

# **INFORME SECTOR ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS**

## **Frutos Comestibles**

**2011**

**Dirección de Oferta Exportable  
Dirección General de Estrategias de Comercio Exterior  
Subsecretaría de Comercio Internacional**



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

## INDICE

<u>INTRODUCCIÓN GENERAL</u>	<u>3</u>
<u>Introducción al Sector: Alimentos Industrializados</u>	<u>4</u>
1. <u>LA CADENA AGROALIMENTARIA</u>	<u>4</u>
1.1 Alimentos argentinos de calidad	6
1.2 Protocolos de calidad	9
2. <u>SECTOR DE FRUTOS COMESTIBLES</u>	<u>13</u>
2.1 Características de la producción del sector	15
3. <u>COMERCIO EXTERIOR</u>	<u>40</u>
3.1 Balanza comercial argentina	40
3.2 Exportaciones argentinas del sector	41
3.2 Importaciones argentinas del sector	49
4. <u>MARCO REGULATORIO</u>	<u>55</u>
4.1 Codex Alimentarius	55
4.2 Código alimentario argentino	58
4.3 Indicación geográfica y denominación de origen	60
<u>ANEXOS</u>	<u>67</u>
I. Ferias Internacionales	68
II. Listado de Empresas del Sector	69
III. Informes de Mercado y Oportunidades de Negocios	87
IV. Fuentes Consultadas	89



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

## **INTRODUCCIÓN GENERAL**

El presente estudio desarrollado en el marco de la Subsecretaría de Comercio Internacional de la Cancillería Argentina, a través de la Dirección de Oferta Exportable, que depende de la Dirección General de Estrategias de Comercio Exterior, tiene por objetivo dar al usuario una visión lo más completa posible de algunos sectores productivos de la Argentina, en especial en lo relativo a las características y evolución de su producción y al comercio exterior. Estos aspectos constituyen los puntos clave del trabajo y sus elementos más destacables.

Cabe señalar que, a fin de priorizar sectores económicos significativos con vistas a su inclusión en los programas de promoción de exportaciones de la Cancillería Argentina, se partió de lo que denominamos “Oferta Exportable Histórica o Real”. La selección de sectores prioritarios se fundamentó en el grado de incidencia de las distintas variables que se aplicaron a los valores exportados, tomando como referencia estadísticas de la Clasificación Industrial Internacional Unificada de Naciones Unidas (CIIU).



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

## **Introducción al Sector: Alimentos Industrializados**

Podemos definir a la industria alimentaria como aquella rama de la industria que elabora las materias primas provenientes de la agricultura, la ganadería y la pesca con miras a lograr su transformación en alimentos y bebidas aptos para el consumo humano o animal.

Consecuentemente, la industria alimentaria resulta sumamente abarcativa, pudiendo ser subdividida hasta llegar al nivel de los siguientes subsectores: producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos; elaboración y conservación de pescado y productos de pescado; elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas; elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal; de productos lácteos; de productos de molinería; de almidones y productos derivados del almidón; de alimentos preparados para animales; de productos de panadería; de azúcar; de cacao y chocolate y de productos de confitería; de macarrones, fideos, alcuycuz y productos farináceos similares; de otros productos alimenticios n.c.p.; destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, y producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas; de vinos; elaboración de bebidas malteadas y de malta; y de bebidas no alcohólicas y finalmente la producción de aguas minerales.

### **1. LA CADENA AGROALIMENTARIA**

La cadena agroalimentaria comprende los diferentes estadios productivos que se dan desde la obtención de la materia prima y el comienzo de su elaboración, hasta llegar a los alimentos y bebidas industrializados aptos para el consumo humano, actividades ellas que pueden sintetizarse como de producción primaria, de transformación, de transporte, de distribución, de comercialización y de consumo, con consideración asimismo del análisis del conjunto de los actores involucrados en cada una de dichas etapas.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

A este respecto, cabe decir que las Buenas Prácticas de Manufactura – BPM – son de cumplimiento obligatorio en nuestro país – como se vio precedentemente –, a lo que se suma que el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control – HACCP – es requerido para exportar una variedad cada vez más amplia de productos a EE.UU., Canadá y la Unión Europea, entre otros destinos – con lo cual, su utilización por empresas argentinas es cada vez mayor –. Ambos, establecen un marco o sistema cada vez más utilizado por las empresas en orden a mejorar la eficiencia y seguridad de sus procesos de elaboración – con miras a su mejor inserción en tales mercados –, con el consecuente resultado positivo para los productos por ellas elaborados.

Desde el lado de los productores de materia prima, de los elaboradores, de los transportistas y de los comercializadores de alimentos industrializados, se genera así un enorme beneficio por la reducción de mermas en sus producciones, de reprocesos, decomisos y eventuales devoluciones de productos alimenticios, así como de la disminución de reclamos por parte de los consumidores, evitando de ese modo caer en situaciones de desprestigio por pérdida de imagen del producto y de la marca. Para la autoridad sanitaria, por otro lado, el beneficio está en inspecciones más eficaces y en la obtención de una real garantía de inocuidad de los alimentos por el respeto de todo un marco protectorio adecuado.

De esta manera, este Sistema de Gestión de Calidad permite desarrollar un modelo donde la inocuidad, calidad, productividad y mejora continua se integran con una mayor confianza de los consumidores, el incremento de los beneficios para las empresas, propiciando un clima de mejoramiento de las relaciones cada vez más eficientes entre los intervinientes en la cadena agroalimentaria.

Todo esto ha generado un cambio de enfoque en lo que a producción se refiere, con lo cual, las actitudes preventivas por parte de quienes participan de la cadena agroalimentaria favorecen la obtención de productos alimenticios competitivos en un marco de mejora constante a través de la adopción de mecanismos de autocontrol por parte del sector privado, con lo cual, sobre la empresa se encuentra la máxima



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

responsabilidad en cuanto a proveer a la garantía de los productos que ella misma elabora.

En el caso de los organismos oficiales de control, su labor principal deberá reorientarse hacia el replanteo de las estrategias actuales de control, orientándolas hacia el fortalecimiento de su capacidad de verificación de implementación – por los particulares – de los sistemas de gestión de la calidad mencionados precedentemente; para ello, es necesario que se provea a la modernización del soporte regulatorio junto con la correspondiente capacitación de los recursos humanos necesarios para el cumplimiento eficiente de dicha labor.

### **1.1. Alimentos Argentinos de Calidad**

Esta cuestión se refiere básicamente al Programa Calidad de los Alimentos Argentinos impulsado desde la Dirección Nacional de Alimentación de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos – SAGPyA –. A través de él se busca impulsar la implementación de un nuevo enfoque en la comercialización de alimentos, ello en orden a obtener su inocuidad, calidad, productividad y mejora continua, logrando una mayor confianza por parte de los clientes y consumidores, todo lo cual redundará a su turno en mayores beneficios para las empresas.

Esto se debe a que una buena alimentación es uno de los factores más importantes para cuidar la salud y obtener un equilibrado bienestar físico, mental y social, con lo cual, es un imperativo la obtención, como resultado de los procesos de elaboración, de alimentos y bebidas sanos y nutritivos, y por ello mismo, aptos para el consumo humano.

En ese sentido, cabe decir respecto de los productos alimenticios, que estos resultan aptos para el consumo humano en la medida en que cuenten con características nutricionales, organolépticas – color, sabor, aroma, aspecto – funcionales, comerciales y de inocuidad apropiados, y por supuesto, en la medida en que sean el resultado de la aplicación de estrictas condiciones de elaboración, con debido respeto de los requisitos de conservación necesarios durante la cadena de



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

transporte y distribución, todo lo cual permite a su turno garantizar la inexistencia de contaminantes físicos, químicos y microbiológicos en niveles que puedan afectar la salud de quienes los consumen.

Comencemos por la cuestión atinente a la calidad. De acuerdo con la definición brindada por el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española, calidad es la *“Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”*. Coincidentemente, otras definiciones proponen que la calidad es el *“Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie...”*, o como la *“Superioridad o excelencia de algo o de alguien...”*.

Con base en dichas definiciones, podemos decir entonces que la calidad es un conjunto de propiedades inherentes a un producto o servicio que permite caracterizarlo y valorarlo en relación con los demás en función de su capacidad de satisfacer exigencias – expresas o implícitas – de los clientes.

En el caso particular de los alimentos y bebidas, según todo lo que se viene de explicar, ese conjunto de propiedades inherentes se refieren a los atributos nutricionales, organolépticos, funcionales, comerciales y de inocuidad apropiados para el consumo humano.

Con esas ideas o parámetros como orientadores, la SAGPyA puso en marcha el referido Programa Calidad de los Alimentos Argentinos, cuyo objetivo es entonces el de promover la toma de conciencia por parte de los intervinientes en la cadena agroalimentaria en materia de calidad de los alimentos que producen, fomentando a su turno la mejora continua en las cadenas de producción y comercialización, procurando de tal modo una mayor inserción y posicionamiento de productos elaborados en nuestro país en los diferentes mercados internacionales.

En lo que se refiere al Programa en sí, cabe decir que el mismo pretende generar la implementación de sistemas preventivos de inspección, en lugar de los actuales sistemas correctivos, con lo cual, se intenta desde las primeras etapas de la cadena



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

agroalimentaria dar garantía de calidad de los alimentos, mejorando asimismo la eficiencia de los sistemas productivos utilizados.

Para ello, el Programa cuenta con una estructura sustentada por dos componentes básicos, a saber: por un lado, la promoción de sistemas de gestión de la calidad, realizada a través de actividades de difusión de información, sensibilización del público en general, capacitación de recursos humanos, desarrollo de un sistema de información adecuado, y la implementación de experiencias piloto; y por otro, el mejoramiento de la capacidad del sector público en temas de calidad agroalimentaria, por medio de la asistencia a los entes públicos provinciales y municipales a los efectos de formular y aplicar políticas tendientes a la adopción de sistemas de gestión de calidad por parte del sector privado involucrado en la elaboración y producción de alimentos industrializados.

En ese sentido, actos como la adopción de instrumentos del estilo de las Buenas Prácticas Agrícolas – BPA –, las BPM y el HACCP son los que hacen posible prevenir a los consumidores de los peligros para la salud de derivados de alimentos que no se adecuan a los requisitos mínimos que en dichos cuerpos regulatorios se establecen.

Con ello, lo que se pretende es que, a través de la aplicación de principios higiénico-sanitarios y del análisis de peligros potenciales, se asegure la inocuidad de los alimentos y bebidas industrializados, por aplicación de parámetros y requisitos mínimos aceptados internacionalmente y, a su turno, recomendados por el *Codex Alimentarius* – Organización Mundial de la Salud y Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura –.

Cabe decir que este Programa de Calidad de los Alimentos Argentinos está orientado a controlar los posibles peligros potenciales que se presentan en los diferentes estadios de la cadena agroalimentaria, desde la producción primaria – obtención de la materia prima – hasta el consumo de los alimentos ya industrializados.

Consecuentemente, todo esto pretende desarrollar un accionar proactivo que permita adelantarse a posibles incidentes, adoptando acciones concretas que den paso al ajuste de los procesos industriales, evitando como consecuencia que se elaboren



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

alimentos con contaminantes y, en su caso, que puedan avanzar a través de las diversas etapas de la cadena agroalimentaria hasta llegar al consumidor final.

Por lo tanto, el eje central del Programa se orienta hacia la obtención de una mayor competitividad – derivada del logro de avances en los estándares de calidad de los alimentos –, optimización de los procesos de producción – con reducción de mermas, reprocesos, decomisos y devoluciones –, proveer a la mejora en la calidad de los alimentos comercializados en el mercado interno a la vez que ampliar la posibilidad de acceso a mercados internacionales más exigentes en lo que a calidad de productos y procesos de elaboración se refiere, y por consecuencia de todo lo anterior, tender a una mayor protección de los consumidores por medio de una garantía de calidad más sólida, todo lo cual redundaría, a su turno, en la reducción de enfermedades transmitidas por alimentos defectuosos y, por tanto, de sus costos derivados.

## **1.2. Protocolos de Calidad**

En este punto, debemos empezar por mencionar a la resolución 392/2005, por intermedio de la cual se crea un sello que identifica los atributos de los alimentos argentinos, distinguiendo asimismo una imagen nacional a través los productos destacados con el sello que se crea, posibilitando de esa manera el posicionamiento de los productos alimentarios industrializados en los mercados, favoreciendo finalmente su colocación y comercialización.

Dicho eso, cabe referir ahora que a los efectos de la Resolución SAGPyA 392/2005 – por el cual se crea el sello "ALIMENTOS ARGENTINOS UNA ELECCION NATURAL" y el Premio "ALIMENTOS ARGENTINOS" –, se entiende por protocolos de calidad a los documentos en los que se describe de manera detallada las características particulares que confieren el carácter de calidad diferenciada a un producto determinado, y pueden estar originados en cámaras, empresas u organismos.

Además, dado que la función de cada protocolo – así como también del sello "Alimentos Argentinos" – es la de poner de manifiesto de manera ostensible esa calidad



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

diferenciada de un producto particular dentro de cada categoría, por intermedio de ellos se pueden exigir parámetros de calidad diferentes o superiores a los establecidos en la legislación vigente, sea que los parámetros estén incluidos en la misma o no, actuando como complementarios de esta última – claro está, que no pueden contradecir a las normas nacionales para el control de alimentos –.

Dichos protocolos pueden abarcar los requisitos necesarios para caracterizar a un producto específico o a un conjunto de productos con características comunes y poca diferencia entre sí, y para poder ser reconocidos oficialmente y servir de referencia, necesitan previamente de una Resolución del titular de la SAGPyA, para lo cual, será necesario que se cumpla con toda una serie de pasos operativos y administrativos.

En lo que se refiere al origen y la aprobación de un protocolo, cabe decir que los mismos pueden tener origen, entre otras, en la actividad de empresas, cámaras sectoriales, organizaciones no gubernamentales, organismos de Gobierno, o Universidades.

El camino de la aprobación de cada protocolo atraviesa por una serie de instancias evaluativas luego de las cuales, y en caso de no mediar inconvenientes, se llega a la etapa de oficialización del mismo, lo que se materializa en una Resolución del Secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.

Es necesario destacar que los protocolos aprobados y oficializados de la manera en que se mencionó en el párrafo que antecede se encuentran sujetos a la posibilidad de su revisión y actualización periódica, ello en función de las necesidades de adecuación a los avances en la ciencia y la tecnología aplicable a cada caso particular.

Finalmente, en cuanto al sello, se trata de una marca nacional, registrada por la SAGPyA ante el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial – INPI –, facilitando de esa manera la identificación de los alimentos argentinos y sus atributos.

A continuación se listan los diferentes Organismos de Certificación – avalados por el SENASA y/o el Organismo Argentino de Acreditación (OAA) –:



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Entidad	Dirección	Teléfonos	E-mail – Web	Contacto
<b>ALEX STEWART (ASSAYERS) ARGENTINA S.A.</b>	Carlos Pellegrini 603, 6° "L", Ciudad de Buenos Aires.	011-4328-0523 / 0549	<a href="mailto:asacertificacion@alexstewart.com.ar">asacertificacion@alexstewart.com.ar</a>	Ana María Ribetto
		011-4328-7659	<a href="http://www.alexstewart.com.ar/">http://www.alexstewart.com.ar/</a>	
<b>Argencert S.R.L.</b>	Bernardo de Irigoyen 972, 4° "B", Ciudad de Buenos Aires.	011-4363-0033	<a href="mailto:info@argencert.com.ar">info@argencert.com.ar</a>	Valeria Glusman
			<a href="http://www.argencert.com.ar/">http://www.argencert.com.ar/</a>	
<b>Bureau Veritas Certification</b>	Leandro N. Alem 1.134, 8°, Ciudad de Buenos Aires.	011-4000-8100	<a href="mailto:bvbnar@bureauveritas.com">bvbnar@bureauveritas.com</a>	Ing. Eduardo Musitani
		011 - 4000-8090	<a href="http://certification.bureauveritas.com.ar/">http://certification.bureauveritas.com.ar/</a>	
<b>Caylap S.A.</b>	Av. R. Sáenz Peña 720, 4° "F", Ciudad de Buenos Aires.	011-4328-1436	<a href="mailto:info@caylap.com.ar">info@caylap.com.ar</a>	Dr. Juan Pablo Villa
		011-4339-1971	<a href="http://www.caylap.com.ar/">http://www.caylap.com.ar/</a>	
<b>Control Union Certificaciones S.A.</b>	Reconquista 723, 1°, Ciudad de Buenos Aires.	011-4510-6600	<a href="mailto:certificaciones@controlunion.com.ar">certificaciones@controlunion.com.ar</a>	Miguel Fraser
			<a href="http://www.controlunion.com.ar/">http://www.controlunion.com.ar/</a>	
<b>Certific-ar</b>	Av. Caseros 3.435, 7° "C", Ciudad de Buenos Aires.	011-4912-3328	<a href="mailto:info@certific-ar.com.ar">info@certific-ar.com.ar</a>	Pablo Grundel
<b>Food Safety S.A.</b>	Varela 183, Ciudad de Buenos Aires.	011-4612-1257	<a href="mailto:foodsafety@foodsafety.com.ar">foodsafety@foodsafety.com.ar</a>	Susana Vidal
			<a href="http://www.foodsafety.com.ar/">http://www.foodsafety.com.ar/</a>	
<b>I.Q.C S.A</b>	Bartolomé Mitre 864,	011-4342-7669	<a href="mailto:iqcsa@iqcsa.com.ar">iqcsa@iqcsa.com.ar</a>	Adriana Graciela



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Entidad	Dirección	Teléfonos	E-mail – Web	Contacto
	4° "Frente", Ciudad de Buenos Aires.	/8037/0099  011-4331-2766	  <a href="http://www.iqcsa.com.ar/">http://www.iqcsa.com.ar/</a>	Noaco
<b>IRAM - Instituto Argentino de Normalización</b>	Perú 552/556, Ciudad de Buenos Aires.	011-4346-0600	<a href="mailto:mrodriguez@iram.org.ar">mrodriguez@iram.org.ar</a>	Marcos Rodriguez
		011-4346-0601	<a href="mailto:cerialimentos@iram.org.ar">cerialimentos@iram.org.ar</a>	
<b>Certificadora Mehuen SA</b>	Esmeralda 933, 4° "F", Ciudad de Buenos Aires.	011-4311-2162	<a href="mailto:info@mehuen.com.ar">info@mehuen.com.ar</a>	Jorge Caramés
			<a href="mailto:info@jcara.com.ar">info@jcara.com.ar</a>	
			<a href="http://www.jcara.com.ar/">http://www.jcara.com.ar/</a>	
			<a href="http://www.mehuen.com.ar/">http://www.mehuen.com.ar/</a>	
<b>Letis S.A</b>	Urquiza 1.564, Rosario, Santa Fé.	341 - 426-4244	<a href="mailto:info@letis.com.ar">info@letis.com.ar</a>	Patricia García
			<a href="http://www.letis.com.ar/">http://www.letis.com.ar/</a>	
<b>OIA- Organizacion Internacional Agropecuaria S.A.</b>	Av. Santa Fe 830, Acassuso, Buenos Aires.	011-4793-4340	<a href="mailto:oia@oia.com.ar">oia@oia.com.ar</a>	Gabriel Berardinelli
		011-4798-9084	<a href="http://www.oia.com.ar/">http://www.oia.com.ar/</a>	
<b>INTI</b>	Av. General Paz 5445 – (B1650) – Buenos Aires	011-4724-6200 /6300/6400	<a href="mailto:certifica@inti.gov.ar">certifica@inti.gov.ar</a> <a href="http://www.inti.gov.ar">www.inti.gov.ar</a>	Isabel Tiscornia
<b>SGS Argentina S.A.</b>	Alsina 1.382, Ciudad de Buenos Aires.	011-4124-2000	<a href="mailto:esteban.resumil@sgs.com">esteban.resumil@sgs.com</a>	Esteban Resumil
		011-4124-2146	<a href="mailto:paula.troya@sgs.com">paula.troya@sgs.com</a>	
			<a href="http://www.sgs.com/">http://www.sgs.com/</a>	



## 2. SECTOR DE FRUTOS COMESTIBLES

La fruta es el conjunto de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres, pero a diferencia de los otros alimentos vegetales (hortalizas y cereales) las frutas poseen un sabor y aroma intensos y presentan unas propiedades nutritivas diferentes. Como alimento las frutas tienen propiedades como ser muy ricas en vitaminas y minerales, pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%).

### Clasificación de la fruta

Hay diferentes formas de clasificar la fruta, según sea su tipo, la forma de recolección o el proceso de maduración.

