

Análisis FODA
de las exportaciones
agroalimentarias

Burbujas que orientan



Análisis FODA de las exportaciones agroalimentarias

La sigla **FODA** es un acrónimo formado por los términos:

FORTALEZAS.

Componentes críticos positivos con que se cuenta.

OPORTUNIDADES.

Aspectos positivos que pueden ser aprovechados.

DEBILIDADES.

Situación definidamente negativa.

AMENAZAS.

Condiciones relativamente negativas que pueden implicar una pérdida de mercados.

Los lectores de *Alimentos Argentinos* están familiarizados con este método de análisis porque muchas veces hemos incorporado el FODA a los informes sobre cadenas productivas, **pero en esta oportunidad la herramienta es utilizada para evaluar las perspectivas de la exportación de agroalimentos en mercados puntuales.**

Se explica a continuación el criterio metodológico y los supuestos utilizados para elaborar los cuatro análisis que presentamos en esta entrega.

- Los informes se realizan por producto, seleccionados según criterios que otorgan fundamentalmente prioridad a dos aspectos:

El precio unitario de exportación, indicador que se considera relevante respecto a la agregación de valor en los agroalimentos que exporta el país.

La significación que tiene en las economías regionales la cadena de producción representativa del producto exportado.

- En primer término se agrupan los distintos países de destino en función del arancel de importación que aplican al producto, considerando aquellos mercados que tienen un arancel menor o igual a 5%.
- Se analiza la variación de las exportaciones realizadas por la Argentina a esos mercados

para el período 2003-2011 y la participación que alcanzan en el país de destino, así como la variación de las importaciones (resto del mundo) en el ciclo 2000-2009 de los distintos países seleccionados. Los datos estadísticos de comercio se trabajan tomando como fuente al INDEC y a la base COMTRADE, respectivamente.

- El análisis busca identificar las convergencias y divergencias entre las tendencias que registra el comercio de exportación y el de importación. Se considera como indicador más relevante la evolución experimentada por la participación relativa de Argentina en cada mercado de destino.
- Se eliminan del análisis los mercados que no registran continuidad en el intercambio comercial con Argentina, como así también las naciones a las que nuestro país no exporta.
- En una segunda etapa de elaboración se incorporan también los países que aplican aranceles mayores a 5%, en particular los que se destacan por su localización regional o su vecindad.
- **Los resultados del análisis se representan en un gráfico “de burbuja”, que ubica los puntos de intersección entre la tendencia de las importaciones originarias de Argentina (positiva o negativa), y la tendencia (también positiva o negativa) de las importaciones procedentes del resto del mundo realizadas por el mercado o país seleccionado. Al mismo tiempo se considera la magnitud relativa de los volúmenes provenientes de la Argentina. Las distintas variantes son reflejadas por el gráfico en base a la siguiente conformación:**

En eje “**X**” (horizontal) - Variación de las importaciones mundiales en el mercado considerado.

En eje “**Y**” (vertical) - Variación de las importaciones procedentes de Argentina.

En eje “**Z**” (burbuja) - Volumen importado desde la Argentina.

A continuación se conceptualizan los resultados del análisis comercial en base a las categorías del FODA, en base al criterio resumido en el siguiente esquema:

CATEGORÍAS FODA	RESULTADOS DEL ANÁLISIS COMERCIAL / DESCRIPCIÓN DEL MERCADO
FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none"> · Crecen importaciones mundo mercado / país de destino. · Crece participación de exportación Argentina en mercado de destino.
OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Crecen importaciones mundo mercado / país de destino. · Cae participación de exportación Argentina en país de destino.
DEBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Caen importaciones mundo mercado / país de destino. · Cae participación de exportación Argentina en país de destino.
AMENAZA	<ul style="list-style-type: none"> · Caen importaciones mundo mercado / país de destino. · Crece participación de exportación Argentina en mercado de destino

Se considera que la principal contribución del análisis de cada producto surge de las tendencias que marcan los datos de exportaciones e importaciones, y la resultante participación relativa de Argentina en los mercados / destino.

Las conclusiones del FODA resultan muy definidas cuando encuadran en las categorías de **FORTALEZAS** (suben importaciones y la vez crece la participación argentina) y **DEBILIDADES** (caen importaciones y baja la participación argentina).

En cambio, en los casos de **AMENAZAS** y **OPORTUNIDADES** muchas situaciones pueden quedar sujetas al criterio de cada observador o analista, dado que un encuadre más estricto de estas categorías requiere considerar factores tales como las condiciones relativas de comercio preferencial, la escala de exportación y otros.

Por lo demás, se registran situaciones donde -por ejemplo -la combinación de un aumento de las importaciones del mercado de destino con una caída de la participación argentina puede indicar tanto una **AMENAZA** (por la pérdida relativa de mercado), como una **OPORTUNIDAD** (por la tendencia creciente que registra la importación del mercado de destino). La tendencia al aumento de las importaciones de un mercado se considera el indicador predominante para configurar una situación de **OPORTUNIDAD**, pero debe tenerse en cuenta que cada caso requiere un análisis específico.

Ello significa que en esta instancia de análisis el FODA es básicamente orientativo, pero permite no andar a tientas en un mundo globalizado cuya vertiginosa dinámica de transformaciones obliga a examinar de manera permanente el horizonte del intercambio comercial internacional.



Exportación de arándanos

Ing. Alim. Daniel Franco
Área de sectores alimentarios
Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

El arándano o *blueberry*, es uno de los denominados “*frutos del bosque*”, de color azul intenso, rico en vitaminas C y E, carbohidratos, fibras, azúcares y antioxidantes. La producción nacional ha crecido en forma sostenida durante los últimos años, y supera las 15 mil toneladas.

El 96% del total producido se exporta como fruta fresca, principalmente a EE.UU., país que registra un gran consumo durante el Día de Acción de Gracias, y absorbe más del 60% de los envíos externos, seguido por el Reino Unido y los Países Bajos.

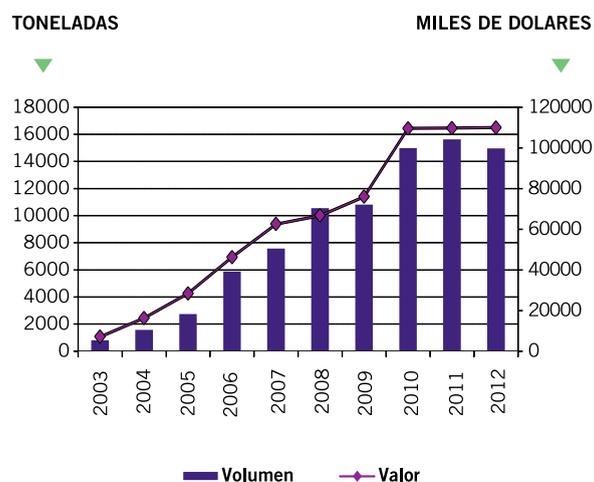
Para la exportación en fresco se utiliza principalmente el transporte aéreo, aunque se realizan pruebas para utilizar la vía marítima a fin de reducir costos. La amplia aceptación alcanzada por el producto en mercados altamente exigentes es una de las mejores demostraciones de su nivel de calidad.



1. Evolución de las exportaciones

Las ventas al exterior protagonizaron desde 2003 un aumento significativo, hasta alcanzar una meseta en los primeros años de la década actual.

Exportaciones de arandano



América del Norte y la Unión Europea son los principales bloques de destino, con un fuerte predominio de los Estados Unidos.

