

INFORME SECTOR ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

Miel

2010

**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>	3
Introducción al Sector: Alimentos Industrializados	3
1. <u>LA CADENA AGROALIMENTARIA</u>	4
1.1 Alimentos argentinos de calidad	5
1.2 Protocolos de calidad	8
2. <u>SECTOR DE LA MIEL</u>	12
2.1 Características de la producción de sector	14
3. <u>COMERCIO EXTERIOR</u>	17
3.1 Exportaciones del sector	17
3.2 Importaciones del sector	20
4. <u>MARCO REGULATORIO</u>	22
4.1 Codex Alimentarius	22
4.2 Código alimentario argentino	25
4.3 Indicación geográfica y denominación de origen	27
<u>ANEXOS</u>	34
I. Ferias Internacionales	35
II. Listado de Empresas del Sector	39
III. Informes de Mercado y Oportunidades de Negocios	54
IV. Fuentes Consultadas	56



*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).

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 comprensiva, pudiendo ser subdividida en 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



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

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, alucuzcuz 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.

A este respecto, cabe decir que las Buenas Prácticas de Manufactura – BPM – son de cumplimiento obligatorio en nuestro país, a lo que se suma que el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control – HACCP – que es requerido para exportar una variedad cada vez más amplia de productos a los EE.UU., Canadá y la Unión Europea, entre otros destinos (con lo cual, su utilización por empresas argentinas es cada vez mayor). Ambos esquemas, establecen un marco 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.

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,



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

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 protector adecuado.

De esta manera, el 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 mejor clima en las relaciones entre los intervinientes en la cadena agroalimentaria. Todo esto ha generado un cambio de enfoque en lo que a producción se refiere.

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 la implementación de los sistemas de gestión de la calidad mencionados precedentemente.

1.1 Alimentos argentinos de calidad

El Programa calidad de los alimentos argentinos impulsado desde la Dirección Nacional de Alimentación de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos – SAGPyA – busca impulsar la implementación de un nuevo enfoque en la comercialización de alimentos, ello en orden a asegurar su inocuidad, calidad, productividad y mejora continua, logrando una mayor confianza por parte de clientes y consumidores.

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



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

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 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



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

sistemas correctivos, con lo cual, se intenta desde las primeras etapas de la cadena 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



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

al ajuste de los procesos industriales, evitando como consecuencia que se elaboren 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 el logro 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 originado en Cámaras, empresas u organismos.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

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 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, de organizaciones no gubernamentales, en organismos de Gobierno, o de 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.



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

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

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



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

	Buenos Aires.		http://www.foodsafety.com.ar/	
I.Q.C S.A	Bartolomé Mitre 864, 4°"Frente", Ciudad de Buenos Aires.	011-4342-7669 /8037/0099	iqcsa@iqcsa.com.ar	Adriana Graciela Noaco
		011-4331-2766	http://www.iqcsa.com.ar/	
IRAM - Instituto Argentino de Normalización	Perú 552/556, Ciudad de Buenos Aires.	011-4346-0600	mrodriguez@iram.org.ar	Marcos Rodriguez
		011-4346-0601	certialimentos@iram.org.ar	
Certificadora Mehuen SA	Esmeralda 933, 4°"F", Ciudad de Buenos Aires.	011-4311-2162	info@mehuen.com.ar	Jorge Caramés
			info@jcara.com.ar	
			http://www.jcara.com.ar/	
			http://www.mehuen.com.ar/	
Letis S.A	Urquiza 1.564, Rosario, Santa Fé.	341 - 426-4244	info@letis.com.ar	Patricia García
			http://www.letis.com.ar/	
OIA- Organizacion Internacional Agropecuaria S.A.	Av. Santa Fe 830, Acassuso, Buenos Aires.	011-4793-4340	oia@oia.com.ar	Gabriel Berardinelli
		011-4798-9084	http://www.oia.com.ar/	
INTI	Av. General Paz 5445 – (B1650) – Buenos Aires	011-4724-6200 /6300/6400	certifica@inti.gov.ar www.inti.gov.ar	Isabel Tiscornia
SGS Argentina S.A.	Alsina 1.382, Ciudad de Buenos Aires.	011-4124-2000	esteban.resumil@sgs.com	Esteban Resumil
		011-4124-2146	paula.troya@sgs.com	
			http://www.sgs.com/	



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

2. SECTOR DE LA MIEL

En lo que se refiere específicamente a la apicultura y su derivado por excelencia, es decir, la miel natural – subpartida 0409.00 –, cabe referir que en nuestro país se viene experimentando, desde hace ya algunos años, una notable expansión de la actividad apicultora, gracias a una serie de factores – tales como la disminución en la producción por cuestiones sanitarias en países tradicionalmente productores de miel, factores climáticos, africanización de abejas (como en el caso de México), entre otros – que facilitaron el ingreso a la misma de productores que, por ello, se vieron volcados a la producción de miel.

De esa manera, y gracias también a un aumento en el precio de la miel durante la década del '90, seguida por la devaluación habida hacia finales de 2001, comienzos del 2002, se produjo un gran desarrollo de la apicultura en nuestro país, la producción apícola se incrementó junto con la calidad del producto final – la que comenzó a ser reconocida como un factor de distinción a nivel mundial – todo lo cual derivó, a su turno, en un aumento notorio de las exportaciones argentinas de miel natural y en un incremento de los precios internacionales de la misma.

En relación a la miel, de acuerdo con la Resolución 15/94 del Grupo Mercado Común del MERCOSUR, la misma es definida como el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de plantas, que las abejas recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en los panales de la colmena (art. 2.1).

Asimismo, se especifica más adelante que la miel es una solución concentrada de azúcares con predominancia de glucosa y fructosa. Contiene además una mezcla compleja de otros hidratos de carbono, enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, minerales, sustancias aromáticas, pigmentos, cera y granos de polen (art. 4.1).