- Según sea la semilla que contenga el fruto:
  - **Frutas de hueso o carozo:** son aquellas que tienen una semilla grande y de cáscara dura, como el albaricoque o el melocotón.
  - **Frutas de pepita o pomáceas:** son las frutas que tienen gran cantidad de semillas pequeñas y de cáscara menos dura como la pera y la manzana.-
  - **Frutas de grano:** son las frutas que tienen infinidad de minúsculas semillas como el higo.
- Según el tiempo desde su recolección hasta que es consumida:
  - **Fruta fresca:** cuando el consumo se realiza inmediatamente o a los pocos días de su recolección, de forma directa, sin ningún tipo preparación o cocinado.
  - **Fruta seca, desecada o pasa:** es la fruta que tras un proceso de desecación artificial se puede consumir meses, e incluso años, después de su recolección como las pasas o los orejones.



- Según el proceso de maduración (en la maduración se produce un proceso acelerado de respiración dependiente de oxígeno, que se denomina subida climatérica y sirve para clasificarlas):
  - **Frutas climatéricas**, aquellas que sufren bruscamente la subida climatérica. Entre las frutas climatéricas tenemos: manzana, pera, plátano (banana), melocotón, melón, etc. Estas frutas sufren una maduración brusca y grandes cambios de color, textura y composición. Normalmente se recolectan en estado preclimatérico, y se almacenan en condiciones controladas para que la maduración no tenga lugar hasta el momento de sacarlas al mercado.
  - **Frutas no climatéricas**, las que presentan una subida climatérica lentamente y de forma atenuada. Entre las no climatéricas tenemos: naranja, limón, mandarina, ananá, uva y fresa. Estas frutas maduran de forma lenta y no tienen cambios bruscos en su aspecto y composición. Presentan mayor contenido de almidón. La recolección se hace después de la maduración porque si se hace cuando están verdes luego no maduran, solo se ponen blandas.

Hay además algunos grupos de frutas que se distinguen por tener ciertas características comunes:

- **Fruta cítrica**, aquella que se da en grandes arbustos o arbolillos perennes (entre 5 y 15 m) cuyos frutos o frutas, de la familia de las Rutáceas, poseen un alto contenido en vitamina C y ácido cítrico, el cual les proporciona un sabor ácido muy característico. Las más conocidas son la naranja, el limón, la mandarina y la lima.
- **Fruta tropical**, aquella que se da de forma natural en las regiones tropicales, aunque por extensión, se aplica a las frutas que necesitan para



su desarrollo unas temperaturas cálidas y alta humedad, como la banana, el coco, el kiwi y el ananá.

- **Fruta del bosque**, un tipo de frutas pequeñas que tradicionalmente no se cultivaban sino que crecían en arbustos silvestres en los bosques, como la frambuesa, fresa, la mora, grosella, la zarzamora y las endrinas.
- **Fruto seco**, aquella que por su composición natural (sin manipulación humana) tiene menos de un 50% de agua. Son alimentos muy energéticos, ricos en grasas, en proteínas, así como en oligoelementos. Las más conocidas son la almendra, la nuez, la avellana y la castañas

## 2.1. Características de la Producción del Sector

### Almendra:

La almendra disfruta de prestigio como alimento sano y natural, y su consumo se halla en crecimiento. Tradicionalmente el país ha producido de 1200 a 1500 toneladas de almendra pelada, aunque la incorporación de nuevas plantaciones elevó la cifra hasta 3000 toneladas, volumen que es, de todos modos, marginal con respecto a la producción mundial. Argentina tiene, con respecto a este cultivo una ventaja notable: es uno de los cinco países libres de sharka's, grave enfermedad viral que obliga a erradicar las plantaciones afectadas.

Se conoce como almendra a la fruta seca obtenida de *Prunus amygdalus* (Batsch). Es el único de los frutales de carozo en el cual el producto comercial no es la fruta sino, precisamente, el carozo o hueso.

La almendra se comercializa en 4 presentaciones diferentes:

Con cáscara.

Pelada (descascarada): entera, fileteada y molida.

Blanqueada (repelada): entera, fileteada, molida y en harina.

Aceite de almendra.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

Para ser comercializada, la almendra recibe un tratamiento inicial denominado "descapotado", consistente en quitar los restos de la estructura carnosa de la fruta.

El rendimiento al descapotado ronda el 50-70% según la variedad y el tamaño del "carozo", siendo mayor en el de almendra de cáscara dura.

El segundo proceso industrial, que se realiza en el 90% de la almendra comercializada, es el pelado, es decir, la eliminación de la "cáscara" para obtener la pepita.

El rendimiento al pelado cambia según las variedades, oscilando en un 60% para Non Pareil y 25 - 30 % para Marcona. Esta diferencia se debe al mayor grosor de la "cáscara" en las almendras de cáscara dura y al menor peso de la "cáscara" en las variedades de cáscara blanda.

El pelado de la almendra es mecánico, puesto que la superficie lisa de la pepita no se daña tan fácilmente como en la nuez.

Durante el proceso de pelado, la pepita suele sufrir diferentes daños en su endocarpio (película marrón). Cuantos más deterioros posea, menor es su calidad comercial.

La pepita se clasifica de acuerdo al daño y al nivel de partido. La más afectada se vende como almendra molida con destino a la elaboración de confecciones de chocolate.

El tercer proceso industrial que recibe la almendra es el blanqueado o repelado (eliminación del endocarpio), que deja la pepita con el aspecto blanco cremoso del interior.

A nivel internacional, las pepitas muy dañadas se destinan a la obtención de aceite, ya sea para alimentación o cosmetología.

Para obtener una tonelada de pepitas de almendra se necesitan aproximadamente 4 - 5 toneladas de almendra con capote.

También existe una amplia gama de alternativas de transformación como ser: fileteado, molido, harinas, etc.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

En el caso de Argentina, las categorías comerciales se encuentran definidas en el Decreto Ley nº 9.244/63 que rige la comercialización de frutas secas.

En los últimos años, la tendencia del consumo fue creciente, tanto en las zonas típicas como en nuevas regiones.

Los principales consumidores son Estados Unidos y España que triplicaron y duplicaron la demanda.

El consumo de almendras se halla en expansión debido a la consideración que ha ganado como "alimento sano y natural", dado que aporta a la dieta ácidos grasos esenciales y es un excelente antioxidante natural y protector cardíaco.

El consumo mundial de almendras alcanzó sus valores máximos a principios de la década de 1990 debido a la sucesión de buenas campañas productivas, presuntamente debido a que la gran oferta retrajo los precios y llevó a un aumento del consumo global. También la reducción de los precios llevó a que otros sectores de la población accedan al consumo de almendras.

Es muy importante la recuperación registrada por el consumo de almendra molida en la industria de la panadería y pastelería artesanal, donde reemplaza al maní molido. Los principales destinos de la almendra son elaboración de chocolates, bombonería y pastelería fina.

El consumo de almendras en forma directa se incrementa durante el período navideño y corresponde a almendra con cáscara, preferentemente de las variedades de cáscara blanda.

En los últimos años, en las góndolas de los supermercados y en las casas especializadas, comenzaron a aparecer productos más diferenciados: aceite de almendras para consumo alimenticio, pastas de almendras naturales y preparaciones diversas con miel.

**Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos, Dirección Nacional de Alimentos**



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

## **Avellanas**

Según el INTA, la superficie apta para el cultivo de avellanas asciende a cuatro mil hectáreas ubicadas en el Valle inferior de Río Negro, valles del río Colorado y del río Chubut. La superficie implantada con avellanos alcanza aproximadamente 210 hectáreas, siendo la especie que menos participa dentro del sector nacional de fruta seca. El 95% de la producción se concentra en el Valle Inferior del Río Negro. El resto se halla en la zona de El Bolsón.

En los últimos años, la superficie plantada se cuadruplicó, fundamentalmente debido al aumento de la demanda por parte de la industria del chocolate. Las variedades más difundidas en el país son Barcelona y Tonda de Giffoni.

El rendimiento promedio de las plantaciones ronda los 2000 kg/ha de avellanas con cáscara, marca que nos ubica en los más altos niveles a nivel mundial. La producción nacional ronda las 120 toneladas de avellanas en cáscara, que representan un volumen cercano a las 55 toneladas de pepita.

En nuestro país, prácticamente la totalidad de la producción de avellanas se descascara antes de su comercialización y tiene por destino la elaboración de pasta para la industria de la bombonería o del chocolate.

La avellana se presenta en el mercado a través de numerosos productos: con cáscara, pelada (entera, fileteada o molida), blanqueada (entera, fileteada, molida y en harina), como aceite de avellana y como crema untable tipo Nutella. En nuestro país, a diferencia de otros países elaboradores, no se extrae aceite.

En los últimos años, se evidenció un importante aumento del consumo de esta fruta seca, tanto en las zonas tradicionales de demanda como en otras nuevas. Esto se debió a un cambio en los hábitos del consumo, que valora cada vez en mayor medida los alimentos sanos, naturales.

El mayor consumidor es Italia, con 2 kg/hab. año de avellana con cáscara. Los destinos más importantes de la avellana son la bombonería, principalmente como crema untable tipo Nutella, y la industria del chocolate. De ahí que Suiza y Alemania se encuentren entre los principales destinos del comercio mundial de avellanas. En los



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

últimos años, se ha evidenciado una importante demanda por parte de la industria de los snacks.

El consumo aumenta en forma significativa durante las festividades de Navidad y Año Nuevo, fundamentalmente como avellana con cáscara.

La avellana cosechada es secada al sol o sometida a una corriente forzada de aire caliente, hasta que la humedad se reduce desde el 10-20% hasta el 5-8%. En caso de que esta práctica no se realice, la vida útil de la fruta disminuye sustancialmente por su gran tendencia a la rancidez.

El rendimiento del descascarado es del 42 - 50%, dependiendo de la variedad. El período de conservación se extiende a 1 año para la avellana con cáscara y de cuatro meses para la pelada. Dicho período puede variar según la temperatura y la humedad ambiente a la que es sometido el producto.

**Fuente: INDEC y FAO - INTA - IDEVI - Dirección de Industria Alimentaria - S.A.G.P. y A.**

### **Nuez de Nogal**

El nogal – *Juglans Regia* – es uno de los frutales cultivados más antiguos del mundo. Tuvo su origen en la amplia región asiática extendida entre Turquía y la cadena del Himalaya, aunque con probable centro en el actual Irán (Persia), de donde fue llevado por los griegos como “nuez persa” a Europa en el siglo III A.C.

Botánicamente pertenece a la familia de las Juglandáceas que comprende tres géneros:

*Juglans* (nogales de fruto comestible y / o aprovechamiento forestal).

*Carya* (pecanes de fruto comestible y / o madera forestal).

*Pterocarya* (árboles de aprovechamiento forestal).

Las especies del género *Juglans* se hallan muy extendidas en el mundo, encontrándose principalmente en China, EE.UU., y Turquía. En el Hemisferio Sur sólo existen pequeñas superficies implantadas en Argentina y en Chile, lo cual convierte a estos países en protagonistas exclusivos del cultivo en esta mitad del planeta.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

En nuestro país, la producción alcanza aproximadamente las 10.000 toneladas de nuez con cáscara, y las principales provincias productoras son Catamarca (47 %), La Rioja (24%), Mendoza (14%), San Juan (8%) y Río Negro (7%). El cultivo de nuez está creciendo, ya que se amplían las áreas de plantación en distintas zonas, particularmente en Catamarca, La Rioja, Mendoza y el sur del país.

Si bien el volumen de nueces producido hoy es escaso, la región patagónica, presenta un alto potencial de desarrollo en virtud de su gran disponibilidad de suelos aptos, la cantidad y calidad de agua para el riego y la excelencia de la nuez obtenida, que comenzó a exportarse en el año 2003.

Entre las variedades cultivadas, se hallan las nueces de variedad tradicional (criollas) que en su mayoría configuran una oferta informal y poseen rendimientos muy bajos (800/900 Kg./Ha.), y las nueces de variedades modernas, procedentes en su mayoría de montes nuevos y en algunos casos de montes reconvertidos.

El consumo mundial de nuez se halla fuertemente vinculado con las fiestas religiosas, pero esta tendencia empezó a modificarse porque la nuez pasó a ser un alimento reconocido por sus propiedades alimenticias. Se la aprecia como un alimento sano, bajo en colesterol y ha comenzado a consumirse como “snack”, por lo que su demanda ha ido en aumento, principalmente en Europa.

En Argentina, el consumo de nuez es de 9.000 toneladas anuales, lo que representa un consumo per capita de 220 gramos por habitante. La demanda aumenta en el período navideño.

Los significativos incrementos de los rendimientos unitarios de nogal registrados en nuestro país durante la última década se deben a la introducción de variedades californianas modernas de alta densidad y rendimiento. Hasta hace poco la variedad más utilizada era Franquette, pero el panorama varietal se fue modificando y en la actualidad se implantan variedades de mayor potencial productivo. Chandler es la más difundida en el país, aunque han comenzado a plantarse otras variedades californianas como Howard, Cisco y Tulare. Entre las variedades francesas se hallan Fernor, Fernette y Ferjean, cuyo desempeño productivo se está evaluando.



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Las principales variedades de nogal utilizadas en nuestro país son:

#### **De origen francés:**

**Franquette.** Produce una nuez de excelente calidad y buena rusticidad. Fue la más utilizada en Francia y en nuestro país por su brotación tardía. Es un árbol bastante vigoroso, de buen rendimiento y su entrada en producción es relativamente rápida. Posee cierta resistencia a la bacteriosis. Brinda un fruto alargado, con valvas bien soldadas. La pulpa es sabrosa, agradable a la vista y de color amarillo claro. El rendimiento al descascarado representa entre el 41 y el 48 % del peso total del fruto.

**Fernor.** Su brotación es tardía como la Franquette, entra en producción rápidamente y es de muy alta productividad. Su rinde al descascarado es del 42 al 47%. En veranos calurosos y húmedos es muy sensible a enfermedades como la bacteriosis y la antracnosis.

**Fernette.** Es un árbol de porte semi erecto, que fructifica sobre las brindillas laterales y es resistente a la bacteriosis y antracnosis. Su nuez tiene cáscara fina, la pulpa es de fácil extracción y al descascarado rinde del 49 al 55%.

**Ferjean.** Es una variedad de fructificación lateral, de muy rápida entrada en producción y alto rendimiento. Pequeña y de cáscara fina, su nuez tiene pulpa sabrosa, de color claro, que representa entre el 47 y el 52 % del peso bruto.

#### **De origen californiano:**

**Chandler.** Variedad muy productiva, y de buena calidad de pulpa. Fructifica sobre brindillas laterales, y su producción es superior a las variedades tradicionales como Franquette . Da una nuez de buen tamaño y color claro, la sutura de las valvas es buena y al descascarado rinde el 49 %.

**Tulare.** El árbol es de vigor medio, crecimiento erecto y alta productividad; el 70% de la fructificación se produce sobre las yemas laterales. De brotación tardía, brinda frutos grandes (pulpa de 7,5 grs.) y sus valvas tienen buen sellado. Su color es muy



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

bueno y el rendimiento al descascarado es del 53 %. Se trata de una variedad promisoría.

**Howard.** Arbol moderadamente vigoroso, algo más pequeño que el Chandler , de porte semi – erecto y muy productivo. Su nuez es grande (6,5 grs. de pulpa) redondeada y poco rugosa, con buen sello y de excelente color, apta para comercializar como nuez entera porque posee muy buen aspecto. Su rendimiento en pulpa es del 54 %.

**Cisco.** Tiene brotación extremadamente tardía, similar a Franquette . No ha sido evaluada suficientemente en nuestro país. El fruto es pequeño y rinde al descascarado un 46 %. El color de la pulpa es claro, y tiene muy buena soldadura de las valvas. Se la ha utilizado como polinizadora para las variedades tardías como Howard o Chandler.

La producción mundial se destina principalmente a Europa. El principal consumidor per capita es España, con 680 Grs. / Hab. Le sigue Italia con 620 Grs. /Hab.

Junto a España e Italia, Alemania, Francia, Holanda y el Reino Unido lideran el consumo de nuez dentro de la UE.

Si bien España es un país productor, no alcanza a abastecer la demanda nacional, que es relevante debido al grado de incorporación a la dieta que tiene este alimento. Los españoles consumen 3,1 Kgs. de frutos secos por persona y por año, de los que el 82,3 % es consumido en el ámbito doméstico, un 17,3 % por hoteles y restaurantes, y el 0,4 % restante por la demanda institucional.

Aunque existan algunos temas pendientes, de hecho la producción nogalera argentina avanza, puesto que se están realizando plantaciones con estándares de primer nivel que dentro de algunos años podrán competir no sólo con cantidad sino también por calidad.

Se suman a ello las excelentes condiciones agro-ecológicas de las regiones productoras, y el hecho de que la oferta doméstica se registra en contra estación respecto de los principales países productores. Como además se han expandido las superficies implantadas con variedades nuevas, es un hecho que la producción de nuez se afirma como oportunidad de negocio en varias regiones argentinas.

Fuente: Subsecretaría de Agroindustria y Mercados, Dirección Nacional de Agroindustria.



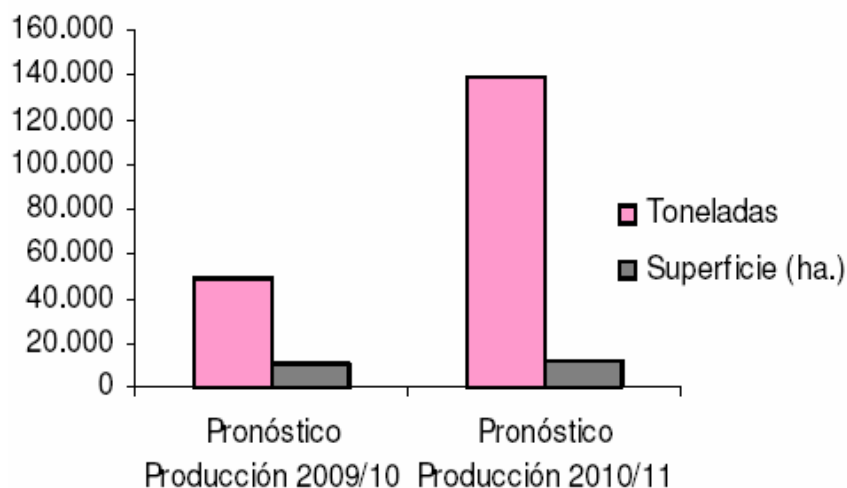
## Ciruela

La Ciruela es la segunda fruta de mayor relevancia en el total de la producción frutícola de Mendoza. El primer lugar corresponde al durazno, con el 38% del total, seguido por la ciruela con el 33%. El tercero y cuarto puestos corresponden a la pera (16%) y a la manzana (13%).

Para la temporada 2010/11, en principio, se estimó una producción de 181.179 toneladas de ciruela destinada a industria. Con posterioridad, el Instituto de Desarrollo Rural de Mendoza de Mendoza (IDR), ajustó esa cifra estimando como último valor para la cosecha 2010/11 una producción de 138.512 toneladas de ciruela para industria y un total de 44.681 toneladas de ciruela seca.

Se estima que la marcada mengua de producción estimada entre el primer y el segundo cálculo tiene origen fisiológico ya que se observó, sobre todo en fincas precarias, la aparición de una fisiopatía relacionada con el calor y el exceso de luz en media estación. No obstante esta circunstancia, si se compara el último pronóstico de producción 2010/11 versus el pronóstico 2009/10, se puede apreciar un incremento del 185%.

### *Pronóstico Producción 2010/11 versus Pronóstico Producción 2009/10*



Fuente: MAGyP, en base a datos del IDR.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

### **Entrega de subsidios al Sector de Ciruela Desexada**

Con el objetivo de aumentar la rentabilidad del aglomerado productivo del sector, La Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, perteneciente al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, a través del Fontar (Fondo Tecnológico Argentino) impulsó proyectos de innovación tecnológica para sectores productivos-industriales en todo el territorio nacional.

En Mendoza, a través del Instituto de Desarrollo Rural (IDR ), el sector de ciruela desecada presentó un proyecto para el “Desarrollo Estratégico Provincial del sector ciruela desecada de Mendoza”. Dentro de este proyecto se hallan comprendidos 4 sub-proyectos, tres de ellos empresariales y uno institucional. Dos de los sub-proyectos empresariales se basan en incorporar innovación tecnológica al sector, por lo que son proyectos financiados por ANR (Aportes no reembolsables).

