

**MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA NACIÓN  
SECRETARÍA DE POLÍTICA ECONÓMICA  
UNIDAD DE PREINVERSIÓN (UNPRE)  
PROGRAMA MULTISECTORIAL DE PREINVERSIÓN II  
PRÉSTAMO BID 925 OC-AR**

**COORDINACIÓN GENERAL: OFICINA DE LA CEPAL-ONU  
EN BUENOS AIRES**

**COMPONENTES MACROECONÓMICOS, SECTORIALES Y MICROECONÓMICOS  
PARA UNA ESTRATEGIA NACIONAL DE DESARROLLO**

**LINEAMIENTOS PARA FORTALECER LAS FUENTES DE CRECIMIENTO  
ECONÓMICO**

**ESTUDIO 1.EG.33.7**

**ESTUDIOS AGROALIMENTARIOS**

**COMPONENTE A: FORTALEZAS Y DEBILIDADES  
DEL SECTOR AGROALIMENTARIO**

**DOCUMENTO 2: EL PERFIL EXPORTADOR DEL  
SECTOR AGROALIMENTARIO ARGENTINO  
LAS PRODUCCIONES DE ALTO VALOR**

**AUTORA: EDITH S. DE OBSCHATKO\*  
ASISTENTE DE INVESTIGACION: MARISA BLAIO TTA**

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN  
PARA LA AGRICULTURA (IICA-ARGENTINA)**

**MARZO 2003**

\* Las opiniones expresadas en los Informes son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de las organizaciones.

## DOCUMENTO 2

# EL PERFIL EXPORTADOR DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ARGENTINO. LAS PRODUCCIONES DE ALTO VALOR

### Contenido

#### Introducción

- I. Características generales del comercio internacional de alimentos
- II. El comercio agroalimentario argentino: evolución, estructura, comparación con las tendencias del mercado mundial, competitividad y dinamismo
- III. Los productos agroalimentarios de alto valor en el comercio exterior argentino. Potencial exportador.
- IV. Factores determinantes y limitaciones al desempeño exportador de los productos agroalimentarios de alto valor.
- V. Síntesis
- VI. Aspectos estratégicos para el crecimiento
- VII. Bibliografía y fuentes

## Introducción

Este informe presenta una visión del desempeño exportador del sector agroalimentario argentino en la década del 90 y en los años que corren del siglo XXI. El sector agroalimentario se define como el subconjunto económico que incluye la producción primaria e industrial de bienes con destino a la alimentación humana y animal. El estudio, luego de una visión abarcativa del comercio exterior agroalimentario, y de su comparación con las tendencias del mercado mundial, focaliza el análisis en los alimentos, y dentro de este gran grupo, en los alimentos de alto valor - grupo al que también se aludirá como productos agroalimentarios no tradicionales- ya sean frescos, materias primas o productos elaborados. Se incluyen también productos destinados a usos medicinales.

El sector agroalimentario argentino es uno de los más dinámicos de la economía nacional en las últimas décadas. Tiene claras ventajas comparativas asentadas en la dotación de recursos naturales, y también ventajas competitivas derivadas del cambio tecnológico permanente y de la modernización tecnológica y empresarial de buena parte de la industria de alimentos y bebidas. Las exportaciones de origen agropecuario, en estado primario o procesadas, se han incrementado sostenidamente en las décadas del 80 y del 90, hasta el año 1998.

Su participación en las exportaciones nacionales era en la primera mitad de la década del 80 del 78%. Si bien la misma ha ido disminuyendo paralelamente al aumento de las exportaciones de otros sectores, a principios de la primera década del 2000 su aporte es aún muy significativo, en torno al 50%. Su participación en el mercado mundial de estos productos está alrededor del 3%, proporción muy superior a la de otros sectores de la economía. Sin embargo, su desempeño dista mucho todavía del potencial que le permitirían los recursos naturales y humanos disponibles. El aumento del valor de las exportaciones se mantiene, en consecuencia, como un desafío permanente para el sector agroalimentario y para los responsables de la formulación de políticas.

En las exportaciones del sector agroalimentario se pueden distinguir tres grandes grupos: 1) el de las *commodities* primarias o procesadas (principalmente los granos y sus derivados y, en particular, los productos oleaginosos procesados); 2) los productos frescos con mínimas transformaciones vinculadas a la conservación y transporte (frutas, hortalizas y pescado fresco); 3) los alimentos procesados (lácteos, carnes, miel, jugos de frutas, alimentos preparados, etc.).

Las *commodities* son, por la estructura y la dimensión de la producción primaria nacional, una porción muy importante de las exportaciones agroalimentarias. A lo largo de la última década la participación del complejo de cereales y oleaginosas se ha mantenido estable en torno al 55 % del total de exportaciones de origen agropecuario. Los mercados de *commodities* tienen una dinámica particular, ya que por su carácter globalizado la determinación de precios es altamente sensible a los desplazamientos de la demanda y de la oferta. En el caso de la demanda influyen decisivamente el desempeño de las economías y el ingreso de los países, en particular en los países en desarrollo, en cuyo consumo alimentario pesan mucho los cereales, proveedores de calorías. La oferta, a su vez, se ve influida por las fluctuaciones de la producción, que se origina, principalmente, por factores climáticos. Estas características determinan que el valor de las exportaciones de *commodities* presenten una gran variabilidad, aún cuando los volúmenes se mantengan o crezcan. También caracterizan a estas producciones la gran escala necesaria para una producción eficiente, la creciente dependencia de insumos y de “paquetes” de insumos provistos a veces por una única empresa y la fuerte participación de las empresas multinacionales en la etapa exportadora.

Más allá de estas circunstancias, es altamente probable que estos productos continúen manteniendo su importancia dominante en las exportaciones argentinas, debido a la notable

dotación de recursos naturales aptos, al elevado nivel técnico de la producción -similar al de los países más avanzados- y a la flexibilidad organizativa de los productores de granos.

Los otros dos grupos, de alimentos frescos y alimentos elaborados, en cambio, responden a estratos de demanda de mayor poder adquisitivo, tienen un mayor valor medio que las commodities y admiten ser diferenciados por características intrínsecas o añadidas, las que implican crecientes agregados de valor. Por lo tanto, compiten en mercados más segmentados, menos transparentes y también menos afectados por las distorsiones comerciales. Esto permite a los productores y exportadores desarrollar nuevos mercados y “nichos”. La escala de producción mínima para alimentos frescos no es muy grande, en términos de tierra, aunque el requerimiento de capital puede ser importante según el producto. Se denomina a estas producciones “intensivas”. Este tipo de actividades es apto para medianas y hasta pequeñas empresas, por lo que adquieren particular importancia en las regiones no pampeanas, donde predominan explotaciones de menor extensión.

Mientras que el estudio de las commodities pertenece al Componente B del Estudio 1.EG.33.7, el Componente A se concentra en el grupo de productos agroalimentarios de alto valor, a fin de explorar su dimensión relativa, su dinámica, su participación en las exportaciones, los factores que han estimulado o limitado su desarrollo y los lineamientos de políticas requeridas para su expansión.

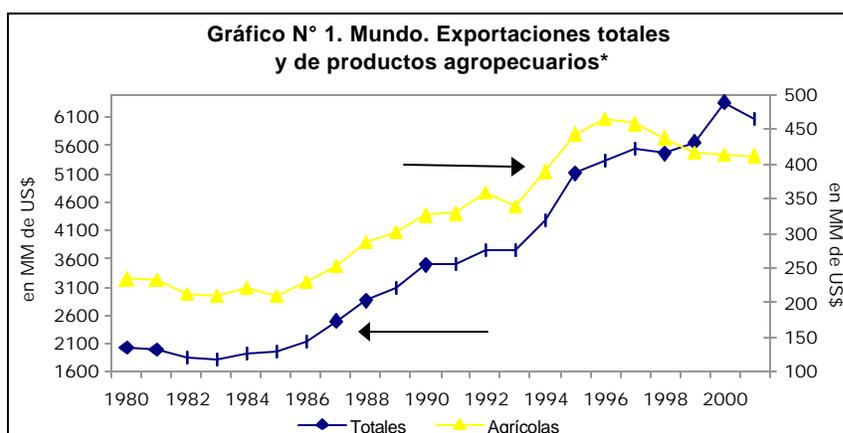
El documento está estructurado en los siguientes capítulos:

- I. Características generales del comercio internacional de alimentos.
- II. El comercio agroalimentario argentino: evolución, estructura, comparación con las tendencias del mercado mundial, competitividad y dinamismo.
- III. Los productos agroalimentarios de alto valor en el comercio exterior argentino. Potencial exportador.
- IV. Factores determinantes y limitaciones a la expansión de la producción y las exportaciones de los productos agroalimentarios de alto valor.
- V. Síntesis.
- VI. Aspectos estratégicos para el crecimiento.

## I. Características generales del comercio internacional de alimentos

El comercio internacional de todos los bienes (exportaciones) creció a tasas muy altas en la década del 90, acumulando un 77% entre 1990 y 2000. En 2000, de acuerdo a los datos de la Organización Mundial del Comercio, las exportaciones mundiales alcanzaron a US\$ 5.984 miles de millones<sup>1</sup>, un 11% más que el año anterior. En cambio en 2001, hubo una caída de 1,5%, lo que ocurre por primera vez desde 1982.

En la década pueden distinguirse notoriamente cuatro períodos en la evolución de las exportaciones mundiales según los datos de la FAO (Gráfico N° 1): uno de muy leve crecimiento entre 1990 y 1993, otro de auge entre 1993 y 1997, un virtual estancamiento entre 1997 y 1999 y una recuperación en el año 2000. El período 1990-93 es casi una meseta después del sostenido crecimiento de la segunda mitad de la década del 80. Luego, entre 1993 y 1997 se alcanza la tasa anual más alta desde 1980, hasta que en 1997 el crecimiento se frena nuevamente hasta el 2000.



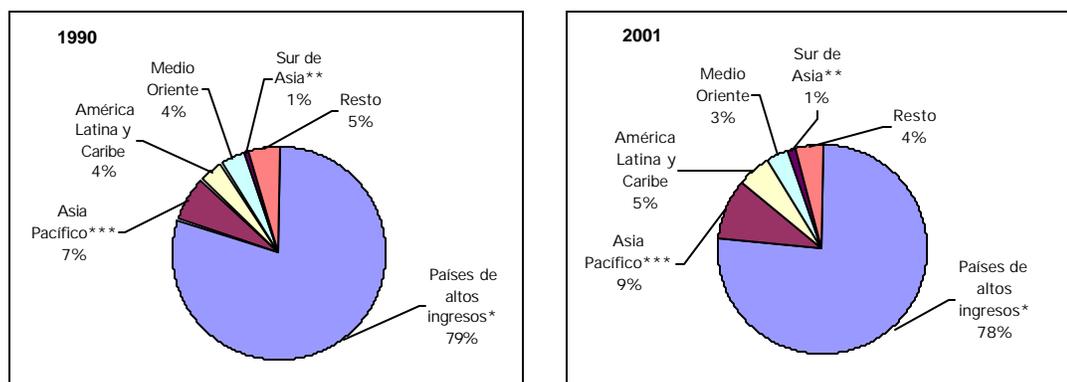
\* No incluye productos pesqueros.  
Fuente: FAO

El comercio internacional tiene una distribución geográfica muy similar a la de la producción mundial. En efecto, en 2001 los países de altos ingresos absorbían el 78% del comercio y generaban el 80% del PBI mundial<sup>2</sup>. La única diferencia de cierta importancia es la participación del grupo Asia Pacífico, que en dicho año absorbía el 9% de las exportaciones mundiales y sólo el 5% del PBI. Precisamente, éste es el único cambio notorio en competitividad en el período 1990-2001, ya que los demás grupos han mantenido su participación con escasas variaciones (Gráfico N° 2). Este aumento relativo de exportaciones de los países del sudeste asiático responde seguramente a las políticas de incremento del comercio exterior aplicadas por dichos países, las que son ampliamente conocidas.

<sup>1</sup> Esta cifra computa por separado las exportaciones de los países integrantes de la Unión Europea. En cambio, si los intercambios intrazona de la UE no son considerados, el monto de las exportaciones mundiales se reduce a US\$ 4.796 millones. No hay acuerdo entre los técnicos acerca de cuál de ambas cifras es el indicador más adecuado del comercio mundial, al punto que los organismos como la OMC presentan ambas. Los avances realizados por la UE hacia la consolidación de una Unión Económica (zona de libre comercio, unión aduanera, políticas comunes, Banco Central Europeo, unidad monetaria común), inducen a considerarla como un mercado único y a las exportaciones entre sus países como comercio interno. Sin embargo, adoptar uno u otro criterio cambia radicalmente la visión del comercio. Así, si las ventas intrazona se computan dentro de las exportaciones mundiales, la Unión Europea es responsable del 36% de las mismas. Si se lo considera comercio interno, entonces el bloque participa con el 18% de las exportaciones mundiales.

<sup>2</sup> Como se ha señalado anteriormente, las cifras incluyen el comercio intrazona en la Unión Europea.

Gráfico N° 2. EXPORTACIONES POR REGION. TOTAL DE BIENES



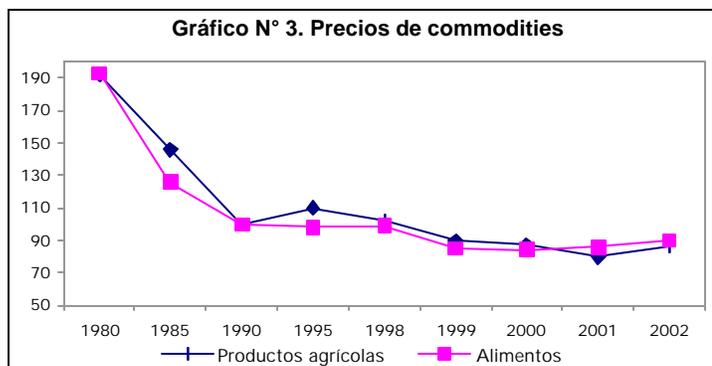
Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos del Banco Mundial.

\*Altos Ingresos: Australia, Unión Europea, EE.UU., Japón, Canadá, Hong Kong, Nueva Zelanda, entre otros.

\*\*Sur de Asia: India, Pakistán, Bangladesh, entre otros.

\*\*\*Asia Pacífico: China, Indonesia, Corea, Malasia, Tailandia, entre otros.