Por otro lado, se hace también una clasificación en la Resolución 15/94, según:



a) su origen botánico, puede tratarse de miel de flores (obtenida principalmente de los néctares de las flores), ya se trate de mieles uniflorales o monoflorales (cuando el producto proceda primordialmente del origen de flores de una misma familia, género o especie y posea características sensoriales, fisicoquímicas y microscópicas propias), o de mieles multiflorales o poliflorales o milflorales; o de miel de mielada (es decir, la obtenida primordialmente a partir de secreciones de las partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que se encuentran sobre ellas);

b) el procedimiento de obtención, pudiendo ser: miel escurrida (obtenida por escurrimiento de los panales desoperculados, sin larvas), miel prensada (obtenida por prensado de los panales sin larvas), miel centrifugada (obtenida por centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas), o de miel filtrada (la que ha sido sometida a un proceso de filtración sin alterar su valor nutritivo);

c) según su presentación, puede tratarse de: miel (miel en estado líquido, cristalizado o una mezcla de ambas), miel en panales o miel en secciones (la almacenada por las abejas en celdas operculados de panales nuevos, construidos por ellas mismas que no contengan larvas y comercializada en panal entero o secciones de panales), miel con trozos de panal cuando contiene uno o más trozos de panales con miel, exentos de larvas), miel cristalizada o granulada (ha experimentado un proceso natural de solidificación como consecuencia de la cristalización de la glucosa), miel cremosa (tiene una estructura cristalina fina y que puede haber sido sometida a un proceso físico que le confiera esa estructura y que la haga fácil de untar); y

d) Según su destino, puede tratarse de: miel para consumo directo (cuando responde a las características sensoriales, físico-químicas – madurez, limpieza, deterioro y contenido de polen – establecidos en la Resolución), o miel para utilización en la industria o para uso industrial (la que responde a los recaudos que se requieren para la miel para consumo, excepto el índice de diastasa y el contenido de hidroximetilfurfural que podrán ser menor que 8 (en la escala de Gothe) y mayor que 40 mg/kg respectivamente), pudiendo únicamente ser empleada en la elaboración industrial de productos.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

En lo que se refiere al consumo de miel natural, en el caso específico de nuestro país, debemos decir que el mismo es todavía muy reducido en relación con el de otros países: en la Argentina se consumen alrededor de 180-200 grs. por habitante por año, cuando en países como Japón, EE.UU. o Alemania el consumo ronda – y en algunos casos supera – el kg. per capita.

A ese respecto, es del caso mencionar que el mercado interno argentino está poco desarrollado en relación a los mercados internos de otros países debido en mayor medida al escaso hábito de consumo de miel y demás productos apícolas; sin perjuicio de ello, es posible apreciar un cambio de hábitos en el consumo de alimentos, con lo cual se puede ver una tendencia contraria evidenciada por el incremento en la venta de productos naturales con los cuales se busca una mejora en la calidad de vida y en la salud.

Por otro lado, cabe decir que el consumo mundial de miel presenta una tendencia creciente, ello por cuanto se registra una mayor demanda en algunos mercados tradicionales, a lo que se suma también la incorporación de nuevos mercados: por ejemplo, países tales como Líbano, Arabia, Omán y Siria, están incrementando su demanda debido a que se encuentran experimentando una notable expansión, sumado al hecho de que la miel está relacionada con algunas festividades religiosas.

2.1. Características de la Producción del Sector

Para comenzar, podemos decir que, en el período 2007-2008, según datos del registro Nacional de Productores Apícolas la actividad apicultora está a cargo de más de 30.000 apicultores, quienes poseen unas 3,9 millones de colmenas, aunque se considera que podrían tener en procesos de producción más de 5 millones.

En ese orden de ideas, cabe destacar que la producción nacional se sitúa en un rendimiento promedio del orden de los 30 a 35 kgs. por colmena anuales; asimismo, hay zonas productoras en las cuales se registran importantes cosechas cuyo promedio se ubica en los 60 a 70 kgs. por colmena al año, en sintonía con las experiencias registradas entre los mayores productores mundiales.



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

En cuanto a las zonas en la que se produce la miel dentro del territorio argentino, en Buenos Aires se concentra más del 50% de los productores de miel de nuestro país, aunque la apicultura se ha extendido notablemente al resto de las provincias, existiendo polos productivos en Santiago del Estero, Misiones, Tucumán, Neuquén y Chubut, por mencionar algunas provincias.

Por causa de esa distribución de las producciones apícolas y por las variedades climáticas del territorio nacional, junto con los variados posibles orígenes botánicos, el resultado final es la obtención de diferentes tipos de miel con elevados estándares de calidad, lo cual ha generado que la miel argentina sea altamente valorada a nivel mundial, por sus características organolépticas y físico-químicas, y su demanda lo es tanto para el consumo directo como para su procesamiento en los mercados más exigentes.

Asimismo, en los últimos tiempos se ha visto un notorio incremento en el uso de la miel dentro de la industria alimenticia, por ejemplo, a través de su incorporación en galletitas, panificados, o snacks, con lo cual, las empresas elaboradoras de dichos productos alimenticios exigen una mayor calidad de miel, principalmente cuando se trata de la elaboración de galletitas y panificados.

En cuanto a la cadena productiva de este sector, debe decirse que estamos ante una actividad secundaria o complementaria, se cuenta con alrededor de 60.000 personas ocupadas, siendo el período de cosecha aquel en el cual se contrata una gran cantidad de personal temporal, lo que da como resultado unos 90.000 empleados para el sector en cada temporada de cosecha.

Por su estructura, la cadena de la miel puede ser tomada como una cadena poco compleja, dado que el producto final – miel – no requiere de profundas transformaciones físicas para su comercialización, interviniendo pocos agentes en esta última actividad. Véase que, en general, el recorrido de la miel es el que va desde el productor individual o asociado hacia el acopiador y luego al exportador; del productor al exportador directamente; o del productor al fraccionador; e inclusive puede darse el caso de que el



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

productor, asociado con otros agentes, transite todas las etapas necesarias hasta llegar a la exportación de la miel obtenida luego de la cosecha.

En cuanto a la producción de miel puede decirse que, a nivel mundial, la misma se ubica en el orden del 1,2 millones de Tns. al año. En este sentido, tan solo seis países concentran el 50% de la producción mundial. En los últimos años se observa que se viene desarrollando a este respecto una tendencia levemente creciente.

En lo que hace al origen de esa producción apícola, cabe referir que el principal continente productor de miel es Asia, seguido por América, donde encontramos que el MERCOSUR exporta el 10% de la producción mundial.

Entre los países productores de miel natural, la Argentina se ha posicionado en el tercer lugar a nivel mundial, luego de China y Estados Unidos, representando el 70% de la miel producida en el hemisferio sur del continente Americano, a la vez que concentra el 25% de la producción de todo el continente, y finalmente el 6% del total producido y comercializado a nivel mundial.