Arándanos / Principales destinos

Destino	Toneladas	%	Miles US\$	Precio unitario (US\$ ton)
EE. UU.	9.317	62	65.911	7.074
Reino Unido	2.353	16	17.688	7.517
Países Bajos	1.289	9	10.238	7.942
Canadá	714	5	5.562	7.792
Alemania	440	3	3.735	8.486
Francia	200	1	1.530	7.662
Resto	636	4	5.317	8.365
Total	14.948	100	109.982	7.357

Fuente / Elaboración propia sobre datos de la Aduana y del INDEC

2. Mercados de destino más relevantes

El análisis comprende la posición arancelaria 0810.40 y el período 2003 a 2011. Siguiendo los criterios generales de la metodología utilizada, se priorizaron los mercados de destino con arancel de importación menor o igual a 5%. No se consideran los mercados que no registran continuidad en el intercambio comercial con Argentina, como así también los países a los que Argentina no exporta. En base a los filtros aplicados, se centró el análisis en las siguientes 14 naciones:

FODA / Exportación de arándanos

País	Variación Importaciones Mundiales 2011 Vs. 03 ⁽¹⁾	Arancel % ⁽²⁾	Variación Importaciones desde Argentina 2011 vs. 03 ⁽³⁾	Acumulado 2003/11 (Ton.)
EE.UU.	91	0	1.745	46.128
Reino Unido	967	1,22	3.097	12.792
Países Bajos	1.560	1,22	1.285	5.052
Canadá	120	0	6.191	2.746
Alemania	166	1,22	4.408	901
Francia	587	1,22	288	590
Hong Kong	956	0	28.382	562
Italia	266	1,22	514	361
Japón	20	3	2.346	345
España	796	1,22	294	333
Singapur	1.080	0	5.336	192
Irlanda	595	1,22	2.099	102
Brasil	9.028	0	14.742	63
Suiza	160	0	-15	17

Fuentes / 1) COMTRADE; 2) Market Acces Map - International Trade Centre; 3) INDEC

3. Gráficos de representación de los resultados del análisis comercial:

Los gráficos “de burbuja” incluidos en la página siguiente representan los resultados del análisis comercial, ubicando los puntos de intersección entre la tendencia de las importaciones originarias de Argentina (positiva o negativa) y la tendencia de las importaciones procedentes del resto del mundo (positiva o negativa), correspondientes a cada mercado/país previamente analizado, considerando también la significación del volumen importado desde la Argentina. Los gráficos han sido elaborados con la siguiente conformación:

- En eje “X” (horizontal) - Variación de importaciones mundiales.
- En eje “Y” (vertical) - Variación de importaciones desde Argentina.
- En eje “Z” (burbuja) - Volumen importado desde Argentina.

4. Conceptualización de los resultados del análisis comercial en base a las categorías del FODA:

FORTALEZAS

En la mayor parte de los países seleccionados, se verifica un aumento en las importaciones a nivel

mundial, y un alza aun mayor de las importaciones provenientes de Argentina. Esto muestra un incremento en la participación de nuestro país en dichos mercados.

Esta situación se verifica en Estados Unidos (el principal destino), Reino Unido, Canadá y Alemania. Si bien los volúmenes no son igualmente significativos, también se incrementa la participación en Hong Kong, Japón, Singapur, Irlanda y Brasil.

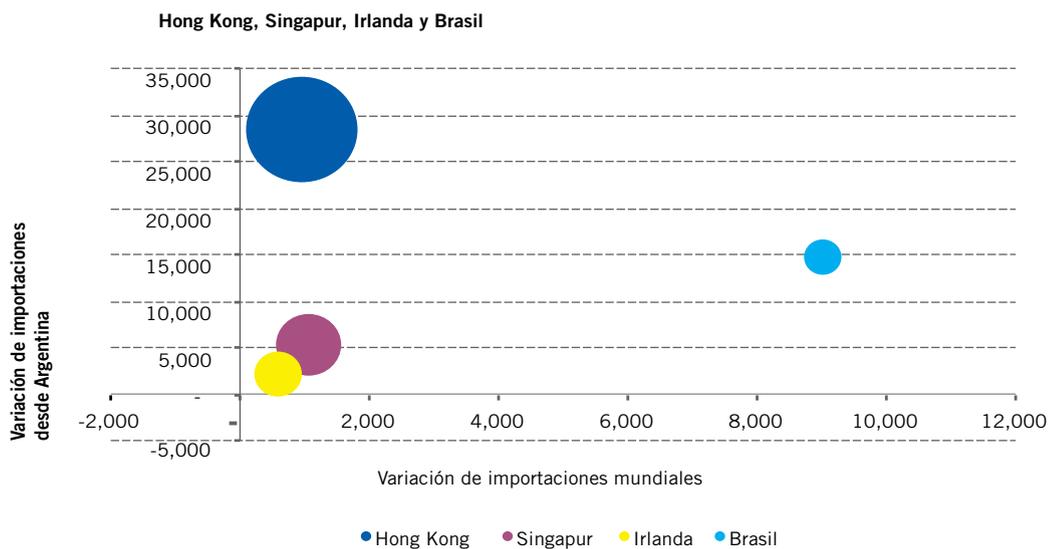
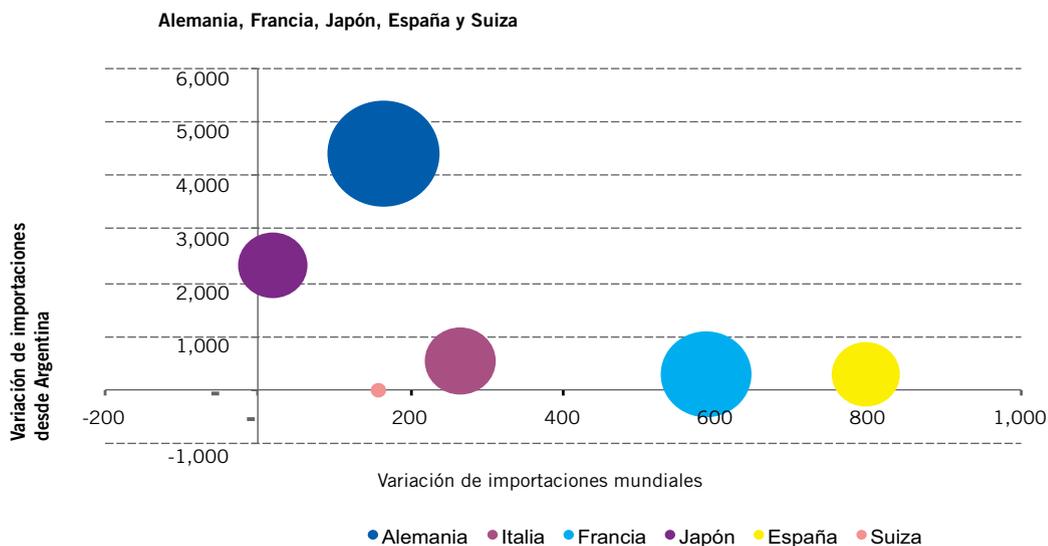
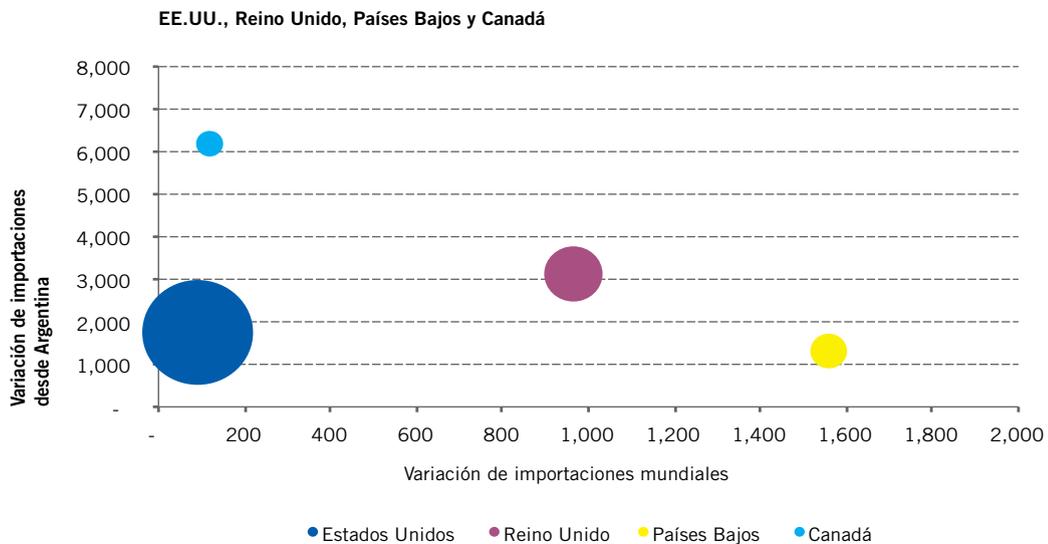
OPORTUNIDADES

Países Bajos, Francia y España registran un importante incremento en la importación de Arándanos en el período analizado. Por su parte, si bien las ventas de Argentina a esos países también crecen, lo hacen a un ritmo menor a las del resto del mundo.

Distinto es el caso de Suiza, cuyas compras de arándanos registran un alza en contraposición a la caída de los embarques desde Argentina.

Nota. En los mercados analizados no se identifican tendencias de comercio que encuadren en las categorías “Amenazas” y “Debilidades”.

www.alimentosargentinos.gob.ar/FODA



A close-up photograph of fresh green coriander leaves, showing their characteristic lobed shape and vibrant color. The leaves are densely packed and fill the entire frame, creating a textured background for the text.

