

# Exportación de arvejas en conserva

**Ing. Alim. Daniel Franco**  
Área de Sectores Alimentarios  
Dirección de Agroalimentos  
Secretaría de Agricultura,  
Ganadería y Pesca



Tabla 1

| Marca       | Planta         | Localidad             | Prov.     |
|-------------|----------------|-----------------------|-----------|
| ARCOR       | Frutos de Cuyo | Villa Krause          | San Juan  |
| INCA        | Agroindustrias |                       |           |
| El Nihuil   | Villa Ramallo  | Buenos Aires          |           |
| INALPA      |                | Pavón Arriba          | Santa Fe  |
| Versalles   |                | Arroyo seco           | Santa Fe  |
| CANALE-ALCO |                | Sumalao - Valle viejo | Catamarca |
|             |                | Chilecito             | LA Rioja  |

Las conservas de arvejas, después de las preparaciones de tomate, son uno de los productos que registran mayor volumen de exportación en el sector de conservas vegetales. Argentina tiene una participación cercana al 1% a nivel mundial y abastece mayormente a los países limítrofes.

Los principales tipos de conservas de arvejas son dos:

- **Conserva de arvejas secas remojadas.** Producto que se elabora a partir de semillas secas, previamente remojadas de distintas variedades de cultivo de la especie *Pisum sativum* L. Deben ser envasadas en un recipiente bromatológicamente apto con un medio de cobertura apropiado y sometido a esterilización industrial para asegurar su conservación.
- **Arvejas verdes en conserva.** Son elaboradas con semillas

verdes (inmaduras) extraídas de la vaina, enteras, sanas y limpias del *Pisum arvense* L y el *Pisum sativum* L, envasadas en un medio líquido apropiado, en envase cerrado herméticamente.

Comúnmente, en ambos productos el líquido de cobertura es agua con agregado de azúcar y/o sal.

De acuerdo a su tamaño las arvejas verdes se clasifican como **pequeñas** (diámetro menor de 8 mm); **medianas**, (entre 8 y 10 mm) y **grandes** (más de 10 mm).

La presentación más habitual de las arvejas secas remojadas es el tarro de hojalata IRAM 46, con un contenido total de 350 grs. y un peso escurrido (sin líquido) de 203 grs. También se comercializan presentaciones de mayor tamaño, que van desde los 840 hasta los 1750 grs., destinadas en mayor medida al segmento institucional.

Las arvejas verdes en conserva

también se comercializan en tarros de 350 grs., pero su peso escurrido debe ser de 220 gramos.

Las principales marcas presentes en el mercado argentino son ALCO, Arcor, Canale, Caracas, Ciudad del Lago, INALPA, INCA, La Banda, La Colina, La Campagnola, Pagos del Sur y Versalles. La ubicación de sus plantas se detalla en la [Tabla 1](#).

## 1. Evolución de las exportaciones

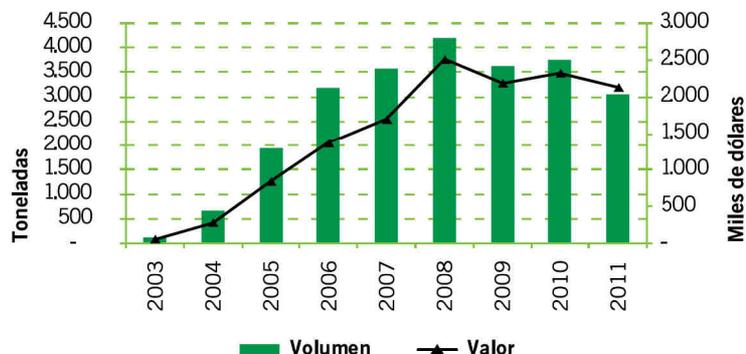
Se verificó un importante aumento en las ventas hacia mediados de la década pasada y un estancamiento en los últimos años. [Ver gráfico 1, página 52.](#)

Se destaca en particular un precio unitario de exportación con tendencia creciente y sostenida, y en niveles superiores al valor medio de exportación de las Manufacturas de Origen



**Gráfico 1 | Evolución de las exportaciones de arvejas**

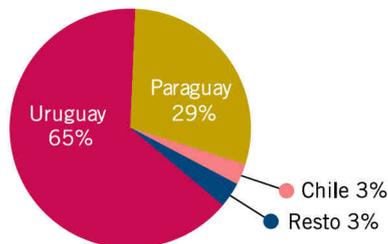
**Evolución de las exportaciones de arvejas**



Fuente | INDEC

**Gráfico 2 | Destinos de las exportaciones de arvejas en conserva**

**Destinos de las exportaciones de arvejas en conserva**



Fuente | INDEC

Agropecuario (MOA).

**Tabla 2**

## 2. Identificación de mercados de destino más relevantes

En base a los filtros aplicados, se centró el análisis en Uruguay, Paraguay, Bolivia, Chile y Venezuela.

## 3. Resultados del análisis comercial

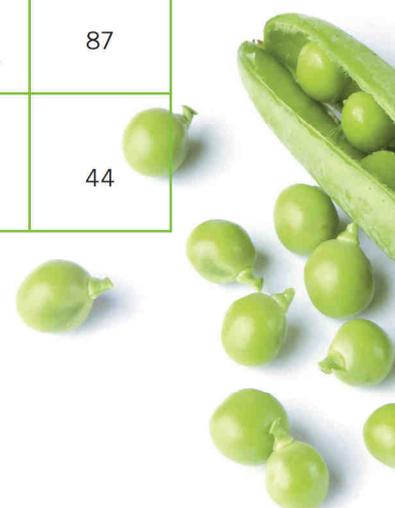
La **Tabla 2**, a la derecha, sintetiza los resultados del análisis, y el **Gráfico 3** (pág. siguiente) muestra los resultados del análisis comercial.