La producción argentina a mediados de la década del 90 experimentó una notable expansión, incrementándose en un 40% en apenas cinco años. En promedio ronda las 75.000 Tn anuales. El valor máximo de producción se dio en el año 2005, año en que se han superado las 100.000 Tns. de miel. Es posible que en los próximos años Argentina desplace del segundo lugar en el ranking a Estados Unidos.



3. COMERCIO EXTERIOR

En cuanto al comercio exterior argentino de miel natural – subpartida 040900 N.C.M. –, cabe decir que la situación es ampliamente favorable a nuestro país, ya que del total comercializado internacionalmente por Argentina, exportaciones más importaciones, las exportaciones, representan el 99,93% en el año 2009, mientras que las importaciones solo alcanzan el 0,07% del total.

Balanza Comercial Impo-Expo Miel Natural – subpartida 4090000 – Argentina-Mundo 2005-2009; en Dólares					
Años	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones Argentinas al Mundo (u\$s FOB)	128.503.118	154.180.539	134.215.931	181.311.007	160.291.354
Importaciones Argentinas del Mundo (u\$s CIF)	139.495	180.738	216.877	194.353	106.658
Saldo	128.363.623	153.999.801	133.999.054	181.116.654	160.184.696
Global	128.642.613	154.361.277	134.432.808	181.505.360	160.398.012

De esta manera, el intercambio comercial en el quinquenio 2005 – 2009 se eleva a más de US\$ 759 millones con un saldo favorable para nuestro país cercano a los US\$ 757 millones, lo que evidencia la notable demanda que la miel argentina ha sabido generar en distintos mercados.

3.1. Exportaciones del Sector

En lo que se refiere a las ventas externas de miel natural, se aprecia que las mismas han experimentado fluctuaciones notables durante el quinquenio 2005-2009, con un aumento de aproximadamente 25% en el volumen exportado hacia el final del período considerado en un análisis de punta a punta (se pasó de exportar por un valor de aproximadamente US\$ 128,5 millones en 2005 a US\$ 160,3 millones en 2009).



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

EXPORTACIONES ARGENTINAS DE MIEL NATURAL

En u\$s FOB

Fuente CEI en base a INDEC

Producto	Descripción	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
04090000	Miel natural	128.503.118	154.180.539	134.215.931	181.311.007	160.291.354
Total general		128.503.118	154.180.539	134.215.931	181.311.007	160.291.354

En lo que respecta a los países destinatarios de las exportaciones de miel natural producida en nuestro país, encontramos, en el primer lugar a la República Federal de Alemania, la cual supera de manera considerable a otros destinos, habiéndose producido un aumento reciente de esas ventas del orden de casi el 55%, dado que las mismas pasaron de más US\$ 46,6 millones en 2005 a US\$ 72,2 millones en 2009. Cabe resaltar que dicho país compra a la Argentina el 45% del total exportado en ese mismo año.

Seguidamente encontramos que los Estados Unidos han adquirido miel natural en el mercado argentino por algo más de US\$ 34,2 millones en 2009, cuando en 2005 lo hacía por US\$ 30,1 millones. Ello implica que recibe el 21% de nuestras exportaciones de miel natural. Debe destacarse además que en 2006 se produjo un pico exportador a ese mercado de US\$ 47.5 millones.

Finalmente, cabe señalar que Italia y Francia ocupan el tercer y cuarto lugar respectivamente, en el ranking del quinquenio con un volumen en 2005 de casi US\$ 10,4 millones en el caso de Italia y US\$ 6,5 millones en el caso de Francia, pasando a importar en 2009 US\$ 15 millones y US\$ 10,4 millones respectivamente, absorbiendo a así Italia casi el 10% y Francia solo el 6,5% del mercado de exportación argentino de miel natural.

Es destacable decir que estos 4 mercados considerados de excelencia absorben más de un 80% de nuestras exportaciones de miel natural.



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

**EXPORTACIONES ARGENTINAS TOTALES POR DESTINO
EN U\$S FOB**

Fuente CEI en base a INDEC

País	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
Total general	128.503.118	154.180.539	134.215.931	181.311.007	160.291.354
Alemania, Rep.	46.605.346	46.954.676	49.539.537	71.635.286	72.222.021
Estados Unidos	30.111.508	47.549.126	31.043.583	29.252.906	34.194.625
Italia	10.450.315	11.025.042	9.830.705	17.729.280	15.056.516
Francia	6.530.864	7.861.879	8.612.977	17.651.224	10.393.690
Reino Unido	9.900.399	11.354.693	13.100.895	14.578.113	6.041.815
Japón	2.458.072	3.449.060	2.284.159	8.724.328	4.579.255
Australia	227.003	260.449	1.174.846	4.021.902	3.898.325
Bélgica	2.162.624	4.589.427	1.968.208	2.746.885	3.426.792
Arabia Saudita	878.226	1.823.279	1.757.896	3.389.397	3.118.602
Irlanda	1.471.218	1.864.077	1.850.397	2.177.963	1.561.145
España	9.140.534	9.166.661	4.284.515	1.805.341	1.284.261
Marruecos	115.699	360.662	448.367	913.523	1.105.776
Suiza	565.873	305.653	235.312	358.750	591.686
Canadá	3.887.001	3.118.676	1.615.659	378.427	459.376
Finlandia	150.223	422.260	308.386	403.714	455.800
Austria	289.152	219.650	443.798	346.924	372.803
Noruega	280.696	223.284	228.595	364.601	354.396
Ecuador	147.963	277.888	234.011	437.873	238.576
Portugal	163.240	45.730	30.518		217.636
Libia	25.752	29.020	429.532	104.226	206.327
Países Bajos	753.561	1.002.838	917.525	312.796	143.496
Bolivia	47.681	57.651	70.750	121.098	131.950
Líbano			41.329	42.630	68.087
Antillas Holan	36.924	30.495	63.439	106.947	65.369
SudÁfrica	377.399	659.211	754.556	197.670	54.882
República Checa	23.648	27.317	57.058	21.190	24.192
Venezuela	6.577	17.494			21.548
Cabo Verde					2.113
Panamá		1.864			204
Uruguay	9.574	31.150	87.615	28.200	90
Angola		30.166	34.153		
Argelia	22.165			72	
Brasil	2	25.146	8.640		
Bulgaria			277.445	274.396	
China			3.248	6.472	
Chipre	18.620				
Colombia		33.120	33.520		
Corea Repúblic		1.436		4.507	
Costa Rica	33.370				