Exportación de coriandro

Gimena Cameroni
Área de sectores alimentarios
Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

El **coriandro**, también llamado popularmente **cilantro**, es una hierba anual que se emplea como condimento desde tiempos inmemoriales, a tal punto que aparece citada dos veces en la Biblia. Su característica más estimada es el aroma: cítrico, mentolado y húmedo a la vez. Tiene amplio uso en la preparación de alimentos y en el mejoramiento de bebidas.

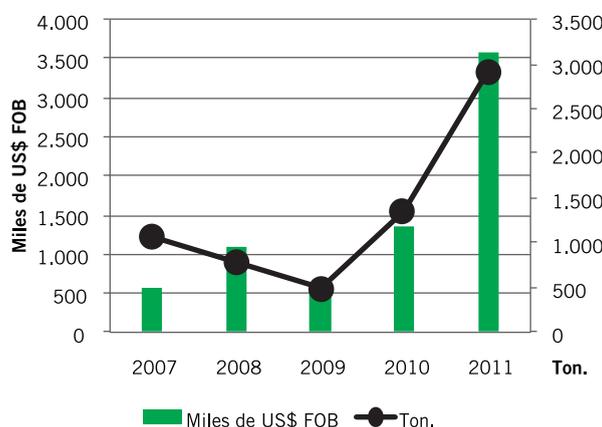
Esféricas y de color beige las semillas se emplean en la industria confitera, como condimento en la preparación de postres, confites y otros. Son un componente habitual de los embutidos, y suelen utilizarse en licorería y en la preparación de algunos medicamentos para el sistema gastrointestinal. Es un cultivo invernal, de buen rendimiento y alta cotización internacional, y puede entrar en rotación con la soja, dado que es factible cultivarlo en siembra directa utilizando los mismos equipos agrícolas.

1. Exportaciones argentinas y comercio mundial

En los últimos 5 años Argentina incrementó sus exportaciones, logrando así en el año 2011 el 8° puesto en el mundo, con 2.929 toneladas y 3,5 millones de US\$ FOB. El *ranking* mundial es liderado por India, Irán, Bulgaria, Italia y Canadá. Cabe destacar que India figura también entre los cinco principales importadores.

En el período analizado, las exportaciones de coriandro mostraron una tendencia creciente, alcanzando su nivel más alto en 2011, como indica el gráfico siguiente.

Exportaciones argentinas / 2007/2011



Principales destinos de exportación argentina en 2011

País Destino	Miles us\$ FOB	Toneladas
Brasil	2,768	1,980
Sudafrica	310	360
R. Unido	141	180
Chile	88	99
México	84	100
Otros	199	210
Total general	3,589	2,929

Importación mundial y participación argentina en las mismas durante 2011

2011	Total (miles de US\$)	Desde Argentina
Brasil	2,854,258	2,768.2
Chile	258,414	88.0
Mexico	751,352	84.0
Sudafrica	2,206,172	309.0
Reino Unido	8,764,373	140.0

Participación de las exportaciones argentinas en los principales mercados de destino (%)

	2007	2011
Brasil	51.6	97.0
Chile	6.9	34.1
México	0.8	11.2
Sudáfrica	3.8	14.0
R. Unido	s/e	1.6

2. Síntesis de los resultados del análisis comercial

El análisis comprende la posición arancelaria 09092000000D y el período 2007 a 2011. No se consideraron los mercados que no registran continuidad en el intercambio comercial con Argentina, como tampoco los países a los que Argentina no exporta.

FODA / Exportación de coriandro

En base a los filtros indicados, se centró el análisis en los siguientes 5 países:

País Destino	Miles us\$ FOB	Toneladas	Var % import. desde Argentina 11 vs 07 ⁽³⁾	Acumulado 07-11 (ton)
Brasil	2,768	1,980	602%	4.568
Chile	88	99	68%	281
México	84	100	1271%	238
R. Unido	141	180	676%	300
Sudáfrica	310	360	979%	734
Otros	199	210	676%	300
Total general	3,589	2,929	979%	734

Fuentes / (1) - COMTRADE (2) - Market Access Map – International Trade Centre (3) - INDEC / * 2009 vs 2011

3. Gráficos de representación de los resultados del análisis comercial:

El gráfico “de burbujas” que se incluye a continuación, representa los resultados del análisis comercial, ubicando los puntos de intersección entre la tendencia de las importaciones originarias de Argentina (positiva o negativa) y la tendencia de las importaciones

procedentes del resto del mundo (positiva o negativa), correspondientes a cada mercado/país previamente analizado, considerando también la significación del volumen importado desde la Argentina. Ha sido elaborado con la siguiente conformación:

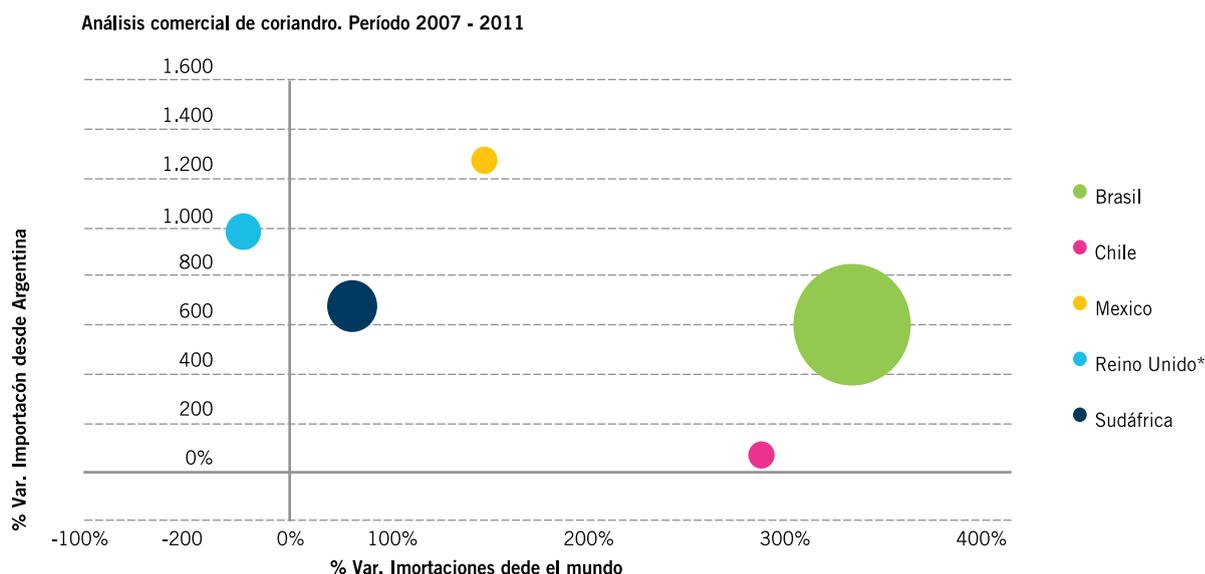
- En eje “X” (horizontal) - Variación de importaciones mundiales.
- En eje “Y” (vertical) - Variación de importaciones desde Argentina.
- En eje “Z” (burbuja) - Volumen importado desde Argentina.

4. Conceptualización de los resultados del análisis comercial en base a las categorías del FODA:

FORTALEZAS

Brasil. Ha sido nuestro mayor comprador en los últimos 5 años. También somos el principal proveedor de coriandro para Brasil. Las importaciones mundiales de Brasil han registrado un suba del 273%, entre los años 2007 y 2011. En igual período, la participación de las exportaciones argentinas en ese destino pasó del 51% al 97% %. **(Ver Tabla Importaciones mundiales de Brasil, pág. 39)**

Argentina se destaca especialmente como principal proveedor de Brasil, superando a dos potencias exportadoras mundiales como Bulgaria y la India.



Importaciones mundiales acumuladas de Brasil en el período 2007/2011

Brasil	US\$ FOB	Toneladas
Argentina	5,457,600	4,598.48
Bulgaria	1,505,296	1,429.42
India	21,738	28.00
Egipto	52,451	26.71
China	22,574	23.17
Emiratos Arabes	22,503	23.00
Turquia	21,318	22.00
Canada	36,039	18.60
Ucrania	2,118	1.00
USA	8,363	1.00
Tailandia	151	0.40
Otros	7,150,151	6,171.40
Total General	14,300,302.0	12,343.2

Chile. Las importaciones mundiales de Chile se han incrementado 229% entre 2007 y 2011, mientras que la participación argentina en ese mercado aumentó de 6,9% a 34,1%.

