en lugar de cosecha.



Sello "Orgánico Argentina"

azúcar de caña, mascabo, rubio, alcohol de caña, melaza.

Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Banana

Superficie productiva

70%

de la superficie de frutas tropicales del NOA y NEA

5.408 ha

de un total de **7.726 ha**

Producción

Producción nacional

+ 100.000 t

Zonas principales

Salta: **+ 72.000 t**

Jujuy: **4.000 t**

Rendimiento

26,5 t/ha (Salta)

Particip. NOA

Salta se posiciona como el principal polo productivo nacional.

Importaciones 2025

Vol. **504.711 t**



Principales países de origen

Ecuador (73,8%)

Bolivia (12,3%)

Paraguay (8,8%)

Brasil (4,6%)

Consumo aparente



Es la fruta de

mayor consumo per cápita

en el país

Consumo anual:

14 a 16 kg por habitante

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Hidratos de carbono complejos
- ✓ Potasio ✓ Vitaminas ✓ Fibra



Beneficios

- ✓ Aporta energía rápida.
- ✓ Ayuda a prevenir calambres musculares.
- ✓ Favorece la digestión.



Interesante

Las bananas menos maduras tienen más almidón resistente, que actúa como prebiótico y alimenta la microbiota intestinal; cuando maduran, ese almidón se transforma más en azúcares naturales, haciéndolas más dulces y fáciles de digerir.



Sello "Orgánico Argentina" un productor en Jujuy



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Comino

Superficie productiva

570
ha

Superficie productiva.

Producción

Producción

330 t.

Principales provincias productoras del NOA

Catamarca: **490 t** - Salta: **50 t** - Tucumán: **10 t.**

Participación NOA

97%

de la producción nacional.

Consumo aparente



Estimado entre **15 y 25 g** por persona al año.

Exportaciones

Intercambio comercial anual

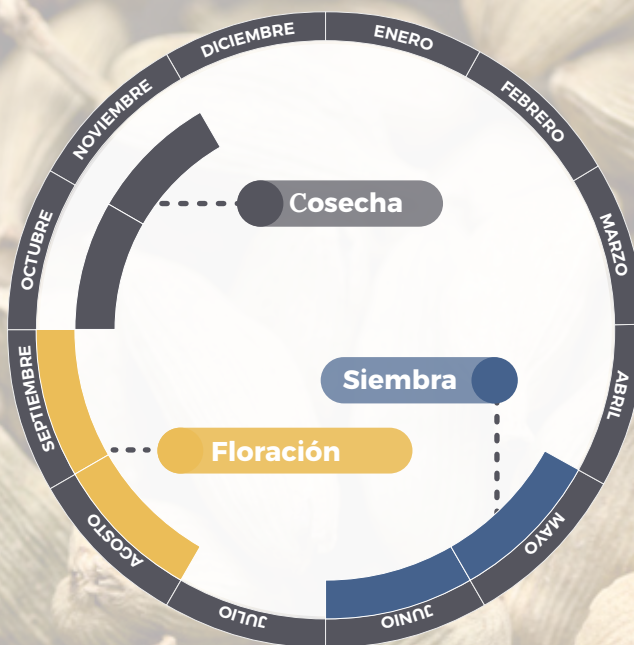
Exportaciones 2025

Volumen: **0,5 t**
Principal destino: **Chile**

Importaciones

Volumen: **316,2 t**
Principal país de origen: **India**

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Antioxidantes
- ✓ vitaminas ✓ minerales.