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

**EXPORTACIONES ARGENTINAS TOTALES POR DESTINO
EN U\$S FOB**

Fuente CEI en base a INDEC

País	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
Croacia	16.734				
Dinamarca	437.394	128.576	516.546	49.678	
Egipto			513		
Emiratos Árabe	60	69.846	29.140	25	
Eslovaquia			150.813		
Filipinas	58.267	25.924	595	30.939	
Hong Kong Rae	2.004		811.944		
Hungría		455.535	494.171	282.158	
Indonesia		33.933	34.770		
Israel	4.416				
Jordania	24.000	38.580	37.266		
Liberia			34.807		
Malasia		30.386	36.089		
Omán	19.600				
Paquistán	91.934	5.595	4.194		
Polonia	579.081	347.033	258.756	244.539	
Puerto Rico (E	19.072				
Qatar	10.055				
Rusia			158		
Suecia	148.890	28.477	34.995	64.254	
Terr. Español	124.295	197.574			
Turquia	74.037			2.502.773	
ZF Montevideo	2.050				

3.2. Importaciones del Sector

IMPORTACIONES ARGENTINAS DE MIEL NATURAL

En u\$s CIF

Fuente CEI en base a INDEC

Producto	Descripción	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
04090000	Miel natural	139.495	180.738	216.877	194.353	106.658
Total general		139.495	180.738	216.877	194.353	106.658

Como se observa a simple vista, las importaciones argentinas de miel natural son muy reducidas, obviamente esto obedece a que este país es un productor neto.



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

En relación con los orígenes y montos de nuestras importaciones de miel natural, cabe recordar que las compras del exterior han sido muy escasas. El primer país de origen en 2009 fue Brasil con US\$ 5.517, lo que representa el 5,17% de las importaciones totales. Sin embargo, las exportaciones brasileras a nuestro país no fueron constantes durante el quinquenio 2005-2009, las mismas han crecido en el último año como puede observarse en la siguiente tabla.

**IMPORTACIONES ARGENTINAS POR ORIGEN
EN U\$S CIF**

Fuente CEI en base a INDEC

País	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
Total general	139.495	180.738	216.877	194.353	106.658
Argentina (Zona Franca)	82.936	151.386	129.953	190.424	96.923
Brasil			1.581	1.786	5.517
Estados Unidos		555	1.326	1.514	3.642
Uruguay	47.564		72.355		322
Colombia		227	285	486	239
Panamá					9
México		33			6
Alemania, Rep.		64	159		
Australia			47		
Chile		31			
China	1				
España		44	89		
Francia		19.113	19		
Italia		179		66	
Japón	2		3		
Kenya			62		
Países Bajos				77	
Reino Unido	135	182	331		
Suiza	8.857	8.924	10.667		

Por otro lado, los Estados Unidos con el 3,41%, también ha realizado envíos de manera esporádica y ha tenido un aumento de sus envíos a nuestro país de miel natural.



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.

En 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. 1º), 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. 2º).

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 2º de la norma argentina.



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



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).

Lineamientos del "Plan Estratégico Argentina Apícola 2017."

Ver Resolución 431/2008

"Programa de Asistencia para la Cadena Apícola" de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos

Ver Resolución 250/2009



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

ANEXOS



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

ANEXO I

Ferias Internacionales 2010

Feria	Fecha	Lugar	Rubros
ROYAL HIGHLAND SHOW	24/06/2010	Reino Unido, Escocia	Es la feria Agropecuaria regional de Escocia.
INTERPAT	27/06/2010	Túnez	Salón Internacional de la Panadería, Pastelería, Heladería y catering
THAIFEX - World of Food Asia 2010	30/06/2010	Tailandia, Bangkok	Alimentos en general
11th Malaysia International Food & Beverage Trade Fair	22/07/2010	Malasia, Putra World Trade Centre	Alimentos y bebidas en general
AGRO	09/08/2010	Ecuador	Congreso internacional y exposición internacional del sector agrícola
NAB	16/08/2010	Ecuador	Exposición de proveedores de la industria astronómica congreso internacional y copa culinaria
AGQUIP	17/08/2010	Australia	Agro industria en general.
Hospitality NZ 2010	22/08/2010	Nueva Zelanda, ASB Showgrounds	Productos y servicios para el sector de la hotelería, cafetería, restaurants, bares y vinos
Natural Products Expo Asia 2010	26/08/2010	Hong Kong Hong Kong Convention and Exhibition Centre	Alimentos naturales y orgánicos, suplementos y vitaminas
SPECIALITY & FINE FOOD FAIR 2010	05/09/2010	Reino Unido, Londres	Productos alimenticios de la categoría gourmet o delicatessen.
the 2010 china (qinghai) international halal food & products fair	06/09/2010	China República Popular	Alimentos en general
GOURMET GIFT FAIR 2010 (TOKYO INTERNATIONAL GIFT SHOW)	07/09/2010	Japón, Tokyo Big Sight	Alimentos y bebidas gourmet para Regalo



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

the 8th beijing international food & drink processing & packing equipment exhibition	10/09/2010	China República Popular	Alimentos en general
DIET & BEAUTY FAIR	13/09/2010	Japón, Tokyo Big Sight	Productos sobre belleza (alimentos dietéticos)
POLAGRA-FOOD	13/09/2010	Polonia	Alimentos y bebidas en general
International Dairy Show	13/09/2010	Estados Unidos, Texas	Alimentos en general
Food & Hotel 2010	15/09/2010	Bangkok, Tailandia	Alimentos y bebidas en general entre otros
BIOFACH JAPAN 2010	21/09/2010	Japón, Tokyo	Productos orgánicos
ALIMENTICIA	23/09/2010	Angola, Luanda	Feria de Alimentos y Bebidas
SIAS	24/09/2010	Túnez, Nabeul	Salón Internacional de agroalimentación y servicios
Shop Expo	28/09/2010	Irlanda, Dublín	Exposición sobre alimentos, bebidas
Easy Fairs Horeca en Autotron	25/10/2010	Países Bajos	Hotelería
WORLD FOOD	26/10/2010	Ucrania	Alimentos y bebidas en general
InterFood Indonesia 2010	27/10/2010	Indonesia, Jakarta	Alimentos y bebidas en general
Wine & Gourmet Asia 2010	28/10/2010	Hong Kong, macao	Feria de vino y alimentos gourmet