El comercio agropecuario mostró una tendencia similar al comercio global, con un crecimiento más o menos sostenido hasta 1996. A partir de ese año, en cambio, se inicia una definida caída que recién se estabiliza a partir de 1999. El comercio de bienes agropecuarios ha sido mucho más afectado que el comercio de otros bienes por la crisis financiera y económica que atravesó el mundo a partir de 1997 (Gráfico N° 1), por la acción de dos fenómenos que operan como un movimiento de pinzas. Por una parte, los países afectados directamente redujeron su demanda de alimentos, y paralelamente la producción mundial de commodities agrícolas continuó creciendo, debido al recrudescimiento de las políticas proteccionistas en los países industrializados. Como consecuencia, los precios de las commodities cayeron sostenidamente (Gráfico N° 3), lo que determinó la disminución del valor de las exportaciones, a pesar de que los volúmenes exportados de cereales y oleaginosas crecieron durante todo el período 1994-1999. Recién a mediados del año 2002 los precios de granos y oleaginosas comenzaron a recuperarse, sin llegar a los niveles del año 1997. En 2001, el valor del comercio agropecuario estaba en los niveles del año 1994. Como consecuencia, la participación del comercio agrícola en el total bajó del 9% en 1990-91 al 7% en 2000-2001.



Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos del Banco Mundial.

Las exportaciones mundiales agropecuarias, integradas por productos primarios (materias primas para alimentos y otros no alimentarios) y alimentos, excluyendo pescado, alcanzaban en 2001 a US\$ 412 miles de millones.

La estimación de la participación de las regiones en las exportaciones mundiales de productos agropecuarios está muy influida por la decisión sobre la inclusión o exclusión de los intercambios intrazona en la Unión Europea. Si éstos son considerados, dicho bloque absorbe cerca de la mitad de las exportaciones agrícolas mundiales (41% en 2001). Pero si se sigue el criterio de considerar a esos intercambios como comercio interno, se reduce el total de exportaciones mundiales y cambian todas las participaciones, representando el bloque sólo el 19% del total. Con el primer criterio, los tres grupos más importantes, Unión Europea, el continente americano y Asia, aportan el 87% del total de exportaciones, mientras que con el segundo este conjunto aportaba, en 2001, el 83% (Cuadro N° 1).

**Cuadro N° 1. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.1990-2001**

Región	Incluyendo comercio intrazona UE				Excluyendo comercio intrazona UE			
	1990		2001		1990		2001	
	MM US\$	%	MM US\$	%	MM US\$	%	MM US\$	%
AFRICA	12	4	13	3	12	6	13	4
América del Norte & Central	67	20	88	21	67	31	88	29
América del Sur	23	7	38	9	23	10	38	13
MERCOSUR	17	5	29	7	17	8	29	10
Resto de América del Sur	5	2	9	2	5	2	9	3
ASIA	46	14	65	16	46	21	65	22
UNION EUROPEA	149	46	169	41	39	18	56	19
Resto de Europa	10	3	17	4	10	5	17	6
Oceanía	17	5	23	6	17	8	23	8
Resto	0	0	0	0	3	1	0	0
MUNDO	326	100	412	100	216	100	300	100

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO.

Más allá de esta discusión de orden jurídico, el sentido común indica como más realista tomar las cifras incluyendo el comercio intrazona, ya que aún dentro del bloque, cada país es una unidad política y económica diferente, y las exportaciones son realizadas por los países. Bajo esta hipótesis, la UE es casi la mitad del 87% de los principales exportadores. Estas cifras indican la importancia del bloque de la UE como competidor de la Argentina y del MERCOSUR en el mercado agropecuario internacional.

A lo largo de los 11 años considerados, las participaciones de las regiones o bloques en las exportaciones no han cambiado sustancialmente. En 2001, los países de América del Norte y Central y la Unión Europea exportaban el 62% del total, Asia el 16%, MERCOSUR el 7% y Oceanía el 6%. Pero en tanto América del Norte y la UE participan con similar porcentaje en exportaciones e importaciones, la porción de Asia en las importaciones (28%) es mayor que en las exportaciones (16%) (Cuadro N° 2).

**Cuadro N° 2. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS. 1990-2001**

Región	Incluyendo comercio intrazona UE			
	1990		2001	
	MM US\$	%	MM US\$	%
AFRICA	16	5	20	4
América del Norte & Central	44	12	75	17
América del Sur	54	2	11	3
MERCOSUR	27	1	5	1
Resto de América del Sur	26	1	6	1
ASIA	86	24	121	28
UNION EUROPEA	165	47	173	40
Resto de Europa	14	4	31	7
Oceanía	3	1	5	1
Resto	20	6	0	0
MUNDO	353	100	436	100

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO.

Las exportaciones mundiales de pescado y moluscos frescos y elaborados alcanzaron en 2000 a los US\$ 55 mil millones, acumulando un crecimiento del 56% entre 1990 y 2000, registrando la mayor tasa de crecimiento entre los años 1993 y 1996 (Gráfico N° 4).

**Cuadro N° 3. COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS DE LA PESCA**

Región	EXPORTACIONES				IMPORTACIONES			
	1990		2000		1990		2000	
	millones de US\$	%						
AFRICA	1503	4	2760	5	883	2	995	2
América del Norte & Central	6442	18	7789	14	6484	16	12412	20
América del Sur	2550	7	5127	9	269	1	659	1
MERCOSUR	528	1	1146	2	205	1	415	1
Resto de América del Sur	2022	6	3981	7	65	0	244	0
ASIA	10974	31	19211	35	14535	37	24123	40
UNION EUROPEA	7987	23	11502	21	15706	40	19835	33
Resto de Europa	3942	11	7107	13	983	2	2222	4
Oceanía	1034	3	1800	3	459	1	679	1
Resto	933	3	0	0	163	0	0	0
MUNDO	35366	100	55296	100	39482	100	60926	100

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO.

La Unión Europea, Asia y América del Norte concentraban en 2000 el 70% de las exportaciones de productos pesqueros, y al mismo tiempo eran sus principales importadores, acumulando el 93% del total. En este rubro América del Sur y otros países de Europa tienen participaciones destacadas en las exportaciones.



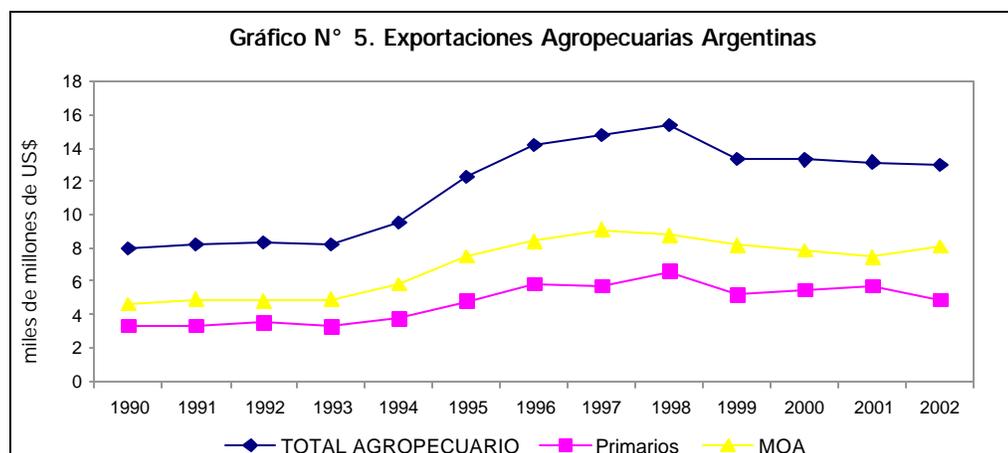
Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO.

## II. El comercio agroalimentario argentino: evolución, estructura, comparación con las tendencias del mercado mundial, competitividad y dinamismo

### II.1 Evolución del comercio argentino de origen agropecuario

El comercio exterior argentino de productos de origen agropecuario creció notablemente en la última década. La Argentina es exportadora neta de productos agropecuarios y alimentos, ya que la importación de estos rubros alcanza sólo al 11% de las exportaciones, en el promedio de la década del 90. Entre 1990 y 2000 las exportaciones de origen agropecuario (primarias y MOA) aumentaron un 66%, registrando una tasa anual de crecimiento acumulada del 5,2% (Cuadro N° 4 y Gráfico N° 5). El valor exportado alcanzó el máximo en 1998, con US\$ 15.365 millones. Pero a partir de 1999, como consecuencia de la crisis de demanda internacional y de la caída de precios, el valor cayó hasta el año 2001, estabilizándose y llegando en 2002 a US\$ 12.972.

El buen desempeño de la década del '90 se logró por un importante aumento de producción, el que continuó en los años 2000, permitiendo reducir el impacto de las sostenidas caídas de precios de las commodities sobre el valor exportado.



Fuente: IICA-Argentina con datos del INDEC.

Dentro del conjunto de origen agropecuario los rubros destinados a alimentos representaron en el trienio 2000-2002 el 87% del total, proporción que se viene manteniendo desde la década pasada.

Cuadro N° 4. EXPORTACIONES ARGENTINAS DE ORIGEN AGROPECUARIO

Rubros	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<b>TOTAL AGROALIMENTARIO</b>	<b>6862</b>	<b>7024</b>	<b>7303</b>	<b>7102</b>	<b>8003</b>	<b>10165</b>	<b>11968</b>	<b>12378</b>	<b>12935</b>	<b>11049</b>	<b>11165</b>	<b>11450</b>	<b>11435</b>
<b>TOTAL PRODUCTOS PRIMARIOS Y ALIMENTOS SIN ELABORAR</b>	<b>2922</b>	<b>2850</b>	<b>3174</b>	<b>3043</b>	<b>3315</b>	<b>4099</b>	<b>4999</b>	<b>4959</b>	<b>5681</b>	<b>4280</b>	<b>4751</b>	<b>5385</b>	<b>4602</b>
ANIMALES VIVOS	8	8	9	13	50	98	44	35	19	18	15	18	8
PESCADOS Y MARISCOS SIN ELABORAR	300	200	321	435	441	498	607	614	526	505	591	709	480
MIEL	31	43	52	50	53	71	91	108	89	96	88	72	115
HORTALIZAS, LEGUMBRES SIN ELABORAR	176	192	168	185	255	268	270	352	461	270	210	234	183
FRUTAS FRESCAS	205	262	286	210	240	417	475	505	492	459	416	506	385
CEREALES	1374	1064	1548	1453	1323	1863	2550	3007	3042	2063	2426	2446	2149
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	828	1081	790	697	953	885	963	339	1052	870	1005	1400	1282
<b>TOTAL ALIMENTOS ELABORADOS</b>	<b>3940</b>	<b>4174</b>	<b>4129</b>	<b>4059</b>	<b>4689</b>	<b>6067</b>	<b>6969</b>	<b>7419</b>	<b>7253</b>	<b>6769</b>	<b>6414</b>	<b>6065</b>	<b>6833</b>
CARNES	873	892	767	748	913	1229	1071	1025	830	829	793	364	574
PESCADOS Y MARISCOS ELABORADOS	15	246	237	271	278	416	393	416	386	297	243	236	234
PRODUCTOS LACTEOS	125	67	35	76	134	260	280	291	315	374	321	285	302
OTROS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	10	9	10	12	17	16	21	21	16	12	15	12	14
FRUTAS SECAS o PROCESADAS	21	23	24	22	32	28	33	31	32	34	35	31	43
TE, YERBA MATE, ESPECIAS, ETC	50	45	47	62	61	67	65	79	84	64	65	67	61
PRODUCTOS DE MOLINERIA	65	73	51	59	87	90	166	204	165	131	158	145	116
GRASAS Y ACEITES	1151	1220	1109	1079	1533	2097	1877	2225	2734	2332	1684	1637	2087
AZUCAR Y ARTICULOS DE CONFITERIA	151	74	65	43	58	122	144	134	136	106	135	120	155
PREPARADOS DE LEGUMB.Y HORTAL.Y FRUTAS	213	199	260	166	158	321	400	392	319	340	308	325	283
BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRES	66	58	64	64	79	165	153	197	231	204	212	210	173
RESIDUOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTICIAS	1200	1268	1459	1456	1341	1254	2366	2404	2006	2049	2447	2633	2791
<b>OTROS DE ORIGEN AGROPECUARIO</b>	<b>1141</b>	<b>1204</b>	<b>1026</b>	<b>1101</b>	<b>1538</b>	<b>2124</b>	<b>2245</b>	<b>2431</b>	<b>2430</b>	<b>2320</b>	<b>2152</b>	<b>1718</b>	<b>1536</b>
Primarios <sup>1</sup>	417	451	326	236	420	717	800	745	922	909	699	319	239
Elaborados <sup>2</sup>	724	753	700	865	1117	1407	1445	1686	1508	1411	1453	1399	1297
<b>TOTAL EXPORT. DE ORIG. AGROPECUARIO</b>	<b>8003</b>	<b>8228</b>	<b>8329</b>	<b>8203</b>	<b>9541</b>	<b>12289</b>	<b>14213</b>	<b>14809</b>	<b>15365</b>	<b>13371</b>	<b>13317</b>	<b>13168</b>	<b>12971</b>
Primarios	3339	3301	3500	3279	3735	4816	5798	5705	6603	5189	5450	5704	4841
MOA	4664	4927	4829	4924	5806	7474	8414	9104	8761	8182	7867	7464	8130

Fuente: elaborado por IICA Argentina en base a datos de INDEC

(1) Tabaco sin elaborar, lanas sucias, fibra de algodón, resto de primarios

(2) Extractos curtientes y tintóreos, pieles y cueros, lanas elaboradas, resto de MOA

A lo largo de la década se verificó un cambio en la estructura de las exportaciones de origen agropecuario, con la creciente participación de los productos elaborados (MOA) frente a los primarios, resultante del desarrollo exportador de varias ramas de la industria alimentaria. Este proceso se interrumpió a partir del año 2000 (Cuadro N° 5).

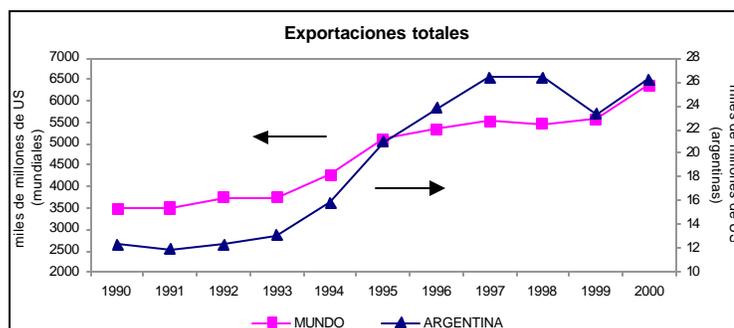
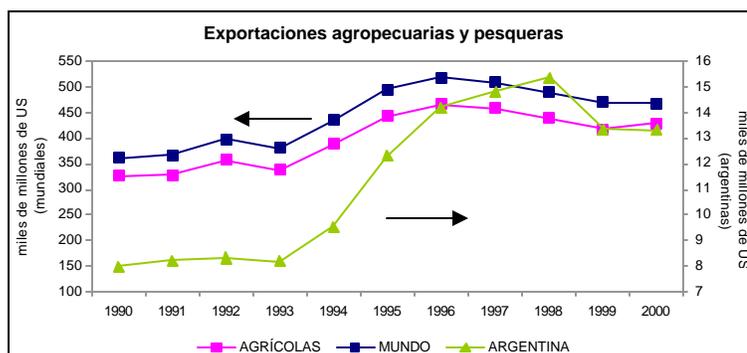
Cuadro N° 5. Composición de las exportaciones de origen agropecuario

Años	Primarios	MOA	TOTAL	Primarios + Moa /
				TOTAL PAIS
en porcentaje				
1990	41.72	58.28	100	64.79
1991	40.12	59.88	100	68.69
1992	42.02	57.98	100	68.08
1993	39.97	60.03	100	62.53
1994	39.15	60.85	100	60.24
1995	39.18	60.81	100	58.62
1996	40.80	59.20	100	59.69
1997	38.52	61.48	100	56.03
1998	42.97	57.02	100	58.11
1999	38.81	61.19	100	57.34
2000	40.93	59.07	100	50.43
2001	43.02	56.98	100	49.15
2002	37.32	62.68	100	51.18

Fuente: elaborado por IICA - Argentina con datos de INDEC.