Beneficios

- ✓ Facilita la digestión



Interesante

Se utiliza para condimentar empanadas de carne, guisos y estofados



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Frutilla

Superficie productiva

+1.500 ha implantadas a nivel nacional

675 ha NOA

Tucumán: 585 ha (39% - dato a 2025)

Jujuy y Salta: ~90 ha

94% Jujuy

Producción

Producción nacional

55.590 t/año

Rendimiento

Tucumán:
35-50 t/año

Participación NOA

NOA: 26.100 t (~53% nacional)

Superficie: 675 ha

Tucumán: principal provincia (~39% del total país)

Consumo aparente



Per cápita: ~1 kg por habitante/año

Exportaciones

Exportación:

6.839,4 t

USD 11 millones FOB

Destino principal: EE.UU. (86,2%), seguido de Paraguay

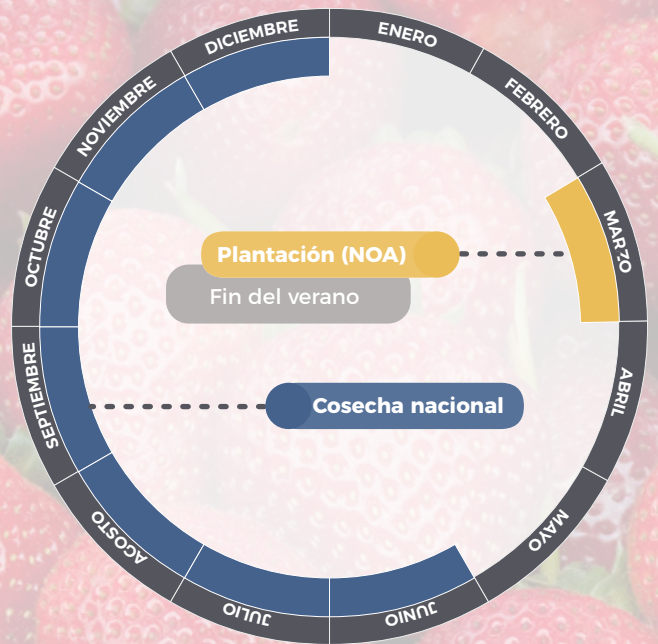
Importación:

1.435,8 t

USD 2,8 millones CIF

Origen: Egipto, Chile, China, Brasil

Calendario de cosecha



Nutrición

Aporta agua, carbohidratos, vitamina C, antioxidantes, fibra, potasio, magnesio y hierro



Beneficios

- ✓ Antioxidante potente
- ✓ Refuerza el sistema inmune
- ✓ Favorece la salud cardiovascular
- ✓ Baja en calorías y saciante
- ✓ Favorece la digestión



Interesante

El color rojo se debe a antocianinas, antioxidantes que protegen el corazón y cambian según el pH (más rojizas en medio ácido).



Sello Alimentos Argentinos

Protocolo de Calidad Frutilla fresca y congelada

Sello "Orgánico Argentina"

frutilla fresca y congelada. NOA: 225 ha certificadas



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Legumbres: porotos y garbanzos

Superficie productiva

Porotos

635.283
ha

Total nacional

Catamarca: 4.310 ha

Jujuy: 28.018 ha

Salta: 458.950 ha

Santiago del Estero: 112.814 ha

Tucumán: 19.230 ha

623.322
ha

NOA

Garbanzos

148.294
ha

Total nacional

Catamarca: 2.958 ha

Jujuy: 120 ha

Salta: 59.675 ha

Santiago del Estero: 20.595 ha

Tucumán: 15.320 ha

98.668
ha

NOA

Producción

Porotos

810.000
t

Total nacional

Catamarca: 2.586 t

Jujuy: 33.622 t

Salta: 545.292 t

Santiago del Estero: 193.944 t

Tucumán: 15.395 t

790.000
t

NOA

Garbanzos

193.637
t

Total nacional

Catamarca: 2.958 t

Jujuy: 120 t

Salta: 65.697 t

Santiago del Estero: 19.326 t

Tucumán: 16.132 t

104.233
t

NOA

Consumo aparente



En Argentina se consume el **10%** respecto del promedio mundial

Exportaciones

Exportaciones 2024

Volumen: **596** mil t

Valor: **USD 447** millones FOB

Variación: **+32%** (2025/2024)