México. Las tendencias que registra el comercio de importación y exportación a este país, son similares a las de Brasil y Chile.

OPORTUNIDADES

Reino Unido. Si bien no se dispone de datos anteriores a 2009, tratándose de uno de los principales importadores

mundiales, se considera un caso que encuadra al menos en la categoría de “Oportunidades” y un mercado de exportación de significativa potencialidad. Representa también una oportunidad en términos de “diversificación de exportaciones”, dada la elevada concentración de los destinos regionales, en particular el alto grado de dependencia que se registra con Brasil.

Principales importadores mundiales de Coriandro - 2011

Importadores 2011	Millones de US\$	Part. % Mundo
Malasia	13,690,303	12.8
Sri Lanka	9,895,200	9.3
R. Unido	8,764,373	8.2
Japon	6,654,282	6.2
India	5,869,305	5.5

AMENAZAS

Sudáfrica. Si bien la participación de las exportaciones de Argentina en este mercado crecieron un 979%, entre los años 2007 y 2011, las importaciones totales de Sudáfrica cayeron el 22% en el mismo período.

Nota. Para los mercados analizados, no se identifican tendencias de comercio que encuadren en la categoría “Debilidades”.

www.alimentosargentinos.gob.ar/FODA



Exportación de Margarina

Ing. Alim. Daniel Franco
Area de sectores alimentarios
Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

La **margarina** es el alimento constituido por una fase acuosa íntimamente mezclada con una fase grasa alimenticia, que forman una emulsión plástica. En su elaboración pueden emplearse grasas animales comestibles, aceites vegetales comestibles, aceites y/o grasas comestibles hidrogenados, aceites y grasas interesterificados y/o transesterificados y grasa de leche. También es posible utilizar leche pasteurizada, leche en polvo y/o crema de leche pasteurizada, edulcorantes nutritivos, proteínas comestibles y sal.

Los mayores compradores mundiales son Francia (11%), Alemania (7%), el Reino Unido (5%), la República Checa (4%), Hungría (4%) e Italia (4%).

Por su parte, los principales exportadores son los Países Bajos (15%), Bélgica (12%), Polonia (9%), Indonesia (6%) y Turquía (6%). Brasil, con un 3% del mercado, es el principal exportador de América.

● **Argentina en el mundo.** En los últimos años, las exportaciones argentinas de margarina promediaron las 6.800 toneladas, lo que representa menos del 1% del comercio internacional.

1. Evolución de las exportaciones

Mercado mundial. El comercio mundial de margarinas alcanza 1 millón de toneladas, valor que se mantuvo estable en los últimos cinco años del período analizado (2003-2011). (Gráfico 1)

Las ventas mostraron a lo largo de los últimos 10 años una tendencia hacia el crecimiento, pasando de 3.300 toneladas en 2003 a 6.800 en 2012, lo que representa un alza del 104%. (Gráfico 2)

Gráfico 1

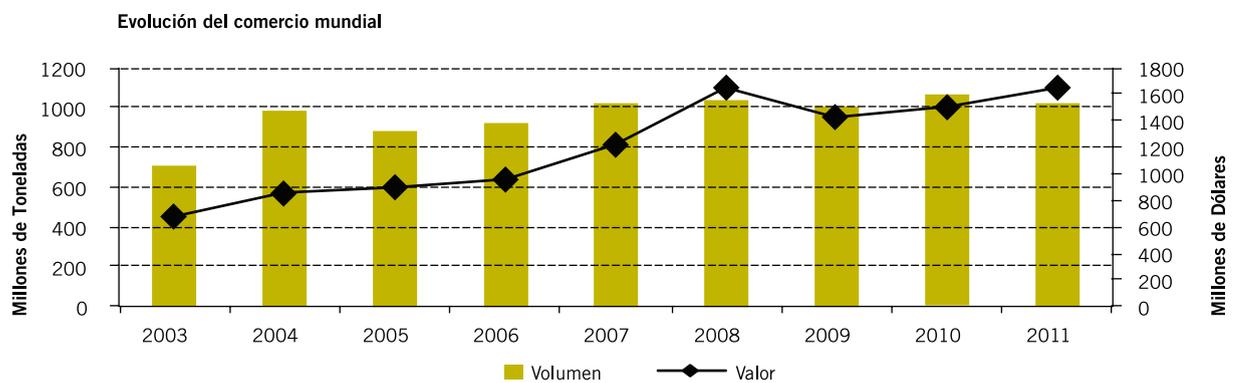
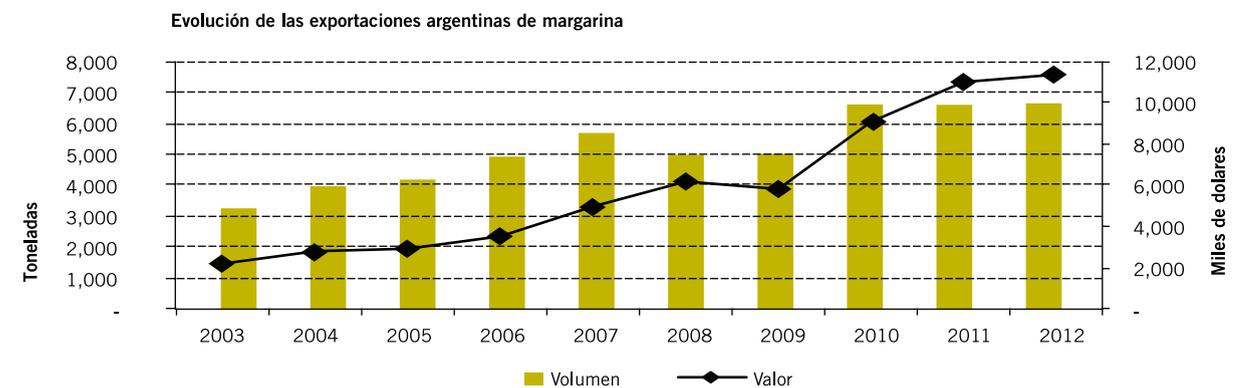


Gráfico 2



FODA / Exportación de margarina

La mayor parte de las ventas se destinan a los países limítrofes, además de Perú. Uruguay es el mercado externo más importante y concentra el 50 % de los embarques.

Exportaciones de margarina, principales destinos

Destino	Ton.	%	Miles US\$	Precio Unitario (US\$ /Ton)
Uruguay	3.440	50	5.308	1.543
Chile	1.461	21	2.409	1.649
Brasil	1.228	18	2.136	1.740
Paraguay	542	8	1.099	2.027
Perú	133	2	219	1.648
Resto	72	1	140	1.929
Total	6.877	100	11.311	1.645

Fuente / Elaboración propia en base a datos de la Aduana y del INDEC

2. Mercados de destino más relevantes

El análisis busca identificar las convergencias y divergencias entre las tendencias que registra el comercio de exportación e importación. Se considera como indicador más relevante la evolución de la participación relativa de Argentina en cada mercado de destino.

Se eliminan del análisis los mercados que no registran continuidad en el intercambio comercial con Argentina, como así también los países a los que Argentina no exporta. Se trabajó con la posición arancelaria 1517.10 y en base a los filtros aplicados, se analizaron 6 países:

País	Variación Import. Mundiales 2011 Vs. 03 ⁽¹⁾	Arancel % ⁽²⁾	Variación Import. Argentina 2011 Vs. 03 ⁽³⁾	Acumulado 2003/11 (Ton.)
Uruguay	43	0%	129	20.932
Perú	-53	0%	-52	4.702
Paraguay	124	0%	85	4.261
Brasil	2.742	0%	2.441	2.967
Qatar	215	5%	-0,2	168
Bolivia	579	4%	113	52

Fuentes / 1) COMTRADE; 2) Market Acces Map - International Trade Center; 3) INDEC

3. Gráficos de representación de los resultados del análisis comercial:

Los siguientes “gráficos de burbuja” representan los resultados del análisis comercial. Ubican los puntos de intersección entre la tendencia de las importaciones originarias de la Argentina (positiva o negativa) y la tendencia de las importaciones procedentes del resto del mundo (positiva o negativa), correspondientes a cada mercado/país previamente analizado, considerando también la significación del volumen importado desde la Argentina.