Durante la década del 90 las exportaciones argentinas totales y las de origen agropecuario crecieron más aceleradamente que las exportaciones mundiales de dichos bienes, pero también sufrieron más fuertemente los impactos de la crisis (Gráfico 6).

Gráfico 6. EXPORTACIONES TOTALES Y AGROPECUARIAS. MUNDO Y ARGENTINA



Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO e INDEC.

El sostenido crecimiento en la década permitió que el país aumente en un punto su participación en el mercado internacional de productos agropecuarios, pasando del 2% en 1990 al 3% en 1998, lo que implica un importante aumento de competitividad (Cuadro N° 6).

**Cuadro N° 6. PARTICIPACION DE LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ARGENTINAS EN LAS IMPORTACIONES MUNDIALES AGRICOLAS Y PESQUERAS**

Año	Exportaciones argentinas (agro y pesca)	Importaciones mundiales (agro y pesca)	Participación de las exportaciones argentinas
	(en miles de millones de US\$)		(en %)
1990	8	393	2.0
1991	8	398	2.1
1992	8	433	1.9
1993	8	401	2.0
1994	10	456	2.1
1995	12	518	2.4
1996	14	536	2.7
1997	15	523	2.8
1998	15	511	3.0
1999	13	500	2.7
2000	13	493	2.7

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO e INDEC.

## II.2 Participación de los productos agroalimentarios argentinos en el mundo y en los principales mercados

En el análisis de los mercados a los que se dirige la producción argentina se pueden considerar dos aspectos relevantes: quiénes son los clientes de la Argentina, y qué papel juegan los productos argentinos en los respectivos mercados.

En relación a la importancia de los distintos mercados para la Argentina, en los últimos trece años (1990-2002) el destino de las exportaciones agroalimentarias ha experimentado algunos cambios significativos (Cuadro N° 7). Los más destacados son, por una parte, la creciente importancia del MERCOSUR, que pasó de absorber el 12,1% de las exportaciones de origen agropecuario a principios del período hasta un máximo del 27,8% en el bienio 1995-96, bajando al 16% en el promedio 2000-2002.

Cuadro N° 7. PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DE ORIGEN AGROPECUARIO

	1990-91	1995-96	1997-98	1999	2000	2001	2002
<b>PRODUCTOS PRIMARIOS</b>							
MERCOSUR	18.1	27.8	27.5	26.5	25.6	20.2	18.8
NAFTA	4.9	6.2	5.1	6.6	6.5	5.2	4.5
UNION EUROPEA	43.2	29.6	23.8	31.3	24.6	24.9	27.5
CHINA + JAPON	6.9	6.6	7.4	9.3	13.5	17.5	14.2
RESTO	26.9	29.8	36.2	26.3	29.8	32.2	35.0
<b>MOA</b>							
MERCOSUR	8.0	16.0	16.2	14.3	14.4	11.3	9.1
NAFTA	14.6	10.4	10.3	11.2	12.3	11.7	10.0
UNION EUROPEA	37.7	28.7	25.9	29.1	29.9	28.9	33.5
CHINA + JAPON	3.7	5.0	8.2	5.8	4.6	4.1	6.5
RESTO	36.0	39.9	39.4	39.6	38.8	44.0	40.9
<b>TOTAL AGROPECUARIO</b>							
MERCOSUR	12.1	20.7	20.8	19.1	19.0	15.3	13.3
NAFTA	10.6	8.7	8.2	9.4	10.0	8.8	8.1
UNION EUROPEA	39.9	29.1	25.0	30.0	27.7	27.1	32.1
CHINA + JAPON	5.0	5.7	7.9	7.2	8.3	10.1	9.9
RESTO	32.4	35.8	38.1	34.3	35.0	38.7	36.6

Fuente: elaborado por IICA - Argentina en base a INDEC.

Por otra parte, los países de la Unión Europea, tradicionales clientes de la Argentina, que compraban en 1990-91 casi el 40% del total, bajaron al 25% en 1995-96 y recuperaron al 32,1% en 2002. Asimismo, China y Japón, casi duplicaron su participación en el período analizado, pasando del 5% al 10%. Los países integrantes del NAFTA bajaron y el resto de países creció moderadamente. Otro hecho significativo es, precisamente, que existe un resto de países que no pertenece a los grandes bloques que absorbe más de la tercera parte de las exportaciones argentinas de origen agropecuario, lo que indica una considerable diversificación de mercados.

La participación de las importaciones provenientes de la Argentina en el total de importaciones agroalimentarias de los países de destino indica la importancia de la producción argentina en cada mercado y complementa al indicador anterior. El análisis conjunto puede conducir a interesantes conclusiones sobre el ámbito de competencia en que tiene que desenvolverse la producción argentina, así como a la mayor o menor sensibilidad de los mercados y de los precios a variaciones en la oferta argentina.

El Cuadro N° 8 presenta la participación de las importaciones provenientes de Argentina en el total de importaciones de los principales mercados, referidas a la suma de los Capítulos 1 a 23, que se han definido como agroalimentarios. Se aprecia que los productos argentinos tienen una participación muy importante en el mercado brasileño, en torno al 50% de sus importaciones de alimentos en 2000/01. Esta se ha mantenido a pesar de la caída del valor total de las exportaciones argentinas a Brasil en ese bienio, lo que indica una consolidación de lazos comerciales y hábitos de

consumo en la población de Brasil.<sup>3</sup> Las siguientes participaciones destacadas son en Sudáfrica (cerca del 15%), China (en torno al 10%) y España (6,5%). Salvo en Sudáfrica, se verifica que aquellos países en que los productos argentinos tienen una participación destacada también son clientes destacados para la Argentina.

**Cuadro N° 8. IMPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS POR PAISES. PARTICIPACION DE LA ARGENTINA. COMPARACION CON LA PARTICIPACION DEL PAIS DESTINO EN LAS EXPORTACIONES. PROMEDIO 2000/2001.**

País	Importaciones Totales Capítulo 1 a 23 (mill. de US\$ - CIF)	Importaciones Capítulo 1 a 23 provenientes de Argentina (mill. de US\$ - CIF)	Participación de las exportaciones argentinas en el país destino (%)	Participación del país destino en las exportaciones argentinas (%) <sup>1</sup>
Brasil	3549	1778	50.12	15.31
España	14149	928	6.56	7.20
China	9364	907	9.69	6.55
Holanda	17418	434	2.49	5.41
USA	53605	752	1.40	5.35
Italia	19586	618	3.15	5.01
Alemania	35864	520	1.45	2.55
Dinamarca	5417	243	4.48	1.86
Sudafrica	1184	173	14.62	1.66
Japón	46158	236	0.51	1.64
Francia	23951	278	1.16	1.57
UK	27416	187	0.68	1.26
Korea del Sur	7969	131	1.64	1.08
Canada	12823	102	0.80	0.95
Portugal	4577	136	2.98	0.93
Belgica	15121	246	1.63	0.85
Grecia	3210	74	2.30	0.61
Indonesia	3075	40	1.29	0.40
Hong Kong	8853	56	0.63	0.32
Ireland	3347	31	0.91	0.18
Taiwan	4622	18	0.38	0.13
Australia	3052	12	0.41	0.10
Suiza	4848	28	0.58	0.10
Noruega	2384	17	0.69	0.09
Suecia	4521	9	0.20	0.07
Nueva Zelandia	1110	4	0.38	0.02
Finlandia	1825	3	0.16	0.01
Austria	4153	15	0.35	0.01

Nota: Agroalimentarias = Suma de Capítulo 1 a 23 de la Nomenclatura Arancelaria común.

(1) La participación del resto de los destinos figura en el Cuadro 9.

Fuente: IICA - Elaboración con datos oficiales de los países incorporados a la base de datos TRADSTAT.

### II.3 Estructura del comercio agroalimentario argentino por grupos de productos

El conjunto de productos agroalimentarios admite diversos agrupamientos estadísticos. En la información estadística de la República Argentina, se publican las exportaciones “por grandes rubros” y por capítulos de la Nomenclatura Arancelaria del MERCOSUR. La estructura por los grandes rubros, para el período 1990-2001, se pudo apreciar en el Cuadro N° 4.

Un análisis más detallado puede obtenerse de los capítulos (es decir, de las posiciones a dos dígitos). Los datos para el promedio de los años 2000 y 2001, en valor, han sido extraídos de la base de datos Tradstat, y discriminados por países de destino. Esta información figura en el Cuadro N° 9. En el mismo puede apreciarse el comercio argentino por capítulo con prácticamente todos sus clientes y la participación relativa de los mismos para la suma de los capítulos.

<sup>3</sup> Ver IICA-Argentina- Informe de Coyuntura del Sector Agroalimentario Argentino.- N° V-1, enero 2003.



## II.4 Comparación del comercio agroalimentario argentino con la tendencia del mercado mundial

La discriminación de la canasta de productos exportados por el mundo y por la Argentina es un primer indicador de la adaptación del país a las tendencias mundiales. Si bien este indicador a nivel global no es un criterio absoluto, ya que un país puede atender con mayor intensidad a mercados específicos, sirve para observar si está avanzando en la dirección de los productos con más perspectivas, que son aquellos demandados por mercados en crecimiento.

Más específicamente, los países de altos ingresos y aquellos que están en proceso sostenido de crecimiento -que tienen satisfechas, en distinto grado, sus necesidades de calorías- aumentan la demanda de productos que aportan proteínas, vitaminas y minerales, es decir, carnes, pescado, lácteos, frutas y hortalizas frescas, lo que indicaría que un alimento fresco no es necesariamente un bien "inferior" a un alimento procesado.

De las exportaciones mundiales de productos agropecuarios el 60% son alimentos y bebidas para consumo humano (ya sea de consumo en fresco o elaborados), el 19% son productos primarios para fabricación de alimentos y alimentos para animales y el 8% son tabaco, fibras textiles y cuero. El restante 15% son productos varios alimentarios y no alimentarios (Cuadro N° 10 y Gráfico N° 7)<sup>4</sup>.

Cuadro N° 10. EXPORTACIONES MUNDIALES DE ORIGEN AGROPECUARIO SEGUN TIPO DE PRODUCTOS

	Valor		Participación	
	1990/91	1999	1990/91	1999
	(en millones de US\$)		(en %)	
<b>ANIMALES VIVOS</b>	<b>10942</b>	<b>10687</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>PRIMARIOS Y ALIMENTOS P/ANIMALES</b>	<b>64259</b>	<b>74514</b>	<b>18</b>	<b>16</b>
Granos oleaginosos	10291	13322	3	3
Harinas y tortas oleaginosas	6710	7316	2	2
Cereales	35001	36619	10	8
Café, te, cacao y mate	12257	17257	3	4
<b>ALIMENTOS</b>	<b>206457</b>	<b>283103</b>	<b>57</b>	<b>60</b>
<b>FRUTAS Y HORTALIZAS (Frescas y elaboradas)</b>	<b>52716</b>	<b>71137</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>PROTEINAS ANIMALES</b>	<b>93066</b>	<b>120928</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
Carne total	34443	41181	9	9
Lácteos	21660	26639	6	6
Pescado fresco y elaborado	36963	53109	10	11
<b>OTROS ELABORADOS</b>	<b>60675</b>	<b>91038</b>	<b>17</b>	<b>19</b>
Aceites	13182	23537	4	5
Bebidas	22360	34852	6	7
Azúcar y miel	15596	16144	4	3
Pan y pastas	5201	9571	1	2
Chocolate	4336	6933	1	1
<b>NO ALIMENTARIOS</b>	<b>32437</b>	<b>30641</b>	<b>9</b>	<b>7</b>
<b>FIBRAS TEXTILES Y CUEROS</b>	<b>13528</b>	<b>9141</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Fibra de algodón	8093	5738	2	1
Lanas sucias y lavadas	4473	2260	1	0
Pieles y cueros	962	1144	0	0
<b>TABACO</b>	<b>18909</b>	<b>21499</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>OTROS</b>	<b>50508</b>	<b>71474</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y PESCA</b>	<b>364603</b>	<b>470419</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO.

En la Argentina, en cambio, el peso de los alimentos para consumo humano -que son los productos de mayor valor- en las exportaciones es todavía bastante inferior al que tienen en el mercado internacional (49% contra 60%, respectivamente); en cambio, los productos primarios y

<sup>4</sup> Por falta de discriminación en la estadística de FAO, se formula el supuesto de que se distribuyen proporcionalmente a cada categoría.

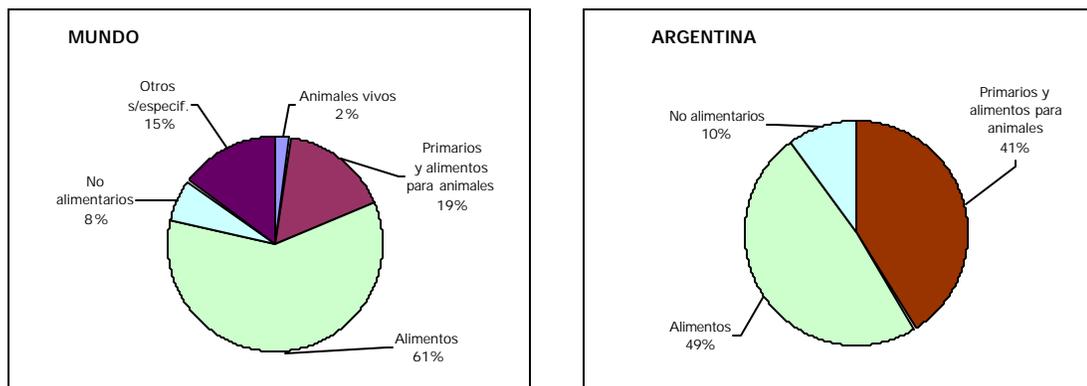
alimentos para animales tienen en la canasta argentina una participación del 41%, mientras que en el comercio mundial sólo el 19% (Cuadro N° 11 y Gráfico N° 7).