Alcance: **+ 60** destinos

Principales destinos: **Italia - España - Turquía - Brasil**

Principales legumbres: **poroto y garbanzo**

Calendario de cosecha

Porotos

Siembra: primavera
Cosecha: verano-otoño

Siembra: otoño-invierno
Cosecha: primavera

Garbanzos

Nutrición

Son fuente de energía, hidratos de carbono complejos, proteínas, fibra, vitaminas y minerales



Beneficios

Favorecen el sistema digestivo. Ayudan a controlar colesterol y glucosa en sangre



Interesante

Tips de cocción:
Remojo: 8-12 h (excepto arvejas partidas).
No revolver: sacudir la olla.
Fuego bajo tras hervir.
Olla a presión: dejar despresurizar sola.



Sello "Orgánico Argentina" empresas disponibles en el catálogo de productos orgánicos.

Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Limón

Superficie productiva

56.839
ha Argentina

40.100
ha Tucumán

7.210
ha Salta

2.008
ha Jujuy

Producción

Volumen (2025)
1.714.480 t

Rendimiento promedio
37,5 t/ha
Tucumán: **40 t/ha**

Participación NOA

91% principal región productora del país.

Tucumán: 80% de la producción nacional

Consumo aparente

Año 2024 - Consumo interno per cápita (kg/hab):
6,09

Exportaciones

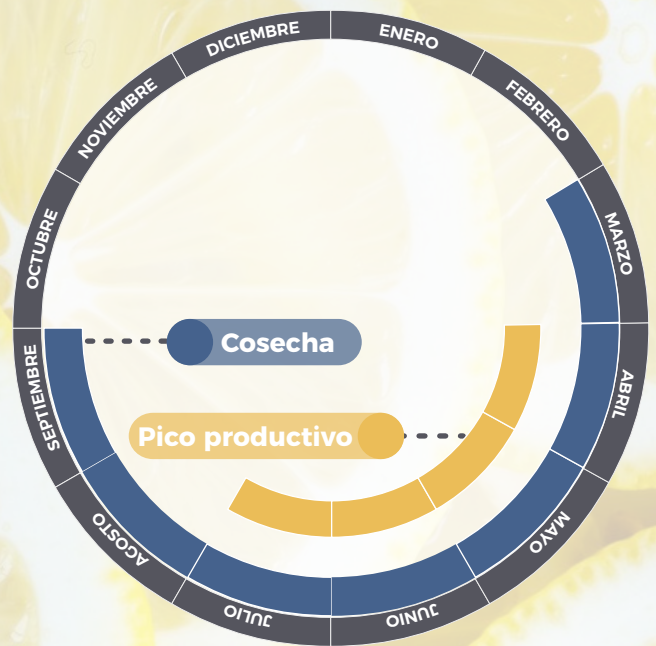
Limón fresco
216.548,0 t
USD 141,9 millones FOB

26,49%
del total exportado sale
con **Certificación
de Calidad Sello AA.**

Destinos

- Estados Unidos (31,6%)
- Irlanda (20,3%)
- Países Bajos (12,4%)
- Rusia (5,9%)

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Vitamina C
- ✓ Ácido cítrico
- ✓ Minerales
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Fibra
- ✓ Agua.



Beneficios

- ✓ Fortalece el sistema inmunológico
- ✓ Favorece la digestión
- ✓ Contribuye a la hidratación
- ✓ Mejora la absorción de hierro vegetal
- ✓ Aporta antioxidantes



Interesante

Agregar limón a alimentos como lentejas o espinaca aumenta la absorción de hierro vegetal gracias a su vitamina C.



Sello Alimentos Argentinos
Protocolo disponible de limón fresco

Sello "Orgánico Argentina"
limón fresco, esencia, aceite esencial, jugos -concentrados, congelados, filtrados, turbios, etc., cáscara deshidratada, terpenos, aroma.



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Mandarina

Superficie productiva

28.576
ha Total nacional

1.362
ha NOA

- Jujuy: 765 ha
- Salta: 132 ha
- Tucumán: 350 ha
- Catamarca: 115 ha

Producción

Producción NOA
49.335 t

- Jujuy: 12.100 t
- Salta: 19.800 t
- Tucumán: 7.100 t
- Catamarca: 10.335 t

Participación NOA

12% de la producción total nacional.