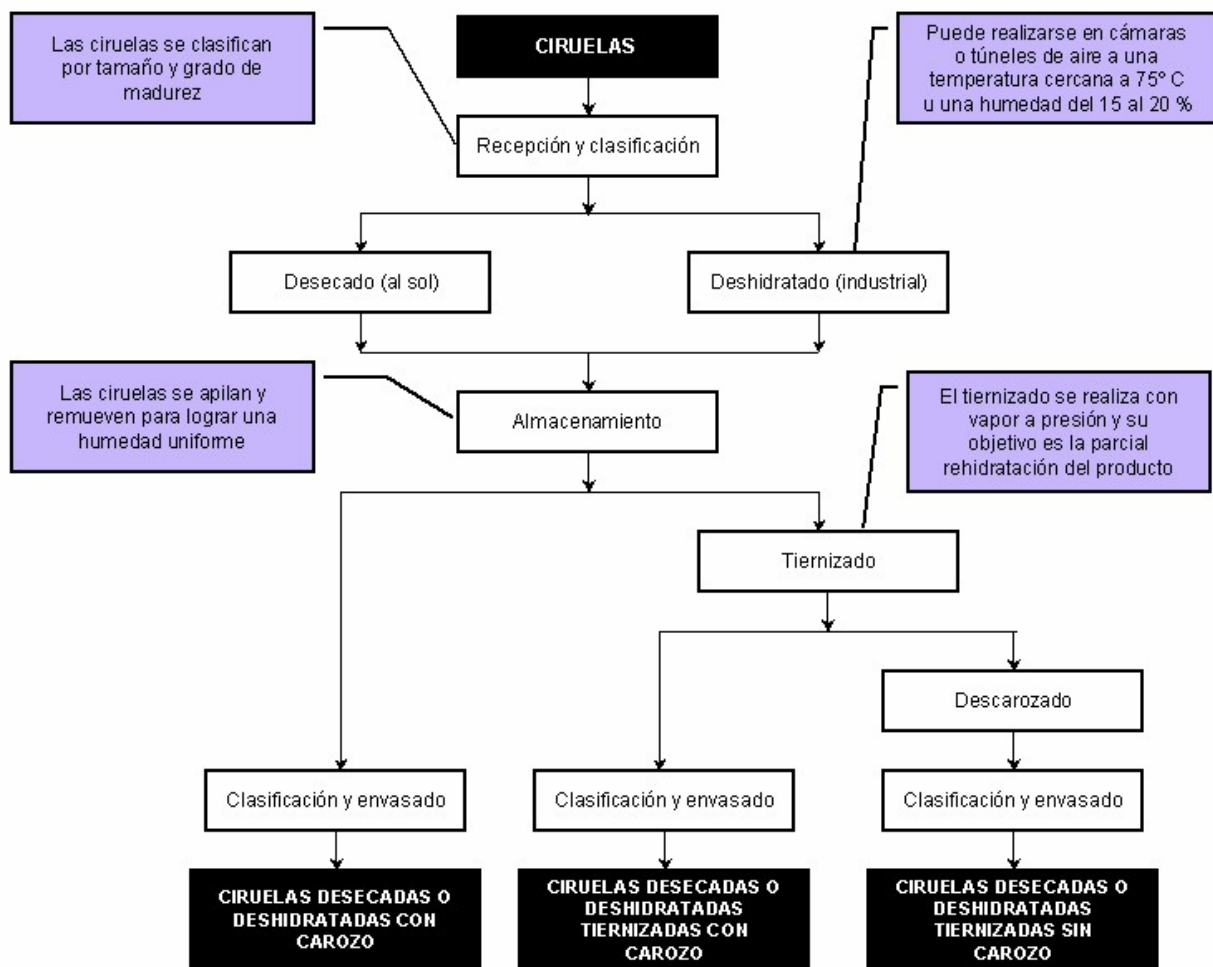
También se presentó un sub-proyecto de “Desarrollo de la planta de industrialización modelo de ciruela”, y por último, el mismo IDR solicitó un crédito destinado a la “Creación de centros de innovación tecnológica para ciruela desecada en los oasis Centro y Sur”, los que darán a apoyo a todo el sector productivo e industrial de la ciruela desecada.

Uno de los trabajos que IDR está llevando a cabo en la actualidad, es la conformación de mesas de trabajo donde participan el Gobierno provincial, el Fondo de Transformación y Crecimiento, empresarios industriales y productores de todo el territorio provincial.

**Fuente:** [www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar)



### Diagrama de proceso productivo de la Ciruela Deshidratada/Desecada





*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

### **Pasas de uva**

Del total de vid producida en 2009 (2.181.567 toneladas), el 2,51% se destinó a la producción de pasas (54.701 toneladas).

Según un informe del United States Department of Agriculture (USDA), la producción argentina de pasas de uva en la cosecha 2009/10 fue de 36.000 toneladas.

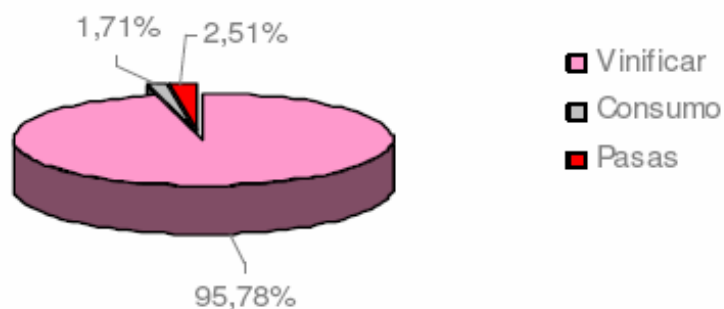
Desde la cosecha 2005/06 a la de 2009/10 se produjo punta a punta un incremento del 50% de la producción. Si bien el 70,31 % de la superficie cultivada con vid en Argentina se encuentra en Mendoza, la mayor cantidad de hectáreas destinadas a pasas se localiza en San Juan.

San Juan es históricamente la principal provincia productora de pasas, cuenta con excelentes condiciones climatológicas, una gran tradición en la producción de dicha fruta seca, capacidad industrial instalada y posee variedades de uvas cultivadas específicas para pasas.

En 2009 del total de su producción de vid (594.198 toneladas) el 9 % fue destinado a la deshidratación (51.182 toneladas). A ese destino debe sumarse la vid proveniente de otras provincias (Mendoza en su mayor proporción, Salta y La Rioja) que totalizó 1.182 toneladas. Durante dicho periodo, el 53% de las uvas producidas en Mendoza con destino a pasas, fue trasladado a la provincia de San Juan para procesarlas. El resto fue elaborado en establecimientos mendocinos.

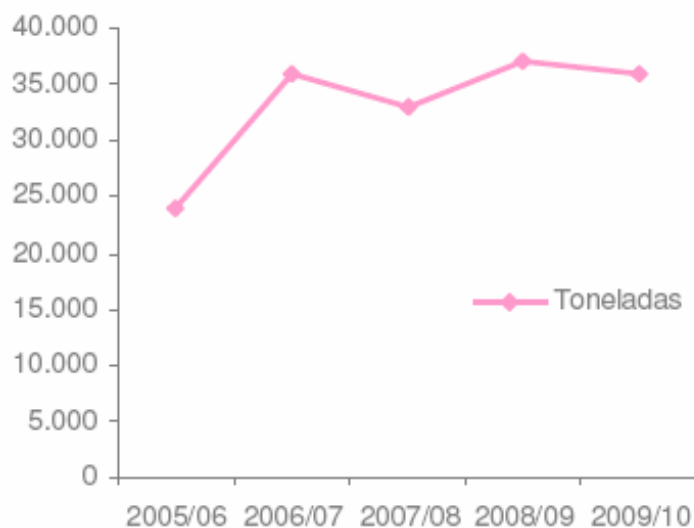


### Destino de la Producción Argentina de Vid Año 2009



Fuente: MAGyP, en base al INV

### Producción Nacional de Pasas de Uva. Cosechas 2005/6 – 2009/10



Fuente: MAGyP, en base a datos del USDA



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**Principales variedades destinadas a  
Pasas de Uva Año 2009**

<b>Variedades</b>	<b>%</b>
<i>Flame Seedless</i>	30,55%
<i>Superior Seedles</i>	21,94%
<i>Arizul (INTA C G 351)</i>	21,25%
<i>Sultanina Blanca</i>	20,89%
<i>Cereza</i>	1,88%
<i>Torrontes Sanjuanino</i>	1,18%
<i>Torrontes Riojano</i>	0,55%
<i>Otras</i>	1,76%

Fuente: MAGyP, en base a datos del INV.

San Juan es la provincia que produce casi el 95% de la pasa de uva argentina. El sector pasero no deja de concretar inversiones en su territorio desde hace cinco años. Se realizaron y realizan proyectos en la extensión de parrales con nuevas variedades, de mayor rinde por hectárea y sin vecerismo (alternancia anual en los volúmenes de cosecha). Hay fuertes inversiones en las plantas de procesamiento de la pasa, con incorporación de tecnología, ampliación y construcción de nuevos galpones.

Fuentes: Diario de Cuyo - INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos - INV, Instituto Nacional de Vitivinicultura - USDA, United States Department of Agricultura - UNComtrade, United Nations Commodity Trade Statistics Database - [www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar)



### **Cítricos:**

El subsector de cítricos de Argentina viene manifestando un continuo crecimiento de su producción y un importante desarrollo de sus exportaciones tanto en fresco como en procesados (jugos y aceites esenciales).

Se debe continuar con los monitoreos de plagas y enfermedades cuarentenarias a efectos de asegurar la calidad de la fruta.

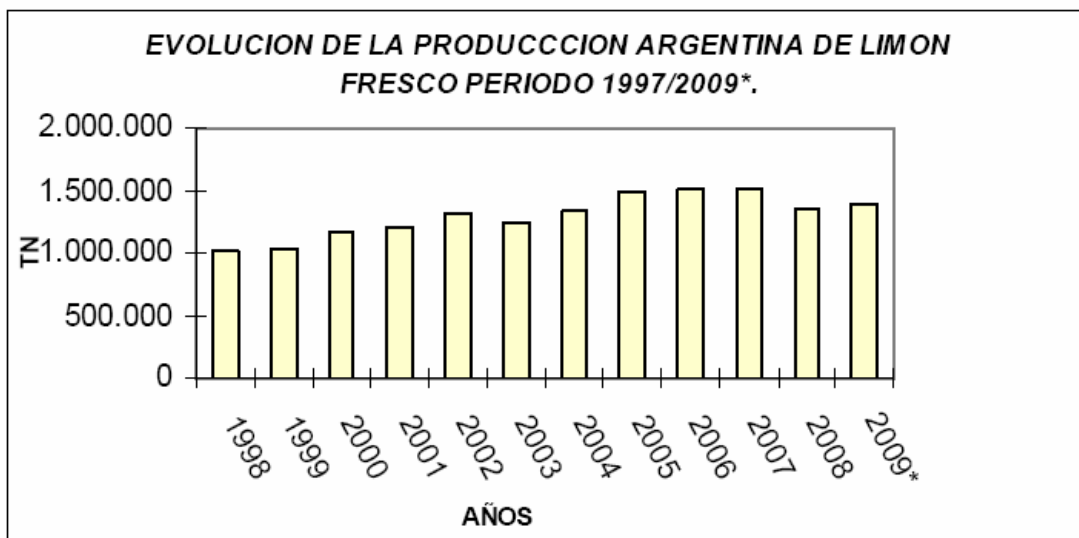
Será cada vez más importante manejar instrumentos de diferenciación, trazabilidad, inocuidad, ecuanimidad, sabor, color, aroma, productos orgánicos y ecoetiquetados, marcas, denominación de origen y responsabilidad social.

El SENASA ha implementado en varias Terminales de Buenos Aires un control previo de cargas, es decir el escaneo de los pallets que deban cumplir con la trazabilidad, para optimizar y cumplir con los acuerdos con la Unión Europea.

Se continuará con el programa de certificación de frutas cítricas de exportación con destino a la UE, basado en un sistema de mitigación de riesgo.

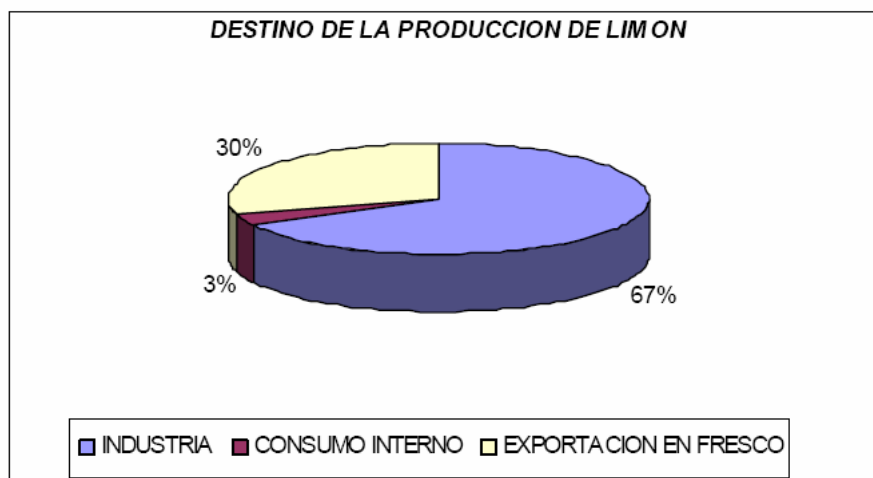
### **Limonos**

Un 87 % de la producción total de limones del país se realiza en Tucumán. Las variedades de limoneros cultivadas son Eureka Frost, Lisboa Frost, Lisboa Limoneira 8-A, etc.



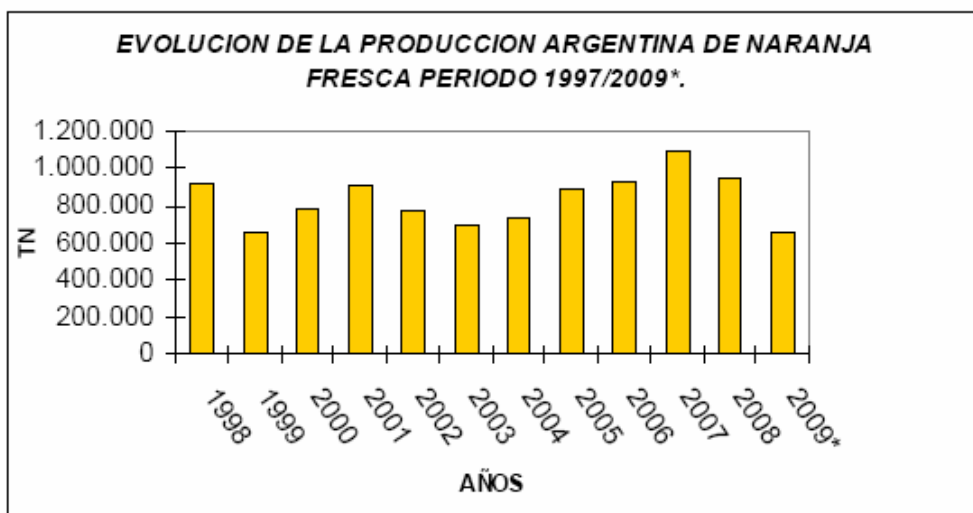


Los limones producidos se destinan en su gran mayoría a la industria, le sigue el mercado en fresco para exportación y una pequeña parte al mercado interno para consumo en fresco



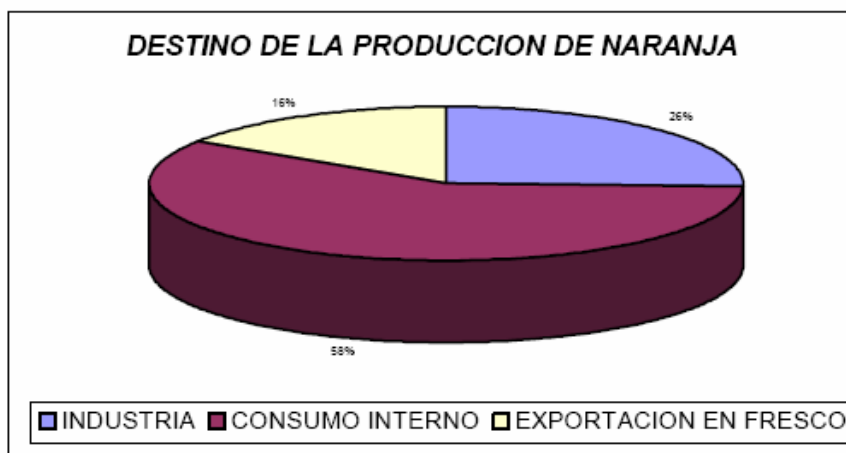
### Naranjas

Se mantiene la tendencia a plantar naranjas tipo Navel de maduración temprana como Navelina y New Hall, le sigue la variedad Valencia Late.



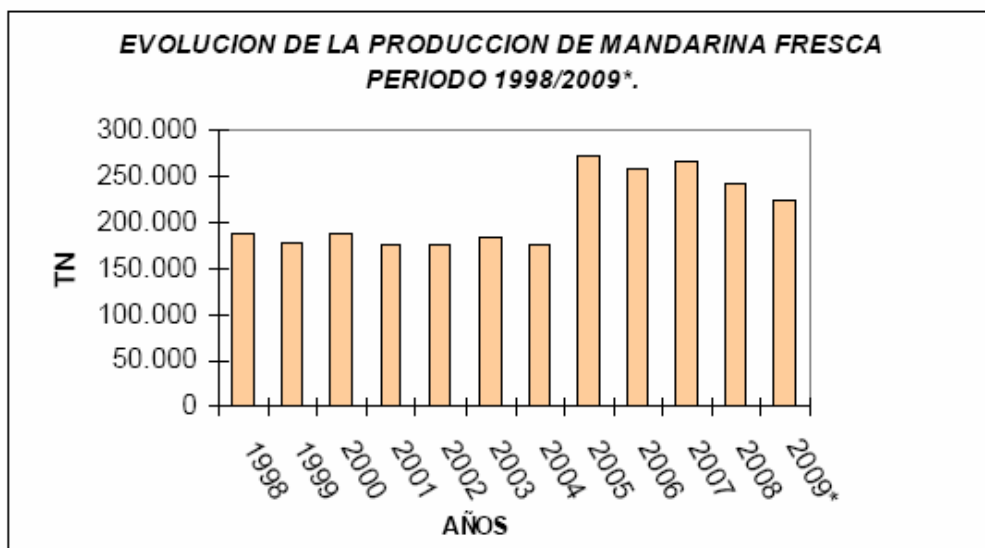


La producción se destinó un 30% a la exportación, con Rusia como primer comprador, siguiéndole la Unión Europea. El resto se volcó al mercado interno, con un porcentaje sin cosechar debido al daño ocasionado por la sequía y bajos precios en fábrica.



### Mandarina

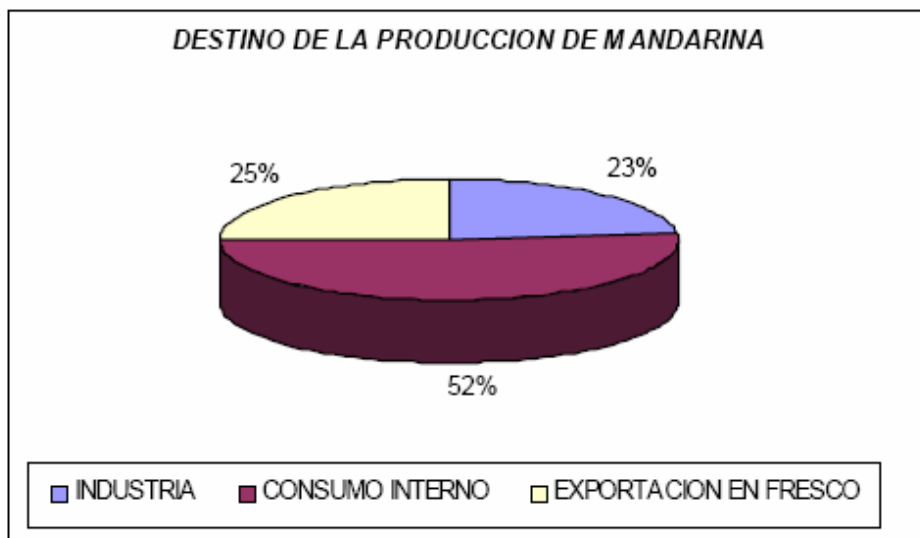
La variedad predominante es la Murcott, seguida por Ellendale y Okitsu. Se observó un calibre de fruto inferior al de la temporada anterior como resultado de las bajas precipitaciones y elevadas temperaturas durante el crecimiento de la fruta.





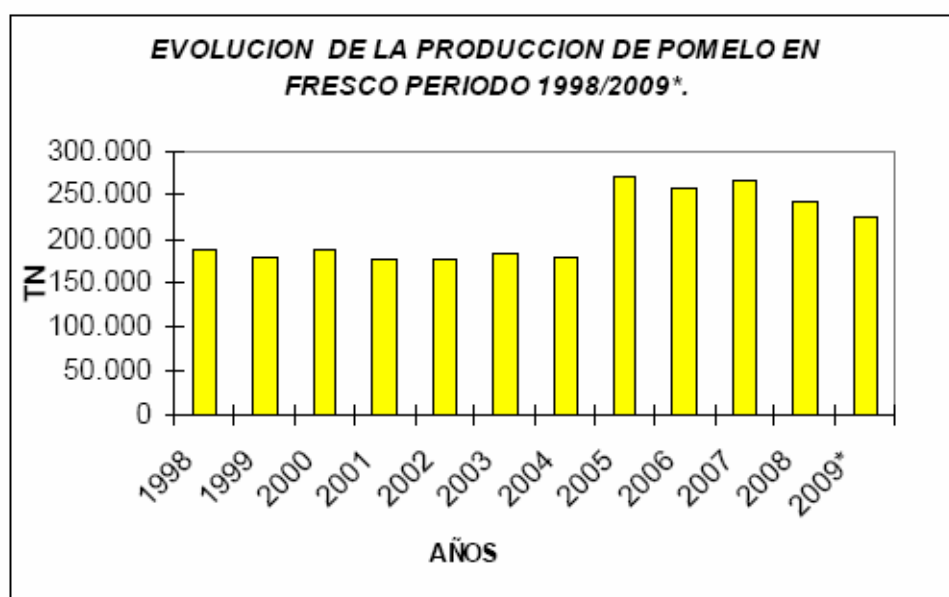
Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Un 60 % se destinó al mercado interno y el resto se repartió entre la industria y un poco más a la exportación.