Cuadro N° 11. EXPORTACIONES ARGENTINAS DE ORIGEN AGROPECUARIO SEGUN TIPO DE PRODUCTOS

	1990/91	1998	1999	2000
	(en millones US\$)			
<b>ANIMALES VIVOS</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>15</b>
<b>PRIMARIOS Y ALIMENTOS P/ ANIMALES</b>	<b>3456</b>	<b>6184</b>	<b>5046</b>	<b>5943</b>
Granos oleaginosos	955	1052	870	1005
Harinas y tortas oleaginosas	1234	2006	2049	2447
Cereales	1219	3042	2063	2426
Café, té y mate	48	84	64	65
<b>ALIMENTOS</b>	<b>3473</b>	<b>6716</b>	<b>5977</b>	<b>5194</b>
<i>FRUTAS Y HORTALIZAS (Frescas y elaboradas)</i>	<i>646</i>	<i>1304</i>	<i>1103</i>	<i>969</i>
<b>PROTEINAS ANIMALES</b>	<b>1360</b>	<b>2057</b>	<b>2005</b>	<b>1948</b>
Carne total	883	830	829	793
Lácteos	96	315	374	321
Pescado fresco y elaborado	381	912	802	834
<b>OTROS ELABORADOS</b>	<b>1467</b>	<b>3355</b>	<b>2869</b>	<b>2277</b>
Aceites	1186	2734	2332	1684
Bebidas	62	231	204	212
Azúcar y miel	150	225	202	223
Pan y pastas	69	165	131	158
<b>NO ALIMENTARIOS</b>	<b>996</b>	<b>1276</b>	<b>1227</b>	<b>1136</b>
<i>FIBRAS TEXTILES Y CUEROS</i>	<i>859</i>	<i>1146</i>	<i>1064</i>	<i>1016</i>
Fibra de algodón	203	224	174	53
Lanas sucias y lavadas	142	109	101	133
Pielés y cueros	514	812	789	830
<b>TABACO</b>	<b>137</b>	<b>130</b>	<b>164</b>	<b>120</b>
<b>OTROS</b>	<b>183</b>	<b>1181</b>	<b>1103</b>	<b>1026</b>
<b>TOTAL PRODUCTOS AGROPECUARIOS</b>	<b>8116</b>	<b>15365</b>	<b>13371</b>	<b>13317</b>

Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos del INDEC.

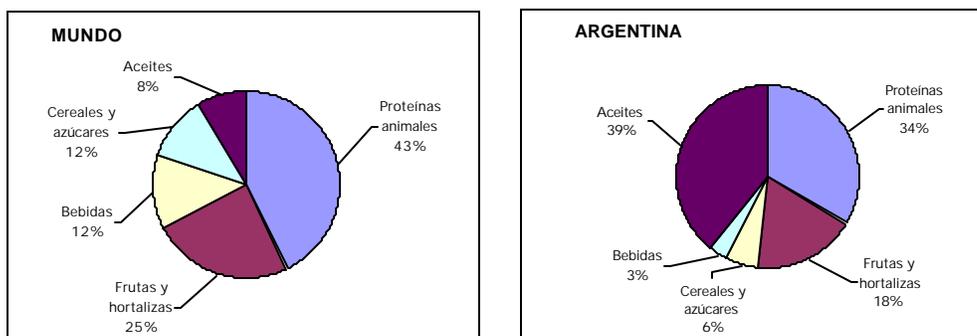
Gráfico N° 7. EXPORTACIONES POR GRANDES RUBROS. 1999



Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO e INDEC.

Si se analiza exclusivamente el rubro de alimentos para consumo humano y se los clasifica según sus características nutritivas, se encuentra que, en el mercado mundial, las proteínas animales de distinto origen aportan el 43% de las exportaciones, las frutas y hortalizas el 25%, las bebidas el 12%, los alimentos cuyo aporte principal son los hidratos de carbono (cereales y azúcares) 12% y los aceites el 8% (Gráfico N° 8). Esta canasta de exportaciones agrícolas no ha variado sustancialmente en su estructura en la última década.

**Gráfico N° 8. EXPORTACIONES ARGENTINAS DE ALIMENTOS SEGUN SUS CARACTERISTICAS NUTRITIVAS. 1999**



Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de FAO e INDEC.

En el caso de la Argentina, la composición de la canasta de alimentos para consumo humano final no se adapta a la pauta mundial, ya que las proteínas animales y las frutas y verduras –que son los productos cuya demanda tiene mayor elasticidad ingreso- representan el 52% de las exportaciones, en comparación con el 68% de las exportaciones mundiales (Gráfico N° 8).

## II.5. Participación de los complejos en el conjunto de origen agropecuario

Como se viene señalando, las exportaciones del complejo agroalimentario argentino están fuertemente especializadas en los productos provenientes de la explotación agrícola de cereales y oleaginosas, la ganadería vacuna, y los productos industriales elaborados con estas materias primas. A éstos se les ha agregado, en la última década, los productos de la pesca marítima. A los indicadores analizados hasta ahora puede agregarse el que surge de la agregación de “complejos exportadores” elaborada por el INDEC.

El criterio utilizado por el INDEC para la agregación es agrupar en un complejo exportador las posiciones arancelarias cuyos productos forman parte de la misma cadena productiva. En el Cuadro 12 figuran estos indicadores para los complejos de origen agropecuario, para el comercio de 2001, indicándose la participación relativa en el total de exportaciones de origen agropecuario y en las exportaciones totales. Del mismo surge que cerca del 80% de las exportaciones de origen agropecuario, primarias y elaboradas, provienen de las cadenas productivas mencionadas más arriba: cereales, oleaginosas, ganado vacuno y pesca marítima.

Luego de este panorama general del perfil exportador del sector agroalimentario, el estudio se focalizará en el análisis de los productos de alto valor, los que se encuentran -salvo mínimas excepciones- fuera de los complejos mencionados.

CUADRO 12. COMPLEJOS EXPORTADORES EN LA ARGENTINA. AÑO 2001

	Valor (mill. US\$)	% /exp.totales	% / (prim+moa)
<b>COMPLEJOS DE ORIGEN AGROPECUARIO (1)</b>	12459.1		
<b>Complejos oleaginosos</b>	<b>5404.3</b>	20.3	41.2
Complejo soja	4700.8	17.7	35.9
Complejo girasol	546.3	2.1	4.2
<b>Complejos cereales</b>	<b>2587.2</b>	9.7	19.7
Complejo maicero	1006.8	3.8	7.7
Complejo triguero	1353.1	5.1	10.3
Complejo arrocerero	76.6	0.3	0.6
Otras exportaciones cerealeras	150.7	0.6	1.2
<b>Complejos de origen bovino</b>	<b>1390.7</b>	5.2	10.6
Complejo carne	261.6	1.0	2.0
Complejo cueros	843.9	3.2	6.4
Complejo lácteo	285.2	1.1	2.2
<b>Complejos frutihortícolas</b>	<b>1017.7</b>	3.8	7.8
Complejo frutícola	689.7	2.6	5.3
Complejo hortícola	328	1.2	2.5
<b>Complejo pesquero</b>	<b>952.2</b>	3.6	7.3
<b>Complejos de origen forestal</b>	<b>437.5</b>	1.6	3.3
Complejo uva	234.7	0.9	1.8
Complejo tabacalero	169.8	0.6	1.3
<b>Complejos de origen ovino</b>	<b>134.8</b>	0.5	1.0
Complejo carne ovina	2	0.0	0.0
Complejo lanero, cueros y pieles	132.9	0.5	1.0
<b>Complejos algodoneros</b>	<b>130.2</b>	0.5	1.0
Complejo aceite de algodón	17.8	0.1	0.1
Complejo algodonero textil	112.3	0.4	0.9
<b>Exportaciones totales</b>	<b>26610.1</b>	100.0	95.1
<b>Export. Primarios + MOA</b>	<b>13102</b>		100.0

Fuente: INDEC. \* Datos provisorios.

(1) El total de complejos de origen agropecuario difiere de (Primarios + MOA) por las exportaciones de minerales.

## II.6. Competitividad y dinamismo del comercio argentino de productos de origen agropecuario en el período 1985-1998

El concepto de la competitividad ha merecido diversas acepciones y se han propuesto diversas metodologías e indicadores cuantitativos. Una de esas metodologías es la ofrecida por el Modelo “*Competitive Analysis of Nations*” (CAN) desarrollado por la CEPAL. Además del concepto de competitividad, este modelo proporciona los indicadores de dinamismo, contribución y especialización, lo que permite la profundización del análisis del desempeño exportador argentino agroalimentario. Asimismo, plantea diversas interacciones entre los mismos que permiten un análisis de dimensiones del comercio de un país, diferentes de las proporcionadas por los anteriormente mencionados.

En el Modelo CAN la competitividad se define como la capacidad de un país o sector de aumentar su participación en el mercado mundial en un período dado. Como parte del Estudio E.33.7, Componente A., se ha aplicado este modelo al análisis de los flujos comerciales de la Argentina, tanto para el comercio total como para el grupo de productos de origen agropecuario (primarios y elaborados) y para el resto de los grupos. Los resultados de aplicación de este modelo figuran en el Documento 3 del mencionado Estudio. Aquí se señalan las principales conclusiones, para complementar la visión del comercio exterior agroalimentario de la Argentina que se viene desarrollando.

De acuerdo al análisis realizado, la competitividad global de la Argentina con respecto al mercado mundial se ha fortalecido durante el período 1985 – 1998, ya que la participación argentina en las importaciones totales pasó del 0,37% en 1985 a un 0,51% en 1998.

El comercio argentino hacia el mundo no sólo ha ganado participación en este mercado -aumento en su competitividad-, sino que ha mejorado su estructura ya que entre 1985 y 1990 creció el peso de los sectores competitivos del 53% al 86%. Estas transformaciones fueron suficientes para aumentar la participación de mercado frente a otros competidores.

Sin embargo, el comercio global argentino no está bien adaptado a las tendencias del mercado mundial, ya que su participación en el mercado de productos estancados es superior a la de productos dinámicos, sucediendo lo mismo respecto a la contribución. Así, aunque el peso de los sectores dinámicos en las exportaciones argentinas pasó del 17% al 33% entre 1985 y 1998, en los flujos de comercio mundiales los sectores dinámicos participaban con el 66% en 1998.

En particular, los productos de origen agropecuario aumentaron su competitividad en el período analizado, de acuerdo a los resultados del modelo. A la vez, este grupo tiene, en comparación con el resto de los sectores, mayor participación de mercado, mayor contribución a las exportaciones nacionales y mayor especialización, evidentemente asentada en sus ventajas comparativas. En cambio, exhibe un menor dinamismo que el resto de los sectores.

Un primer detalle de estas conclusiones indica, de acuerdo al modelo, que:

- a) Entre 1985 y 1998, la estructura del comercio agropecuario argentino con el mundo se volvió más competitiva, aumentando del 41% al 44% el peso de los sectores competitivos en el total, y disminuyendo la contribución de los sectores no competitivos del 28% al 7%. La contribución del grupo en su conjunto al total de las exportaciones al mundo disminuyó un 26%, pasando de representar del 69% al 51% durante el período 1985 - 1998.
- b) En línea a lo indicado en el punto anterior, la competitividad del complejo en su conjunto aumentó un 36%, pasando de participar un 1,83% a un 2,49%. Esto significa que la inclinación hacia productos competitivos superó la *performance* de otros países y logró así aumentar su participación en el mercado.
- c) Durante el período de análisis, el comercio agroindustrial se adaptó positivamente a la estructura de la demanda, creciendo en los sectores dinámicos y disminuyendo en los sectores en retroceso. Así, la contribución de los sectores dinámicos pasó de 3,5% en 1985 al 7,7% en 1998, mientras que la de los estancados o en retroceso pasó de 65,3% a 43,3% respectivamente. Si bien este indicador presenta una tendencia positiva, resulta destacable la importante contribución que todavía mantienen los productos cuyo comercio está estancado en el mercado mundial. Esto significa que hubo una transformación en la estructura productiva tendiente a adaptarse a los sectores más dinámicos (lo que se evidencia en la mayor contribución de los sectores dinámicos a las exportaciones); pero esta transformación ha sido menor en relación a la evolución del comercio mundial en esos sectores.
- d) El complejo agroindustrial argentino tiene una alta especialización, o dicho de otra forma, muestra altas ventajas comparativas para satisfacer el mercado mundial. Esta situación deriva, evidentemente, de la dotación de recursos naturales del país. Sin embargo, en 1985 el mayor coeficiente de especialización se verificaba en los grupos de productos menos competitivos. A lo largo del período, comenzó a aumentar la especialización en los grupos competitivos, pero todavía en menor medida que en los no competitivos.

### **III. Los productos agroalimentarios de alto valor en el comercio exterior argentino. Potencial exportador**

#### **Definición del objeto de estudio**

Los criterios conceptuales que guiaron la determinación del grupo de “productos de alto valor” son los siguientes:

1. Como paso preliminar, se excluyeron las commodities y productos tradicionales de exportación de la Argentina: cereales, oleaginosas, aceites y derivados de oleaginosas y las carnes vacunas. Asimismo se excluyó la pesca marítima, por tratarse de un sector con grandes diferencias productivas con relación a la producción agropecuaria, que ameritan un tratamiento específico.
2. Un segundo grupo excluido es el de los productos que son estudiados en otros componentes del Estudio 1.EG.33.6 y del Estudio 1.EG.33.7: vinos, productos lácteos, frutas de pepita, frutas cítricas, y los derivados de dichas frutas.
3. El universo de “productos agroalimentarios de alto valor” incluye productos que cumplan una o varias de las siguientes condiciones:
  - productos alimentarios con precios por tonelada superiores a las exportaciones tradicionales;
  - producción iniciada o creciente en la última década;
  - productos con valor agregado, con procesos de diferenciación (elaboración, marcas, variedades, sistemas de calidad, orgánicos, etc.);
  - productos en los que el país es importador neto y hay espacio para la sustitución, considerando que la competitividad es global, en mercado externo e interno;
  - productos con capacidad de generar nichos de demanda externos o internos;
  - productos nuevos para la exportación argentina, no transados hace una década y para los que se puede analizar los mercados internacionales.

#### **Metodología**

Para llegar a una apreciación del potencial del grupo de productos de alto valor se siguió una ruta de análisis que comprende los siguientes pasos:

**A.** Por varios caminos, se intentó dimensionar y cualificar la evolución del comercio internacional para este tipo de productos, e identificar mercados potenciales.

Por una parte, la aplicación del modelo CAN-2000, citado en el Capítulo II y cuyo desarrollo completo figura en el Documento 3, permitió identificar los flujos de comercio internacional para los productos del “complejo agroindustrial” y distinguir, al interior del mismo, aquellos cuya participación en el conjunto es creciente (o decreciente) en el período 1985-1998. En el modelo se definen como “dinámicos” aquellos productos cuya participación en el total aumenta, y por lo tanto representan oportunidades de mercado. El resultado de esta evaluación (Doc. 3, Cuadro 11, rubros incluidos en los cuadrantes “estrellas nacientes” y “oportunidades perdidas”) muestra que, efectivamente, son los alimentos elaborados y especialidades los que tienen el mayor crecimiento: preparados de harina para niños o usos dietéticos, fideos, bebidas no alcohólicas, aceite de oliva, granos de cereales, golosinas, frutas, vino y otros.