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

FEILEITE 2010	02/11/2010	Brasil, Sao Paulo	Alimentos
INTERFOOD AND DRINK	10/11/2010	Bulgaria, Sofia	Alimentos entre otros
Det Godaköket (la buena Cocina)	12/11/2010	Suecia, Estocolmo	Feria de comida y bebidas
ISRAFOOD 2010	22/11/2010	Israel	Alimentos y bebidas en general
ETNO HRANA I PICE	25/11/2010	Serbia	Alimentos, equipamiento para la producción de alimentos, maquinas de empaque y confección, embalaje y medios de transporte
MAHA International 2010	26/11/2010	Malasia	Alimentos
AGRI LIVE SMITHFIELD 2010	02/12/2010	Reino Unido	Agricultura,
MARCA MARROQUÍ 2010	02/12/2010	Marruecos	Salón puramente marroquí, lugar de encuentro para sectores especializados en agricultura, agroalimentación, textil, cuero, química, farmacia, pesca, artesanía, servicios
TRADITIONAL PRODUCTS 2010	02/12/2010	Grecia	1er Festival Internacional de productos tradicionales (alimentos, bebidas, artículos folklóricos, iconos bizantinos, turismo, eventos culturales folklóricos, marionetas, Uniones, Asociaciones etc.)
MIDDLE EAST NATURAL & ORGANIC PRODUCTS EXPO 2010	07/12/2010	Emiratos Arabes Unidos, Dubai	Alimentos y productos orgánicos
Festival de la Leche y Carne	26/01/2011	Chile	Alimentos



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

TEMA2011	27/02/2011	Dinamarca, Copenhague	Alimentos y bebidas en general
INTERNATIONAL FOOD AND DRINK EXHIBITION (IFE) 2011	13/03/2011	Reino Unido, Londres	Alimentos y bebidas en general
INTERNORGA - Salón Internacional de Hotelería, Gastronomía, Alimentación, Panaderías y Repostería	18/03/2011	Alemania, Hamburgo	Alimentos y bebidas en general
FOOD & HOTEL INDONESIA 2011 - RETAIL INDONESIA 2011	06/04/2011	Indonesia, Jakarta	Alimentos, Bebidas, Hoteles de Equipamiento
FHC Beijing	09/06/2011	China República Popular	Alimentos y bebidas en general



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

ANEXO II

Nota: Este listado, que no pretende ser exhaustivo, surge de la consulta con el portal www.argentinatradenet.gov.ar, habiéndose incluido prioritariamente aquellas empresas cuya área de actividad se relaciona exclusivamente con la partida 0409. 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	AGLH S.A.
Marcas comerciales	ESTANCIA LAS QUINAS
Domicilio	PEDRAYES 1150
Provincia	Buenos Aires
Localidad	General las Heras
Código Postal	1741
Teléfono (país+área+número)	54 - 220 - 476-3768
Fax (país+área+número)	54 - 220 - 476-3768
E-mail	ventas@aglh.com.ar
Sitio Web	www.aglh.com.ar
Razón Social	AGUILAR SERGIO EDMUNDO
Marcas comerciales	PETALO AZUL
Domicilio	O.Andrade 362
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Moreno
Código Postal	1744
Teléfono (país+área+número)	54 - 237 - 483-2425
Fax (país+área+número)	54 - 237 - 483-2425
E-mail	apiaguilar@infovia.com.ar
Razón Social	ALGODONERA AVELLANEDA S.A.
Domicilio	SAN MARTIN 1357
Provincia	Santa Fe
Localidad	Rueda
Código Postal	3555
Teléfono (país+área+número)	54 - 3482 - 49-6333
Fax (país+área+número)	54 - 3482 - 49-6456
E-mail	juan@bauducco.com.ar
Sitio Web	www.promiel.com.ar



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Razón Social	ALIMENTOS NATURALES - NATURAL FOODS S.A.
Domicilio	LAVALLE 1168
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Tandil
Código Postal	B7001EBT
Teléfono (país+área+número)	54 - 2293 - 440676
Fax (país+área+número)	54 - 2293 - 440677
E-mail	natfoods@honeyar.com
Sitio Web	www.honeyar.com
Razón Social	Andreoli Zita Albina
Domicilio	Sarmiento 128
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Chivilcoy
Código Postal	6625
Teléfono (país+área+número)	54 - 2346 - 491500
Fax (país+área+número)	54 - 2346 - 491500
E-mail	fernandomodolo@gmail.com
Razón Social	APICABADELAREINA
Domicilio	SUCRE 2461
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Moreno
Código Postal	1744
Teléfono (país+área+número)	54 - 0237 - 4053478
Fax (país+área+número)	54 - 0237 - 4053478
E-mail	daniel.rivitti@gmail.com
Sitio Web	www.ceapi.com.ar
Razón Social	ARGENT EXPORT S.A.
Domicilio	Av. B. MITRE 242
Provincia	Buenos Aires
Localidad	---
Código Postal	B1603CQP
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4730-4700
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4760-6160
E-mail	info@argenexport.com.ar
Razón Social	BOLZAN ORLANDO CEFERINO
Domicilio	Entre Rios 758
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Crespo
Código Postal	3116



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Teléfono (país+área+número)	54 - 343 - 4374990
Fax (país+área+número)	54 - 343 - 4951490
E-mail	rm_comext@yahoo.com.ar
Razón Social	BOMBARE S.A.
Marcas comerciales	FINCAS DEL TEHUEL Y LONQUIMAY
Domicilio	AV. CÓRDOBA 629 PISO 3
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	C1054AAF
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 43128545
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 52386435
E-mail	honey@bomare.com
Sitio Web	www.bomare.com
Razón Social	CHARADIA HUMBERTO OMAR
Marcas comerciales	Aberturas Chalero
Domicilio	Avda. Libertad 1659
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Urdinarrain
Código Postal	2826
Teléfono (país+área+número)	54 - 3446 - 481344
Fax (país+área+número)	54 - 3446 - 481344
E-mail	chalero46@hotmail.com
Razón Social	Collado & Asociados
Marcas comerciales	Colmenares Collado
Domicilio	Levalle 1341
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Nueve de Julio
Código Postal	6500
Teléfono (país+área+número)	54 - 2317 - 422882
Fax (país+área+número)	54 - 2317 - 430710
E-mail	colmenares_collado@yahoo.com.ar
Razón Social	COMPañÍA INVERSORA PLATENSE S.A.
Domicilio	CERRITO 1070 PISO 2 OF 52
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	---
Código Postal	C1010AAV
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 48042320