### Pomelo

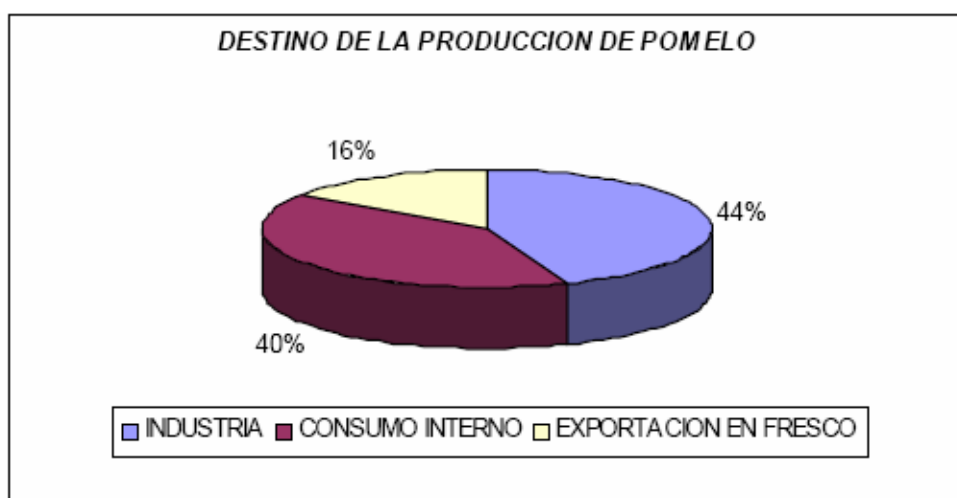
Las variedades predominantes son la Star Ruby Marsh Sedles.





Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

El principal destino de la producción de pomelos en la Argentina es la industria, fundamentalmente la variedad Duncan (blanco con semilla), luego el segundo destino es como fruta fresca en el mercado regional.



### Manzanas y peras

De la producción mundial de frutas, que asciende a 575 millones de toneladas, la de frutas de pepita alcanza un 15 %, es decir unas 86 millones de toneladas; el 7,5 % corresponde a América del Norte y Central y el 5,5% a América del Sur.

De esa producción de América del Sur, Argentina aporta un 41% del total, correspondiéndole un 35% a manzanas y un 66% a peras. Es el tercer productor del Hemisferio Sur de manzana, pero debido a los cambios en la demanda por las variedades bicolor, la aparición de nuevas variedades y reducción en la calidad, le corresponde el cuarto lugar entre los exportadores hemisféricos.

Lo contrario pasa con la pera ya que mientras Argentina es el segundo productor del Hemisferio Sur, asciende al primer lugar como exportador, tanto a nivel hemisférico como mundial. Es la primera fruta entre las exportaciones nacionales.

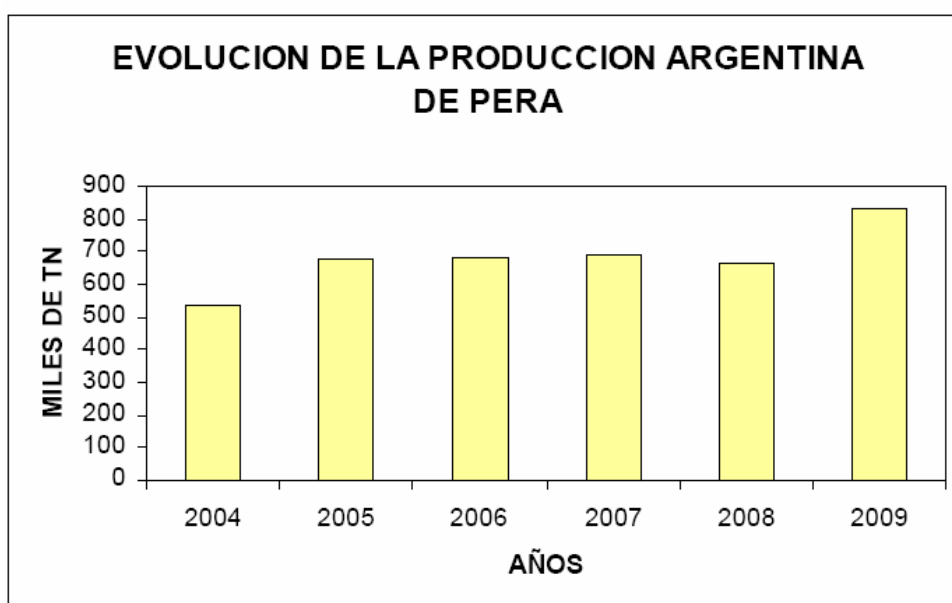
En 2009, la producción de manzanas y peras en el Valle se incrementó en un 12,71%. La producción argentina de manzana se incrementó en un 4,46% con respecto



a la de la campaña anterior. Las principales variedades de manzana que se cultivan son: Red Delicious (80%), Granny Smith (15%) y el restante 5% entre Goleen Delicious, Gala y otras variedades.



La producción argentina de pera aumentó en un 25,33% con respecto a la de la campaña anterior.





*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

La producción de manzana se destina en un 56% al consumo en fresco y 44% a la industrialización. Argentina es el principal exportador de jugo de manzana; del consumo en fresco un 45% se exporta y un 56% se vuelca al mercado interno.

Mientras que el 77% de la producción de pera se destina fundamentalmente al mercado en fresco, el 23% restante se industrializa en forma de jugos concentrados, sidras, etc. De ese consumo en fresco, el 80% se exporta y el 20% restante se destina al mercado interno.

La posición de Argentina a nivel mundial no es relevante en términos absolutos, pero sí es de importancia tener en cuenta sus exportaciones en contraestación al Hemisferio Norte.

Dentro de las exportaciones de frutas frescas nacionales, las peras y manzanas representan el 50% del total nacional.

En el caso de la pera, Argentina hace uso de una ventaja comparativa y competitiva que es la calidad de su variedad Williams y de la atracción que ejerce sobre los consumidores de Europa, que están ansiosos por la frescura de ésta después de consumir las peras de invierno.

**Fuente: Gobierno de la Provincia de Río Negro – Secretaría de Fruticultura**

### **Duraznos y damascos**

La Argentina, que es el mayor productor de duraznos del Mercosur, se encuentra entre los tres mayores oferentes del Hemisferio Sur, y logra que sus productos entren en los mercados septentrionales en contra estación. Las exportaciones de esta fruta han experimentado un incremento importante en los últimos años, ya que además de la oferta a los países del Mercosur, se suman las demandas del Reino Unido, España y de los Países Bajos.

El duraznero se cultiva en regiones climáticas diversas, pero la mayor concentración se presenta en las provincias de Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe, Río Negro y Córdoba. En los últimos años, se han incorporado otras zonas al panorama



productivo como Corrientes y Salta. Estas provincias se han concentrado en el desarrollo de cultivares de maduración temprana y extra-temprana.

Entre los frutales de clima templado, el durazno es uno de los que presenta mayor riqueza varietal y, en la Argentina, se ve potenciado por la gran superficie y tierras con clima que favorece su producción en diferentes momentos del año. Sumado a esto están los grandes y medianos emprendimientos en la producción, que apuntan mayormente a la continua actualización de variedades que coincidan con el gusto del consumidor de diferentes países.

La producción de damascos en promedio en los últimos años se concentra en Mendoza (70%). La mayor parte se comercializa en el sector industrial, no solo para conservas, sino para dulce y mermelada.

La producción de damascos en Mendoza alcanza aproximadamente los 15 millones de kilos.

En Mendoza hay unas 2.200 hectáreas en producción con damasco (las de durazno superan las 20.000) en manos de unos 700 productores.

## **Kiwi**

El kiwi es un fruto muy requerido por los mercados internacionales y hoy compite, en su consumo, con frutas como las peras y las manzanas. Se consume en el hemisferio Norte durante los 12 meses del año y es muy interesante encontrar zonas que lo produzcan, en momentos en que no se produce en el hemisferio norte (contraestación).

El consumo de esta fruta se incrementa a nivel mundial con un ritmo sostenido del 5 % anual gracias a su excepcional sabor y a sus ya conocidas cualidades medicinales. La Argentina produce en contraestación y se destaca por el sabor y la calidad de la fruta.

Las posibilidades de expansión del cultivo del kiwi en la Argentina son positivas según surge de lo analizado en el Seminario sobre Inversión y Producción que organizó la Asociación Argentina del Kiwi y Agroconsultora Plus



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

Argentina produce aproximadamente 3.000 toneladas y consume 8.000; ello implica la importación de 5.600 toneladas de Chile, Italia y Nueva Zelanda, y exporta 600 toneladas a Italia, España y Brasil.

España es el mayor consumidor mundial con 120.000 toneladas al año y solo produce 12.000 tn. siendo abastecido por N.Zelanda, Italia, Chile y Francia.

La demanda internacional para nuestro país proviene de Europa, Asia y América del Norte porque tiene muy buen sabor.

En los últimos años se ha consolidado la producción y cada año entran en producción plantaciones nuevas.

El cultivo del kiwi debió atravesar varios intentos y pruebas en lo que hace a zonas más aptas y manejo del cultivo. Es que su cultivo requiere "tomarle la mano" en cuanto a horas de frío, fertilización y polinización principalmente y en segundo lugar, suelos y riego. En el proceso, se desecharon algunas zonas muy ventosas y aquellas con pocas horas de frío. Al principio se creyó que podría adaptarse en las mismas zonas que el durazno y ciruelos, pero sin embargo se demostró que no responde igual.

Actualmente se cultiva con buen rendimiento en zonas de Mar del Plata, La Plata, Baradero y San Pedro. En cuanto a la calidad del kiwi argentino, se considera muy buena como lo demuestra la demanda del exterior. No obstante, la clave consiste en producir un 90% de la producción de calidad de exportación, tanto para la exportación como para el mercado interno para que el negocio sea seguro.

En cuanto a los rendimientos, todo depende del correcto manejo entre fertilización y polinización. Es la experiencia que viene de Nueva Zelanda, que "inventó" esta fruta luego de traerla de China y la colocó en un plano internacional de consumo masivo. Luego fue Italia que experimentó varios años hasta lograr una excelente calidad y productividad por hectárea.

Nueva Zelanda, Italia y Chile, tienen también su calidad premium, 1ª y 2ª, las tres de calidad exportable.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

Efectivamente, el manejo de las abejas o la polinización manual, requiere de una práctica eficiente así como la fertilización, a tal punto que se ha desarrollado una especialización en materia de nutrición de las plantas.

La conducción es una tecnología que ya está adaptada incluso en el país y no ofrece dificultades; solamente en zonas muy ventosas, se requerirá una cubierta que la proteja. La densidad de la plantación también se adaptará a la estructura del riego, la distribución de plantas machos y hembras y la polinización.

La disponibilidad de viveros de kiwi en el país, adaptados a nuestro clima ya están disponibles.

La demanda del mercado, externo e interno, admite la posibilidad de desarrollar nuevas plantaciones en nuestro país, para empresas productoras e integradas, no así para pequeños emprendimientos o de pequeña escala, más aún, teniendo en cuenta la experiencia del cultivo del arándano.

## **Arandanos**

El mercado del arándano cuenta con un público con alto poder adquisitivo, con hábitos de consumo tradicional arraigados en la sociedad, donde la decisión de compra está dada por factores no económicos, influenciados por activas campañas de difusión de las propiedades saludables del arándano, haciéndolo muy atractivo y solicitado, especialmente por su capacidad antioxidante, frente a los demás frutos y vegetales.-

Más del 40% de la producción de arándanos en el país se concentra en la provincia de Entre Ríos (Concordia) alrededor del 39% en Bs As y más del 11% en la zona pedemontana de Tucumán, el resto corresponde a otras provincias.

Más del 80% de la producción argentina se exporta en fresco y alrededor de un 15% se destina a la industria para la elaboración de dulces, mermeladas y helados, mientras que otro tanto se consume en el mercado interno (supermercados, hoteles, restaurantes y catering).



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

Argentina presenta una ventaja competitiva respecto al resto de los países del hemisferio sur que radica en poder anticipar su cosecha a los meses de octubre y noviembre. De esta manera satisface la demanda en contra estación obteniendo precios mayores.

El rendimiento esperable depende del momento del ciclo productivo de la planta y también de la variedad usada.

Como promedio se podría hablar de:

Highbush: entre 6 – 12 tn/ha en el pico de producción (7 años)

Rabbiteye: entre 8- 13 tn/ha en el pico de producción (7 años)

El arándano entra en producción al tercer año de implantado.

**Fuente: CAPAB Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries**



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

### 3. COMERCIO EXTERIOR

#### 3.1 BALANZA COMERCIAL ARGENTINA

<b>BALANZA COMERCIAL</b>					
	<b>Año 2006</b>	<b>Año 2007</b>	<b>Año 2008</b>	<b>Año 2009</b>	<b>Año 2010</b>
<b>Total general exportaciones del sector</b>	859.055.382	1.062.589.872	1.405.516.873	1.079.433.231	1.175.690.363
<b>Total general importaciones del sector</b>	82.237.457	107.845.364	140.033.910	149.250.153	181.983.757
<b>Saldo comercial</b>	<b>776.817.925</b>	<b>954.744.508</b>	<b>1.265.482.963</b>	<b>930.183.078</b>	<b>993.706.606</b>

Fuente CEI en base a INDEC

La balanza comercial argentina del sector de frutos comestibles ha sido continuamente superavitaria en el período analizado (años 2006 a 2010).

A pesar de que las importaciones han aumentado constantemente entre estos años, y crecieron en promedio más del doble con respecto a las exportaciones, los montos exportados han sido superiores durante todo el quinquenio bajo análisis. En 2008 las exportaciones tuvieron una caída del 23%, luego de registrar, en ese año, su pico máximo de U\$S 1.400 millones. En 2010 comienzan ya a recuperarse con un incremento del 9%.



### 3.2. EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR

#### EXPORTACIONES ARGENTINAS DE FRUTOS COMESTIBLES POR POSICIÓN ARANCELARIA EN US\$ FOB

Fuente CEI en base a INDEC

Producto	Descripción	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<b>Total general</b>		<b>859.055.382</b>	<b>1.062.589.872</b>	<b>1.405.516.873</b>	<b>1.079.433.231</b>	<b>1.175.690.363</b>
08082010	Peras frescas	210.693.350	271.161.734	339.839.740	338.808.284	332.769.779
08055000	Limonos	121.668.960	169.734.448	388.016.516	153.686.669	191.466.460
08081000	Manzanas frescas	116.649.307	158.426.701	175.395.839	146.351.743	139.040.620
08104000	Arándanos y otros frutos del género vaccinium frescos	46.195.949	62.775.610	66.715.350	77.733.576	115.073.682
08052000	Mandarinas	45.102.696	62.138.883	73.931.422	85.335.377	90.530.281
08061000	Uvas frescas	73.712.462	62.065.041	88.730.113	58.949.474	71.090.079
08051000	Naranjas	59.776.769	81.154.310	71.566.738	54.322.133	62.143.344
08062000	Uvas secas incluidas las pasas	24.481.280	36.858.064	41.028.430	32.381.563	46.863.136
08132020	Ciruelas secas s/carozo	53.747.091	41.601.926	37.618.879	36.064.328	34.249.772
08132010	Ciruelas secas,c/carozo	25.657.895	21.182.053	20.360.158	25.233.819	16.861.435
08111000	Frutillas(fresas)congeladas	20.099.069	21.889.340	21.310.933	13.063.077	13.898.071
08119000	Frutas ncop.congeladas	4.077.583	7.231.997	5.995.953	3.030.671	11.691.746
08094000	Ciruelas y endrinas frescas	15.377.784	14.948.533	14.473.846	11.246.596	10.090.207
08092000	Cerezas frescas	6.929.879	7.683.998	8.073.835	7.463.813	9.524.969
08093010	Durazno fresco	7.098.072	7.242.611	5.549.396	5.415.948	5.631.998
08054000	Toronjas o pomelos	8.040.176	12.941.184	19.747.095	9.568.251	5.365.530
08093020	Griñones y nectarinas frescos	3.814.149	4.123.152	4.506.487	3.279.364	4.536.801
08023100	Nueces de nogal c/cáscara	1.695.819	1.934.322	3.061.754	2.587.861	4.518.404
08133000	Manzanas secas	4.063.239	4.676.007	6.945.078	4.150.069	3.458.226
08134010	Peras secas	1.797.758	2.753.544	2.616.616	2.113.024	1.715.684
08023200	Nueces de nogal s/cáscara	258.854	545.104	1.930.887	814.068	1.259.398
08134090	Frutas ncop.secas	1.670.882	2.678.565	1.890.280	1.337.616	1.106.681
08042010	Higos frescos	203.894	269.031	491.338	256.114	461.404
08025000	Pistachos	0		91.947	381.666	396.111
08091000	Damascos o albaricoques frescos	227.602	411.830	378.128	44.724	337.465
08112000	Frambuesas,zarzamoras,moras,moras-frambuesas y grosellas congeladas	438.838	472.829	438.174	608.536	280.886
08131000	Damascos secos	1.535.963	1.597.285	1.695.076	1.244.801	276.034
08105000	Kiwis frescos	274.377	213.282	755.151	158.644	266.400
08140000	Cortezas de citrus,melones o sandías,conservadas provisionalmente	8.500	754.209	297.213	135.651	132.384
08011110	Cocos secos s/cáscara	1.725	2.696	2.289	3.857	108.268
08101000	Frutillas(fresas)frescas	159.813	95.190	92.210	29.880	100.164



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**EXPORTACIONES ARGENTINAS DE FRUTOS COMESTIBLES POR POSICIÓN ARANCELARIA  
EN U\$S FOB**

Fuente CEI en base a INDEC

Producto	Descripción	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
08109000	Otros frutos frescos ncop.	54.456	59.813	46.544	48.042	76.293
08059000	Otros citrus ncop.	56.200	46.888	122.525	32.832	70.053
08082020	Membrillo fresco	123.317	135.167	98.572	79.947	51.349
08121000	Cerezas conservadas provisionalmente	370.601	193.363	122.813	42.500	49.375
08071900	Melones frescos	509.362	189.859	68.830	53.934	47.406
08029000	Otros frutos de cáscara ncop.				26	40.931
08044000	Paltas(aguacates)	2.207.146	2.188.264	1.245.544	3.219.570	37.160
08071100	Sandías frescas	67.983	79.373	35.373	24.920	30.784
08042020	Higos secos	25.906	58.310	12.800	12.416	19.800
08045020	(*)Dátiles, higos, piÑas tropicales (ananas), aguacates (paltas)*, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos			1.350		10.099
08102000	Frambuesas,zarzamoras,moras y moras-frambuesa frescas	15.124	1.768	5.768		8.188
08135000	Mezclas de frutos,secos o de frutos de cáscara	94.720	65.023	165.413	86.903	2.456
08012100	Nueces de brasil c/cáscara				1.920	1.050
08011900	Cocos excluidos secos	0				
08021200	Almendras s/cáscara	140		32.320	277	
08022100	Avellanas c/cáscara				28.633	
08022200	Avellanas s/cáscara	29.962				
08024000	Castañas(castanea spp.)		65			
08030000	Bananas o plátanos,frescos o secos	40.559	4.858	12.150	114	
08041010	Dátiles frescos	18				
08043000	Ananás(piÑas)		3.642			
08103000	Grosellas,incluido el casis,frescas	153				