Cada gráfico se elabora con la siguiente conformación:

- En eje “X” (horizontal) – Variación de importaciones mundiales.
- En eje “Y” (vertical) – Variación de importaciones desde Argentina.
- En eje “Z” (burbuja) – Volumen importado desde Argentina.

Los gráficos 3 y 4 ubicados en la siguiente página, reflejan la situación con cuatro compradores latinoamericanos y con el emirato de Qatar.

4. Conceptualización de los resultados del análisis comercial en base a las categorías del FODA:

FORTALEZAS

Uruguay. Es el principal destino de las exportaciones. Si bien no se dispone de series completas de datos, la tendencia hasta 2009 (último dato disponible) mostraba un incremento en las compras mundiales del 43%. Argentina incrementó sus ventas a ese destino en 123%, lo que marca un aumento en la participación. Además de Argentina, Uruguay se abastece de Brasil y en menor medida, de Chile. (Gráficos 5 y 6 / Pág 44)

Brasil. Uno de los principales exportadores mundiales, también incrementó sus importaciones. Se consideró el comercio desde el año 2009, cuando se registraron volúmenes significativos.

Casi la totalidad de las compras brasileñas se realizan a nuestro país, con tendencias crecientes.

Gráfico 3 / Paraguay, Perú y Uruguay

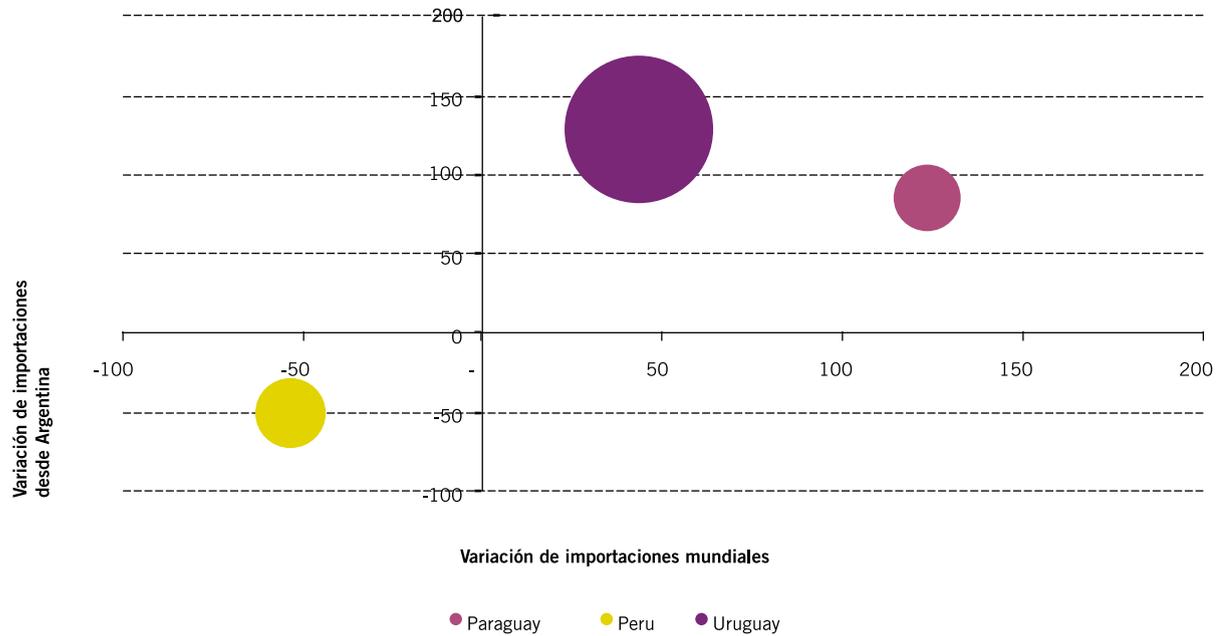
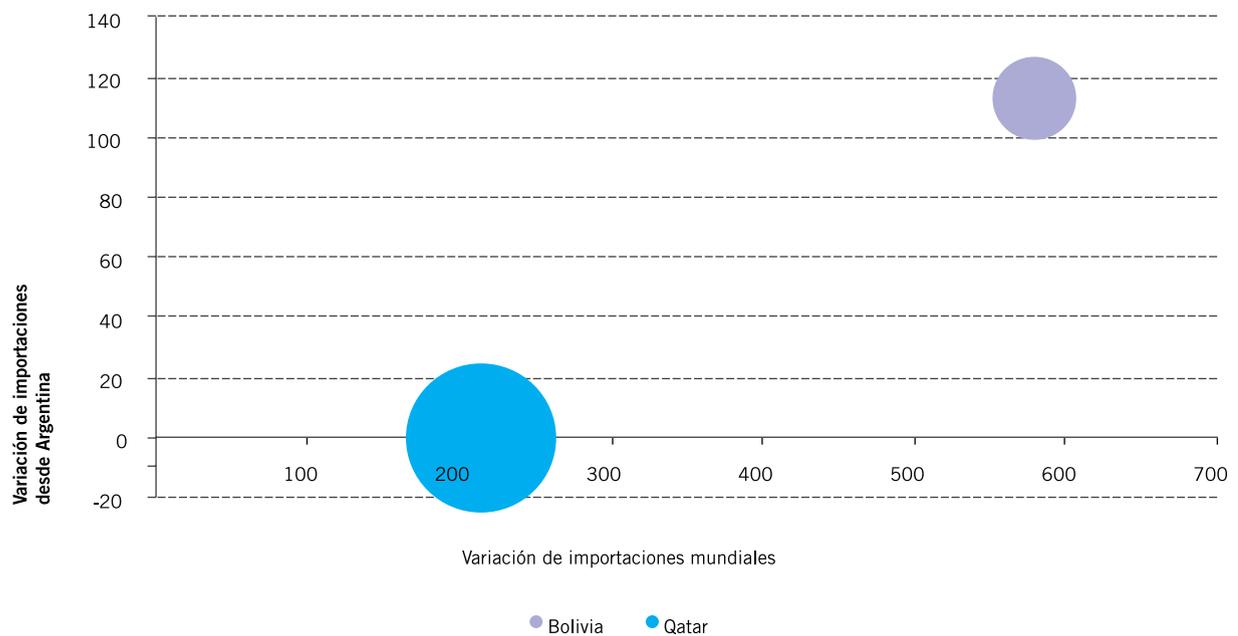


Gráfico 4 / Qatar y Bolivia



OPORTUNIDADES

Paraguay. Incrementó sus compras un 124% en el período analizado, mientras que Argentina, si bien creció, lo hizo en menor proporción (85%). El mayor proveedor de Paraguay es Brasil. (Ver Gráficos 7 y 8 / Pág 44)

Bolivia. es otro país que muestra un importante incremento en sus importaciones. Sin embargo, Argentina participó con un pequeño porcentaje y desde 2009 no se registra intercambio.