Consumo aparente

Año 2024 - Consumo interno per cápita (kg/hab):
4,3

Exportaciones

Volumen
23.225,7 t

Valor
USD 15,5 millones FOB

Principales países destino

- Brasil (27,8%)
- Rusia (21,7%)
- Filipinas (19,3%)
- Canadá (16,9%)



Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Vitamina C
- ✓ Ácido cítrico
- ✓ Minerales
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Fibra
- ✓ Agua.



Beneficios

- ✓ Fortalece el sistema inmunológico
- ✓ Favorece la digestión
- ✓ Contribuye a la hidratación
- ✓ Mejora la absorción de hierro vegetal
- ✓ Aporta antioxidantes



Interesante

Su cáscara se despega fácil porque tiene más aire entre la pulpa y la piel



Sello Alimentos Argentinos
Protocolo de calidad de mandarina

Sello "Orgánico Argentina"
Mandarina fresca



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Miel

Superficie productiva

Cultivo - Colmenas



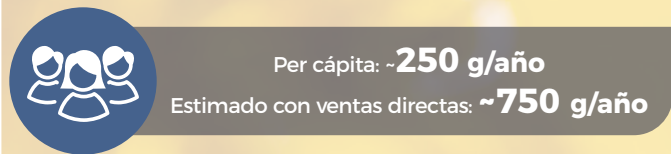
Producción

Producción nacional ~80.000 t/año	Santiago del Estero: 1.382 t
	Catamarca: 195 t
Producción NOA 2.132 t/año	Salta: 79 t
	Tucumán: 437 t
	Jujuy: 39 t

Participación NOA



Consumo aparente



Exportaciones

Volumen	Destinos:
90.614,30 t	Estados Unidos
Valor	Unión Europea (principalmente Alemania y España)
USD 211,1 millones FOB	Japón

Calendario de cosecha

Producción asociada a la floración

Períodos variables según condiciones climáticas

Cosecha posterior a la floración

Nutrición

Aporta hidratos de carbono, vitaminas, minerales y antioxidantes



Beneficios

Fuente natural de antioxidantes y propiedades antibacterianas



Interesante

La miel varía en color, aroma y sabor según su origen botánico. Las de mayor fructosa son más dulces que las de mayor glucosa.



Sello Indicación Geográfica



Miel de Flores de atamisqui de Santiago del Estero - IG (Res. 127/2024)

40 productores (Santiago del Estero)
Logró insertarse con miel fraccionada en mercados internacionales exigentes como la Unión Europea y Japón.
Volumen: 10.000 kg (2025)

Miel de Azahar de limón de Tucumán- IG (Res. 223/2023)

11 productores (Tucumán)
Volumen: 20.000 kg (2025)



Sello Alimentos Argentinos
protocolo de miel fraccionada

Sello Orgánico Argentina
granel y fraccionada



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Naranja

Superficie productiva

47.319
ha

Total nacional

40.100
ha

NOA

Jujuy: 3.962 ha

Salta: 3.055 ha

Tucumán: 1.250 ha

Catamarca: 13 ha

Producción

Producción NOA

316.695 t

Jujuy: 155.100 t

Salta: 122.200 t

Tucumán: 39.180 t

Catamarca: 215 t

Participación NOA

27%

del total de montes frutales del país

Consumo aparente



Año 2024 - Consumo interno per cápita (kg/hab):

11,98

Exportaciones

Volumen

97.132 t

Valor

USD 106,2
millones FOB

Principales países destino

Países Bajos (30,4%),

Estados Unidos (16%),

España (8,6%)

Italia (6,4%).

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Vitamina C
- ✓ Ácido cítrico
- ✓ Minerales
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Fibra
- ✓ Agua.