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

### EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR DESTINO EN U\$S FOB

Fuente CEI en base a INDEC

PAISES	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<b>Total general</b>	<b>859.055.382</b>	<b>1.062.589.872</b>	<b>1.405.516.873</b>	<b>1.079.433.231</b>	<b>1.175.690.363</b>
Brasil	143.863.777	170.434.421	211.570.467	206.322.446	249.348.882
Rusia	169.027.393	203.021.259	284.010.614	179.625.768	204.432.107
Países Bajos	99.189.843	127.861.944	194.271.343	138.007.594	157.604.378
Estados Unidos	83.866.494	115.086.744	97.721.616	102.833.301	121.438.026
Italia	56.985.083	67.214.064	114.623.737	83.402.354	75.525.474
España	42.412.213	53.984.597	105.183.704	59.501.189	65.238.193
Reino Unido	32.984.383	36.807.906	45.369.561	42.770.021	45.116.051
Bélgica	62.425.586	48.245.959	60.300.490	47.929.298	27.073.425
Argelia	5.284.526	13.694.516	17.664.810	31.691.034	21.932.046
Canadá	12.789.523	16.900.437	17.463.150	14.936.273	19.865.035
Alemania, Rep.	11.202.591	14.610.490	18.968.759	13.665.855	15.231.635
Grecia	14.227.957	18.546.185	29.524.072	18.213.038	13.966.846
Indonesia	2.858.144	6.504.215	4.595.581	5.664.729	12.249.408
Portugal	11.305.264	14.351.068	17.857.461	12.705.878	12.039.079
Suecia	8.250.102	9.577.804	11.544.322	7.510.187	9.729.547
Ucrania	12.243.756	18.138.141	29.564.476	12.839.076	9.443.707
Francia	12.122.265	19.193.480	16.806.042	14.360.535	9.388.280
México	9.716.391	13.973.389	7.621.120	4.743.369	7.267.072
Noruega	5.329.339	4.599.924	5.012.802	5.640.139	5.809.631
Hong Kong Rae	1.741.670	5.435.985	4.333.899	3.074.809	5.242.721
Filipinas	2.886.764	5.298.407	5.311.985	6.362.864	5.241.856
Emiratos Árabe	1.701.546	2.727.649	2.968.715	3.116.795	5.117.778
Singapur	1.136.408	2.519.186	1.971.865	2.407.012	4.535.439
Bolivia	1.942.337	2.672.776	2.642.901	3.530.907	4.475.639
Lituania	2.093.096	2.329.606	3.743.952	4.423.743	3.990.719
Chile	4.241.157	4.824.394	4.244.940	1.896.709	3.614.997
Arabia Saudita	2.045.849	1.718.725	3.292.767	2.227.182	3.566.894
Malasia	2.056.964	3.420.166	2.595.927	2.452.043	3.475.680
Polonia	7.544.523	7.618.959	12.151.669	6.000.970	3.449.088
Dinamarca	2.156.214	2.486.526	5.032.871	4.578.281	3.247.834
Paraguay	879.839	1.159.806	2.511.385	2.419.445	3.001.098
Colombia	827.609	1.363.858	940.858	495.541	2.784.406
Perú	16.464	167.579	462.597	1.526.603	2.495.554
Libia	396.246	896.164	1.008.434	2.351.128	2.270.135
Bangladesh	20.698	29.562	118.715	911.598	2.130.794
Rumania	2.843.779	2.667.753	6.838.679	1.054.322	1.976.688
Albania	122.675	674.743	471.629	2.576.698	1.947.548
República Domi	1.110.068	1.150.964	1.333.979	1.248.880	1.707.653
Uruguay	1.023.567	1.005.295	2.247.825	1.422.800	1.659.885



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR DESTINO  
EN U\$S FOB**

Fuente CEI en base a INDEC

PAISES	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
Finlandia	635.380	878.031	1.168.234	1.234.104	1.527.781
China	5.585.269	4.397.215	3.435.932	2.047.606	1.479.334
Croacia	853.730	1.283.999	3.036.831	682.101	1.428.971
Taiwan Provinc	953.729	1.392.410	1.221.122	1.534.988	1.381.936
Japón	644.241	1.448.657	765.741	680.739	1.377.670
Australia	787.643	1.579.381	2.386.429	800.988	1.223.157
Irlanda	611.019	852.002	1.116.114	1.060.673	1.207.034
Georgia	8.640	247.308	406.480	277.334	1.164.255
Letonia	746.677	561.522	1.371.426	1.060.327	1.159.203
República Checa	410.110	396.631	563.327	534.406	962.507
Chipre	648.189	1.180.999	2.307.005	1.030.165	946.904
Bielorrusia	212.752	2.478.578	1.379.111	882.404	798.222
Serbia		3.758.919	8.978.219	684.510	798.023
Turquia	113.484	342.021	1.855.017	259.725	747.272
Venezuela	1.788.522	3.477.356	4.047.829	1.289.420	713.825
Costa Rica	695.955	730.232	562.234	359.353	661.392
Panamá	583.348	421.394	649.450	202.182	531.472
Angola	534.108	247.453	12.936		510.369
Bulgaria	779.149	104.018	419.986	189.056	493.339
Egipto	1.530.103	1.083.253	992.271	649.879	459.003
Bahrein	256.719	210.111	202.123	283.287	455.437
Kuwait	267.260	311.041	600.857	311.867	433.260
Suiza	255.076	977.430	268.924	315.073	420.018
Qatar		111.564	154.808	60.829	411.819
Tailandia	17.481	75.100	99.304	88.590	409.826
Puerto Rico (E	421.427	447.916	542.294	281.733	403.633
Terr. Españole				171.210	384.971
Eslovaquia				214.605	358.976
Islandia	301.927	566.298	682.346	522.742	322.975
Vietnam	23.824	798.784	69.405	346.295	305.647
Nueva Zelanda	246.211	344.423	394.198	391.375	301.257
Malta	451.484	443.991	307.658	312.290	283.526
Kazajstán	4.020	93.924	38.832	46.318	283.424
Estonia	200.258	439.797	184.301	131.366	242.401
Montenegro		2.695.147	2.478.988	835.981	231.035
Hungría	148.702	41.004	131.032	84.105	213.629
Guatemala	72.723	115.870	176.602	202.318	211.099
Trinidad y Tob	171.410	195.117	348.636		204.773
Antillas Holan	37.952	156.324	109.752	124.113	194.638
Honduras	14.328	99.368	130.456	101.850	164.151
República De Y	102.974	132.867	152.145	205.266	149.506



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR DESTINO  
EN U\$S FOB**

Fuente CEI en base a INDEC

PAISES	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
Jamaica	57.273	119.885	64.000	109.251	147.555
Bosnia Herzego		135.075	512.805	89.682	140.849
Azerbaiján	47.150	25.600	95.487	89.774	127.746
El Salvador	73.308	112.176	33.552	135.359	116.950
SudÁfrica	35.190	824.675	462.738	220.494	74.374
Omán	33.000	95.117	377.984	88.680	64.692
Benin		55.436		10	59.976
Sierra Leona					51.190
Terr. Francese	10.196	27.520	60.131	78.224	47.059
Austria	336.934	476.580	720.459	84.885	41.932
Suriname					28.377
Sudán	16.000	14.872	88.560		25.745
Israel	499.590		17.011	428.835	23.600
Armenia		23.126	68.006		19.278
Mauritania		21.756			16.170
Irán	12.800		15.262		16.132
Marruecos	146.413	36.828		266.580	15.360
Cabo Verde	283	7.406	32.361	884	14.417
Aruba	19.661			9.000	13.707
Eslovenia	1.566.915	2.223.807	4.975.644	690.937	12.800
Senegal	30.106	62.455	4.188	6.000	11.560
Líbano		13.440	32.723		11.148
Jordania		11.904	109.561	64.266	10.400
India			51.370	5.129	7.130
Cuba	47.134	98.654	89.726	7.014	3.165
ZF Punta Arena	78	91	109	72	100
Corea Repúblic	29.406	34.630	21.001	13.587	53
Bahamas				25.164	
Barbados	49.675				
Costa De Marfil		31.921			
Gabón		12.177			
Kirguistán				9.639	
Liberia			12.642	50.098	
Luxemburgo			23.479		
Macedonia	266.086	69.120			
Moldova	210.105	23.520		28.080	
Túnez	93.164				
Yugoeslavia (S	1.486.988				



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

En un primer análisis, se observa que las exportaciones de frutos comestibles han aumentado hasta 2009, año en el cual se produjo una caída de alrededor del 23% respecto al año 2008 como consecuencia de la crisis económica mundial. En este último año citado, las exportaciones arrojaron su cifra máxima del periodo analizado que fue de más de U\$S 1.400 millones. Ya en 2010 comienzan a recuperarse con un incremento del 9% alcanzando más de U\$S 1.175 millones. De esta manera, podemos observar que las ventas externas argentinas de frutos comestibles se han incrementado en el quinquenio 2006-2010 en un 37% ya que, al inicio de este periodo, las mismas eran de solo U\$S 860 millones.

Si se consideran los principales productos exportados durante el año 2010 se pueden destacar los siguientes: en primer lugar con la P.A. 08082010 NCM, las Peras frescas con exportaciones que en 2006 alcanzaron montos de más de u\$s 210 millones, pasando a algo más de u\$s 330 millones en 2010 y mostrando así un crecimiento de aproximadamente el 60% entre esos años.

En segundo lugar se encuentran los Limones, P.A. 08055000 NCM, de los cuales se exportaron en 2006 más de u\$s 120 millones y en 2009 u\$s algo más de 190 millones con lo cual las ventas de este producto se incrementaron casi un 60% en el quinquenio analizado y en promedio anual mostraron un crecimiento del 33%.

En tercer lugar se encuentran las Manzanas frescas de la partida arancelaria 08081000 MCM de las cuales se registran ventas en 2006 por valores de más de u\$s 116 millones aumentando en 2010 a u\$s 140 millones lo cual representa en el quinquenio un incremento de alrededor del 20%.

Siguen en cuarto lugar, los Arándanos y otros frutos del género *vaccinium* frescos, P.A. 08104000 NCM, con un incremento importante en el periodo analizado de casi el 150% ya que las ventas externas de estos productos pasaron de algo más de u\$s 46 millones en 2006 a superar los u\$s 115 millones en 2010. El crecimiento promedio interanual de estas exportaciones fue en el quinquenio del 27%.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

Finalmente, en quinto lugar, se ubican las Mandarinas, P.A. 08052000 NCM, con un incremento en el quinquenio superior al 100% ya que los valores exportados al inicio del mismo, en 2006, fueron de algo más de u\$s 45 millones y en 2010 estos ascienden a u\$s 90,5 millones. En el caso de las mandarinas el crecimiento promedio anual de sus exportaciones fue del 20%.

Los principales destinos de exportación de frutos comestibles, durante el año 2010 fueron: Brasil (21,21%), Rusia (17,39%), Países Bajos (13,41%), Estados Unidos (10,33%) e Italia (6,42%).

Estos cinco primeros países concentraron casi el 70% de las ventas externas de frutos comestibles. Sin perjuicio de ello, las ventas externas de estos productos son dirigidas a una variedad muy amplia de países, demostrando así la gran diversificación de mercados que han sabido conquistar las empresas argentinas.

Asimismo, vale destacar el comportamiento reciente de algunos otros destinos que han mostrado una dinámica notable, como son los casos de Perú, Colombia, Bangladesh y Albania, en donde se verifica un aumento significativo de las compras argentinas.

Más allá de los números agregados, un análisis más detallado de los principales países de destino de las exportaciones argentinas de frutos comestibles puede brindar datos significativos.

#### **Brasil:**

Las ventas argentinas de frutos comestibles a Brasil en 2010 fueron de casi u\$s 250 millones, mientras que en 2006 las mismas ascendían a casi u\$s 144 millones, lo cual muestra un incremento de más del 73% año contra año. Dicho incremento representó un aumento interanual promedio de aproximadamente un 15%.

#### **Rusia:**



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Las exportaciones argentinas a este país pasaron de casi u\$s 170 millones en 2006 a más de u\$s 200 millones en 2010, arrojando así un incremento en el quinquenio analizado del orden del 20%.

#### **Países Bajos:**

Las ventas a este mercado pasaron de aproximadamente u\$s 100 millones en 2006 a casi u\$s 160 millones en 2010, arrojando una tasa de crecimiento en este periodo de alrededor del 60%, esto significó un aumento interanual promedio de casi un 17%.

#### **Estados Unidos:**

Las exportaciones argentinas de frutos comestibles a Estados Unidos aumentaron alrededor de un 45%, pasando de casi de u\$s 84 millones en 2006, a aproximadamente u\$s 121 millones en 2010 con un crecimiento promedio interanual en el periodo bajo análisis de más del 11%.

#### **Italia:**

Las ventas a este país han aumentado el quinquenio 2006 – 2010 aproximadamente un 33% pasando de casi u\$s 57 millones en 2006 a más de u\$s 75 millones en 2010, y creciendo en promedio año contra año alrededor de un 13%.

En general, podemos resaltar el crecimiento sostenido de las ventas externas de frutos comestibles a lo largo del quinquenio 2006-2010 interrumpido en la mayoría de los casos solo en el año 2009, debido a la crisis que se desencadenó durante el 2008, Podemos ver que en promedio, años contra año, las exportaciones a casi todos los destinos analizados han crecido por encima del 10%.



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

### 3.3. Importaciones argentinas del Sector

#### IMPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR POSICIÓN ARANCELARIA EN U\$S CIF

Fuente CEI en base a INDEC

Producto	Descripción	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<b>Total general</b>		<b>82.237.457</b>	<b>107.845.364</b>	<b>140.033.910</b>	<b>149.250.153</b>	<b>181.983.757</b>
08030000	Bananas o plátanos, frescos o secos	59.314.706	75.911.524	100.832.616	106.654.626	114.377.138
08044000	Paltas (aguacates)	1.108.248	2.644.134	3.670.384	3.566.625	10.742.385
08021200	Almendras s/cáscara	4.078.115	5.583.378	5.897.241	3.997.785	10.275.816
08105000	Kiwis frescos	3.607.694	4.702.657	5.610.127	7.372.366	8.584.747
08055000	Limonos	4.326	17.713	156.507	2.816.257	4.751.611
08011110	Cocos secos s/cáscara	2.391.873	3.873.594	4.040.427	3.572.310	4.360.105
08132010	Ciruelas secas, c/carozo	61	1.615.169	410.867	150.625	3.806.108
08023200	Nueces de nogal s/cáscara	1.532.609	999.782	512.616	1.532.707	3.673.960
08043000	Ananás (piñas)	1.995.099	3.029.843	3.272.556	4.111.501	3.525.622
08013200	Nueces de cajú s/cáscara	781.435	1.243.952	1.156.295	1.691.794	2.258.665
08081000	Manzanas frescas	84.166	18.346	624.966	953.395	1.830.760
08061000	Uvas frescas	884.134	1.300.694	2.638.642	2.272.082	1.346.333
08054000	Toronjas o pomelos	541.031	801.261	1.099.651	1.323.611	1.277.506
08045020	(*)Datiles, higos, piñas tropicales (ananas), aguacates (paltas)*, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	581.354	514.101	795.867	1.031.585	1.200.016
08112000	Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesas y grosellas congeladas	857.535	807.361	1.003.422	1.047.289	1.035.441
08111000	Frutillas (fresas) congeladas	9.392	112.615	491.746	37.089	802.197
08022200	Avellanas s/cáscara	427.487	493.782	596.961	438.421	768.722
08071100	Sandías frescas	176.565	317.733	689.911	701.434	651.535
08051000	Naranjas	355.250	484.074	1.456.102	390.268	619.578
08133000	Manzanas secas	173.595	246.622	250.240	720.425	600.218
08023100	Nueces de nogal c/cáscara	289.557	243.491	305.401	89.975	558.898
08119000	Frutas ncop. congeladas	651.151	490.037	762.676	371.422	541.150
08121000	Cerezas conservadas provisionalmente	15.551	19.331	637.103	95.701	449.950
08042020	Higos secos	298.679	195.320	154.166	503.567	433.149
08072000	Papayas frescas	96.707	95.308	149.915	458.233	344.556
08131000	Damascos secos	110.323	92.098	253.261	164.501	319.394
08041020	Dátiles secos	186.633	195.156	164.764	156.812	283.806
08021100	Almendras c/cáscara	207.442	131.062	71.960	234.576	273.124
08094000	Ciruelas y endrinas frescas	6.952	168.323	709.796	555.405	236.634
08025000	Pistachos	16.044	25.161	29.019	112.779	184.930
08012200	Nueces de brasil s/cáscara	45.648	98.643	191.538	108.164	183.335



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**IMPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR POSICIÓN ARANCELARIA  
EN U\$S CIF  
Fuente CEI en base a INDEC**

Producto	Descripción	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
08071900	Melones frescos	36.487	121.937	111.676	155.260	169.439
08082010	Peras frescas	48.665	63.802	33.632	99.107	168.924
08101000	Frutillas(fresas)frescas		34.727	18.214	5.173	157.952
08140000	Cortezas de citrus,melones o sandías,conservadas provisionalmente	150.289	245.480	180.125	147.568	142.012
08022100	Avellanas c/cáscara	93.824	41.620	74.383	53.440	130.842
08011190	Cocos secos c/cáscara	43.476	49.445	104.719	155.475	130.098
08134090	Frutas ncop.secas	176.817	108.105	133.449	187.403	126.977
08135000	Mezclas de frutos,secos o de frutos de cáscara	34.731	25.874	66.972	37.696	125.620
08093020	Griñones y nectarinas frescos	5.935	9.375	61.585	71.049	100.461
08092000	Cerezas frescas	56.010	218.852	98.409	80.007	68.118
08109000	Otros frutos frescos ncop.	31.625	26.763	28.013	64.375	62.867
08093010	Durazno fresco	71.729	13.003	46.142	71.236	57.039
08062000	Uvas secas incluidas las pasas	292	46.631	82.240	95.819	49.878
08129000	Otros frutos ncop.conservados provisionalmente				117	39.030
08041010	Dátiles frescos		2.984	10.811	1.470	38.783
08091000	Damascos o albaricoques frescos	202.089	238.330	140.350	115.889	29.610
08029000	Otros frutos de cáscara ncop.	11.194	44.367	100.566	39.787	24.321
08132020	Ciruelas secas s/carozo	340.138			509.523	23.568
08052000	Mandarinas		33.923	12.585	68.101	22.941
08104000	Arándanos y otros frutos del género vaccinium frescos	70	63			17.066
08024000	Castañas(castanea spp.)	64	254			770
08134010	Peras secas		12.378		15.041	52
08011900	Cocos excluidos secos	123	14.980			
08012100	Nueces de brasil c/cáscara	104.360	19.578	86.565	40.434	
08013100	Nueces de cajú c/cáscara				51	
08026000	Nueces de macadamia			25		
08045010	(*)Guayabas	177		5.088	2.802	
08059000	Otros citrus ncop.		628			
08082020	Membrillo fresco			1.618		



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**IMPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR ORIGEN  
EN U\$S CIF  
Fuente CEI en base a  
INDEC**

País	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<b>Total general</b>	<b>82.237.457</b>	<b>107.845.364</b>	<b>140.033.910</b>	<b>149.250.153</b>	<b>181.983.757</b>
Ecuador	43.142.712	60.397.240	82.846.126	84.935.534	92.606.788
Chile	9.938.822	14.967.049	19.085.101	21.578.557	40.746.620
Brasil	10.371.118	11.200.239	11.217.601	15.595.709	14.685.326
Bolivia	9.782.033	9.941.822	12.009.845	13.913.393	14.361.416
Estados Unidos	1.447.774	1.150.009	860.598	1.049.841	3.130.727
Italia	1.406.560	1.585.704	1.603.644	2.193.132	2.983.665
Indonesia	1.522.209	2.932.729	2.850.275	2.123.777	2.944.723
Paraguay	956.008	1.232.109	2.250.220	1.606.260	2.370.293
Argentina	666.716	927.694	269.700	950.144	2.091.179
Vietnam	240.581	333.874	300.238	746.919	1.043.860
Turquia	705.187	576.651	742.647	785.538	960.253
Israel	198.032	468.284	889.656	652.952	642.621
México	55.633	204.228	791.178	313.127	593.357
España	127.517	219.297	288.156	232.062	554.799
Nueva Zelanda	263.581	343.397	717.090	668.144	554.400
Filipinas	305.929	164.962	306.805	272.522	240.884
Polonia	288.471	224.311	353.969	273.363	221.576
India	120.284		3.900	193.250	201.039
China	24.765	78.669	313.080	50.167	184.401
Alemania, Rep.	51.551	24.770	71.667	39.170	154.815
Egipto	107.324	66.651	79.774	99.564	144.479
Perú			31	62	140.388
Sri Lanka	299.454	404.884	506.802	233.067	85.652
Reino Unido	64				82.123
Uruguay	91.794	119.215	61.557	143.435	67.420
Tailandia	15.054	31.088	61.400	64.489	49.511
Costa Rica		1.171	1.284.231	286.216	33.649
Indeterminado					32.470
Grecia					27.535
Singapur	16.352	35.822	34.809	121.237	19.352
Francia	1.873				10.620
Panamá	33				8.000
Bélgica	5	1.223	21.670	13.638	4.363
Túnez	10.802	2.984	35.458	1.470	3.613
SudÁfrica			19.879	2.005	831
Taiwan Provinc				72	679
Corea Repúblic		254			240
Malasia					87
Colombia		53		12	3
Afganistán	51				



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

**IMPORTACIONES ARGENTINAS DEL SECTOR POR ORIGEN  
EN U\$S CIF  
Fuente CEI en base a  
INDEC**

País	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
Australia	52	80			
Canadá	1.329	271	5.372		
Costa De Marfil			398	292	
Hungría	3.842				
Irán	13.648				
Islandia	57				
Líbano	26.968	68.320	108.211	65.313	
Lituania	19.081	54.485			
Marruecos	6				
Países Bajos	2.745	95			
Paquistán	62				
Portugal				36.766	
República Checa		85.666	42.822		
Serbia		64		8.954	
Yugoeslavia (S	11.378				

En cuanto a las importaciones de frutos comestibles, al igual que en el caso de las exportaciones, han mostrado un aumento sostenido durante el quinquenio 2006-2010, lo que se tradujo en un incremento del volumen importado de más del 120% en un análisis punta a punta, habiendo pasado de un valor de US\$ 82,2 millones a casi US\$ 182 millones.