En segundo término, se relevaron y analizaron los flujos de comercio internacional para el conjunto de capítulos que incluyen las posiciones agroalimentarias, y se estimó la participación de la República Argentina en las importaciones de los países relevados. Para el análisis de los flujos de comercio exterior las fuentes utilizadas fueron la bases de datos Tradstat-DIALOG, FAO, EUROSTAT y ALADI. La base Tradstat recoge las estadísticas oficiales de 29 países que han firmado convenios para entregárselas al ente que desarrolla la base. A pesar de este número de países relativamente reducido, al estar incluidos los de mayor participación en el comercio internacional, es muy representativa del comercio mundial de productos agroalimentarios<sup>5 6</sup>.

**B.** Se analizó la oferta argentina de productos agroalimentarios de alto valor, en dos dimensiones: la capacidad productiva instalada, en producción o en desarrollo; y el desempeño de estos sectores en el comercio exterior argentino.

Para el primer objetivo se realizó un relevamiento en todo el país que condujo a la construcción de un “mapa económico” del estado actual de las producciones de alto valor. El resultado figura en el Documento 4, “Panorama de las producciones agroalimentarias no tradicionales en la Argentina”.

Para el segundo, se relevó la información de flujos comerciales proveniente de INDEC y de las bases de datos mencionadas anteriormente. Se complementó el análisis con la revisión de perfiles y estudios de mercado e información cualitativa (estudios e informaciones realizadas por organismos públicos, académicos y privados, sitios de INTERNET, entrevistas a informantes calificados, etc.).

En el conjunto de estudios revisados, cabe señalar un reciente trabajo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto (MRECIC), que realizó un análisis de la oferta exportable y una evaluación de los mercados externos, con el objetivo de “*priorizar sectores económicos con vistas a la promoción de sus productos de exportación*”. A tal fin diseñó y aplicó una metodología que mide la incidencia de los siguientes factores: intensidad de PyMES, calidad de los mercados de exportación, resistencia a los altibajos de la demanda, impacto en la generación de empleo directo, dinamismo, ventajas comparativas reveladas sectoriales, nivel absoluto de exportaciones generado por PYMES e impacto esperado de la devaluación del peso.

También fueron antecedentes de suma importancia los perfiles de mercado para diversos productos y países elaborados por las Embajadas Argentinas, la fundación ExportAr y los estudios de cadenas alimentarias desarrollados en forma permanente por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

**C.** Se realizaron estudios de caso seleccionados en los principales grupos de productos (frutas, carnes -no vacuna-, productos orgánicos, alimentos procesados) que presentaran como elementos característicos el tratarse de productos con mercados internacionales en crecimiento y dinamismo productivo (en el tiempo y en las áreas cubiertas), y permitieran ilustrar las características productivas y las dinámicas comerciales de los productos agroalimentarios de alto valor, obtener indicios de su potencial productivo y exportador, detectar factores estimulantes y limitantes a su desarrollo y, en algunos de los casos, preparar un proyecto de agronegocios concreto, para profundizar más sobre las restricciones y necesidades de las empresas para el crecimiento. Con tal propósito, se seleccionó un conjunto de experiencias en áreas de producción vegetal, de producción

---

<sup>5</sup> De los datos de FAO (Capítulo I) surge que los países incluidos en la Base Tradstat dan cuenta de alrededor del 80% de las importaciones mundiales de alimentos.

<sup>6</sup> Es necesario dejar constancia que Tradstat, al reunir los datos de los países, pone de relieve inconsistencias de la información que no se habrían observado analizando cada país en forma individual. Sin embargo, dado que el cotejo de dicha base con las cifras de INDEC muestra una coincidencia total -que permite suponer igual coherencia en las cifras de los demás países- se opta por utilizarla a pesar de los inconvenientes mencionados, considerando que es la mejor opción posible.

animal y de elaboración de alimentos. Los productos estudiados -cuyos respectivos estudios figuran en los Documentos 5 a 15- son los siguientes:

- Productos aromáticos y medicinales
- Productos orgánicos
- Uva de mesa
- Frutas finas
- Palta
- Carne de conejo
- Carne ovina patagónica
- Caracoles de tierra
- Productos de la acuicultura
- Hortalizas congeladas
- Papa prefrita congelada

## Los productos de alto valor en las exportaciones argentinas

Si bien el objetivo central de esta sección del estudio es analizar el desempeño de los productos de alto valor, o no tradicionales, en las exportaciones agroalimentarias argentinas, cabe señalar que no existe una definición estricta que permita la clasificación de los productos. Se basa, principalmente, en una observación de las tendencias de los últimos años en el comercio externo y en la producción, referida al universo señalado al comienzo del punto III: productos alimentarios con precios superiores a las exportaciones tradicionales; productos nuevos en la producción o en las exportaciones; productos con procesos de diferenciación; productos en los que hay espacio para la sustitución de importaciones.

Dado que las estadísticas de comercio exterior no incorporan este tipo de distinciones, se siguieron dos aproximaciones. La primera, utilizando el trabajo de Selección de Oferta Exportable del MRECIC, agrupar las exportaciones que corresponden a los sectores CIU (Clasificación Industrial Internacional Unificada, de las Naciones Unidas) que cultivan y elaboran frutas, legumbres y hortalizas, vinos y cría de otros animales, tal como se observa en el Cuadro 13.

Del mismo surge que estos sectores, que obviamente no incluyen a los “grandes” productos agropecuarios -granos y carnes y sus derivados y pesca de captura-, sumaban, en el promedio 2000/01, cerca de US\$ 1.200 millones, lo que representa un 10,7% de las exportaciones agroalimentarias en ese bienio.

CUADRO 13. EXPORTACIONES ARGENTINAS DE SECTORES CIU SELECCIONADOS (en miles de US\$)

Sector CIU	Descripción abreviada <sup>(1)</sup>	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio 2000/01
112	Hortalizas y legumbres	84790	94179	115633	115276	159055	199731	126356	86951	92817	89884
113	Frutas	297465	335810	510784	572169	612510	602000	546755	510533	585546	548040
122 <sup>(2)</sup>	Miel, huevos, cera de abeja	50192	54159	72159	92088	109939	91121	95642	88563	74059	81311
1513	Frutas, hortalizas y legumbres elaboradas	170964	164248	326809	405175	392194	315160	337083	316878	322079	319479
1552	Vinos	38449	42968	85151	93036	136030	163061	144414	160451	155074	157763
	TOTAL	641859	691365	1110536	1277744	1409727	1371073	1250249	1163376	1229575	1196476

Notas:

(1) 112: cultivo de hortalizas y legumbres, especialidades hortícolas y productos; 113: cultivo de frutas, nueces, plantas cuyas hojas o frutas se utilicen para preparar...; 122: cría de otros animales, elaboración de productos animales n.c.p.; 1513: elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas; 1552: elaboración de vinos.

(2) Incluye sólo miel, huevos y cera de abeja. Se excluyen de la selección del MRECIC en este sector las posiciones de cueros, pieles y pelos, para restringir a productos agroalimentarios.

Fuente: MRECIC. Análisis de la oferta exportable argentina. Buenos Aires, 2001.

Dado que el objetivo de este estudio es profundizar en producciones no tradicionales, se realizó una selección adicional de productos, excluyendo rubros cuya exportación podría considerarse “tradicional” por su desempeño histórico o por la solidez de su inserción -tales como las frutas de pepita y cítricos, y los jugos respectivos- y tratando de reflejar los más “novedosos” con mayor detalle. En el Cuadro 14 figura esta selección, no exhaustiva. La información fue ordenada por dos criterios: por orden del valor alcanzado en 1998, que fue el año de mayor exportación total del grupo en el período analizado -Cuadro 14 (a)- y por orden de su crecimiento en el período analizado, tomando como punto de partida el año 1991, si existió importación, o el primer año de la década en la cual se registran envíos -Cuadro 14 (b)-.

Como se observa en el Cuadro 14 (a) este subconjunto llegó a sumar en 1998, año de máxima, exportaciones por US\$ 732 millones. En el promedio 2000/01, acompañando la caída general de las exportaciones, las mismas fueron de US\$ 610 millones, lo que representa el 5,4% del total de la exportación agroalimentaria en ese bienio. Por otra parte, se incrementó su participación dentro del conjunto agroalimentario, de alrededor del 3% en 1991-92 al 5% en 2000/01. Dentro del grupo, hay 14 posiciones con exportaciones por más de US\$ 10 millones, entre las que se encuentran productos frescos y elaborados: vinos, miel, diversas frutas y hortalizas frescas, frutas y frutos deshidratados, secos o conservados, aceites comestibles, esenciales y otros.

En el Cuadro 14 (b) se aprecia que este conjunto, entre el año 1991 y 2001, tuvo un crecimiento del 129%, cifra significativamente mayor que la variación de las exportaciones totales del sector agropecuario (crecieron un 40% en igual período) reflejando que se trata de productos dinámicos, de mercados en crecimiento. Si se analizan los incrementos por productos, se encuentran muchos porcentajes desmesurados, obviamente consecuencia de que estos bienes casi no se exportaban anteriormente.

Se destacan, por su crecimiento en el período 1991-2001<sup>7</sup>, los siguientes rubros: papas preparadas o congeladas, frutas finas (cerezas, arándanos, frambuesas, frutillas), aceite de jojoba, aceite esencial de limón y de otras aromáticas, palta, uvas frescas, kiwi y otros.

Pero, más allá de dichas cifras, la conclusión importante con relación al análisis de las potencialidades, es que en muchísimos productos de este grupo existe una capacidad de reacción productiva y exportadora de gran dinamismo.

---

<sup>7</sup> O desde el primer año de exportación hasta 2001, según las posiciones.

CUADRO N° 14 (a) ARGENTINA. EXPORTACION DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE ALTO VALOR  
Período 1991-2001- Valor en US\$

Ordenado por valor 1998		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Var 2001/1991*	MAX
Posición	Producto												Valor	
2204	Vino de uvas frescas	19919064	33332092	32354196	34674824	78350748	83282169	128252921	154624779	145199703	159138372	155137898	679	159138372
070320	Ajos	62516632	44568583	55378594	58004236	54920064	69563309	77877512	112453708	87504075	62455184	64101139	3	112453708
040900	Miel natural	42539796	51769208	50157405	53782593	70456901	90646150	108361395	88625766	95990224	87336007	71508340	68	108361395
070310	Cebollas y chalotes	15457839	23248084	27389266	33979093	55663307	40971981	74992028	79861056	34373589	18752465	24297793	57	79861056
200570	Aceitunas preparadas o conservadas	34554499	25504693	37796015	41835104	64741093	67462233	66703923	62078634	48604631	46436534	35542444	3	67462233
200410	Papas preparadas o conservadas congeladas	--	2982	0	1872	1126592	21041867	29698164	40668115	51555835	52937364	51656974	1732193	52937364
330111 al 330119	Aceite esencial de Agrios	19131020	24754801	26443846	26016287	37558078	34348046	42753666	32799642	44284072	50450028	56379333	195	56379333
1509	Aceite de oliva	14452774	14435244	11652728	8210741	14150891	25030956	23413296	27053732	25305390	23117345	12704554	-12	27053732
080610	Uva frescas	6150430	3981539	3918765	5472705	9641337	17708312	17708817	24328427	31508435	40764177	36282479	490	40764177
080910/930/940	Ciruelas, Duraznos y Damascos	3703203	4141626	3765959	5622563	12661556	14340714	13184295	20548968	11568187	11662869	11109373	200	20548968
0813	Fruta deshidratada	13412982	15695922	17276495	24411143	19170948	20660530	18689104	18476284	19443708	22874031	21666157	62	24411143
020810	Conejo + Liebre	14133168	30136404	32524402	21477577	26559297	20516107	22545858	17367640	21525523	16862927	19717598	40	32524402
070190	Papas frescas o refrigeradas. Las demás	664498	734440	1471112	23871529	7245040	2827316	2374725	13631193	1494006	4413611	13876129	176	23871529
080620	Uvas secas, incluidas las pasas de uva	4282903	6123373	4426933	7509961	8580681	12510946	12239345	10963286	14320197	10194281	7149672	67	14320197
1211	Plantas, semillas y frutos utilizados en perfumería, medicina, etc.(1)	3924933	4248971	6451918	5653230	6078189	5414070	5572334	5334298	4342739	3485012	3146106	-20	6451918
151560	Aceite de Jojoba	8730	46145	32301	125966	161579	884743	992868	3795886	3522076	4077004	3569219	40785	4077004
330125	Aceite esencial de Menta (otra que piperita)	417232	576792	410833	921588	1647533	1782949	3624313	3199623	1250468	2531027	1703464	308	3624313
071120	Aceitunas	305703	848337	375546	378189	637420	1462565	1420000	2584561	5549075	4662865	2609576	754	5549075
070920	Espárragos	56171	1136663	1128472	1078824	2565965	2017985	3348954	2428026	2187156	1009491	7256699	1192	3348954
071220	Cebollas secas	1511458	1034172	2115913	1474790	2432557	1886747	1676040	2176851	2248730	2184151	2126456	41	2432557
080920	Cerezas	6656	133733	927295	327704	320812	368167	1661458	1832948	1336122	3572276	4011502	60169	4011502
081110 y 081120	Frutillas y Frambuesas congeladas	--	12445	0	4255	24650	190569	293721	1641091	431174	943446	9913235	7866	1641091
330124	Aceite esencial de Menta piperita	275454	248213	85454	289050	670167	606798	1081764	1069308	570781	1364035	464755	69	1364035
081040	Arándanos	--	0	0	7280	57102	52988	481713	1007109	1512328	2033627	3794718	52025	3794718
070110	Papas frescas o refrigeradas para la siembra	294402	206525	307552	193148	299300	297200	65400	701320	115244	29390	42590	-86	701320
0904	Pimienta del género PIPER; frutos de géneros CAPSICUM o PIMENTA	1712838	139324	223926	369287	483411	517671	533400	512406	640021	355424	637631	-63	1712838
0909	Semillas de Anís, Badiana, Hinojo, Cilantro, Comino y otras (2)	240624	459695	1054541	364540	523391	505180	320995	511281	207676	245994	340944	42	1054541
070200	Tomates frescos o refrigerados	109408	11274	0	477941	314585	90367	237277	446038	11604	397894	128592	18	477941
07129010	Ajo en polvo	--	--	--	--	395192	530582	186704	442352	804457	658695	485874	23	804457
051110	Semen de bovino	32173	409757	98692	176190	82211	99498	228334	311120	369542	192131	81812	154	409757
080440	Palta	72251	188496	272052	115116	326033	63063	44145	280441	1067831	121610	449248	522	1067831
081010	Frutillas	1306	27920	2100	49800	52152	46210	108074	211382	359242	214603	182150	13847	359242
071040	Maíz dulce congelado	1492	0	0	0	13261	38925	24964	98287	22684	85167	5492	268	98287
071022	Porotos congelados	--	0	91623	0	3187	2605	20	97851	45606	93677	93115	2	97851
071021	Arvejas congeladas	94659	17100	24233	43200	107355	74678	5560	93172	151658	156613	259304	174	259304
071080	Las demás hortalizas congeladas	119990	0	12420	12000	326145	152752	326450	88408	167947	225859	82512	-31	326450
070951	Hongos (no Trufas)	--	0	0	25175	3198	19092	1867306	69637	15105	25052	611	-98	1867306
0910	Jenjibre, Azafrán, Curcuma, Tomillo, Hojas de laurel, Curry y demás especias	21031	34971	74538	269998	104968	74670	62332	57527	73374	163708	244296	1062	269998
030760	Caracoles	65206	471656	0	22986	314674	76376	46235	43567	57799	39631	39	471656	
0908	Nuez Moscada, Macis, Amomos y Cardamomos	--	2373	4846	10188	20230	27475	13290	23240	99290	54479	34080	1336	99290
071030	Espinaca congelada	--	21745	0	0	21240	20334	24456	24721	25345	213428	79132	264	213428
071010	Papas cocidas congeladas	--	3360	73294	53646	78799	20176	1484	13206	8873	34357	20976	524	78799
0906	Canela y Flores de Canelero	978	937	16196	5799	27229	12152	25487	11144	6695	12379	7785	696	27229
330123	Aceite esencial de lavanda o lavandin	--	1210	1654	8647	773	271860	280	4122	4776	101	9317	670	271860
081020	Frambuesas	90	24	343113	15270	35400	77832	1620	2888	1845	20918	30996	34340	343113
0907	Clavo (Frutos, Clavillos y Pedúnculos)	--	1457	223	60	601	1151	762	509	3286	2394	7366	406	7366
071090	Mezclas de hortalizas congeladas	--	1800	0	0	9445	47401	41594	6	16954	10120	2960	64	47401
080450	Guayabas y Mangos	0	0	0	0	0	0	0	0	19078	171508	65896	245	19078
081050	Kiwis	--	--	--	--	--	44000	179640	0	88000	211200	195573	354	211200
<b>Total</b>		260191593	288713986	318684455	357321209	478672599	538734856	663524172	732605924	659997924	636908079	595761084	129	867680319