Beneficios

- ✓ Fortalece el sistema inmunológico
- ✓ Favorece la digestión
- ✓ Contribuye a la hidratación
- ✓ Mejora la absorción de hierro vegetal
- ✓ Aporta antioxidantes



Interesante

Aunque se llaman cítricos dulces, contienen ácido cítrico, responsable de su sabor. Existen más de 600 variedades de naranjas en el mundo.



Sello Alimentos Argentinos

Protocolo de calidad de naranja

Sello "Orgánico Argentina"

naranja fresca, aceite esencial, jugos -concentrados, congelados, filtrados, turbios, etc

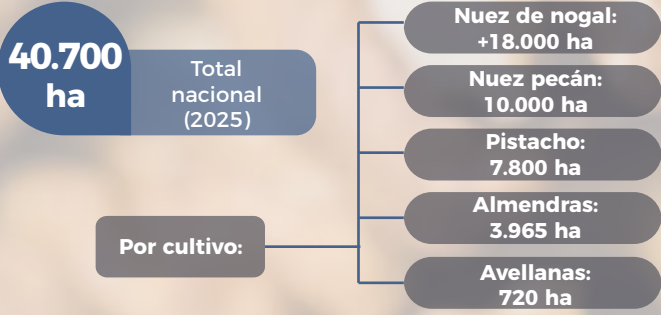


Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.

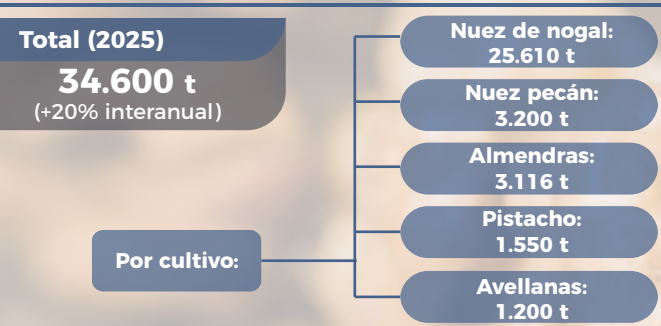


Nuez de nogal

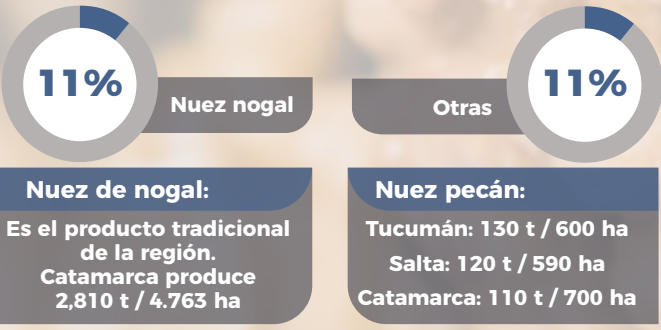
Superficie productiva



Producción



Participación NOA



Consumo aparente

Consumo per cápita de frutos secos:
Es de **650 g** por habitante al año.

Exportaciones

Volumen 7.742 t	Destinos Italia (3.920 t) Sin determinar (1.550 t) Turquía (710 t) Brasil (538 t)
Valor USD 29,8 millones FOB	

Calendario de cosecha



Nutrición

✓ Aportan energía, vitaminas, minerales, proteínas y ácidos grasos insaturados. Son ricos en fibra y antioxidantes

Beneficios

✓ Alta densidad nutritiva
✓ Versátiles en preparaciones dulces y saladas.

Interesante

La nuez pecán aporta antioxidantes (polifenoles) asociados a protección cardiovascular.
La almendra aporta calcio y su piel concentra antioxidantes: se recomienda consumirla con piel.

Sello "Orgánico Argentina"
Empresas disponibles en el catálogo de productos orgánicos

Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Palta

Superficie productiva

19%

de la superficie de frutas tropicales.