El principal producto que la Argentina importó en 2010 fue bananas o plátanos frescos o secos P.A. 08030000 NCM con casi el 63% del total de las importaciones del sector. Las compras de estos productos tuvieron un crecimiento en este quinquenio del 93% ya que pasaron de importarse por U\$S 59,3 millones en 2006 a hacerlo por U\$S 114,3 millones en 2010. En segundo lugar encontramos las paltas (aguacates) P.A. 08044000 NCM, con importaciones en 2010 por U\$S 10,7 millones y un importante crecimiento en el periodo bajo análisis del 870% ya que, en 2006, las compras de estos productos eran de solo alrededor de U\$S 1 millón. En este caso el mayor incremento se dio en el año 2010 creciendo respecto al 2009 en un 200%. El crecimiento promedio



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

anual de las importaciones de paltas fue del 94%. En tercer lugar, se ubican las Almendras sin cáscara, P.A. 08021200 NCM, también con crecimiento significativo en el quinquenio de más del 150%. Las compras externas de Almendras sin cáscaras fueron en 2006 de algo más de U\$S 4 millones pasando a sumar U\$S 10,2 millones en 2010. Estas importaciones tuvieron un crecimiento promedio anual de más del 40% en este periodo. En cuarta posición encontramos los Kiwis frescos, P.A. 08105000 NCM, con valores de importaciones por U\$S 3,6 millones en 2006, los cuales ascienden a U\$S 8,5 millones en 2010, incrementándose, de esta manera, casi un 140% entre estos años. El crecimiento promedio anual en este caso fue del 24%. Finalmente, en quinto lugar, se resalta el crecimiento que han tenido las compras externas de Limones P.A. 08055000 NCM, las cuales pasaron de apenas algo más de U\$S 4 mil en 2006 a sumar más de U\$S 4,7 millones en 2010 arrojando así un crecimiento promedio anual del 715%.

Cabe agregar que la importación de estos 5 productos por parte de nuestro país, representa más del 80% del total importado del capítulo 08 de la N.C.M. Asimismo, estos productos han tenido un incremento considerable en cuanto a su crecimiento entre los años 2005 y 2009, salvo el caso de las almendras s/cáscara cuyas importaciones bajaron muy levemente.

En cuanto a los orígenes de las compras externas de frutos comestibles, se resalta que, debido a que el principal producto importado es bananas/plátanos frescos, el principal país proveedor es Ecuador, con un 50,89% de participación en el total importado por este sector. Luego le sigue Chile con un 22,39%, Brasil con 8,07%, Bolivia con 7,89%. Y Estados Unidos con el 1,72%. Así, en estos 5 países se concentra más del 90% de las importaciones de frutos comestibles.

Haciendo un análisis más detenido y detallado de los principales proveedores de frutos comestibles de la Argentina, podemos destacar algunos datos significativos:



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

### Ecuador

Como se dijo, Ecuador es el principal proveedor de nuestro país cuyas ventas, en el período 2006 - 2010, han mostrado un incremento de casi el 115%, pasando de algo más de u\$s 43 millones en 2006 a u\$s 92,6 millones en 2010. Las compras a Ecuador han aumentado constantemente a lo largo del periodo analizado arrojando una tasa de crecimiento promedio anual de más del 22%.

### Chile

En el año 2006 sus ventas a nuestro país sumaron un total de casi u\$s 10 millones, ascendiendo en 2010 a más de u\$s 40,7 millones, lo que significó un notable incremento en este periodo de casi un 310% y un crecimiento promedio anual del 45%.

### Brasil

Las compras argentinas de estos productos a Brasil en 2010 ascendieron a u\$s 14,6 millones, lo que significó un aumento de más del 40% con relación a las compras de 2006 que eran de u\$s 10,3 millones, con un incremento promedio anual en el quinquenio de más del 10%.

### Bolivia

Las importaciones argentinas de frutos comestibles desde este país durante el año 2010 ascendieron a un total de u\$s 14,3 millones, mientras que en 2006 las mismas llegaban a u\$s 9,7 millones, experimentando de esta manera un crecimiento de casi 47% así como un crecimiento promedio anual de más del 10% en el período analizado.

### Estados Unidos

Finalmente, se observa que las ventas de Estados Unidos a nuestro país pasaron de u\$s 1,4 millones en 2006 a más de u\$s 3,1 millones en 2010 mostrando así un importante incremento de más del 116%, con un crecimiento promedio interanual de más del 43%.



## **4. MARCO REGULATORIO**

### **4.1. Codex Alimentarius**

En el marco del comercio internacional de productos alimentarios, nos encontramos, como punto de referencia o marco regulatorio general, con el Codex Alimentarius, respecto del cual, podemos decir que se trata de un conjunto de estándares de productos alimenticios, códigos de prácticas, líneas rectoras y otro tipo de recomendaciones en materia alimenticia establecidos de manera general, en algunos casos, y en otros, de manera más específica, a la vez que en algunos casos trata acerca de requerimientos relacionados con grupos de alimentos, y en otros con la operación y gerenciamiento de los procesos de producción o la operación de los sistemas regulatorios de los gobiernos particulares en lo que a seguridad alimenticia y protección de los consumidores se refiere.

Este verdadero cuerpo normativo surgió como el resultado de un proceso evolutivo que involucró la participación de personas provenientes de diferentes disciplinas y con intereses diversos, interpretado luego y organizado en forma de Código por parte de la Comisión del Código Alimentario, creada en 1963 por la FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) – y la WHO – World Health Organization (Organización Mundial de la Salud – OMS –) – con miras al desarrollo de estándares de productos alimenticios, líneas rectoras y textos relacionados, por ejemplo, códigos de prácticas realizados bajo la óptica del Programa de Estándares Alimenticios de la Junta de la FAO/OMS.

E/n cuanto a la Comisión del Codex Alimentarius, podemos agregar que se trata de un organismo intergubernamental encargado de velar por la ejecución del Programa FAO/OMS a través de la creación y aprobación de normas, códigos y directrices elaborados por los diversos Comités del Codex que, por su carácter orientador, resultan de adopción voluntaria para los diversos países, sin perjuicio de ser dictadas con el necesario respaldo científico y con miras a unificar las legislaciones internas de los países que las toman como referente.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

A continuación se mencionan los diferentes Comités, a saber: Comité de Principios Generales; Comité de Aditivos Alimentarios y Contaminantes de los Alimentos; Comité de Higiene de los Alimentos; Comité de Etiquetado de los Alimentos; Comité de Métodos de Análisis y Toma de Muestras; Comité de Residuos de Plaguicidas; Comité de Residuos Medicamentos Veterinarios en los Alimentos; Comité de Sistemas de Inspección y Certificación de Importaciones y Exportaciones; Comité de Nutrición de Alimentos para Regímenes Especiales; Comité de Cacao y Chocolate; Comité de Frutas y Hortalizas Elaboradas; Comité de Grasas y Aceites; Comité de Higiene de la Carne; Comité de Pescado y Productos Pesqueros; Comité de Azúcares; Comité de Sopas y Caldos; Comité de Proteínas Vegetales; Comité de Frutas y Hortalizas Frescas; Comité de Leche y Productos Lácteos; Comité de Aguas Minerales Naturales; Grupos de Acción Intergubernamental Especial sobre Zumos (jugos) de Fruta; Grupos de Acción Intergubernamental Especial sobre Alimentos Obtenidos por Medios Biotecnológicos; Grupos de Acción Intergubernamental Especial sobre Buena Alimentación Animal; Comités Coordinadores.

Respecto del Programa de Estándares Alimenticios, se orienta a lograr la protección de la salud de los consumidores, así como a asegurar buenas prácticas en el comercio de alimentos y la promoción de la coordinación de los estándares de trabajo relacionados con la elaboración de productos alimenticios contratados internacionalmente por los Estados y las organizaciones no gubernamentales internacionalmente.

De tal manera, el Codex Alimentarius se convirtió en un punto de referencia global para consumidores, productores y procesadores de alimentos, agencias nacionales de control y para el comercio internacional de productos alimenticios.

En ese sentido, el Codex ha tenido un gran impacto sobre elaboradores de productos alimenticios – en lo que se refiere a métodos productivos y calidades mínimas exigibles –, así como también sobre los destinatarios finales de los mismos – en cuanto a los mínimos exigibles en cuanto a inocuidad, por ejemplo – y, cabe agregar en este punto, su influencia se ha extendido largamente en cada continente, con lo cual, su



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

contribución a la protección de la salud pública en general y a las buenas prácticas comerciales en materia de comercio alimenticio se ha expandido ampliamente.

El sistema del Codex Alimentarius se presenta como una excelente oportunidad para los diversos países, en la medida en que les permite participar en la formulación y armonización de estándares de calidad para productos alimenticios – asegurando de alguna manera su implementación de modo global –, a la vez que les permite desarrollar internamente normas relativas a la higiene en los procesos de elaboración y procesamiento de alimentos y de formular recomendaciones que obedezcan o respondan a los estándares que el mismo Codex sugiere.

El Codex Alimentarius, por otro lado, tiene también una gran relevancia a nivel internacional en lo que se refiere al comercio de productos alimenticios, dada la importancia de contar con estándares alimentarios universales en pos de la protección de los consumidores de los diversos productos alimenticios que circulan por todo el mundo.

En lo que se refiere a las normas alimentarias incorporadas al Codex, podemos decir aquí que abarcan los principales alimentos, sean elaborados, semielaborados o crudos, incluyéndose asimismo las sustancias que se emplean en la elaboración de alimentos, en busca del logro de los principales objetivos del código, es decir, proteger la salud de los consumidores y el desarrollo de buenas prácticas en el comercio de alimentos.

En ese sentido, aspectos como la higiene y las propiedades nutricionales de los alimentos son las que rigen la orientación de las normas del Codex, entre las que se incluyen normas microbiológicas, referidas a aditivos alimentarios, plaguicidas y residuos de medicamentos veterinarios, a sustancias contaminantes, etiquetado y presentación, y a los métodos de muestreo y análisis de muestras.

Con esa base, las normas del Codex se orientan a que los consumidores reciban productos aptos para el consumo humano, es decir, que tengan una calidad mínima aceptable, sean inocuos y no constituyan un peligro para la salud – cumplimiento de factores esenciales de composición y calidad que garanticen que se trata de un producto



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

adecuado al nivel mínimo aceptable –; en cuanto al formato de los productos y su envasado, las normas establecen requisitos referidos a la descripción, peso, medidas y etiquetado, se busca garantizar que los consumidores no sean inducidos a error, inspirando en ellos confianza en que el producto alimenticio que compran es el que la etiqueta manifiesta de manera clara y ostensible.

#### **4.2. Código Alimentario Argentino**

Como manifestación en el derecho interno argentino de la preocupación por regular e imponer requisitos mínimos a la producción y/o elaboración de alimentos, de forma que resulten aptos para el consumo humano – calidad mínima aceptable, inocuidad, etc. –, se creó el Código Alimentario Argentino, compuesto por un conjunto de disposiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial; fue establecido por medio de la ley 18.284 – reglamentada posteriormente por el Decreto 2.126/71, del 28 de julio de 1969 que le otorgó vigencia –, figurando el texto del Código como Anexo I de la misma.

En cuanto instrumento regulador, el Código puede ser definido como un reglamento técnico en el que se establecen normas higiénico-sanitarias, bromatológicas, de calidad y genuinidad a ser cumplidas por personas físicas o jurídicas dedicadas a la producción y/o elaboración de productos alimenticios, los establecimientos en los que se realizan tales actividades y los productos en sí, los envases, aparatos y accesorios para los mismos y las técnicas analíticas afines, sujeto todo ello a una constante actualización en función de los avances de la ciencia y la tecnología, dado su objetivo primordial de proteger la salud de los consumidores de alimentos y la buena fe en las transacciones comerciales bajo su ámbito de aplicación.

Cabe agregar que el Decreto 2.126/71, además de – como se dijo – otorgarle vigencia a nivel nacional, aclara que serán autoridades de aplicación de las normas contenidas en el Código Alimentario Argentino las autoridades sanitarias nacionales, provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires – otrora Municipalidad de



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Buenos Aires –, cada una de tales reparticiones administrativas en su respectiva jurisdicción.

Este cuerpo normativo cuenta con poco más de 1.400 artículos, divididos en 20 capítulos, entre cuyas disposiciones encontramos normas que regulan las condiciones generales de las fábricas y comercio de alimentos; la conservación y tratamiento de los mismos; el empleo de utensilios, recipientes, envases, envolturas, normas para su rotulación y publicidad; especificaciones sobre los diversos tipos de alimentos y bebidas; coadyuvantes y aditivos.

Es interesante destacar lo dispuesto por el Código Alimentario Argentino en su Capítulo I, en los que se aprecia claramente el objetivo perseguido por el mismo, en cuanto disponen que *“Toda persona, firma comercial o establecimiento que elabore, fraccione, conserve, transporte, expendan, expongan, importe o exporte alimentos, condimentos, bebidas o primeras materias correspondientes a los mismos y aditivos alimentarios debe cumplir con las disposiciones del presente Código”* (art. 1°), y *“Todos los alimentos, condimentos, bebidas o sus materias primas y los aditivos alimentarios que se elaboren, fraccionen, conserven, transporten, expendan o expongan, deben satisfacer las exigencias del presente Código. Cuando cualquiera de aquellos sea importado, se aplicarán los requerimientos de este Código; dichas exigencias se considerarán también satisfechas cuando los productos provengan de países que cuenten con niveles de contralor alimentario equiparables a los de la República Argentina a criterio de la Autoridad Sanitaria Nacional, o cuando utilicen las normas del Codex Alimentarius (FAO/OMS)...”* (art. 2°).

Queda claro entonces el objetivo de este cuerpo normativo, el que se corresponde claramente con los establecidos a nivel internacional por el Codex Alimentarius, además de la remisión expresa a éste último realizada por el segundo párrafo del artículo 2° de la norma argentina.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

#### **4.3. Indicación Geográfica y Denominación de Origen**

En lo que se refiere a la indicación geográfica de los productos alimenticios y a su denominación de origen, fue por intermedio la Ley N° 25.380 – promulgada el 9 de enero de 2001; modificada en su oportunidad por la Ley N° 25.966 – que se estableció el actual régimen relativo a la protección y promoción de productos agrícolas y alimentarios con características o cualidades diferenciales por causa de su origen geográfico, sea que se trate de factores tanto naturales cuanto humanos.

La calidad de autoridad de aplicación de dicha normativa recae sobre la SAGPyA, quien está encargada, como tal, de proveer al asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de Denominación de Origen y representación ante los organismos internacionales de los interesados.

Además, actúa como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios, sin perjuicio de poder delegar parcialmente sus funciones en autoridades provinciales, en relación a las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen cuya área de producción se encuentre en el territorio provincial respectivo.

Asimismo, entre las funciones más importantes de la SAGPyA como autoridad de aplicación, encontramos la de entender, aprobar o rechazar solicitudes de Indicación Geográfica y/o Denominaciones de Origen; registrar Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen expedir los certificados pertinentes; fiscalizar el cumplimiento de las condiciones de producción y elaboración establecidas en cada reglamento de Denominación de Origen y supervisar el control ejercido por parte de los Consejos; registrar las autorizaciones de uso concedidas a los asociados por los Consejos de Denominación de Origen; registrar las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimenticios provenientes del extranjero y reconocidas de acuerdo a las previsiones de los tratados celebrados al respecto, y a la presente ley; comunicar al INPI (Registro de Marcas Comerciales) las Denominaciones de Origen que se registren; registrar las infracciones a la ley 25.380 y sus normas reglamentarias, estableciendo el



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

carácter de reincidente del eventual infractor; controlar las resoluciones y actuaciones de los Consejos de Denominación de Origen; entre otras.

En cuanto a la ley, la misma rige la comercialización de productos de origen agrícola y alimenticio, sea en estado natural, acondicionados o procesados, excluidos los vinos y las bebidas espirituosas de origen vínico, los que se encuentran amparados por la Ley N° 25.163 y sus normas complementarias y modificatorias.

Por otro lado, a los efectos de la ley de referencia, se entiende por Indicación Geográfica la que identifica un producto como originario del territorio de un país, región o localidad de ese territorio, siempre que cuente con determinada calidad u otras características presentes en el producto que sean atribuibles fundamentalmente a ese origen geográfico.

En cuanto a la Denominación de Origen, explica la ley que es tal el nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.

En lo que se refiere a la determinación y registro de las indicaciones geográficas de productos agrícolas y alimentarios, puede ser solicitada ante la SAGPyA por cualquier persona física o jurídica dedicada a la extracción, producción o fabricación del producto alimentario en la zona respectiva.

Asimismo, en el marco de la ley, se entiende por productos agrícolas y/o alimentarios amparables por una denominación de origen a los originarios de una región, provincia, departamento, localidad, área o zona, de reconocida tipicidad y originalidad que, producido en un entorno geográfico determinado, desarrolla cualidades particulares que le confieren un carácter distinto al resto de los productos del mismo origen, aun en condiciones ecológicas y con tecnologías similares, por la influencia del medio natural y del trabajo del hombre.

Por otro lado, establece la ley que por cada denominación de origen habrá un único Consejo de Denominación de Origen, integrado exclusivamente por quienes se



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

dediquen a la extracción, producción, acondicionamiento, procesamiento o comercialización de los productos amparados en la Denominación de Origen y que desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente. Dichos Consejos deben estar organizados jurídicamente bajo la forma de asociaciones civiles abiertas sin fines de lucro, con domicilio legal en la zona que corresponda.

En cuanto a sus funciones, los Consejos de Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios tienen a su cargo, entre otras, las de aprobar su reglamento interno; gestionar y obtener la inscripción de la Denominación de Origen en el Registro de Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios; otorgar las autorizaciones de uso a sus asociados que lo soliciten y cumplan con la totalidad de los requisitos necesarios; inscribir cada una de dichas autorizaciones en el Registro pertinente; orientar, vigilar y controlar la producción, elaboración y calidad de los productos amparados por la Denominación de Origen; promocionar el sistema y velar por el prestigio de la Denominación de Origen; escoger los emblemas, logotipos, distintivos o siglas que identificarán al Consejo y/o a la Denominación de Origen; expedir los certificados de uso, las obleas numeradas cuando correspondiere y los demás instrumentos de control que se establezcan en el decreto reglamentario; percibir los aranceles, contribuciones, multas y demás recursos que le correspondan; etc. (art. 13).

Respecto de las decisiones tomadas por los Consejos de Denominación de Origen, dice la ley que serán impugnables, es decir, susceptibles de ser cuestionadas en orden a obtener su modificación, ante la autoridad de aplicación, o sea, la SAGPyA (art. 15).

En lo referente a la propuesta de adopción de una denominación de origen, dice la ley que puede provenir de la iniciativa individual o colectiva de los productores, en tanto y en cuanto desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente a la futura denominación.

Esos productores, asimismo, pueden previamente constituir un Consejo de Promoción orientado a la redacción de un proyecto de reglamento interno de la denominación y la realización de estudios e informes técnicos sobre antecedentes



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

históricos de la región y límites geográficos del área de producción, características generales de la región, factores climáticos, relieve y naturaleza y homogeneidad de los factores de producción, los productos para los cuales se utilizará la Denominación de Origen y los factores y/o elementos que acrediten que el producto es originario de la zona indicada, descripción detallada del proceso de producción del producto (materia prima, métodos de producción, técnicas de acondicionamiento o procesamiento, etapa de producción), identificación del o de los productores que se postulan para el reconocimiento de la Denominación de Origen, y el nombre propuesto para la Denominación de Origen.

Dichos antecedentes y requisitos deben ser presentados ante la SAGPyA, debiendo formular los gobiernos provinciales a los cuales pertenece el área del territorio nacional correspondiente a la delimitación geográfica de la denominación de origen, un informe técnico sobre el debido cumplimiento de los requisitos que, para los solicitantes de la Denominación de Origen, establece la ley – ver párrafo antecedente –.

La SAGPyA, en su carácter de autoridad de aplicación, registrará las indicaciones geográficas y/o las denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentarios en un registro creado a tales efectos en la órbita del INPI, a través del procedimiento y con los recaudos para el registro de las indicaciones geográficas reglamentariamente establecidos.

En otro orden de ideas, se dispone normativamente que será por vía del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, la tramitación del registro en el exterior de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen protegidas en los términos de la ley 25.380, conforme los tratados internacionales sobre la materia.