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Fax (país+área+número)	54 - 11 - 48054229
E-mail	info@cipsa.com.ar
Sitio Web	www.cipsa.com.ar
Razón Social	COOP. DE O. Y S. P. DE BRINKMANN L.
Domicilio	H. YRIGOYEN 1275
Provincia	Córdoba
Localidad	Brinkmann
Código Postal	2419
Teléfono (país+área+número)	54 - 3562 - 45-5335
Fax (país+área+número)	54 - 3562 - 45-5335
E-mail	coopbrinkmann@brinet.com.ar
Razón Social	COOPERATIVA APÍCOLA BRANDSEN LIMITADA
Domicilio	San Martín 21
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Brandsen
Código Postal	1980
Teléfono (país+área+número)	54 - 2223 - 49-8674
Fax (país+área+número)	54 - 2223 - 49-8353
E-mail	coopapicolabrandsen@yahoo.com.ar
Razón Social	COOPERATIVA APÍCOLA DE RAUCH LTDA.
Domicilio	San Martín 207
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Rauch
Código Postal	7203
Teléfono (país+área+número)	54 - 2293 - 48-0533
Fax (país+área+número)	54 - 2297 - 44-2708
E-mail	cooparal@yahoo.com.ar
Razón Social	Cooperativa apícola del Paraná Ltda
Domicilio	Montevideo 234
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Paraná
Código Postal	3100
Teléfono (país+área+número)	54 - 0343 - 4374990
Fax (país+área+número)	54 - 0343 - 4374990
E-mail	coadelpa@mielesenterrerianas.com
Razón Social	CRIADERO CHILLAR S.A.
Domicilio	Bouchard 468



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1106
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 43111793
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 43111030
E-mail	ricardo@estudioadroque.com.ar
Sitio Web	www.criaderochillar.com.ar
Razón Social	Echeveste Apicultura de Echeveste Ricardo
Domicilio	Martí 87
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Tandil
Código Postal	7000
Teléfono (país+área+número)	54 - 223 - 492-4174
E-mail	recheveste@uolsinectis.com.ar
Razón Social	ECOALIMENTOS SA
Domicilio	Estados Unidos 721
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	C1101AAN
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4328-2162
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4328-2162
E-mail	sanatec@hotmail.com
Razón Social	Eco-Islas del Paraná de Sergio Victor Báez
Marcas comerciales	Ecolslas
Domicilio	Petrona Simonini 230
Provincia	Buenos Aires
Localidad	San Pedro
Código Postal	2930
Teléfono (país+área+número)	54 - 3329 - 424-392
Fax (país+área+número)	54 - 3329 - 424-392
E-mail	info@ecoislasdelparana.com.ar
Sitio Web	www.ecoislasdelparana.com.ar
Razón Social	EL MANA S.A.
Domicilio	25 de Mayo 467
Provincia	Córdoba
Localidad	Porteña



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Código Postal	X2415AAE
Teléfono (país+área+número)	54 - 341 - 4494170
Fax (país+área+número)	54 - 341 - 4494170
E-mail	elmana@elmanasa.com.ar
Sitio Web	www.elmanasa.com.ar
Razón Social	Elbio Heidel
Domicilio	Colonia Perfección Sur calle 4
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Concepción del Uruguay
Código Postal	3260
Teléfono (país+área+número)	54 - 03442 - 429020
Fax (país+área+número)	54 - 03442 - 429020
E-mail	miele_ar@yahoo.com.ar
Razón Social	EMAN S.R.L.
Marcas comerciales	La Llanura
Domicilio	Platon 5855
Provincia	Buenos Aires
Localidad	José C. Paz
Código Postal	1665
Teléfono (país+área+número)	54 - 02320 - 435745
Fax (país+área+número)	54 - 02320 - 437800
E-mail	jfornes@eman.com.ar
Sitio Web	www.eman.com.ar
Razón Social	ESTABLECIMIENTO DON ANGEL S.R.L.
Marcas comerciales	E.D.A.
Domicilio	17 DE AGOSTO 131
Provincia	Santa Fe
Localidad	---
Código Postal	S2317AAC
Teléfono (país+área+número)	54 - 3493 - 497054 / 277
Fax (país+área+número)	54 - 3493 - 497054
E-mail	donangel@coopaldao.com.ar
Razón Social	ESTANCIA LA ELISA S.A.
Marcas comerciales	ESTANCIA LA ELISA
Domicilio	LAVALLE 310 -Piso 7º
Provincia	Ciudad de Buenos Aires



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	C1047AAH
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4315-1545
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4315-8931
E-mail	coordinacion@laelisamiel.com.ar
Sitio Web	www.laelisamiel.com.ar
Razón Social	EXPORTA SUR de ALMIRON OMAR ALBERTO
Domicilio	Brandsen n°1115
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Tres Arroyos
Código Postal	7500
Teléfono (país+área+número)	54 - 2983 - 15649131
E-mail	omar_tsas@hotmail.com
Razón Social	Fabrizio Ferrando
Marcas comerciales	Honeylife
Domicilio	Bolivar 804
Provincia	Santa Fe
Localidad	Rafaela
Código Postal	2300
Teléfono (país+área+número)	54 - 03492 - 15602165
Fax (país+área+número)	54 - 03492 - 506804
E-mail	fabrizioferrando@yahoo.com.ar
Sitio Web	www.honeylife.com.ar
Razón Social	Federación de Centros Juveniles Agrarios Cooperativistas Zona SanCor
Domicilio	Ruta Nac. 19 Km. 151
Provincia	Córdoba
Localidad	Devoto
Código Postal	X2424WCA
Teléfono (país+área+número)	54 - 3564 - 48-1441
Fax (país+área+número)	54 - 3564 - 48-2184
E-mail	info@centrosjuveniles.com.ar
Sitio Web	www.centrosjuveniles.com.ar
Razón Social	GASPAR CAMPOS S.A.
Domicilio	Suipacha 472 2Piso OF 219
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1008
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 43932602