Producción

Crecimiento sostenido

Producción (2024)
4.123 t

Cubre solo el 25% de la demanda interna

Rendimiento:
4 t/año

Participación NOA

+70%

Tucumán concentra más del 70% de la producción nacional

Intercambio comercial (2025)

Importación:

Volumen

57.333,18 t

Valor

USD 134,5 millones CIF

Países de origen

Chile, Perú y Brasil

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Grasas saludables (ácido oleico)
- ✓ Fibra
- ✓ Vitaminas y minerales



Beneficios

- ✓ Reduce el colesterol LDL
- ✓ Favorece la salud cardiovascular
- ✓ Contribuye a disminuir la inflamación



Interesante

La palta es botánicamente una fruta, aunque suele usarse como verdura en la cocina.



Sello Alimentos Argentinos

Protocolo de calidad, resolución 695/2009: Paltas Frescas.

Sello "Orgánico Argentina"

Empresas disponibles en el catálogo de productos orgánicos



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Pimiento para pimentón

Superficie productiva

324 ha

Salta
(campaña 2025/26)

750 ha

Catamarca
(último dato disponible)

Producción

Volumen nacional

~1.300 t anuales

Salta (2025/26)

486 t/ha

Rendimiento

Salta: 1.500 kg/ha

Catamarca y Tucumán: 1.100 kg/ha

Participación NOA

100%

de la producción nacional.

Consumo aparente



Demanda interna 1.900 - 2.300 t anuales

Consumo per cápita (2025): 45 - 50 g/año

Exportaciones

Volumen

31,0 t

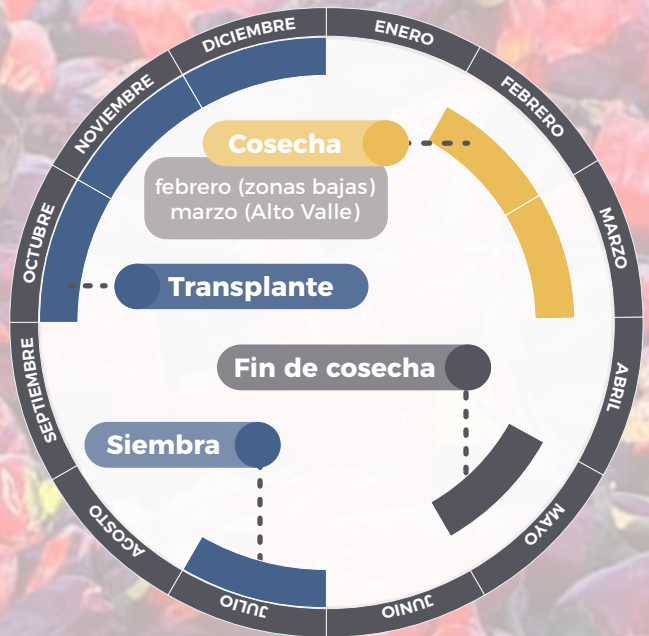
USD 141,9 millones FOB

Valor

0,2

millones de USD FOB.

Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Antioxidantes
- ✓ vitaminas
- ✓ minerales.



Beneficios

- ✓ Posee efecto antioxidante



Interesante

Aporta color, aroma y sabor a múltiples preparaciones: salsas, empanadas, papas, pastas, guisos, estofados, embutidos y pescados asados.



Sello "Orgánico Argentina"
pimiento

Denominación de Origen (DO)

Pimentón del Valle Calchaquí de Salta

Resolución N° 52/2025

Campaña 2025-2026: primera comercializada bajo DO

Alcance: 90 productores (Valles Calchaquíes)

Comercialización: Valle Calchaquí

Volumen estimado: 5.000 kg



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Pomelo

Superficie productiva

4.353
ha Total nacional

1.978
ha NOA

Jujuy: 180 ha

Salta: 1.648 ha

Tucumán: 150 ha

Producción

Producción NOA

79.100 t

Jujuy: 8.800 t

Salta: 66.000 t

Tucumán: 4.300 t

Participación NOA

55%

es el cítrico dulce con mayor peso regional

Consumo aparente



Año 2024 - Consumo interno per cápita (kg/hab):

1,38

Exportaciones

Pomelo

675,4 t

Valor

USD 0,1
millones FOB



Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Vitamina C
- ✓ Ácido cítrico
- ✓ Minerales
- ✓ Antioxidantes
- ✓ Fibra
- ✓ Agua.