Gráfico 5 / Importaciones de Uruguay

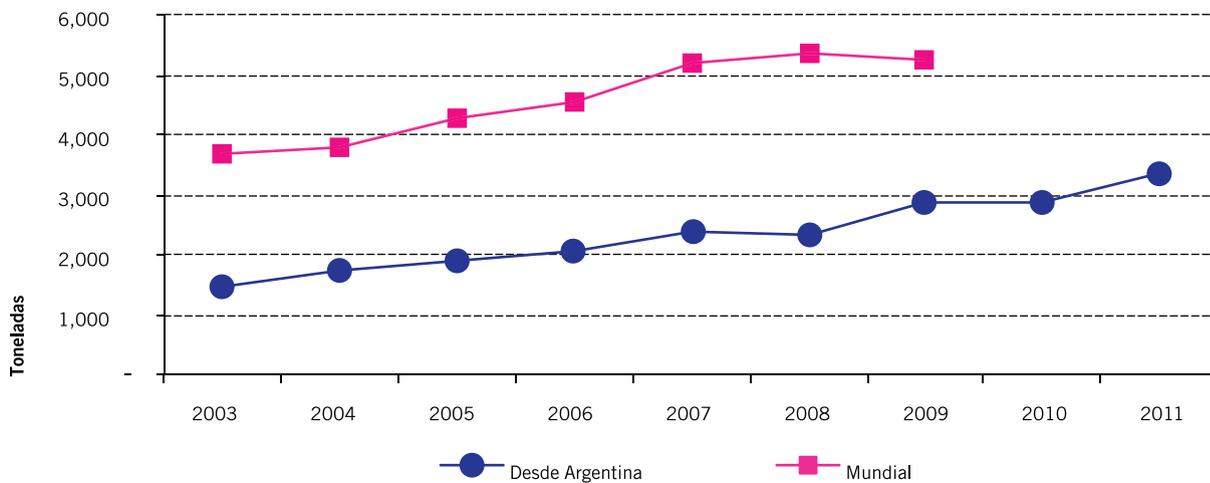


Gráfico 6

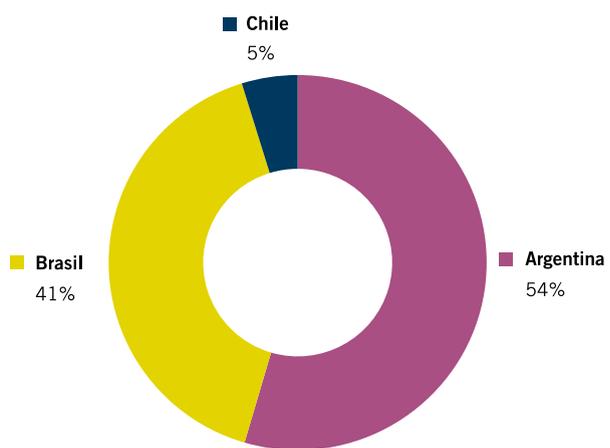


Gráfico 8

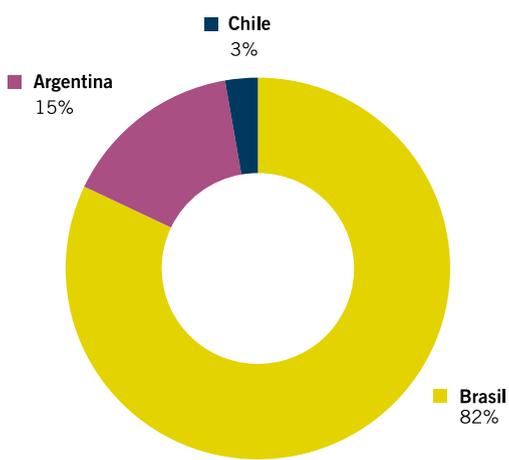
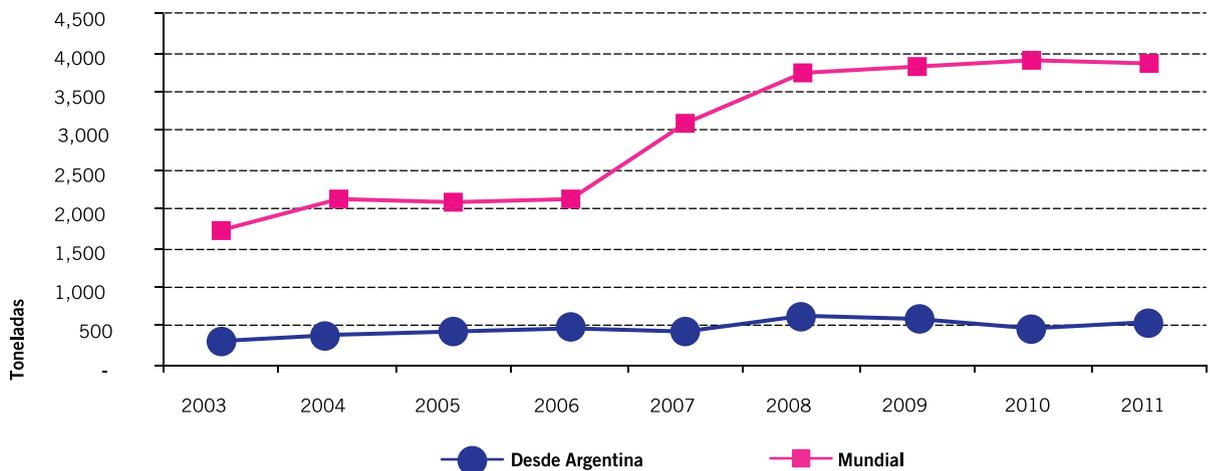


Gráfico 7 / Importaciones de Paraguay



Qatar registra una situación similar a Bolivia. En los últimos años muestra un crecimiento de sus importaciones, pero Argentina pierde participación.

DEBILIDADES

Perú registra desde 2005 una sostenida caída en las compras mundiales de margarina. Igual tendencia se verifica en sus adquisiciones a nuestro país. A pesar de esta caída, Perú continúa siendo uno de los principales destinos de las ventas argentinas, aunque con una participación de solo 2%. (Ver Gráficos 9 y 10)

Nota. Otros países de la región tienen aranceles de importación superiores al 5%, pero menores a 10%. Ellos son Chile (6%); Venezuela, Ecuador y Colombia (todos gravan con un 8%), aunque con los dos últimos

Gráfico 9 / Importaciones de Perú

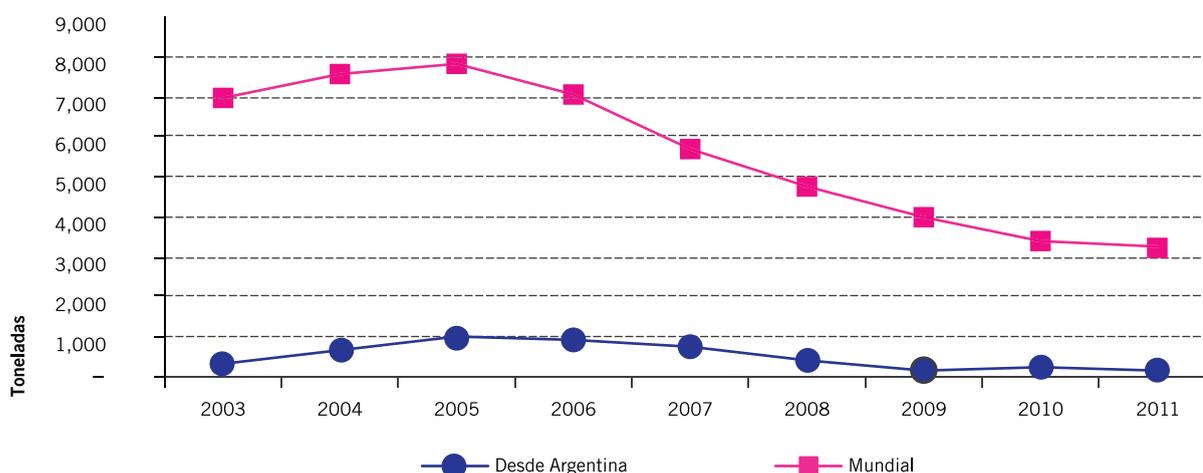
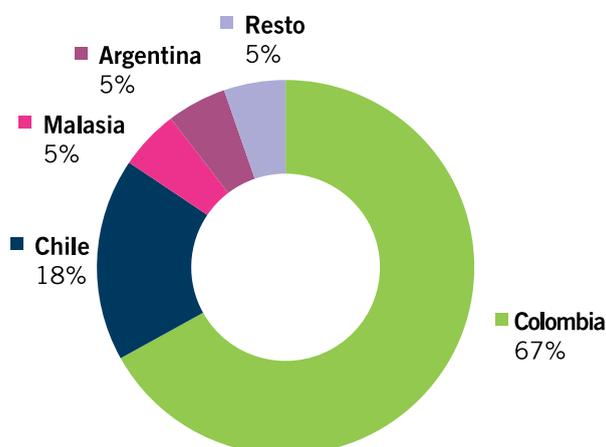


Gráfico 10



www.alimentosargentinos.gob.ar/FODA



Exportación de miel

Lic. Carolina Blengino
Area de Sectores Alimentarios
Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

Argentina es el segundo exportador mundial de **miel** y se encuentra entre los cinco principales productores del mundo. En los últimos años, el sector adquirió importancia considerable en términos de volúmenes producidos y calidad de los productos. Su papel preponderante en el mercado mundial radica en la evolución de la calidad y la confiabilidad, habiendo aprobado estándares internacionales cada vez más exigentes.

Exportaciones de miel en 2011 - miles de U\$ FOB

	2011	Part. %	Ton.	Miles US\$/Ton.
Abejas	228	0,1	0,2	987,9
Ceras	2.916	1,3	572	5,1
Miel a granel	222.496	98,3	72.074	3,1
Miel fraccionada	733	0,3	202	3,6
Propóleos	15	0,0	0,4	41,2
Total	226.386	100,0	72.849	3,1

Fuente / Elaboración propia en base a datos del INDEC

1. Evolución de las exportaciones

La producción de miel argentina se destina prácticamente en su totalidad al sector externo (95%), fundamentalmente debido al bajo consumo relativo a nivel local. Si bien el principal producto exportado es la miel a granel (98%), también se venden derivados como ceras, miel fraccionada, propóleos, y también material vivo (reinas).