Fuente: Elaborado por IICA-Argentina con datos de INDEC y Base Tradstat.

(1) Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasitarias o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.

(2) Semillas de Anís, Badiana, Hinojo; Cilantro, Comino o Alcaravea; Bayasalcaravea; Bayas de Enebro.

\*Para los productos que no presentan datos para 1991 se ha tomado el primer valor existente.

CUADRO N° 14 (b) ARGENTINA. EXPORTACION DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE ALTO VALOR

Período 1991-2001- Valor en US\$

Ordenado por crecimiento 1991-2001		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Var 2001/1991*	MAX Valor
200410	Papas preparadas o conservadas congeladas	---	2982	0	1872	1126592	21041867	29698164	40668115	51555835	<b>52937364</b>	51656974	1732193	52937364
080920	Cerezas	6656	133733	927295	327704	320812	368167	1661458	1832948	1336122	3572276	<b>4011502</b>	60169	4011502
081040	Arándanos	---	0	0	7280	57102	52988	481713	1007109	1512328	2036627	3794718	52025	3794718
151560	Aceite de Jojoba	8730	46145	32301	125966	161579	884743	992868	3799586	3522076	<b>4077004</b>	3669219	40785	4077004
081020	Frambuesas	90	24	343113	15270	35400	77832	1620	2888	1845	20918	30996	34340	343113
081010	Frutillas	1306	27920	2100	49800	52152	46210	108074	211382	359242	214603	182150	13847	359242
081110 y 081120	Frutillas y Frambuesas congeladas	---	12445	0	4255	24650	190568	293721	<b>1641091</b>	431174	943446	991325	7866	1641091
0908	Nuez Moscada, Macis, Amomos y Cardamomos	---	2373	4846	10188	20230	27475	13290	29240	<b>99290</b>	54479	34080	1336	99290
070920	Espárragos	56171	1136663	1128472	1078824	2565965	2017985	<b>3348954</b>	2428026	2187156	1009491	725699	1192	3348954
0910	Jenjibre, Azafrán, Curcuma, Tomillo, Hojas de laure, Curry y demás especias	21031	34971	74538	<b>269998</b>	104968	74670	62332	57527	73374	163708	244296	1062	269998
071120	Aceitunas	305703	848337	375546	378189	637420	1462565	1420000	2584561	<b>5549075</b>	4562865	2609576	754	5549075
0906	Canela y Flores de Canelero	978	937	16196	5799	<b>27229</b>	12152	25487	11144	66995	12379	7785	696	27229
2204	Vino de uvas frescas	19919064	33332092	32354196	34674824	78350748	83282169	128252921	154624779	145199703	<b>159138372</b>	155137898	679	159138372
330123	Aceite esencial de lavanda o lavandin	---	1210	1654	8647	773	<b>271860</b>	280	4122	4776	101	9317	670	271860
071010	Papas cocidas congeladas	---	3360	73294	53646	<b>78799</b>	20176	1484	13206	8873	34357	20976	524	78799
080440	Palta	72251	188496	272052	115116	326033	63063	44145	280441	<b>1067831</b>	121610	449248	522	1067831
080610	Uva frescas	6150430	3981539	3918765	5472705	9641337	17040312	17708817	24328427	31508435	40764177	36282479	490	40764177
0907	Clavo (Frutos, Clavillos y Pedúnculos)	---	1457	223	60	601	1151	762	509	3286	2394	<b>7366</b>	406	7366
081050	Kiwis	---	---	---	---	---	44000	179640	0	88000	<b>211200</b>	199579	354	211200
330125	Aceite esencial de Menta (otra que piperita)	417232	576792	410833	921588	1647533	1782949	<b>3624313</b>	3199623	1250468	2531027	1703464	308	3624313
071040	Maíz dulce congelado	1492	0	0	0	13261	38925	24964	<b>98287</b>	22684	85167	5492	268	98287
071030	Espinaca congelada	---	21745	0	0	21240	20334	24456	24721	25345	<b>213428</b>	79132	264	213428
080450	Guayabas y Mangos	0	0	0	0	0	0	0	0	19078	171508	65896	245	19078
080910/930/940	Ciruelas, Duraznos y Damascos	3703203	4141526	3765959	5622663	12661556	14340714	13184295	<b>20548968</b>	11568187	11662863	11109373	200	20548968
330111 al 330119	Aceite esencial de Agríos	19131020	24754801	26443846	26016287	37558078	34348046	42753666	32799642	44284072	50450028	<b>56379333</b>	195	56379333
070190	Papas frescas o refrigeradas. Las demás	664498	734440	1471112	<b>23871529</b>	7245040	2827316	2374725	13631193	1494006	4413611	1832621	176	23871529
071021	Arvejas congeladas	94659	17100	24233	43200	107355	74678	5560	93172	151658	156613	<b>259304</b>	174	259304
051110	Semen de bovino	32173	<b>409757</b>	98632	176190	82211	99498	228334	311120	369542	192131	81812	154	409757
330124	Aceite esencial de Menta piperita	275454	248213	85454	289050	670167	606789	1081764	1069308	570781	<b>1364035</b>	464755	69	1364035
040900	Miel natural	42539796	51769208	50157405	53782593	70455901	90646150	<b>108361395</b>	88625766	95990224	87336007	71508340	68	108361395
080620	Uvas secas, incluidas las pasas de uva	4282933	6123373	4426933	7509961	8580681	12510946	12239349	10963286	14320197	10194281	7149672	67	14320197
071090	Mezclas de hortalizas congeladas	---	1800	0	0	9445	<b>47401</b>	41594	6	16954	10120	2960	64	47401
0813	Fruta deshidratada	13412982	15695922	17276499	<b>24411143</b>	19170948	20660530	18689104	18476284	19443708	22874031	21666157	62	24411143
070310	Cebollas y chalotes	15457839	23248084	27389266	33979093	55663307	40971981	74992028	<b>79861056</b>	34373583	18752465	24297793	57	79861056
0909	Semillas de Anís, Badiana, Hinojo, Cilantro, Comino y otras <sup>(2)</sup>	240624	459695	<b>1054541</b>	364540	523391	508180	320999	511281	207676	245994	340944	42	1054541
071220	Cebollas secas	1511458	1034172	2115913	1474790	<b>2432557</b>	1886747	1876040	2176851	2248730	2184151	2126456	41	2432557
020810	Conejo + Liebre	14133168	30136404	<b>32524402</b>	21477577	26559297	20516107	22545858	17367640	21525523	16862927	19717598	40	32524402
07129010	Ajo en polvo	---	---	---	---	395192	530582	186704	442352	<b>804457</b>	658695	485874	23	804457
070200	Tomates frescos o refrigerados	109408	11274	0	<b>477941</b>	314585	90367	237277	446038	11604	397894	128592	18	477941
200570	Aceitunas preparadas o conservadas	34554499	25504693	37796015	41835104	64741093	<b>67462233</b>	66703923	62076634	48604631	46436534	35542444	3	67462233
070320	Ajos	62516632	44568583	55378594	58004236	54920064	69563309	77877512	<b>112453708</b>	87504075	62455184	64101139	3	112453708
071022	Porotos congelados	---	0	91623	0	3187	2605	20	<b>97851</b>	45606	93677	93115	2	97851
1509	Aceite de oliva	14452774	14435244	11652728	8210741	14150891	25503056	23413296	<b>27053732</b>	25305390	23117345	12704554	-12	27053732
1211	Plantas, semillas y frutos utilizados en perfumería, medicina, etc. <sup>(1)</sup>	3924933	4248971	6451918	5653230	6078189	5414070	5572334	5334298	4342739	<b>3485012</b>	3146106	-20	6451918
071080	Las demás hortalizas congeladas	119990	0	12420	12000	326145	152752	<b>326450</b>	88408	167947	225859	82512	-31	326450
030760	Caracoles	65206	<b>471656</b>	---	0	22986	314674	76376	46235	43667	57799	39631	-39	471656
0904	Pimienta del género PIPER; frutos de géneros CAPSICUM o PIMENTA	1712838	139324	223926	369287	483411	517671	533400	512406	640021	<b>355424</b>	637631	-63	1712838
070110	Papas frescas o refrigeradas para la siembra	294402	206525	307552	193148	299300	297200	85400	<b>701320</b>	115244	29390	42590	-86	701320
070951	Hongos (no Trufas)	---	0	0	25175	3198	19092	<b>1867306</b>	69637	15105	25052	611	-98	1867306
<b>Total</b>		260191593	288713988	318684458	357321208	478672599	538734856	663524172	732605924	659997924	636908079	595761084	129	867680319

Fuente: Elaborado por IICA-Argentina con datos de INDEC y Base Tradstat

(1) Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasitocidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados

(2) Semillas de Anís, Badiana, Hinojo; Cilantro, Comino o Alcaravea; Bayasalcaravea; Bayas de Enebro

\*Para los productos que no presentan datos para 1991 se ha tomado el primer valor existente.

## Potencial exportador

Como surge de la experiencia histórica reciente, existe un notable potencial de crecimiento de las exportaciones de productos de alto valor. Como una evidencia, se apreció en el punto anterior el aumento en los valores exportados de un grupo de bienes. Este conjunto creció, entre 1991 y 1998 (año de máxima) a una tasa acumulativa del 16% anual. Determinar el potencial exportador de este conjunto de productos, sumamente numeroso y heterogéneo, y por lo tanto influido por cientos de variables, internacionales, locales, tecnológicas, etc., implicaría asumir una cantidad mayor aún de supuestos. Formular hipótesis de comportamiento de cada variable llevaría a una excesiva especulación y realizar este tipo de análisis cae obviamente fuera de los límites de este estudio. Por otra parte, no están desarrolladas en la literatura económica argentina funciones de oferta y demanda de dichos productos que pudieran ser utilizadas en simulaciones.

En su lugar, se propone aquí la realización de simulaciones matemáticas sencillas que proporcionen un rango posible de crecimiento. Como base común para las proyecciones, se consideran disponibles los siguientes elementos que han surgido de los estudios realizados en el marco de este Componente:

- la aptitud agroecológica de extensiones significativas del territorio para este tipo de producciones;
- el surgimiento y desarrollo –con diferente intensidad según los casos- de estas actividades en la gran mayoría de las provincias argentinas y la existencia de emprendimientos en marcha que aún están en períodos de maduración;
- la bajísima participación de los productos argentinos en el comercio internacional de tales productos;
- la experiencia local y el conocimiento de la experiencia extranjera en programas y políticas de promoción de exportaciones;
- la existencia de regulaciones sanitarias y de calidad que permiten encuadrar las respectivas producciones para acceder a los mercados externos; y
- un cambio de mentalidad hacia una visión de negocios y en particular hacia la exportación que se está difundiendo en muchas de las actividades agroalimentarias.

Cabe destacar además que el desarrollo de estas producciones conducirá también a la sustitución de importaciones, las que todavía se mantienen en productos como frutas secas, kiwis, higos, frambuesas y otros. Esta sustitución, en un mercado abierto, representa un aumento de competitividad sectorial.

La metodología utilizada para estimar dos escenarios de exportaciones de productos de alto valor consiste en estimar dos tasas de crecimiento anuales acumulativas: 1) la tasa histórica registrada en la última década; 2) el doble de dicha tasa. Obviamente, pueden estimarse otros escenarios proponiendo otras tasas. La hipótesis subyacente a cada tasa es la evaluación sobre la probabilidad de mantenimiento o variación de las circunstancias que determinaron el comportamiento en el período calculado.

Para realizar esta estimación fue necesario distinguir un subconjunto de bienes, lo que se realizó con dos criterios: a) que se tratara de productos cuya participación en el comercio mundial fuera inferior a la participación media de los productos agroalimentarios (3,36%) y que, por lo tanto, permitiera una expansión significativa; b) que no incluyera exportaciones tradicionales (granos, derivados de oleaginosas y carnes). Estos criterios se aplicaron a la estadística de exportaciones por capítulos.

En el Cuadro 14 bis se presenta la participación de las exportaciones argentinas en las importaciones mundiales en el bienio 2000/01 para los capítulos 1 a 23, ordenados de acuerdo a dicha participación. De este total, se separa un subconjunto de capítulos que excluye a aquellos cuya participación es superior al 3,36% y también excluye al capítulo 2, Carnes, quedando el grupo integrado por los capítulos 1, 3 a 9, 13, 14, 16 a 22.

La tasa de crecimiento registrada por el valor de las exportaciones de dicho subconjunto en el período que va entre los bienios 1989/90 y 2000/01 es del 6,8%, ya que pasaron de US\$ 1512 al comienzo del período a US\$ 3123 millones. En el mismo lapso, el total de las exportaciones agroalimentarias (Capítulos 1 a 23) creció un 6,5% anual acumulativo.