Sin embargo, la ley no impone obligación alguna de proteger las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen que no estén protegidas o que hayan dejado de estarlo en su país de origen, o que hayan caído en desuso en ese país.

Asimismo, se establece que el registro de las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen previamente inscriptas en su país de origen, se registrará en



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

cuanto a los procedimientos de inscripción y derechos, por la presente ley y normas complementarias, debiendo entenderse por "país de origen" al país en el cual se sitúa el área geográfica, región o localidad cuyo nombre constituye la indicación geográfica y/o denominación de origen.

En relación a la protección legal, la ley aclara que el Estado Nacional, por intermedio de la SAGPyA, confiere a los usuarios de la indicación geográfica y/o denominación de origen derecho de uso de la indicación geográfica, de la denominación de origen para productos agrícolas y alimentarios, y del nombre que la identifica; derecho exclusivo al uso de emblemas, distintivos, siglas, logotipos, marbetes, etc. que hayan sido autorizadas por el organismo competente.

Relacionado con lo anterior, está prohibido el uso de la indicación geográfica y/o denominación de origen para productos agrícolas o alimentarios que no provengan de las áreas geográficas determinadas en su correspondiente registro, y que sean del mismo género; utilizarlas como designación comercial de productos similares a los registrados como indicación geográfica o denominación de origen, con el fin de aprovechar la reputación de los mismos; tampoco cuando implique una indicación falsa o falaz, ardid o engaño, relativo a la procedencia, el origen, la naturaleza o características esenciales de productos que no sean los originarios y protegidos; así como en los casos en que cualquier otra práctica pueda inducir a error a los consumidores sobre el verdadero origen y/o cualidades diferenciadoras del producto, implicando ello competencia desleal.

Dichas prohibiciones se aplican a las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen utilizadas en el envase, en las etiquetas o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos al producto de que se trate.

En caso de ocurrir una infracción a la ley 25.380, sus normas reglamentarias, al régimen de una Indicación Geográfica, al Reglamento de una Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios y/o a las resoluciones de sus Consejos, cometidas por personas físicas o jurídicas, usuarios del sistema o inscriptos en los



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

registros del Consejo respectivo, ella tiene contemplados los posibles efectos de la transgresión, los cuales se clasifican según se trate de:

- *Faltas*: es decir, inexactitudes en las declaraciones obligatorias, asientos en los libros, omisión de comunicaciones, incumplimiento de plazos y en general, faltas a normas similares;

- *Infracciones a la producción y elaboración de productos protegidos*: son las faltas referidas a incumplimientos del / los protocolos de calidad aprobados por el Consejo de Zona para el producto protegido con denominación de Origen; o de

- *Contravenciones*: referido al uso indebido de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen, a las violaciones de las normas y reglamentos referidos a la utilización de nombres, símbolos y emblemas propios de una Denominación de Origen, en otros productos que no sean los protegidos, o siéndolos, causen un perjuicio en su imagen o en la del régimen de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios.

En caso de producirse alguna de las transgresiones a la ley mencionadas precedentemente, la SAGPyA puede aplicar sanciones, las que pueden ser:

- Multa de hasta cincuenta (50) veces el valor de mercado que tuviera el producto en infracción;

- Decomiso de los productos en infracción;

- Suspensión temporal del uso de la Indicación Geográfica o de la Denominación de Origen de que se trate; o

- Cancelación definitiva del uso de la Indicación Geográfica o de la Denominación de Origen.

Es de resaltar que, cuando se trate de casos de reincidencia, o cuando los productos fueren destinados a exportación, las multas podrán aumentarse, hasta la duplicación de lo primeramente establecido (con lo cual, la misma puede llegar hasta 100 veces el valor de mercado que tuviera el producto en infracción), pudiendo



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

procederse a la incautación preventiva de los productos en infracción durante la tramitación del procedimiento administrativo, a cuyo fin se requerirá la autorización judicial pertinente.

Dichas sanciones pueden ser aplicadas a personas físicas o jurídicas que no estuvieran adscriptas al sistema de protección que se crea por ley, cuando se trate del uso indebido de una Indicación Geográfica o de una Denominación de Origen, la utilización de nombres comerciales, expresiones, signos, siglas o emblemas que por su identidad o similitud gráfica o fonética con las denominaciones protegidas, o con los signos o emblemas registrados, puedan inducir a error sobre la naturaleza o el origen de los productos agrícolas y alimentarios, y del empleo indebido de nombres geográficos protegidos en etiquetas o marbetes, documentación comercial o publicidad de productos, aunque vayan precedidos por los términos "género", "tipo", "estilo", "método", "imitación" o una expresión similar que pudieran producir confusión en el consumidor respecto de una Indicación Geográfica o de una Denominación de Origen (art. 43).



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

# **ANEXOS**



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

## ANEXO I

### Ferias Internacionales

<b>Feria</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Rubros</b>
Asia Fruit Logistica 2011	07/09/2011 al 09/09/2011	Hong Kong	Feria Internacional de frutas y hortalizas
EUROFRUIT - SALON INTERNACIONAL DE LA FRUTA	29/09/2011 al 02/10/2011	España	Feria Internacional de la fruta
PMA s Fresh Summit International Convention & Exposition	14/10/2011 al 17/10/2011	Estados Unidos	Exposición Internacional de frutas y vegetales
FRUIT ATTRACTION - FERIA PROFESIONAL DEL SECTOR FRUTAS Y HORTALIZAS	19/10/2011 al 21/10/2011	España	Feria Internacional de frutas y hortalizas
FRUIT LOGISTICA - Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas	08/02/2012 al 10/02/2012	Alemania	Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas



## ANEXO II

### Listado de Empresas del Sector

**Nota: Este listado, que no pretende ser exhaustivo, surge de la consulta con el portal [www.argentinatradenet.gov.ar](http://www.argentinatradenet.gov.ar), habiéndose incluido prioritariamente aquellas empresas cuya área de actividad se relaciona exclusivamente con el capítulo 08. Independientemente de ello, en el citado portal puede consultarse el listado del resto de las compañías argentinas que en mayor o menor medida están relacionadas con el sector.**

Razón Social:	ACHERAL SA
Domicilio:	Ruta 38 Km 767
Provincia:	Tucumán
Partido:	Acheral
Código Postal:	4134
Teléfono:	(54) 3863 - 461912
Fax:	(54) 3863 - 462212
E-Mail:	<a href="mailto:Jorge@Acheral.Com.Ar">Jorge@Acheral.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Jorge Martínez Zuccardi
Cargo:	Encargado de Comercio Exterior
E-Mail:	<a href="mailto:Jorge@Acheral.Com.Ar">Jorge@Acheral.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 3863 - 46-1912
Fax:	(54) 3863 - 46-2212
Razón Social :	AGROEXPORTADORA SAN CEFERINO SA
Domicilio:	Rufino Ortega 453
Provincia:	Mendoza
Partido:	Mendoza
Código Postal:	5500
Teléfono:	(54) 261 - 4200986
Fax:	(54) 261 - 4200976
E-Mail:	<a href="mailto:Agronofal@Speedy.Com.Ar">Agronofal@Speedy.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Nora L. Nofal
Cargo:	Vicepresidente
E-Mail:	<a href="mailto:Noranofal@Bodeganofal.Com.Ar">Noranofal@Bodeganofal.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 261 - 4200986



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Fax:	(54) 261 - 4200976
Nombre Y Apellido:	Ercilia Nofal
Cargo:	Directora
E-Mail:	<a href="mailto:Nofalalonso@Nysnet.Com.Ar">Nofalalonso@Nysnet.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 11 - 43421562
Fax:	(54) 11 - 43420250
Razón Social :	AGROINDUSTRIA RUMEL S.A
Marcas Comerciales	RUMEL
Domicilio:	9 De Julio 945 Piso 3
Provincia:	Mendoza
Partido:	Mendoza
Código Postal:	5500
Teléfono:	(54) 261 - 4225970
Fax:	(54) 261 - 4225970
E-Mail:	<a href="mailto:Rumel@Ciudad.Com.Ar">Rumel@Ciudad.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Javier Roberto Espina
Cargo:	Gerente Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:Jespina@Ciudad.Com.Ar">Jespina@Ciudad.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 9261 - 5193602
Razón Social :	AGROPECUARIA EL SAUCE
Marcas Comerciales	MOÑO AZUL; MOÑO ROJO
Domicilio:	
Provincia:	Ruta Nacional N° 9 -Km1285- Zona Franca Tucumán
Partido:	Tucumán
Código Postal:	Banda Del Río Salí
Teléfono:	4109
Fax:	(54) 381 - 426-0111
E-Mail:	(54) 381 - 426-4966
Contacto	<a href="mailto:Dao@Agrosauce.Com">Dao@Agrosauce.Com</a>
Nombre Y Apellido:	Dante Olivieri
Cargo:	Apoderado
E-Mail:	<a href="mailto:Dao@Agrosauce.Com">Dao@Agrosauce.Com</a>
Teléfono:	(54) 381 - 426-01111
Fax:	(54) 381 - 4264966
Razón Social :	ALQUIMIA FRUITS SRL
Marcas Comerciales	SOL PATAGÓNICO; DOS HERMANOS
Domicilio:	Belgrano 696. 2/A



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Provincia:	Neuquén
Partido:	Neuquén
Código Postal:	8300
Teléfono:	(54) 299 - 4423047
Fax:	(54) 299 - 4423047
E-Mail:	<a href="mailto:Info@Alquimiafruits.Com">Info@Alquimiafruits.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Pablo Cousiño
Cargo:	Gerente Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:Pablo@Alquimiafruits.Com">Pablo@Alquimiafruits.Com</a>
Teléfono:	(54) 299 - 154586107
Razón Social :	AMANECER S.A.
Marcas Comerciales	PERPETUA; VELERO;
Domicilio:	Los Ceibos 1267
Provincia:	Río Negro
Partido:	Cipolletti
Código Postal:	8324
Teléfono:	(54) 299 - 4784426
Fax:	(54) 299 - 4785531
E-Mail:	<a href="mailto:Amanecer@Neunet.Com.Ar">Amanecer@Neunet.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Mario Novello
Cargo:	Presidente
E-Mail:	<a href="mailto:Amanecer@Neunet.Com.Ar">Amanecer@Neunet.Com.Ar</a>
Teléfono:	(Presidente) 299 - 4784426
Fax:	(54) 299 - 4785531
Razón Social :	ARGEMPRESA SRL
Domicilio:	AV. CORRIENTES 1894 P1
Provincia:	Ciudad De Buenos Aires
Partido:	Ciudad De Bs. As.
Localidad:	Capital Federal
Código Postal:	C1045aan
Teléfono:	(54) 11 - 43734284
Fax:	(54) 11 - 43733826
E-Mail:	<a href="mailto:Argempresa@Pao.Com.Ar">Argempresa@Pao.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Antonio Gerónimo
Cargo:	Socio Gerente
E-Mail:	<a href="mailto:Geronimo@Pao.Com.Ar">Geronimo@Pao.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 11 - 43734284



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Fax:	(54) 11 - 43733826
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	BALDONES S.A. Aguilar 2154 Ciudad De Buenos Aires Ciudad De Bs. As. 1426 (54) 011 - 4331-1212 (54) 011 - 4331-1212 <a href="mailto:Condep@Ciudad.Com.Ar">Condep@Ciudad.Com.Ar</a>  Pedro Conde Apoderado <a href="mailto:Condep@Ciudad.Com.Ar">Condep@Ciudad.Com.Ar</a> (Apoderado) 11 - 4331-1212 (54) 11 - 4331-1212
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	CONAGRO S.A. Corrientes 710 Neuquén Neuquén 8300 (54) 299 - 447-3121 (54) 299 - 447-3121 <a href="mailto:Conagro@Speedy.Com.Ar">Conagro@Speedy.Com.Ar</a>  Claudia Sancho Encargada de Comercio Exterior <a href="mailto:Crsancho@Hotmail.Com">Crsancho@Hotmail.Com</a> (Encargada De Comercio Exterior) 299 - 447-3121 (54) 299 - 447-3121
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Localidad: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail:	CTHEC S.A. VINTAP; HARLEQUIN; ESTANCIAS DEL FIN DEL MUNDO San Martín 1009 1°B Ciudad De Buenos Aires Ciudad De Bs. As. Ciudad De Buenos Aires C1004aau (54) 11 - 5239-8245 (54) 11 - 4515-0044 <a href="mailto:Jcmuller@Cthec.Com.Ar">Jcmuller@Cthec.Com.Ar</a>



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax: Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono:	Juan Carlos Müller Presidente <a href="mailto:Jcmuller@Cthec.Com.Ar">Jcmuller@Cthec.Com.Ar</a> (54) 11 - 48331012 (54) - Karina Rossato Asistente de Dirección <a href="mailto:Krossato@Cthec.Com.Ar">Krossato@Cthec.Com.Ar</a> (Asistente De Direccion) 11 - 48331012
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	DA TOS VIRGINIA ELBA RAYITOS DE SOL Calle 68 N° 1532 Buenos Aires La Plata 1900 (54) 221 - 453 3618 (54) 221 - 451 6021 <a href="mailto:Datosservice@Speedy.Com.Ar">Datosservice@Speedy.Com.Ar</a> Virginia Elba Da Tos Propietaria <a href="mailto:Datosservice@Speedy.Com.Ar">Datosservice@Speedy.Com.Ar</a> (54) 221 - 453 3618 (54) 221 - 451 6021
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	DABELL S.A. Ruiz Huidobro 2445 Ciudad De Buenos Aires Ciudad De Bs. As. 1429 (54) 11 - 4703-2564 (54) 11 - 4703-2564 <a href="mailto:Alanbellini11@Gmail.Com">Alanbellini11@Gmail.Com</a> <a href="http://www.dabellsa.com">www.dabellsa.com</a> Viviana Estrada Gerente General <a href="mailto:Dabell@Arnet.Com.Ar">Dabell@Arnet.Com.Ar</a> (54) 11 - 4703-2564 (54) 11 - 4703-2564



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Razón Social :	Diego H. Piermarini
Domicilio:	Ejercito De Los Andes 1161 V.F. Tunuyán
Provincia:	Mendoza
Partido:	Tunuyán
Código Postal:	5565
Teléfono:	(54) 2622 - 492098
Fax:	(54) 2622 - 15412353
E-Mail:	<a href="mailto:Dpiermarini@Hotmail.Com">Dpiermarini@Hotmail.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Diego H. Piermarini
Cargo:	
E-Mail:	<a href="mailto:Dpiermarini@Hotmail.Com">Dpiermarini@Hotmail.Com</a>
Teléfono:	(54) 2622 - 492519
Fax:	(54) 2622 - 492098
Razón Social :	ECA S.A.
Marcas Comerciales	ECA; ECA BIO
Domicilio:	Ruta Nacional 14 - Km 265
Provincia:	Entre Ríos
Código Postal:	3200
Teléfono:	(54) 0345 - 4-271771 / 1772
Fax:	(54) 0345 - 4-229622
E-Mail:	<a href="mailto:Info@Ecaagroindustria.Com">Info@Ecaagroindustria.Com</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Ecaagroindustria.Com">Www.Ecaagroindustria.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Ludmila Lemesoff
Cargo:	Lic. Comercio Internacional
E-Mail:	<a href="mailto:Llemesoff@Ecaagroindustria.Com">Llemesoff@Ecaagroindustria.Com</a>
Teléfono:	(54) 0345 - 4-271771 / 1772
Fax:	(54) 0345 - 4-229622
Razón Social :	EL CARMEN S.A.
Marcas Comerciales	EL CARMEN, CITRUS LULES, CITRIC
Domicilio:	Almirante Brown 690
Provincia:	Tucumán
Partido:	Lules
Código Postal:	4128
Teléfono:	(54) 381 - 4811229
Fax:	(54) 381 - 4811229
E-Mail:	<a href="mailto:Jpadilla@Elcarmen-Sa.Com">Jpadilla@Elcarmen-Sa.Com</a>
Página Web:	<a href="http://Www.ElCarmen-Sa.Com">Www.ElCarmen-Sa.Com</a>
Contacto	



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Nombre Y Apellido:	Juan Padilla
Cargo:	Gerente Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:jpadilla@Elcarmen-Sa.Com">jpadilla@Elcarmen-Sa.Com</a>
Teléfono:	(0054) 381 - 4811229
Fax:	(0054) 381 - 4811229
Razón Social :	EMELKA S.A.
Domicilio:	Av Callao 1234 Piso 609
Provincia:	Buenos Aires
Código Postal:	1023
Teléfono:	(54) 11 - 5811-0055
Fax:	(54) 11 - 5811-0055
E-Mail:	<a href="mailto:Damian.Segal@Emelka.Com.Ar">Damian.Segal@Emelka.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Emelka.Com.Ar">Www.Emelka.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Damian Segal
Cargo:	Director de Operaciones
E-Mail:	<a href="mailto:Damian.Segal@Emelka.Com.Ar">Damian.Segal@Emelka.Com.Ar</a>
Teléfono:	(Director De Operaciones) 911 - 50970071
Razón Social :	FRUTALES S.A.
Marcas Comerciales	GUZZO; FRUTALES; ROMBO ROJO; LUZ
Domicilio:	Hermo Zanúccoli 155
Provincia:	Buenos Aires
Localidad:	San Pedro
Código Postal:	2930
Teléfono:	(54) 3329 - 42-9595
Fax:	(54) 3329 - 42-9595 Int 106
E-Mail:	<a href="mailto:Info@Frutalesnet.Com.Ar">Info@Frutalesnet.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Frutales.Com.Ar">Www.Frutales.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Jaime José Vicens
Cargo:	Presidente
E-Mail:	<a href="mailto:Info@Frutalesnet.Com.Ar">Info@Frutalesnet.Com.Ar</a>
Teléfono:	(Presidente) 3329 - 42-9595
Fax:	(54) 3329 - 42-9595 Int 106
Razón Social :	FRUTANDINA S.A.
Marcas Comerciales	FRUTANDINA; PASANDINA; PASANOVA
Domicilio:	La Laja 2666
Provincia:	San Juan
Partido:	Albardón



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Localidad: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	Las Lomitas 5419 (54) 264 - 491-1217 (54) 264 - 491-1218 <a href="mailto:Frutandina@Uolsinectis.Com.Ar">Frutandina@Uolsinectis.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Frutandina.Com">Www.Frutandina.Com</a> Carlos Huertas Director <a href="mailto:Frutandina@Uolsinectis.Com.Ar">Frutandina@Uolsinectis.Com.Ar</a> (54) 264 - 491-1092 (54) 264 - 491-1218
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	FRUTAS GATO NEGRO S.A.A.I.Y C. GATO NEGRO; GATO BLANCO; GAZAPO; MICIFUZ; PICHICHO Lavalle 3161 Piso 4° "A" Ciudad De Buenos Aires Ciudad De Bs. As. C1190aa1 (54) 11 - 4862-7736 (54) 11 - 4865-2210 <a href="mailto:Gatonegro@Fibertel.Com.Ar">Gatonegro@Fibertel.Com.Ar</a> Norberto Enrique García Vicepresidente <a href="mailto:Norbertogarcia@Frutasgatonegro.Com.Ar">Norbertogarcia@Frutasgatonegro.Com.Ar</a> (54) 11 - 4862-7859 (54) 11 - 4865-2210
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail:	FRUTIORO Kennedy 50 Río Negro General Fernández Oro 8324 (54) 299 - 4996001 (54) 299 - 4996227 <a href="mailto:Info@Frutioro.Com.Ar">Info@Frutioro.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Frutioro.Com.Ar">Www.Frutioro.Com.Ar</a> Juan Antonino Gerente Comercial <a href="mailto:Juanantonino@Frutioro.Com.Ar">Juanantonino@Frutioro.Com.Ar</a>



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Teléfono:	(54) 299 - 154291183
Razón Social :	GENERAL VEGETABLES S.A. / RANA ARGENTINA SRL
Domicilio:	Rodríguez Peña 6800, Coquimbito
Provincia:	Mendoza
Partido:	Maipú
Código Postal:	5513
Teléfono:	(54) 261 - 4813096
Fax:	(54) 261 - 4813097
E-Mail:	<a href="mailto:Mvzarategui@Generalvegetables.Com">Mvzarategui@Generalvegetables.Com</a>
Página Web:	<a href="http://www.generalvegetables.com">www.generalvegetables.com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	María Virginia Zarategui
Cargo:	Responsable Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:Mvzarategui@Generalvegetables.Com">Mvzarategui@Generalvegetables.Com</a>
Teléfono:	(Responsable Comercial) 261 - 4813096
Fax:	(54) 261 - 4813096
Razón Social :	HECTOR JORGE NOYA
Domicilio:	Virrey Feliu 1732
Provincia:	Buenos Aires
Partido:	Vicente López
Código Postal:	1636
Teléfono:	(54) 11 - 47964920
Fax:	(54) 11 - 47964920
E-Mail:	<a href="mailto:Pampablue@Arnet.Com.Ar">Pampablue@Arnet.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Silvia Gabriela Olivera de Noya
Cargo:	
E-Mail:	<a href="mailto:Pampablue@Arnet.Com.Ar">Pampablue@Arnet.Com.Ar</a>
Teléfono:	( ) 11 - 47964920
Razón Social :	HUERTA GRANDE SRL
Domicilio:	Los Inciensos 210
Provincia:	Salta
Partido:	Salta
Código Postal:	4400
Teléfono:	(54) 387 - 155014488
Fax:	(54) 387 - 4391673
E-Mail:	<a href="mailto:Huerta.Grande@Gmail.Com">Huerta.Grande@Gmail.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Santiago Mateo