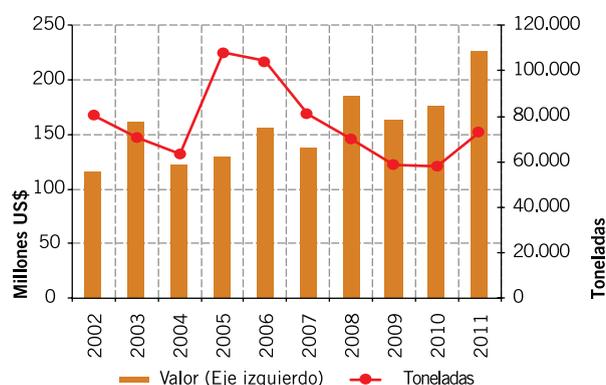
Actualmente se exportan alrededor de 70.000 toneladas anuales, a un valor FOB de US\$ 3.108 la tonelada, alcanzando en 2011 un valor de US\$ 226 millones. Entre los años 2011 y 2007, si bien los volúmenes exportados se redujeron un 10%, el valor total de ventas al exterior se incrementó un 64%.

Evolución de las exportaciones

	2007	2008	2009	2010	2011	Var. % 2011-2007
Ton. (Miles)	81	70	59	58	73	-10%
Millones de US\$ FOB	138	185	163	177	226	64%
US\$ / Ton	1.705	2.639	2.786	3.049	3.108	82%

Fuente / INDEC

Evolución de las exportaciones de miel



Fuente / INDEC

2. Identificación de los principales mercados destino

Los principales destinos de la miel argentina son EE. UU., Alemania, Italia, Francia, Japón y el Reino Unido, que a su vez son los primeros consumidores mundiales de miel. Casi el 50% del total exportado se destina a Estados Unidos, y el 20% a Alemania.

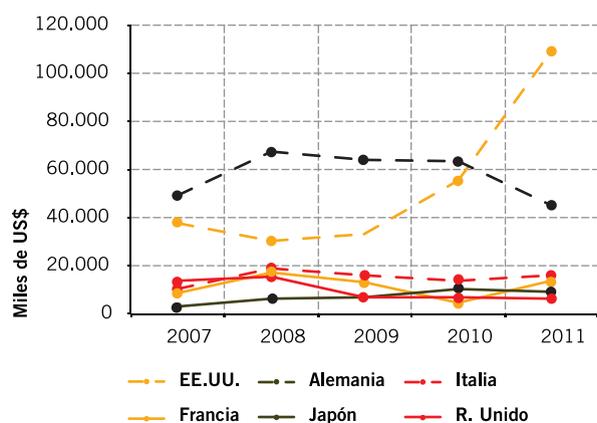
Exportaciones según destino (2011)

	Toneladas	Miles de US\$	Part. %	Var. % 2011-2007
EE. UU.	33.502	109.145	49,2	31%
Alemania	14.573	45.116	20,3	-2%
Italia	5.106	16.268	7,3	6%
Francia	4.352	13.562	6,1	-4%
Japón	2.735	9.333	4,2	31%
R. Unido	1.962	6.332	2,9	-21%

Fuente / Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

FODA / Exportación de miel

Evolución de las importaciones de miel desde Argentina



Participación en las Exportaciones argentinas

%	2007	2011
Estados Unidos	21,7	27,2
Alemania	25,1	16,7
Italia	40,6	28,1
Francia	13,6	12,6
Japón	4,6	7,9
Reino Unido	16,2	5,1

Fuente / Intracen - OMC

Importaciones por destino (2011)

	Total Miles de US\$	Desde Argentina Miles de US\$	Part. s/ total %
EE.UU.	401.186	109.145	27,2
Alemania	270.555	45.116	16,7
Italia	57.966	16.268	28,1
Francia	107.695	13.562	12,6
Japón	117.662	9.333	7,9
R. Unido	124.488	6.332	5,1

Fuente / COMTRADE

Principales importadores de miel a nivel mundial - 2011

	Miles de US\$	Part. % Mundo
Estados Unidos	401.186	24,2
Alemania	270.555	16,4
Reino Unido	124.488	7,5
Japón	117.662	7,1
Francia	107.695	6,5
Italia	57.966	3,5
Bélgica	56.074	3,4
España	43.618	2,6
Países Bajos*	42.512	2,6
Suiza	36.923	2,2
Polonia	36.491	2,2

Fuente / Elaboración propia sobre datos de COMTRADE

* Holanda

3. Resultados del análisis comercial

Período 2007-2011

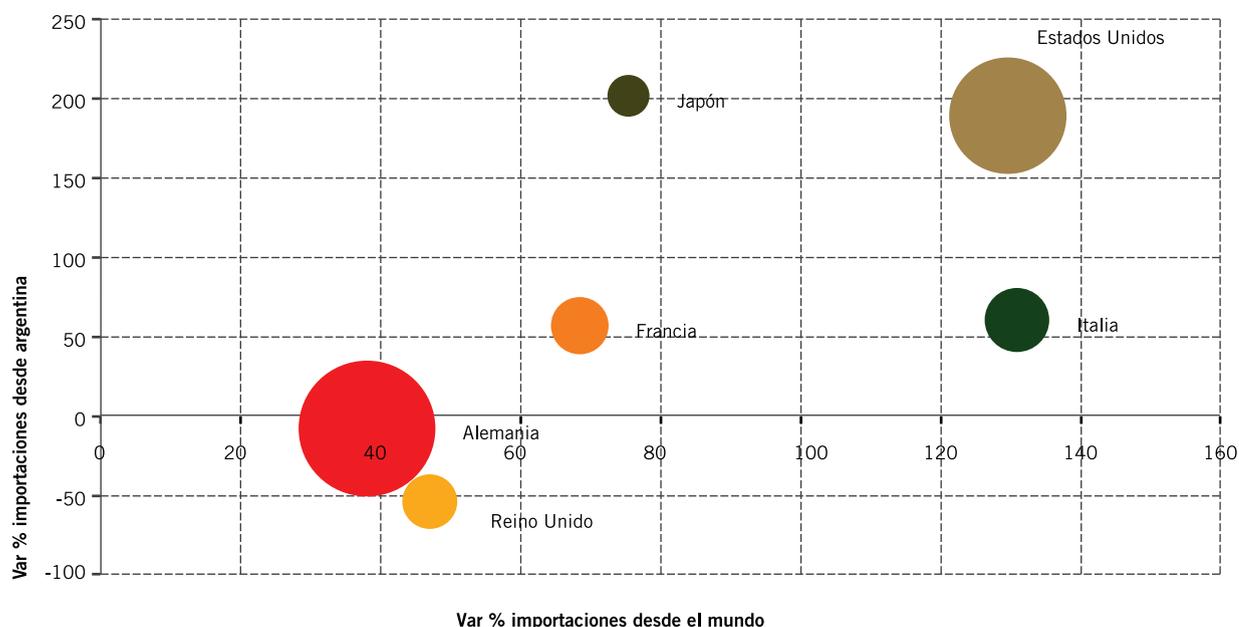
	Importaciones		
	Mundial	Argentina	Arancel
	Var. %	Var. %	%
EE. UU.	130%	188%	0,77%
Alemania	38%	-8%	17,3%
Italia	131%	60%	17,3%
Francia	68%	56%	17,3%
Japón	75%	200%	25,5%
R. Unido	47%	-54%	17,3%

(Ver Gráfico de burbujas, pág. 49)

4. Conceptualización de los resultados del análisis comercial en base a las categorías del FODA:

FORTALEZAS

Estados Unidos. Las importaciones de miel desde Argentina entre 2007 y 2011 crecieron de forma considerable (188%), superando el crecimiento de las importaciones desde el mundo (130%). Asimismo, la participación de este destino en las exportaciones



totales de miel natural desde Argentina se incrementó, pasando del 21,7% en 2007 al 27,2% en 2011.

Teniendo en cuenta que Estados Unidos participa con el 24% de las importaciones mundiales de miel natural, Argentina enfrenta una fortaleza en tanto representa el principal destino de sus exportaciones de miel.