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

E-mail	brautton@yahoo.com.ar
Razón Social	Gastón Mostaccio
Domicilio	Amaro Avalos 2022
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Vicente López
Código Postal	1644
Teléfono (país+área+número)	54 - 237 - 4832341
Fax (país+área+número)	54 - 237 - 4832341
E-mail	mostaccio@cgaston.com
Razón Social	GRUPO ARCCO S.R.L.
Domicilio	MENDOZA 387
Provincia	Córdoba
Localidad	Pozo del Molle
Código Postal	5913
Teléfono (país+área+número)	54 - 353 - 420966
Fax (país+área+número)	54 - 353 - 420605
E-mail	hcaverzasi@lasvarinet.com.ar
Razón Social	GRUPO GEAL S.A.
Domicilio	Lisandro de la Torre 87
Provincia	Córdoba
Localidad	Villa María
Código Postal	5900
Teléfono (país+área+número)	54 - 0353 - 4522092
Fax (país+área+número)	54 - 0353 - 4522092
E-mail	contact@grupogeal.com
Sitio Web	www.grupogeal.com
Razón Social	HoneyMax S.A.
Marcas comerciales	Capilano Argentina
Domicilio	Av. Cerviño 4449/55
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1425
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4777-1347
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4777-4521
E-mail	info@capilanoargentina.com
Sitio Web	www.capilanoargentina.com
Razón Social	ISASI GARCIA DIEGO LUIS
Domicilio	Avenida 9 de julio 462



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Provincia	Buenos Aires
Localidad	Lincoln
Código Postal	6070
Teléfono (país+área+número)	54 - 355 - 42-2558
Fax (país+área+número)	54 - 355 - 42-2558
E-mail	diegoi47@hotmail.com
Razón Social	Jose Eduardo Barbera
Domicilio	ituzaingo 1211 8 B
Provincia	Córdoba
Localidad	Córdoba
Código Postal	5000
Teléfono (país+área+número)	54 - 9351 - 3038121
Fax (país+área+número)	54 - 351 - 4682139
E-mail	jeb866@yahoo.com
Sitio Web	www.denext.com
Razón Social	Marcelo Pablo Conti
Marcas comerciales	Colmenas Argentinas
Domicilio	E. de las Carreras 2469
Provincia	Buenos Aires
Localidad	San Isidro
Código Postal	1643
Teléfono (país+área+número)	54 - 011 - 4723-0552
Fax (país+área+número)	54 - 011 - 4723-0552
E-mail	mslica@varifarma.com.ar
Razón Social	MARCUCCI MARIA CRISTNA
Marcas comerciales	Finca Dalmazzo
Domicilio	Chacabuco 594
Provincia	Santa Fe
Localidad	Rafaela
Código Postal	2300
Teléfono (país+área+número)	54 - 3492 - 427198
Fax (país+área+número)	54 - 3492 - 427198
E-mail	fincadalmazzo@arnet.com.ar
Sitio Web	www.fincadalmazzo.com.ar
Razón Social	MARIANO C. CUCUCCIO
Domicilio	J DE LA ROSA 236
Provincia	Santa Fe
Localidad	Santa Fe
Código Postal	3000



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Teléfono (país+área+número)	54 - 342 - 4982032
Fax (país+área+número)	54 - 342 - 4895291
E-mail	cucuccio@gmail.com
Sitio Web	www.manaimportexport.com.ar
Razón Social	MIEL LAGOS DEL SUR - FRANCISCO JAVIER ESANDI
Marcas comerciales	MIEL LAGOS DEL SUR
Domicilio	SAN JUAN BOSCO 485
Provincia	Neuquén
Localidad	Centenario
Código Postal	8309
Teléfono (país+área+número)	54 - 299 - 4895793
Fax (país+área+número)	54 - 299 - 4895793
E-mail	mielngn@neunet.com.ar
Razón Social	MIELES ENTRERRIANAS SRL
Marcas comerciales	Dulci Bella
Domicilio	AREA INDUSTRIAL MACIA
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Maciá
Código Postal	3177
Teléfono (país+área+número)	54 - 3445 - 461301
Fax (país+área+número)	54 - 3445 - 461301
E-mail	mielesentrerrianas@interya.net.ar
Sitio Web	www.dulcibella.com.ar
Razón Social	OSBO S.A.
Domicilio	AV. CONGRESO 3219
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1428
Teléfono (país+área+número)	54 - 011 - 41377385-86-87
Fax (país+área+número)	54 - 011 - 41377388
E-mail	ehamelotti@osbo.com.ar
Sitio Web	www.osbo.com.ar
Razón Social	Otero Matías
Domicilio	tavell1 1405
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Concordia
Código Postal	3200
Teléfono (país+área+número)	54 - 0345 - 155288732



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Fax (país+área+número)	54 - 0345 - 4218538
E-mail	apisocios@arnet.com.ar
Sitio Web	www.apisocios.com.ar
Razón Social	PATAGONIK S.A.
Marcas comerciales	PATAGONIK
Domicilio	RECONQUISTA 522 PISO 5°
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	C1003ABL
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 43272992
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 43932384
E-mail	info@patagonik-sa.com.ar
Sitio Web	www.patagonik-sa.com.ar
Razón Social	PLAYA PUERTO S.A.
Domicilio	Ayolas 918
Provincia	Santa Fe
Localidad	Rosario
Código Postal	2000
Teléfono (país+área+número)	54 - 341 - 464-4084
Fax (país+área+número)	54 - 341 - 464-4084
E-mail	b_maino@hotmail.com
Razón Social	PRODUCTOS ARGENTINOS PARA EXPORTACION S.R.L.
Marcas comerciales	PRODUARG
Domicilio	11 n°2995 esq. 502. Gonnet
Provincia	Buenos Aires
Localidad	La Plata
Código Postal	1897
Teléfono (país+área+número)	54 - 221 - 4841960
Fax (país+área+número)	54 - 221 - 4841960
E-mail	produarg@infovia.com.ar
Sitio Web	www.produarg.com.ar
Razón Social	productos pasodoble S.R.L.
Marcas comerciales	pasodoble- sierra de los padres las acacias
Domicilio	Bolivar 5585
Provincia	Buenos Aires
Localidad	General Pueyrredón
Código Postal	7600
Teléfono (país+área+número)	54 - 0223 - 4720222