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Cargo: E-Mail: Teléfono:	Ingeniero <a href="mailto:Huerta.Grande@Gmail.Com">Huerta.Grande@Gmail.Com</a> (0054) 387 - 155014488
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail:  Teléfono: Fax:	JORGE ABEL MORRESI Morresi Fruit Bottaro 2885 Buenos Aires San Pedro 2930 (54) 3329 - 426473/430912 (54) 3329 - 426473 <a href="mailto:Jorgemorresi@Sanpedro.Com.Ar">Jorgemorresi@Sanpedro.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Morresifruit.Com.Ar">Www.Morresifruit.Com.Ar</a>  Jorge Abel Morresi Titular de la empresa <a href="mailto:Jorgemorresi@Sanpedro.Com.Ar">Jorgemorresi@Sanpedro.Com.Ar</a>  (Titular de la empresa) 3329 - 426473/430912 (54) 3329 - 426473
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono:	LOYMAR S.A. Remedios de Escalada y T. Thomas Mendoza San Martín 5570 (54) 2623 - 421069 (54) 2623 - 421069 <a href="mailto:Loymar_Sa@Speedy.Com.Ar">Loymar_Sa@Speedy.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Ciruelasdeargentina.Com.Ar">Www.Ciruelasdeargentina.Com.Ar</a>  Roberto Montepeloso Comercio Exterior <a href="mailto:Loymar_Sa@Speedy.Com.Ar">Loymar_Sa@Speedy.Com.Ar</a> (54) 2623 - 421069
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal:	MARIA JOSEFA MORENO Ruta 41 Km 208 Buenos Aires Mercedes 6600



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Teléfono:	(54) 011 - 48299071
Fax:	(54) 011 - 48299071
E-Mail:	<a href="mailto:Casasola@Fibertel.Com.Ar">Casasola@Fibertel.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	María Josefa Moreno
Cargo:	Propietaria
E-Mail:	<a href="mailto:Casasola@Fibertel.Com.Ar">Casasola@Fibertel.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 011 - 48299071
Razón Social :	MAURICIO CASAS SINNER
Domicilio:	Olavarria 508
Provincia:	Mendoza
Partido:	Guaymallén
Código Postal:	5521
Teléfono:	(54) 261 - 4264777
Fax:	(54) 261 - 4264777
E-Mail:	<a href="mailto:Arclexp@Yahoo.Com">Arclexp@Yahoo.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Mauricio Sinner
Cargo:	Gerente
E-Mail:	<a href="mailto:Arclexp@Yahoo.Com">Arclexp@Yahoo.Com</a>
Teléfono:	(Gerente) 261 - 4264777
Fax:	(54) 261 - 4264777
Razón Social :	MARIO CERVI E HIJOS S.A.
Marcas Comerciales	CERVI
Domicilio:	Aguado Y Obrero Argentino
Provincia:	Neuquén
Partido:	Neuquén
Código Postal:	Q8300klz
Teléfono:	(54) 299 - 440-0527
Fax:	(54) 299 - 440-0363
E-Mail:	<a href="mailto:Jorgecervi@Cervi.Com.Ar">Jorgecervi@Cervi.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Cervi.Com.Ar">Www.Cervi.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Jorge Alberto Cervi
Cargo:	Director
E-Mail:	<a href="mailto:Jorgecervi@Cervi.Com.Ar">Jorgecervi@Cervi.Com.Ar</a>
Teléfono:	(Director) 299 - 440-0527
Fax:	(54) 299 - 440-0363
Razón Social :	MENEX S.A.



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Marcas Comerciales	CIMAFRU
Domicilio:	Pringles y Calle 21
Provincia:	Mendoza
Partido:	General Alvear
Código Postal:	M5634ahp
Teléfono:	(54) 2625 - 480447
Fax:	(54) 2625 - 480447
E-Mail:	<a href="mailto:Mendozaexporta@Galvear.Com.Ar">Mendozaexporta@Galvear.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Cimafru.Com">Www.Cimafru.Com</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Marcos Caro
Cargo:	Administrador
E-Mail:	<a href="mailto:Mendozaexporta@Galvear.Com.Ar">Mendozaexporta@Galvear.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 2625 - 480447
Fax:	(54) 2625 - 480174
Razón Social :	MIELE S.A.
Marcas Comerciales	MIELE; AYELEN
Domicilio:	Tucumán 513 Piso 1°
Provincia:	Río Negro
Partido:	General Roca
Código Postal:	8332
Teléfono:	(54) 2941 - 430789
Fax:	(54) 2941 - 430789
E-Mail:	<a href="mailto:Miele@Arnet.Com.Ar">Miele@Arnet.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Marcelo Van Norden
Cargo:	Gerente
Razón Social :	MOÑO AZUL S.A.
Domicilio:	Tucumán 117 Piso 8
Provincia:	Ciudad De Buenos Aires
Partido:	Ciudad De Bs. As.
Código Postal:	C1049aac
Teléfono:	(54) 11 - 41316600
Fax:	(54) 11 - 43134310
E-Mail:	<a href="mailto:Jtuffarini@Mazul.Com.Ar">Jtuffarini@Mazul.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Mazul.Com.Ar">Www.Mazul.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Germán Enríquez
Cargo:	Gerente de Comercio Exterior
E-Mail:	<a href="mailto:Clientes@Mazul.Com.Ar">Clientes@Mazul.Com.Ar</a>



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Teléfono:	(54) 11 - 41316600
Fax:	(54) 11 - 43134310
Razón Social :	M-PRODUCTS S.A.
Marcas Comerciales	KARI NAT
Domicilio:	Perú 359 Piso 10
Provincia:	Ciudad De Buenos Aires
Código Postal:	C1067aag
Teléfono:	(54) 011 - 53827071
Fax:	(54) 011 - 53827076
E-Mail:	<a href="mailto:Jmoglia@M-Products.Com.Ar">Jmoglia@M-Products.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Heinlein.Com.Ar">Www.Heinlein.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Javier Moglia
Cargo:	Encargado de Comercio Exterior
E-Mail:	
Teléfono:	(54) 11 - 53827071
Fax:	(54) 11 - 53827076
Razón Social :	SAN MIGUEL S.A.
Marcas Comerciales	SAN MIGUEL; MONTERREY; CHABELA; PRESTO; MILAGRO; SUPERCITRUS
Domicilio:	Avda. Alicia Moreau de Justo 140 Piso 3
Provincia:	Ciudad De Buenos Aires
Código Postal:	1107aad
Teléfono:	(54) 11 - 43156234
Fax:	(54) 11 - 43123835
E-Mail:	<a href="mailto:Getfruit@Sa-Sanmiguel.Com">Getfruit@Sa-Sanmiguel.Com</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Sa-Sanmiguel.Com.Ar">Www.Sa-Sanmiguel.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Adolfo Storni
Cargo:	Gerente Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:Astorni@Sa-Sanmiguel.Com">Astorni@Sa-Sanmiguel.Com</a>
Teléfono:	(54) 11 - 43156234
Fax:	(54) 11 - 43123835
Razón Social :	SLOGA S.R.L.
Marcas Comerciales	FINCA CONSTANTINA
Domicilio:	Aguilar 2679 8vo. B
Provincia:	Buenos Aires
Código Postal:	1426
Teléfono:	(54) 011 - 4787-3768
Fax:	(54) 011 - 4787-3768



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	<a href="mailto:Info@Frutasyvinos.Com.Ar">Info@Frutasyvinos.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Frutasyvinos.Com.Ar">Www.Frutasyvinos.Com.Ar</a>  Juan Carlos Gómez Lardies Socio Gerente <a href="mailto:Emipau@Cponline.Org.Ar">Emipau@Cponline.Org.Ar</a> (054) 011 - 4787-3768 (054) 011 - 4787-3768
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	SOL CUYANO S.R.L. Jujuy 468 San Juan Albardón 5.400 (54) 264 - 4222179 (54) 264 - 4273418 <a href="mailto:Solcuyano121@Hotmail.Com">Solcuyano121@Hotmail.Com</a> <a href="http://Fochi/Solcuyano.Com">Fochi/Solcuyano.Com</a>  Luis Ángel Fochi Muñoz Encargado de Comercio Exterior <a href="mailto:Solcuyano121@Hotmail.Com">Solcuyano121@Hotmail.Com</a> (54) 264 - 4222179 (54) 264 - 4273418
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	TELET S.A. CABAÑA ARSUIZ Dr. Anacleto Rojas 579 Buenos Aires Esteban Echeverría 1842 (54) 011 - 49782357 (54) 011 - 42819383 <a href="mailto:Nkidje@Hotmail.Com">Nkidje@Hotmail.Com</a>  Norberto Kidjekouchian Apoderado <a href="mailto:Nkidje@Hotmail.Com">Nkidje@Hotmail.Com</a> (54) 011 - 49782357 (54) 011 - 42819383
Razón Social :	TRANSMARITIMA CRUZ DEL SUD S.A.



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono:	LA INMACULADA; CRUZ DEL SUD; CRUZ DE LA PLATA Av. Corrientes 3169 Piso 13 ° Ciudad de Buenos Aires 1193 (54) 11 - 50323669 (54) 11 - 50323669 <a href="mailto:Ventas@Transmaritima.Com.Ar">Ventas@Transmaritima.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Lainmaculada.Com.Ar">Www.Lainmaculada.Com.Ar</a> Marcelo H. Fernández Vicepresidente <a href="mailto:Marcelo@Transmaritima.Com.Ar">Marcelo@Transmaritima.Com.Ar</a> (54) 11 - 50323669
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Localidad: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	TREBOL PAMPA S.A, PINDAPOY; PAMPA; YUKISOL; TRES ESTRELLAS Av. Corrientes 457 Piso 12 Ciudad de Buenos Aires Buenos Aires C1043AAE (54) 11 - 52358840 (54) 11 - 43287374 <a href="mailto:Info@Trebolpampa.Com">Info@Trebolpampa.Com</a> <a href="http://Www.Trebolpampa.Com">Www.Trebolpampa.Com</a> Silvio Leguía Responsable de Comercio Exterior <a href="mailto:Leguia@Trebolpampa.Com">Leguia@Trebolpampa.Com</a> (54) 11 - 52358840 (54) 11 - 43287374
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto	TRES ASES S.A. TRES ASES; PARIS; ZEPPELIN Lisandro De La Torre 100 Río Negro Cipolletti R8324cob (54) 299 - 4772183 (54) 299 - 4771573 <a href="mailto:Tresases@Tresases.Com.Ar">Tresases@Tresases.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Tresases.Com.Ar">Www.Tresases.Com.Ar</a>



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Nombre Y Apellido:	Daniela Aburto
Cargo:	Asistente Comercial
E-Mail:	<a href="mailto:Daburto@Tresases.Com.Ar">Daburto@Tresases.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 299 - 4772183
Fax:	(54) 299 - 4771573
Nombre Y Apellido:	Gabriel Grisanti
Cargo:	Director
E-Mail:	<a href="mailto:Ggrisanti@Tresases.Com.Ar">Ggrisanti@Tresases.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 299 - 4772183
Fax:	(54) 299 - 4771573
Razón Social :	TREVISUR S.A.
Marcas Comerciales	TURQUESA; PEA; DOS ROSAS; MARTIN FIERRO
Domicilio:	Salguero 2533 -Piso 7° Of. 1-
Provincia:	Ciudad de Buenos Aires
Partido:	Ciudad de Bs. As.
Código Postal:	1425
Teléfono:	(54) 11 - 4807-0685
Fax:	(54) 11 - 4806-5621
E-Mail:	<a href="mailto:Trevisur@Trevisur.Com.Ar">Trevisur@Trevisur.Com.Ar</a>
Página Web:	<a href="http://Www.Trevisur.Com.Ar">Www.Trevisur.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	María Lourdes Raimondo
Cargo:	Presidente
E-Mail:	<a href="mailto:Lourdesr@Trevisur.Com.Ar">Lourdesr@Trevisur.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 11 - 4807-0372
Fax:	(54) 11 - 4806-5621
Razón Social :	TROPEANO FRANCISCO DANIEL
Domicilio:	Los Olivos 835
Provincia:	Buenos Aires
Partido:	San Isidro
Código Postal:	1609
Teléfono:	(54) 11 - 47195021
Fax:	(54) 11 - 47195021
E-Mail:	<a href="mailto:Tdf@Ciudad.Com.Ar">Tdf@Ciudad.Com.Ar</a>
Contacto	
Nombre Y Apellido:	Francisco Daniel Tropeano
Cargo:	Propietario
E-Mail:	<a href="mailto:Tdf@Ciudad.Com.Ar">Tdf@Ciudad.Com.Ar</a>
Teléfono:	(54) 11 - 47195021
Fax:	(54) 11 - 47195021



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	URQU ANQA SRL Virrey Aviles 3710 Ciudad De Buenos Aires Ciudad De Bs. As. 1427 (54) 11 - 4719-6352 (54) 11 - 4719-6352 <a href="mailto:Vanesa@Globaltec.Com.Ar">Vanesa@Globaltec.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Urquanqa.Com.Ar">Www.Urquanqa.Com.Ar</a> Jorge Carlos Alonso Dublo Gerente <a href="mailto:Jorge@Globaltec.Com.Ar">Jorge@Globaltec.Com.Ar</a> (54) 11 - 4719-6352 (54) 11 - 4719-6352
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	VERGARA Y CIA S.A. VARIAS Av. Sarmiento 930 - 5º A. Fl. Ciudad de Buenos Aires Ciudad de Bs. As. C1041AAT (54) 11 - 43287897 (54) 11 - 43941448 <a href="mailto:Vergaraycia@Vergaraycia.Com.Ar">Vergaraycia@Vergaraycia.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Vergaraycia.Com.Ar">Www.Vergaraycia.Com.Ar</a> Oscar Emilio Vergara Presidente <a href="mailto:Oscar@Vergaraycia.Com.Ar">Oscar@Vergaraycia.Com.Ar</a> (54) 11 - 43287897 (54) 11 - 43941448
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail:	VERGEL S.A. VERGEL THE FRESH FOOD FARM Juramento 2059 2º Pisoof 204 Ciudad de Buenos Aires C1428dng (54) 11 - 47845634 (54) 11 - 47845634 <a href="mailto:Vergel@Vergel.Com">Vergel@Vergel.Com</a>



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	<a href="http://Www.Vergel.Com">Www.Vergel.Com</a> Francisco Caffarena Presidente <a href="mailto:Vergel@Vergel.Com">Vergel@Vergel.Com</a> (54) 11 - 47845634 (54) 11 - 47845634
Razón Social : Marcas Comerciales Domicilio: Provincia: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono: Fax:	VIA FUTTA S.A. VIA FRUTTA; MELABLU; SIMON; ARALÍ España 64 Río Negro 8336 (54) 2941 - 464266 (54) 2941 - 464267 <a href="mailto:Info@Viafrutta.Com.Ar">Info@Viafrutta.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Viafrutta.Com.Ar">Www.Viafrutta.Com.Ar</a> Rodolfo Adrenghi Vicepresidente <a href="mailto:Rardenghi@Viafrutta.Com.Ar">Rardenghi@Viafrutta.Com.Ar</a> (54) 2941 - 464266 (54) 2941 - 464267
Razón Social : Domicilio: Provincia: Partido: Código Postal: Teléfono: Fax: E-Mail: Página Web: Contacto Nombre Y Apellido: Cargo: E-Mail: Teléfono:	VIÑAFRU S.A. Hipólito Irigoyen 3515 Este San Juan Santa Lucía 5411 (54) 264 - 4254434 (54) 264 - 4254434 <a href="mailto:Gbenelbaz@Eling.Com.Ar">Gbenelbaz@Eling.Com.Ar</a> <a href="http://Www.Vinafru.Com.Ar">Www.Vinafru.Com.Ar</a> Guillermo Benelbaz Gerente Comercial <a href="mailto:Gbenelbaz@Eling.Com.Ar">Gbenelbaz@Eling.Com.Ar</a> (54) 264 - 4254434



### **ANEXO III**

#### **Informes de Mercado y Oportunidades de Negocios**

En cuanto a informes de mercado se refiere, podemos indicar que los hay de tres tipos, a saber: Información Básica de Mercado, Perfil de Mercado y Estudios de Mercado.

Una Información Básica de Mercado es el primer paso en el proceso necesario para seleccionar -dentro de una gran cantidad de mercados potenciales-, aquellos pocos sobre los que se iniciará luego una investigación más detallada. La información básica sobre los niveles arancelarios de importación y las eventuales barreras no arancelarias o normas de restricción de cambios y pagos al exterior vigentes en cada uno de los mercados analizados contribuyen, junto con ciertos datos estadísticos de importación del país considerado y de exportación argentina, a visualizar aquellos mercados en los que se centrará el requerimiento de otros datos sobre accesibilidad, prácticas comerciales, magnitud, competencia y otras características.

Un Perfil de Mercado brinda a la empresa una noción preliminar acerca de la situación que enfrenta su producto en un mercado previamente seleccionado. La información incluye no sólo el tratamiento arancelario, sino también estadísticas de comercio exterior de ese país, una breve descripción del mercado y sus principales características y, para iniciar contactos directos, listados de potenciales importadores/distribuidores. Los datos de éstos últimos, verificados y validados por la Sección Económica y Comercial de la Representación Diplomática o Consular argentina, podrán encontrarse asimismo en el Directorio de Importadores de este Portal con la fecha de su Alta o última actualización.

Más amplios que los perfiles, los Estudios de Mercado contienen además información sobre precios, canales de distribución, market-share de las empresas locales competidoras en ese mercado, hábitos de consumo y otros aspectos de la comercialización del bien o servicio en el mercado de destino (por ej.: costumbres en materia de etiquetado, formas habituales de publicidad y promoción), así como Ferias y Exposiciones recomendadas, procedimientos para instalar una oficina de representación propia, o de importación y comercialización propia o una empresa productora subsidiaria, entre otros aspectos de utilidad para el empresario argentino.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto*

La Cancillería Argentina ha puesto a disposición de cualquier interesado la serie de informes de mercado con la que cuenta a través de su portal: <http://www.argentinatradenet.gov.ar>, a los cuales se puede acceder directamente a través del buscador en: <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/perfiles.asp>, buscando por el país (mercado) o por la posición arancelaria de su interés.

Por otra parte, una Oportunidad Comercial es una demanda concreta de un bien o servicio específico, detectada por la Sección Económica y Comercial (SECOM) de una Representación Diplomática o Consular de nuestro país.

Antes de enviar el aviso de la oportunidad comercial, la SECOM establece contacto con la empresa extranjera solicitante y verifica, por todos los medios a su alcance, la seriedad de ésta y su interés por el producto.

Hecho ello, en el aviso de la Oportunidad Comercial, se indica la denominación, posición arancelaria, cantidad y especificaciones técnicas del producto demandado, y se identifica apropiadamente a la empresa extranjera que lo solicita. Con esta información, el exportador argentino puede hacer llegar su oferta directamente a la empresa demandante y entablar negociaciones con ella.

Nuevamente, y a este respecto, la Cancillería Argentina ha puesto a disposición de cualquier interesado la serie de oportunidades de negocios a las que ha tenido acceso y que ha corroborado debidamente a través de su portal: <http://www.argentinatradenet.gov.ar>, a las que se puede acceder directamente a través del buscador en: <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/oportunidades/oportunidades.asp>, buscando aquí también por el país (mercado) o por la posición arancelaria de su interés.



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto

## Anexo IV Fuentes Consultadas

- Codex Alimentarius
- Secretaría de Industria y Comercio
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos, Dirección Nacional de Alimentos
- INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos
- INV, Instituto Nacional de Vitivinicultura
- Secretaría de Fruticultura - Gobierno de la Provincia de Río Negro
- CAPAB Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries

### **Paginas web:**

- [http://www.codexalimentarius.net/web/index\\_en.jsp](http://www.codexalimentarius.net/web/index_en.jsp)
- <http://www.alimentosargentinos.gov.ar>
- <http://www.cei.mrecic.gov.ar>
- <http://www.argentinatradenet.gov.ar>

### **Informes:**

- *Understanding the Codex Alimentarius*, Third Edition, World Health Organization, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, 2006.
- *Instructivo para la confección de protocolos de calidad*, Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, Programa Alimentos Argentinos.
- *Un desafío Permanente. Alimentos Argentinos de Calidad*, Programa Calidad de los Alimentos Argentinos / SAGPyA.
- Edición número 41 de la revista Alimentos Argentinos.