**Cuadro 15 .PARTICIPACION ARGENTINA EN IMPORTACIONES MUNDIALES DE LOS CAPITULOS 1 a 23. Años 2000-01**

Capítulo	Import.mundiales	Export.argentinas	Exp.RA/ Imp.Mundo
	(en millones de US\$)		%
23	15696	2529	16.11
15	11250	1655	14.71
10	17206	2431	14.13
12	17410	1208	6.94
11	2925	152	5.18
3	42847	879	2.05
4	20009	382	1.91
20	17049	315	1.85
8	27324	494	1.81
17	9460	129	1.36
2	32689	421	1.29
16	13641	165	1.21
7	18492	223	1.21
18	9582	82	0.86
22	31917	212	0.66
21	12095	79	0.65
9	11014	66	0.60
19	12730	61	0.48
5	3440	15	0.45
1	5711	17	0.29
14	432	1	0.28
13	2008	1	0.07
6	8173	1	0.02
<b>Total</b>	<b>343102</b>	<b>11518</b>	<b>3.36</b>

Fuente: Elaborado por IICA-Argentina con datos de la Base Tradstat-Dialog e INDEC

En base a dicha tasa se estiman los dos escenarios:

Escenario 1: en la próxima década se mantiene para el grupo la tasa de crecimiento registrada en el período anterior (6,8% anual acumulativo). En ese caso, las exportaciones de este subconjunto de capítulos pasarían de los US\$ 3.123 millones del bienio 2000/01 a US\$ 6.029 millones en el año 2011.

Escenario 2: en la próxima década se duplica para el grupo la tasa de crecimiento registrada en el período anterior (13,6% anual acumulativo). En ese caso, las exportaciones de este subconjunto de

capítulos pasarían de los US\$ 3.123 millones del bienio 2000/01 a US\$ 11.177 millones en el año 2011.

Como se podrá apreciar, estas proyecciones resultan de meras simulaciones matemáticas cuya probabilidad de ocurrencia depende de un amplísimo conjunto de factores que afectan la oferta y la demanda, local e internacional, de estos productos. En los estudios por productos que forman parte de este Componente A se ha analizado algunos de esos factores. En algunos casos, se presentan estimaciones de potencial de exportaciones específicas para dichos productos.

Sin embargo, en una apreciación más general, dada la escasa participación argentina en los mercados, la potencialidad de las exportaciones es muy superior a las cifras calculadas, y es prácticamente ilimitada, si se consideran los recursos naturales disponibles y sus características ecológicas. La concreción de niveles cada vez más altos de exportaciones depende de otros factores, que tienen que ver, por una parte, con las políticas públicas en la materia y, por otra, con las conductas empresarias. Entre tales factores están que no existan limitaciones en el acceso a mercados para la colocación de las exportaciones argentinas; que se desarrollen acciones públicas y/o privadas de promoción y marketing; que se disponga de abundante crédito; que se produzcan inversiones; que existan empresarios capacitados. De verificarse estos supuestos optimistas, el incremento de exportaciones de productos de alto valor podría ser continuo en el tiempo, y no tiene límites identificables a corto y mediano plazo. En particular, teniendo en cuenta que en su mayor parte los productos de alto valor surgen de explotaciones intensivas en capital y mano de obra pero requieren reducidas superficies, el incremento de producciones de alto valor no requeriría, desde el punto de vista del recurso tierra, una disminución significativa de las producciones extensivas.

Obvio es decir que este potencial de crecimiento no se traduce solamente en ingresos por exportaciones: en su gran mayoría este tipo de productos, por tratarse de cultivos o crías intensivos y contar con procesos de diferenciación, son adecuados para el desarrollo de regiones y microrregiones, generando oportunidades para pequeñas y medianas empresas, creando empleo y dando lugar a una diversidad productiva que se multiplica con servicios de distinto tipo, desde los de relación más directa como provisión de insumos, maquinaria, procesado, envasado, elaboración servicios de certificación y trazabilidad, servicios vinculados con la creación de marcas, etc., hasta otros vinculados más indirectamente, como el turismo rural, la rutas alimentarias y otros.

## IV. Factores determinantes y limitaciones a la expansión de la producción y las exportaciones de los productos agroalimentarios de alto valor

### El marco conceptual

El abordaje del problema del desempeño del sector agroalimentario y de los factores determinantes demanda un enfoque sistémico, que explica el desempeño productivo y exportador por la influencia e interacción de factores en los ámbitos de la economía y los mercados internacionales, el marco macroeconómico local, los factores específicos vinculados a la producción y a la productividad sectorial (incluyendo entre éstos factores externos a la empresa y factores endógenos) y las políticas sectoriales aplicadas. Estos factores pueden actuar como determinantes, coadyuvantes, o restrictivos. La materialización de las políticas macroeconómicas y sectoriales en instituciones, y el adecuado funcionamiento de éstas en relación con los objetivos de la política, son elementos esenciales para favorecer o dificultar el desempeño competitivo de las unidades microeconómicas.

En la evaluación del desempeño exportador es relevante el concepto de competitividad. En una época de globalización económica y luego de una década de apertura comercial en la Argentina, la literatura disponible sobre el concepto y las causas de la competitividad son frondosas y con múltiples orientaciones. Las dimensiones de mayor relevancia con relación a la competitividad son la definición, los indicadores computables y el análisis de los factores determinantes. En cuanto a la definición, dentro del conjunto de las disponibles, en este estudio se adopta la que se basa en el desempeño exportador, entendiendo por “competitividad” a la capacidad de aumentar, en forma sostenida, el valor de las exportaciones de los rubros agroalimentarios. En relación con la medición, en el punto II.6 se presentaron los resultados de la aplicación de un modelo que brinda una aproximación cuantitativa a la competitividad del país y de los sectores. En esta sección, se indagará sobre los factores que, de acuerdo a los estudios realizados, han influido favoreciendo o restringiendo el desempeño de los sectores productores de bienes agropecuarios y alimentos de alto valor. Previamente, se realiza una breve conceptualización.

La competitividad, o posibilidad de colocar crecientemente productos en los mercados internacionales, depende en última instancia de las características de dichos mercados y del precio final al que las empresas nacionales pueden poner los productos en dichos mercados.

Con relación a los mercados, el nivel de competencia, el peso de grandes países exportadores, las políticas proteccionistas, la existencia de nichos, determinan la medida en que el precio puede llegar a ser influido por los exportadores. La posibilidad de influencia de Argentina en los mercados internacionales es muy limitada en el caso de las *commodities*, con algunas excepciones importantes en que su participación es importante, como miel, aceite de girasol y el complejo sojero. En cambio, en los productos de alto valor, los mercados son menos transparentes y los productos son diferenciados, lo que disminuye, en cierta medida, la restricción de la competencia.

En cuanto a los factores nacionales que afectan a la competitividad, son aquellos que determinan la eficiencia -es decir, el costo final al que puede producirse un bien- y la calidad de los bienes. Dentro de estos factores pueden distinguirse aquellos que dependen del contexto económico general (exógenos) y los que resultan de la organización de los factores dentro de las unidades microeconómicas (endógenos).

Los factores exógenos se relacionan con:

a) las políticas macroeconómicas, que influyen tanto en el precio recibido por los exportadores y productores como en los costos de producción: políticas cambiarias, arancelarias, tarifas de servicios públicos, crédito, impuestos, regímenes laborales, organización de la funciones de comercialización y movilización, etc. Las políticas comerciales, específicamente, abarcan un conjunto de instrumentos –firma de tratados de integración bilaterales, participación en diversos, acuerdos y mecanismos internacionales sobre productos específicos- que afectan directamente a la competitividad.

Dentro del grupo de las políticas se incluye el aspecto institucional, a saber, la existencia de instituciones -en sentido amplio- para el desarrollo de distintas funciones, y el grado de cumplimiento del marco legal e institucional vigente (legislación impositiva, reglamentaciones sanitarias, etc.), teniendo en cuenta que un cumplimiento parcial, asimétrico o incierto, es fuente de incertidumbre, de mayores costos de transacción y por lo tanto de menor competitividad.

b) las condiciones estructurales de la actividad en cuestión: recursos naturales disponibles (tierra y agua), características geo-económicas de la región productora (superficie apta, disponibilidad de mano de obra, distancias a los países importadores, disponibilidad y ubicación de puertos de aguas profundas, disponibilidad de transporte aéreo, etc.), la estructura de los mercados de sus productos.

Los factores endógenos a la empresa se refieren a su organización interna, en los aspectos productivos y comerciales, su nivel tecnológico, su dotación de recursos.

El conjunto de factores que deben ser considerados puede sintetizarse en el siguiente esquema (Cuadro 15):

**CUADRO 15. FACTORES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE UNA RAMA ECONOMICA**

VINCULADOS A:	ENDOGENOS A LA RAMA (FIRMA)	EXOGENOS
PRECIO DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESTRUCTURA DE MERCADO DE LA RAMA (oligopolio, competencia, etc.)</li> <li>- COYUNTURA DEL MERCADO (Oferta y demanda local e internacional- factores climáticos y otros)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PRECIOS INTERNACIONALES</li> <li>- POLITICA MACROECONOMICA               <ul style="list-style-type: none"> <li>* tipo de cambio</li> <li>* impuestos</li> <li>* tratados comerciales</li> </ul> </li> </ul>
FACTORES QUE INFLUYEN INDIRECTAMENTE EN EL PRECIO DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COSTOS DE PRODUCCION               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nivel tecnológico</li> <li>* Recursos Disponibles</li> </ul> </li> <li>- COSTOS DE COMERCIALIZACION               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Organización para la comercialización</li> </ul> </li> <li>- ORGANIZACION EMPRESARIAL               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Concentración, integración vertical, escala</li> </ul> </li> <li>- DIFERENCIACION DE PRODUCTO:               <ul style="list-style-type: none"> <li>estrategias empresariales, incorporación de intangibles (certificaciones de calidad, marcas)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COSTOS DE PRODUCCION               <ul style="list-style-type: none"> <li>* precio de insumos, servicios, tasa de interés, energía, salarios</li> </ul> </li> <li>- ESTRUCTURA GEOGRAFICA Y DEMOGRAFICA               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Población (tamaño, estructura, puertos naturales</li> <li>* Tendencias consumo interno (gustos)</li> </ul> </li> <li>- MARCO REGULATORIO               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Bolsas, Mercados</li> <li>* Transporte</li> <li>* Puertos</li> </ul> </li> <li>- FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES</li> </ul>

Fuente: Adaptado de: Obschatko, E. 1994. *Efectos de la desregulación sobre la competitividad de la producción argentina*. Ed. GEL, Buenos Aires.

## **Factores determinantes del desempeño exportador de productos de alto valor**

Esta sección se basa en los resultados de los estudios de caso desarrollados para un grupo de productos seleccionados, integrado por varios alimentos de origen vegetal y animal, algunos frescos y otros con diversos grados de elaboración, obtenidos en distintas regiones del país (Documentos 5 a 15 del Estudio 1.EG.33. 7) a los que se agregó la encuesta sobre limitaciones al crecimiento realizada a las Secretarías de Agricultura de las provincias y las Estaciones Experimentales del INTA (Documento 4, íd). Se complementa con el análisis de factores que han influido en el desempeño del sector agroalimentario en su conjunto, de acuerdo a la bibliografía consultada.

Como era de esperar a priori, los factores difieren según los casos. Aunque la denominación agroalimentario es distintiva frente a otros sectores de la economía, abarca cientos de productos diferentes, cuyas características específicas y sus peculiaridades en la producción primaria harían necesario dividirlo en decenas de subsectores. Así por ejemplo, mientras que en las cuentas nacionales (la visión macroeconómica) las frutas y hortalizas figuran como un sector, existen diferencias sustanciales entre la producción de manzanas y la de arándanos, o entre la de ajo y la de verduras de hoja. Ello no impide que puedan obtenerse algunas generalizaciones significativas, a lo que se dedica este punto.

### **En el ámbito internacional**

Para un país como la Argentina, tomador de precios en los mercados internacionales de productos agropecuarios (salvo excepciones muy notorias como algunos productos oleaginosos), los factores internacionales se refieren principalmente a modificaciones de la demanda. En este sentido, como es conocido y como lo señalan la mayoría de los estudios de caso, en los países de ingresos más altos, y también en los sectores de mayores ingresos en todo tipo de países, hay un cambio en la demanda de alimentos, orientado a aquellos que tienen atributos más favorables para la salud (mayor cantidad de proteínas, vitaminas, minerales, menor cantidad de grasas, menor valor energético). A ello se añade una creciente proporción de comidas fuera del hogar originadas por varios cambios en la estructura y formas de vida de la sociedad, que deriva, por una parte, en una demanda de nuevos productos para confeccionar menús más variados y sofisticados; por otra, en la demanda de ingredientes para las comidas denominadas "étnicas" y, finalmente, en demanda de otros productos que se vinculan con la conservación (especias).

Como reflejo de estas demandas, en la última década se pudo observar en los mercados internacionales un aumento de los precios y/o de las cantidades comerciadas de varios de esos productos. En los analizados en este grupo de estudios, ello sucedió con las cerezas, los arándanos, las frambuesas, la carne de conejo, la uva de mesa, las paltas, los productos orgánicos. Los productos que responden a estos requerimientos se obtienen, en general, en explotaciones intensivas en capital y mano de obra. Por esta razón y por el estado actual de la oferta internacional son, en general, productos de alto valor unitario comparados con las *commodities*.

Un segundo elemento que favorece la competitividad de estas producciones es que la formación de precios en los mercados importadores está menos distorsionada que en el caso de *commodities* como los cereales, oleaginosas y en productos lácteos, en los cuales es conocida la fuerte intervención de los países desarrollados, que protegen a su agricultura con subsidios a la producción y a la exportación, compensaciones de precios y créditos preferenciales.

Aún así, en frutas, hortalizas y carnes las barreras de acceso se encuentran en las cuestiones de inocuidad y de sanidad agropecuaria. Los países importadores establecen condiciones de este orden

para el ingreso de productos, las cuales, en algunas oportunidades, exceden la protección de la salud de los habitantes o de la sanidad de sus cultivos y ganados, para transformarse en barreras pararancelarias. Este es un factor que, si no es adecuadamente contemplado por el país exportador, puede constituirse en restrictivo.

Un tercer elemento que ha impulsado el crecimiento de las exportaciones de este tipo de productos es la constitución del MERCOSUR. La dimensión del mercado ampliado fue un atractivo importante para la inversión extranjera directa. Por ejemplo, en el caso de las fábricas de papas congeladas, se radicaron en la Argentina como un posicionamiento frente a sus competidores. Desde que se inició la zona de libre comercio hasta 1998, Brasil se transformó en un mercado de gran importancia y crecimiento para las exportaciones argentinas de agroalimentos, como se vio en capítulos anteriores. Aunque el producto de mayor peso en el comercio con Brasil, individualmente considerado, es el trigo y la harina de trigo, esto no desmerece los fuertes aumentos producidos en casi todos los rubros, en particular en frutas y hortalizas y manufacturas de origen agropecuario en general (Cuadro 16). Este comercio creció sostenidamente hasta 1998. Desde principios de 1999, con la devaluación del real y posteriormente la disminución de crecimiento de Brasil el comercio se redujo notablemente, poniendo de manifiesto el impacto de las políticas macroeconómicas de ambos países en el desarrollo del comercio.