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Fax (país+área+número)	54 - 0223 - 4720222
E-mail	pasodoble@advancedsl.com.ar
Razón Social	Promiel SRL
Domicilio	Ruta Prov N1
Provincia	Santa Fe
Localidad	Romang
Código Postal	3555
Teléfono (país+área+número)	54 - 03482 - 496119
Fax (país+área+número)	54 - 03482 - 496456
E-mail	santiago@promiel.com.ar
Sitio Web	www.promiel.com.ar
Razón Social	RIAPI COOPERTATIVA APICOLA LTDA
Domicilio	MORENO Y DORREGO
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Adolfo Alsina
Código Postal	6441
Teléfono (país+área+número)	54 - 220 - 4830549
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 43262696
E-mail	info@riapihoney.com.ar
Sitio Web	www.riapihoney.com.ar
Razón Social	RUBEN R RIVAS Y ASOCIADOS SOC COLECTIVA
Domicilio	Mansilla 280
Provincia	La Pampa
Localidad	Santa Rosa
Código Postal	6300
Teléfono (país+área+número)	54 - 2954 - 422993
Fax (país+área+número)	54 - 2954 - 437890
E-mail	treserres@pmrivas.com
Razón Social	SAEC S.A.
Marcas comerciales	
Domicilio	Irala 1541
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1069
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4222-7570 /1728
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4222-6294 /7570
E-mail	saecsa@speedy.com.ar
Razón Social	SARA NAIMAN



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Domicilio	AV. ALMAFUERTE 2159
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Paraná
Código Postal	3102LQE
Teléfono (país+área+número)	54 - 343 - 4260992
Fax (país+área+número)	54 - 343 - 4261590
E-mail	saranaiman@infovia.com.ar
Razón Social	SCHIMPF Ruben y SCHIMPF Javier S H
Domicilio	Avda. Libertad 1456
Provincia	Entre Ríos
Localidad	Urdinarrain
Código Postal	2826
Teléfono (país+área+número)	54 - 03446 - 480226
Fax (país+área+número)	54 - 03446 - 480226
E-mail	javerschimpf@laschilcas.com
Sitio Web	www.laschilcas.com
Razón Social	SITJAR, Guillermo.J
Marcas comerciales	AA-MIEL PAMPA
Domicilio	Artigas N° 1382
Provincia	Buenos Aires
Localidad	General Pueyrredón
Código Postal	7600
Teléfono (país+área+número)	54 - 0223 - 4712554
Fax (país+área+número)	54 - 0223 - 4712554
E-mail	jaimemiel@yahoo.com.ar
Razón Social	Sol Sanpedrino
Domicilio	Rivadavia 1660
Provincia	Buenos Aires
Localidad	San Pedro
Código Postal	2930
Teléfono (país+área+número)	54 - 03329 - 426375
Fax (país+área+número)	54 - 03329 - 426375
E-mail	lisandrodalocchio@hotmail.com
Razón Social	SUCESORES DE JOSE DI LASCIO
Domicilio	av. 102 n° 470
Provincia	Buenos Aires
Localidad	General Belgrano
Código Postal	7223



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Teléfono (país+área+número)	54 - 2243 - 452003
Fax (país+área+número)	54 - 2243 - 452003
E-mail	julioaloe@speedy.com.ar
Razón Social	SWEET HONEY S.A.
Domicilio	italia 4279
Provincia	Buenos Aires
Localidad	---
Código Postal	b1702akk
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 46471050
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 46530834
E-mail	mielesgourmet@yahoo.com.ar
Razón Social	SWEET NATURE S.A.
Marcas comerciales	SWEET NATURE
Domicilio	ADOLFO ALSINA 1441
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	Ciudad de Bs. As.
Código Postal	1088
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 48089065
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 48089065
E-mail	ventas@sweetnature.com.ar
Sitio Web	www.sweetnature.com.ar
Razón Social	TIERRAS DEL SUR S.A.
Domicilio	SAN MARTIN 133
Provincia	Buenos Aires
Localidad	Bahía Blanca
Código Postal	B8000FIC
Teléfono (país+área+número)	54 - 0291 - 4565960/61/62
Fax (país+área+número)	54 - 0291 - 4562515
E-mail	rklimek@grupoterras.com
Sitio Web	www.grupoterras.com
Razón Social	V.M.TITTARELLI S.A.
Domicilio	San Martin 5514-Chacras de Coria
Provincia	Mendoza
Localidad	Luján de Cuyo
Código Postal	5505
Teléfono (país+área+número)	54 - 261 - 4964352
Fax (país+área+número)	54 - 261 - 4964352



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

E-mail	vmtittarelli@nysnet.com.ar
Sitio Web	www.endumel.com.ar
Razón Social	Villamora S.A.
Marcas comerciales	Villamora
Domicilio	Av. Del Libertador 602 piso 12 letra B
Provincia	Ciudad de Buenos Aires
Localidad	---
Código Postal	1001
Teléfono (país+área+número)	54 - 11 - 4312-6036
Fax (país+área+número)	54 - 11 - 4515-1072
E-mail	pilar@villamoramiel.com.ar
Sitio Web	www.villamoramiel.com.ar
Razón Social	VITALE JULIO OMAR Y COCCO RAUL FERNANDO SH
Domicilio	43 N° 1172
Provincia	Buenos Aires
Localidad	General alvarado
Código Postal	7607
Teléfono (país+área+número)	54 - 2291 - 421065
Fax (país+área+número)	54 - 2291 - 421065
E-mail	apicolamiramar@hotmail.com
Sitio Web	www.apicolamiramar.com.ar
Razón Social	Zurbriggen Battan Bertorello SH
Domicilio	San Luis 151
Provincia	Córdoba
Localidad	San Francisco
Código Postal	2400
Teléfono (país+área+número)	54 - 3564 - 429585
Fax (país+área+número)	54 - 3564 - 429585
E-mail	info@mediterraneamieles.com.ar
Sitio Web	www.mediterraneamieles.com.ar



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

ANEXO III

Informes de Mercado y Oportunidades de Negocios

En cuanto a informes de mercado se refiere, podemos empezar por decir 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

Paginas web:

- http://www.codexalimentarius.net/web/index_en.jsp
- <http://www.minagri.gob.ar>
- http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/economias_regionales/_apicultura/_tramites/guia_de_tramites_para_exportar_miel.pdf
- http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/Marco_Regulatorio/codex.asp
- <http://www.cei.mrecic.gov.ar>
- <http://www.argentinatradenet.gov.ar>
- <http://www.rae.es/rae.html>
- http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/Marco_Regulatorio/CAA.asp
- http://www.maa.gba.gov.ar/dir_gestion/caa.php
- <http://www.feriasalimentarias.com>
- http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/apicola/01_info/d_cadena/00/Miel_01.htm
- <http://www.alimentosargentinos.gov.ar>
- <http://www.todomiel.net>
- <http://www.apicultura.entupc.com>
- <http://www.apiculturaonline.com>



*Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto*

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.
- Informe sobre la Miel, elaborado por Ing. Flavia Vázquez, Srta. Melisa Fernández e Ing. Milton Sabio (SAGPyA), Agosto de 2007.