Beneficios

- ✓ Fortalece el sistema inmunológico
- ✓ Favorece la digestión
- ✓ Contribuye a la hidratación
- ✓ Mejora la absorción de hierro vegetal
- ✓ Aporta antioxidantes



Interesante

Su aroma característico proviene de aceites esenciales en la cáscara.



Sello "Orgánico Argentina"

pomelo fresco, esencia, aceite esencial, jugos: concentrados, congelados, filtrados, turbios.

Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



Quinoa

Superficie productiva

167 ha

Distribuidas en:

Jujuy: 90 ha

Salta: 37 ha

Catamarca: 40 ha

Producción

Rendimiento promedio en Argentina:

entre **800 y 1400 kg/ha.**

Consumo aparente



El consumo mundial per cápita (2024) rondó los

20 g.

Intercambio comercial

La producción nacional no alcanza a cubrir la demanda interna

Importaciones 2025:

Volumen: **714,2** toneladas

Valor: **USD 1,7** millones CIF

Importación de grano

Principales orígenes:

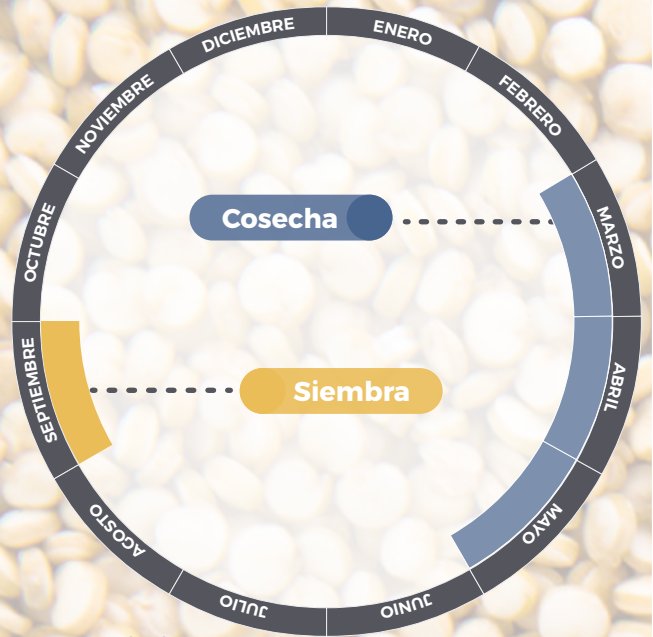
› Perú

› Bolivia

› España



Calendario de cosecha



Nutrición

- ✓ Proteínas completas (contiene todos los aminoácidos esenciales).
- ✓ Fibra.
- ✓ Carbohidratos complejos.
- ✓ Vitaminas y minerales.



Beneficios

- ✓ Es considerada un super alimento.
- ✓ Favorece la digestión.
- ✓ Ayuda a regular el azúcar en sangre.
- ✓ Contribuye a una microbiota saludable.
- ✓ Aporta saciedad y ayuda al control del peso.
- ✓ Refuerza el sistema inmune.
- ✓ Beneficia la salud cardiovascular



Interesante

La quinoa contiene saponina, que le da sabor amargo.

Se recomienda lavarla con abundante agua hasta eliminar la espuma, ya que allí se concentra esta sustancia, incluso en granos previamente lavados.



Sello "Orgánico Argentina" quinoa, maíz y papa



Los datos de producción y superficie productiva surgen de relevamientos realizados con cámaras, instituciones locales y organismos provinciales, entre otros; mientras que los datos de exportaciones e importaciones se basan en información del INDEC correspondiente al año 2025.



**Ministerio
de Economía**
República Argentina

**Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**