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

| País             | Var. 10 Vs. 02 | Arancel | Var. de Arg. | Expo de Arg 2011 (tn) |
|------------------|----------------|---------|--------------|-----------------------|
| <b>Uruguay</b>   | 61,70 (*)      | 0,00%   | 2.294        | 1.978                 |
| <b>Paraguay</b>  | 146,90 (**)    | 0,00%   | 17.219       | 896                   |
| <b>Bolivia</b>   | 188,66         | 0,00%   | 607          | 48                    |
| <b>Chile</b>     | -81,41         | 0,00%   | 420          | 87                    |
| <b>Venezuela</b> | 56,33 (***)    | 4,90%   | 2.530        | 44                    |

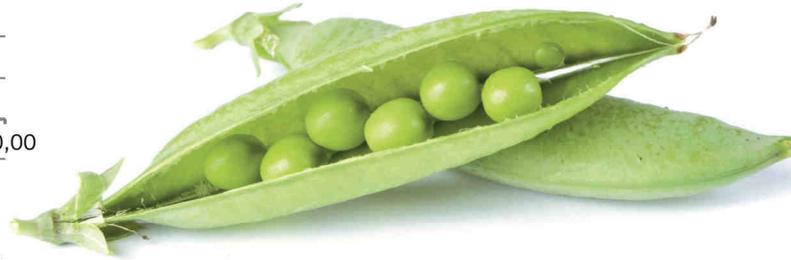
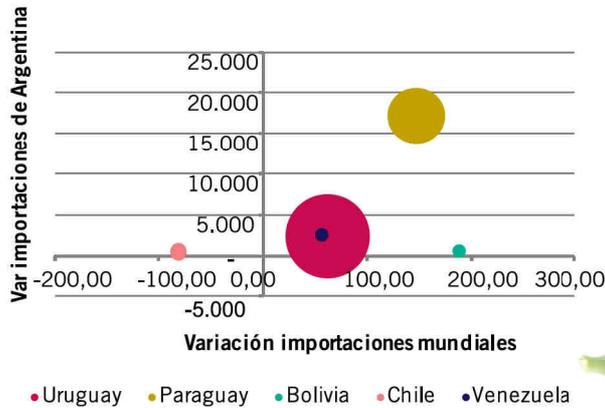
(\*) Variación 09/02 - (\*\*) Variación 10/03 - (\*\*\*) Variación 10/06

Fuente | INDEC, Market Access Map – International trade Centre y COMTRADE



### Gráfico 3 | Gráfico de representación de los resultados del análisis comercial

Gráfico de representación de los resultados del análisis comercial



Fuente | INDEC, Market Access Map - International trade Centre y COMTRADE

## del FODA:

### FORTALEZAS

Crecieron las ventas a Uruguay por un valor mayor al promedio de ese país, por lo que Argentina aumentó la participación de mercado. Casos similares se verifican con Paraguay, Bolivia y Venezuela. La participación de estos países en el total de exportaciones argentinas es: Uruguay 64%, Paraguay 29%, Bolivia 1,6% y Venezuela 1,4%.

Por su parte, Argentina tiene la siguiente participación en cada destino:

- Uruguay 65%, (el resto procede de Brasil).
- Paraguay 44%, promedio (el resto corresponde a Brasil).
- Bolivia 85%.
- Venezuela 10%, promedio (el mayor proveedor es EE.UU).

### AMENAZAS

Argentina muestra crecimiento en las ventas a Chile, aunque las importaciones de ese país se redujeron en el período analizado. La participación de este país en el total de exportaciones argentinas es del 2,8%. A su vez, Argentina solo representa menos del 1% de las compras de Chile.

Brasil tiene una participación similar en el contexto internacional y llega a los mismos mercados que Argentina.

### CONCLUSIONES DEL FODA

En estos productos no se identifican casos que encuadren en las categorías de Oportunidades ni Debilidades. Todos los destinos son mercados de exportación que se encuentran consolidados, salvo el caso de Chile, en que se aplica el término “Amenaza” por la caída de sus importaciones.

No se descarta la identificación de “Oportunidades” en términos de “nuevos mercados” a partir de la profundización del presente informe, pero los

datos analizados indican que los factores de localización geográfica, sumados a la existencia de acuerdos de comercio preferencial (Mercosur y ACE 35), son los determinantes de las oportunidades de exportación del sector.

En tal sentido, se destaca especialmente la necesidad de mejorar las condiciones de comercio preferencial con Venezuela, como así también la de profundizar el análisis de oportunidades con los demás países de la Comunidad Andina. En este contexto, cabe tener presente que Brasil es el principal competidor de Argentina, mientras que las exportaciones de EE.UU. a la región representan una “oportunidad” de desplazamiento a favor de las exportaciones nacionales de “arvejas en conserva”.

En este contexto, cabe tener presente que Brasil es el principal competidor de Argentina, mientras que las exportaciones de EE.UU. a la región representan una “oportunidad” de desplazamiento a favor de las exportaciones nacionales de “arvejas en conserva”.