Por otro lado, EE.UU. levantó en 2012 las trabas (órdenes *antidumping* y medidas compensatorias) vigentes a la importación de miel argentina, lo que da mayor potencial a las exportaciones de miel natural desde Argentina. A su vez, EE.UU. reconoció para Argentina el estatus de “Nación Más Favorecida” en la comercialización de miel, lo que genera un contexto favorable para el crecimiento de las exportaciones locales del producto. Si bien algunas empresas habían trabajado con el gobierno de Estados Unidos para morigerar la política antidumping, con esta revocación se logró eliminarla para todas las empresas argentinas exportadoras de miel natural.

Paralelamente, Argentina enfrenta un arancel bajo para las exportaciones a EE.UU, del 0,77%.

En los últimos años, si bien la demanda se ha mantenido firme, la producción de miel en norteamericana decreció en forma considerable. El consumo anual de miel por persona ronda 0,7 Kg. y ha ido en aumento

en línea con las tendencias de alimentación saludable, productos *gourmet*, naturales y orgánicos.

Los principales proveedores son Argentina (27%), India (20%), Vietnam (18%), Brasil (12%) y Canadá (7%).

Japón. Las importaciones de miel desde Argentina se incrementaron en forma considerable entre 2007 y 2011: alcanzaron una tasa del 200% y superaron ampliamente el crecimiento de las importaciones desde el mundo (75%). La participación de este destino en las exportaciones totales de miel natural desde Argentina, si bien no es elevada, también se ha incrementado: pasó del 4,6% en 2007 al 7,9% en 2011.

Japón es el cuarto importador de miel natural, participando del 7,1% de las importaciones mundiales, luego de Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido. Sus importaciones han registrado una tendencia positiva constante a lo largo de los últimos años, y ubicándose entre los primeros cinco destinos de exportación de miel desde Argentina, ofrece un gran potencial exportador al sector apícola nacional.

Si bien China es su principal proveedor (84% de los envíos), con una oferta amplia, precio de venta menor que cualquier mercado y las ventajas de la cercanía geográfica y beneficios arancelarios, Canadá es el segundo (9%), seguido por Argentina (8%), que

FODA / Exportación de miel

cuenta con un gran potencial para insertarse como proveedor de miel natural diferenciándose por calidad, variedades florales y seguridad alimentaria.

Alemania. Alemania es actualmente el segundo importador mundial de miel natural. Sus compras representan el 16,4% de las importaciones mundiales.

Su principal proveedor es Argentina (17%), seguido por México (14%), Chile (7%) y España (6%). Absorbe el 17% de las exportaciones de miel natural argentinas, destacándose así como el tercer destino de estos envíos, después de Estados Unidos e Italia. Sin embargo, las ventas hacia Alemania se redujeron un 8% entre 2007 y 2011, mientras que las compras desde el mundo crecieron un 38% en el mismo período.

Paralelamente, la participación de las exportaciones con este destino se redujo en los últimos años; pasaron de un 25,1% en 2007 a un 16,7% en 2011. Esta situación representa una amenaza para el sector apícola argentino, en términos de la colocación del producto en este mercado de alguna forma tradicional. Alemania presenta un déficit de producción interna que lo obliga a importar prácticamente todo lo que consume, tanto para la industria como para el consumo directo. La miel se ha convertido en un producto de consumo masivo, con una oferta diversa (tradicionales y exóticas: multiflorales y mezclas) y una demanda muy sensible al precio. El consumo de miel por persona es uno de los más altos del mundo: es mayor a 1 Kg. por año.

El sector se encuentra muy atomizado, en tanto se importa desde diversos orígenes. En este contexto, Argentina juega un rol fundamental en términos de la variedad floral de su miel y de los bajos costos de producción, a diferencia de la oferta de países como España (miel monofloral), que juegan con los beneficios de pertenecer a la Unión Europea.

Reino Unido. Las importaciones de miel natural del Reino Unido se han incrementado considerablemente en los últimos años (47% entre 2007 y 2011). Sus compras lo han convertido en el tercer importador mundial, participando del 7,5% importado.

Si bien figura entre los principales destinos de exportación de miel natural desde Argentina (5,1%), su participación en el total exportado se ha reducido en los últimos años (en 2007 era del 16,2%). Los

principales proveedores son China (24%), Nueva Zelanda (23%), Alemania (9,1%) y México (7,5%), seguidos por Argentina (5%).

Paralelamente, las exportaciones argentinas de miel natural con este destino se redujeron un 54% entre 2007 y 2011. Las causas radican fundamentalmente en las estrictas regulaciones impuestas por la Unión Europea al ingreso de la miel o productos que la contengan y en el aumento de las importaciones provenientes de países como Alemania, Nueva Zelanda y Brasil.

Más del 90% de la miel consumida en el Reino Unido es importada. La demanda básicamente se divide en miel mezclada y miel pura. Asimismo, la mayor parte de la miel importada es a granel y fraccionada de forma local. Generalmente, la miel importada desde Argentina se utiliza como mezcla para mejorar las de otras procedencias. El consumo de miel ha crecido en el Reino Unido fundamentalmente de la mano del consumo de productos orgánicos (miel orgánica). Argentina estaría perdiendo terreno en este mercado, así como en la mayoría de los países de la Unión Europea, importadores de miel natural.

OPORTUNIDADES

En la mayoría de los países de Europa la miel es un producto tradicional y tiene un rol importante en el consumo habitual de alimentos. Si bien Europa es un continente estructuralmente importador de miel natural, la demanda varía de un país a otro. En general, los consumidores del norte europeo son más exigentes en términos sanitarios, mientras que los “mediterráneos” focalizan en la calidad organoléptica y el origen del producto (denominación de origen).

Países como Italia, Francia, España y Bélgica se destacan entre los principales importadores de miel natural en el mundo y sus compras han ido en ascenso en los últimos años. Si bien figuran como destinos de las exportaciones locales de miel, Argentina ha enfrentado cada vez más restricciones en cuestiones de calidad, salubridad y trazabilidad, lo que produjo una merma en los envíos a estos países. Cabe suponer que si Argentina pudiera encuadrarse en tales normas, se encontraría en condiciones de incrementar sus exportaciones a estos destinos y desarrollar mercados adicionales para el sector exportador de la miel.

DEBILIDADES

Considerando los principales mercados de importación, no se identifican situaciones que encuadren en esta categoría, al no constatarse un cruce entre una tendencia a la baja en las importaciones en estos mercados, con una caída simultánea de la participación de las exportaciones locales a esos destinos. Es decir, los principales mercados mundiales de importación mantienen sus compras de miel con tendencias crecientes.

AMENAZAS

Según una sentencia dictada recientemente por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (UE), la miel que contenga trazas de organismos genéticamente modificados (OGM) debe someterse a una autorización para poder ser comercializada. El argumento puede ser utilizado como barrera para-arancelaria.

5. Conclusiones

Argentina se ha consolidado como proveedor de miel natural en mercados como el de Estados Unidos y Japón, cuya demanda es amplia y seguirá incrementándose. Argentina en este sentido tiene un gran potencial exportador en tanto ha logrado cumplir con los estándares de calidad y salubridad impuestos por estos países y ha conseguido diferenciar sus productos de otros países productores, como China, en base a la calidad, las variedades florales y la seguridad alimentaria.

Paralelamente, frente a mercados tradicionales como el de Europa (Alemania, Italia, Reino Unido, Francia, entre otros), el posicionamiento de Argentina con el sector de la miel es débil y amenazante. Si bien mantiene elevados niveles de participación en tales mercados, los estándares técnicos y de calidad a la importación fundamentalmente de alimentos, resultan cada vez más elevados, lo que dificulta la entrada de la miel argentina.

De cualquier modo, en todos los mercados, las condiciones de conformidad a requerimientos técnicos y de calidad por parte de la oferta argentina de miel natural, resulta fundamental para fortalecer el potencial crecimiento de las exportaciones nacionales.

Por último, se observa que las oportunidades comerciales para la “Miel fraccionada” son limitadas

y no encuadran con el perfil predominante de los principales mercados de importación. Esto es, los principales compradores de miel natural son países desarrollados, con sus propias industrias de fraccionado o de mezcla o, en general, de procesamiento de la miel a granel para destinos, tanto de la industria alimenticia como para el consumo final.

Las oportunidades de exportación de la miel fraccionada responderían a la identificación de “nichos” de mercado. De cualquier forma, es probable



también que esto no modifique sustancialmente la participación predominante de la miel a granel en la oferta exportable argentina, quedando la misma sujeta al aumento del valor unitario de exportación en función de la mejora en las condiciones de diferenciación y calidad.

www.alimentosargentinos.gob.ar/FODA