## **En el ámbito nacional**

En el marco macroeconómico, varios factores, de diverso orden, influyeron estimulando la producción y exportaciones de los alimentos de alto valor.

### *El mercado interno*

Puede considerarse que la expansión del mercado interno fue un factor estimulante para el crecimiento de las exportaciones. En efecto, en la década del '90, y más definidamente entre 1995 y 1998, se registra un aumento en el ingreso nacional y per cápita, y en el consumo privado, total y por habitante. A partir de este último año, estos indicadores decrecen, aunque el consumo per cápita se mantuvo hasta el año 2000 todavía a niveles superiores a los de principio de la década, bajando posteriormente (Gráfico 9). Este período de aumento del consumo se tradujo en demanda de nuevos bienes y en particular alimentos, de los cuales una parte fue importada pero otra estimuló el desarrollo de la producción local, a niveles que, en muchos casos, se expandieron rápidamente a la exportación. En materia de alimentos, ocurrió así con las frutas finas, hongos, carnes diferenciadas, alimentos congelados y múltiples alimentos elaborados. A fines de 2002 y principios de 2003, superada la fuerte crisis de fin de 2001 y parte del 2002, se comenzó a apreciar claramente la sustitución de importaciones de muchos alimentos, lo que implica igualmente un aumento de competitividad de la producción nacional.

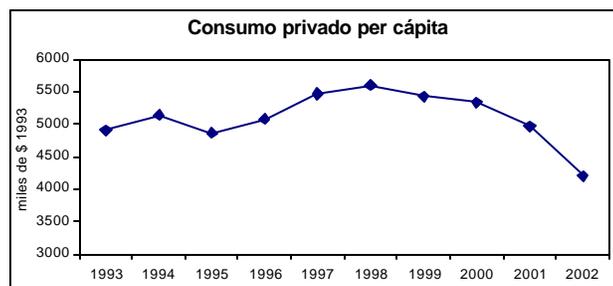
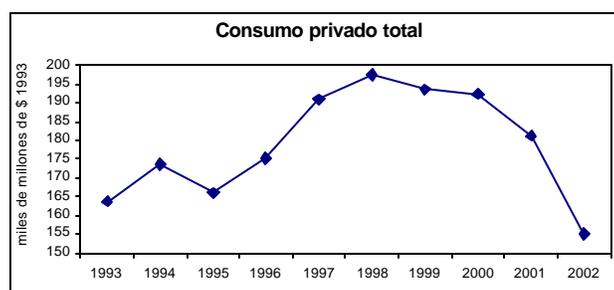
**CUADRO 16. EXPORTACION DE PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUARIO ARGENTINOS AL MERCOSUR**

(en millones de dólares)

	Promedio 1990-91	1992	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Productos Primarios</b>	<b>601</b>	<b>772</b>	<b>1535</b>	<b>1561</b>	<b>1821</b>	<b>1378</b>	<b>1396</b>	<b>1223</b>
Animales vivos		2.5	28.4	16.0	3.3	3.3	3.4	1.8
Pescados y mariscos sin elaborar	27	4.1	19.3	19.5	21.6	19.0	18.0	14.3
Miel		0.5	1.8	1.6	2.5	0.8	0.4	0.5
Hortalizas y legumbres sin elaborar		67.0	130.4	214.3	281.6	107.8	92.1	118.4
Frutas frescas		53.9	154.4	139.3	129.9	74.7	65.5	78.5
Cereales	380	556.6	941.9	839.3	1167.9	971.9	1115.0	934.7
Semillas y frutos oleaginosos	32	51.5	22.6	17.0	16.1	14.6	14.1	8.5
Tabaco sin elaborar		8.9	16.7	28.4	22.8	15.6	21.0	33.7
Lanas sucias		1.8	8.0	3.6	6.7	2.6	3.8	4.1
Fibra de algodón		17.0	191.7	253.8	121.7	96.5	19.7	10.0
Resto de primarios	159	8.4	19.7	27.9	47.0	71.5	43.1	18.5
<b>Manufacturas de origen agropecuario (MOA)</b>	<b>384</b>	<b>360</b>	<b>1316</b>	<b>1448</b>	<b>1453</b>	<b>1165</b>	<b>1133</b>	<b>844</b>
Carnes	44	19.9	116.0	96.2	57.8	37.8	44.6	22.7
Pescados y mariscos elaborados		23.8	121.8	127.4	101.6	53.1	50.5	44.9
Productos lácteos y huevos		23.0	229.1	236.8	259.9	288.6	238.3	110.5
Otros productos de origen animal		0.5	1.6	1.7	1.3	1.2	1.7	1.2
Frutas secas o procesadas		10.9	19.9	18.0	18.3	14.5	14.3	13.0
Café, té, yerba mate y especias		5.0	15.8	13.7	11.1	7.3	7.5	7.1
Productos de molinería		24.1	115.9	158.3	121.5	96.3	118.5	100.9
Grasas y aceites	41	44.1	116.7	138.8	223.0	116.6	104.6	66.2
Azúcar y artículos de confitería		20.2	39.2	40.9	42.3	24.2	24.9	15.7
Hortalizas, legumbres y frutas preparadas		34.3	110.6	115.8	132.0	118.3	112.4	97.3
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre		17.6	49.2	56.3	58.6	51.3	45.6	45.6
Resid. y desp. de industria alimentaria	1	2.2	19.4	35.9	15.0	13.7	20.1	17.7
Extractos curtientes y tintóreos		2.1	3.3	3.0	2.4	1.6	1.8	1.7
Pieles y cueros	90	100.5	122.1	115.5	106.7	111.7	138.8	140.6
Lanas elaboradas		2.0	0.5	0.8	0.3	0.4	0.0	0.5
Resto de manufacturas de orig.agropecuario	209	29.8	235.3	288.6	301.3	228.6	209.2	158.3
<b>Total de Origen Agropecuario</b>	<b>985</b>	<b>1132</b>	<b>2851</b>	<b>3009</b>	<b>3274</b>	<b>2543</b>	<b>2529</b>	<b>2067</b>

Fuente: elaborado por IICA-Argentina en base a INDEC.

**Gráfico 9. ARGENTINA. CONSUMO PRIVADO**

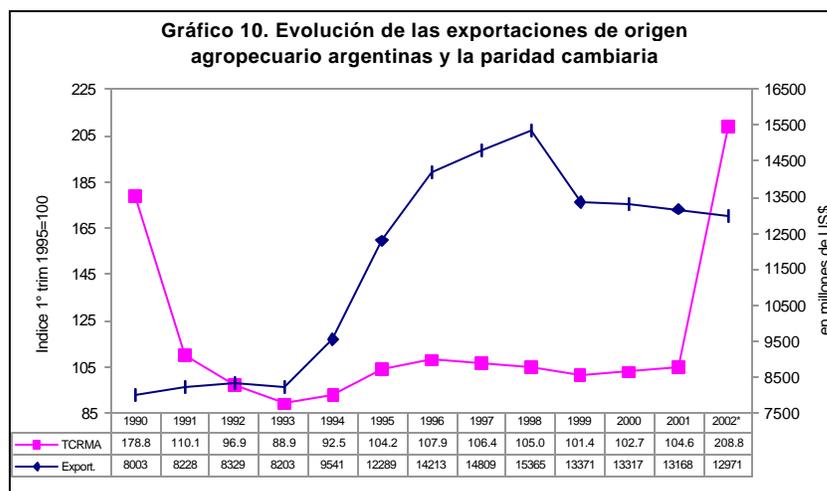


Fuente: elaborado por IICA-Argentina con datos de Cuentas Nacionales

Otro factor vinculado con el mercado interno ha resultado, a la larga, potenciador de las exportaciones. Se trata del cambio en la cultura del consumo, inducido por la imitación de modelos de otros países extendidos por el fenómeno de la globalización, e instrumentados con el desarrollo de la "gran distribución" de super e hipermercados. Las nuevas formas de venta, la promoción en los locales, la publicidad, la exhibición, las ofertas, introdujeron nuevos productos en la canasta de las familias que pudieron pagarlos, creando demandas nuevas que, como se señaló, estimularon producciones locales que luego, ya sea por volúmenes excedentes de producción o por la recesión del mercado interno, buscaron mercados externos. También la difusión del "fast food" demandó nuevos productos, como las papas prefritas congeladas, que luego se generalizaron en restaurantes y familias y también se dirigieron al mercado externo. Las cadenas de hipermercados mejoraron la logística e instalaron cadenas de frío, lo que contribuyó a desarrollar el consumo de alimentos congelados o que requieren conservación en frío.

### El tipo de cambio

El análisis del impacto del tipo de cambio sobre las exportaciones requiere considerar el tipo de cambio real, comparado con los tipos de cambio reales de todos los países compradores, ponderados por su peso en las exportaciones de los productos que se analizan; es decir, un tipo de cambio multilateral agroalimentario. Este indicador es calculado por el IICA, tomando en cuenta los tipos de cambio de los países a los que la Argentina exporta sus productos de origen agropecuario, y las respectivas variaciones de sus índices de precios. Este tipo de cambio creció desde 1993 hasta 1996 y luego inició una tendencia descendente, pero siempre por encima de dicho valor. En 1999 cae a un nivel similar a 1995, como impacto de la devaluación de la moneda brasileña, que tiene una fuerte ponderación en el cálculo de este indicador, en tanto la cotización fija del peso argentino implicó una apreciación que restringió las colocaciones en el exterior. En 2000 y 2001 se recupera levemente, y en 2002, como consecuencia de la modificación del régimen cambiario, sube dramáticamente (Gráfico 10).



Fuente: IICA-Argentina con datos del FMI e INDEC  
\*Datos provisorios

Una comparación visual de la evolución del tipo de cambio real multilateral agroalimentario y de las exportaciones muestra una relación poco definida, con una asociación positiva más clara entre 1993 y 1999. A partir de este año la caída de las exportaciones está asociada a la baja de precios de cereales y oleaginosas en el mercado mundial, que se comentó en otra sección. Esto

confirma que el tipo de cambio es sólo una de las variables que entran en el cálculo de rentabilidad, la cual determina las conductas de los empresarios, y su impacto es diferente según los casos. Así, mientras el valor (no el volumen) de las exportaciones de granos caían, el de varios productos de alto valor (las cerezas, los arándanos, las papas prefritas, los vinos, los aceites esenciales de agrios, y otros, Cuadro 14) siguieron aumentando, algunos hasta el 2000 y otros hasta el 2001. Otro factor que incide fuertemente en las exportaciones es el crecimiento económico en los países compradores, y la caída del producto en Brasil desde mediados de 2001 y parte de 2002 influyó en la reducción de sus compras, independientemente de la relación cambiaria. Por otra parte –aunque no es posible hacer una evaluación completa del tema en este informe- la fuerte apreciación del peso argentino en la década del '90 facilitó la importación de equipamiento e insumos tecnológicamente actualizados que aumentaron la productividad.

El gran incremento del tipo de cambio real multilateral después del abandono del régimen de convertibilidad produjo el efecto esperado en muchos de los productos agroalimentarios, pero no en todos. Sin duda mejoró el balance comercial de los productos que sufrían alguna competencia de las importaciones –tal el caso de frutas. Puede aceptarse que la depreciación "puso en carrera" a productos de rentabilidad ajustada, que con el tipo de cambio fijo uno a uno no eran competitivos. Es el caso de la producción de conejo, que resurge en 2002, o la de caracoles, que se está difundiendo rápidamente. En otros productos, que ya venían con un desempeño muy dinámico, el incremento del tipo de cambio potenció sin duda estos procesos ya iniciados.

Obviamente, un aumento del tipo de cambio real, manteniéndose constantes todos los demás factores, implica un aumento de la capacidad de competir de un país. Ello no necesariamente significa que aumente de hecho su participación en los mercados, ya que esto depende de muchos otros factores internos y de los demás competidores. En síntesis, la nueva paridad cambiaria, si es acompañada de otros factores, representa sin duda una oportunidad para el incremento sustancial de las exportaciones del sector agroalimentario.

### *Las políticas públicas sectoriales*

Durante la década del '90 se produjeron cambios importantes en la institucionalidad del sector público agroalimentario. En 1991 se desregularon la mayoría de las actividades que tenían mecanismos de control de oferta o de intervención comercial, mediante la disolución de organismos reguladores o eliminación de regímenes (Juntas Nacionales de Granos y Carnes, FOPALE (lácteos), Comisión Reguladora de la Yerba Mate, Dirección del Azúcar, IFONA). Sin embargo, estos hechos, de fuertes impactos para los productos involucrados, no son los más significativos para los productos de alto valor, los no tradicionales. Para éstos, los cambios más importantes fueron dos: la asignación de la incumbencia de los alimentos a la anterior Secretaría de Agricultura, transformándola en la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA); y la reforma y creación, sobre la base de organismos anteriores, del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentario.

En el caso de la SAGPyA esto levó a un nuevo enfoque sobre la actividad –el que, en la práctica, precedió a la fecha del cambio y lo indujo- dirigido a la cadena alimentaria y no, exclusivamente, a la producción primaria. Como consecuencia implicó su involucramiento en tres cuestiones claves para la competitividad de los productos. La primera, la promoción del cambio tecnológico, del análisis de la comercialización en las empresas agropecuarias y del asociativismo para el logro de escala, lo que se llevó a cabo con el programa CAMBIO RURAL, ejecutado por el INTA. La segunda, el desarrollo de programas de promoción de las exportaciones, realizados, en gran medida, con el apoyo financiero de organismos multilaterales (PROMEX). La tercera, la

promoción de la calidad con programas específicos (Programa de Calidad, Programa Miel 2000, Programa Tomate 2000, Programa MEJORAR). También la creación en 1992 en la SAGPyA de la Dirección Nacional de Acuicultura dio inicio a la acción pública en esta actividad.

Los resultados de los programas mencionados fueron heterogéneos. Sin evaluar aquí la medida y el grado de eficiencia con que estos programas alcanzaron los objetivos perseguidos<sup>8</sup> y el alcance en términos de beneficiarios, cabe señalar que se realizaron múltiples actividades que generaron en productores y empresarios interés por la exportación. También algunos de esos programas fueron interrumpidos, con la consiguiente dilución de los esfuerzos realizados –como el caso del programa MEJORAR, para especias- o sus presupuestos fueron reducidos –por ejemplo, en Cambio Rural.

Con relación al nuevo SENASA, éste debió, necesariamente, crear las regulaciones necesarias para posibilitar el acceso de los productos argentinos a los mercados importadores, que continuamente establecen normas relativas a la inocuidad y la sanidad agropecuaria, que actúan como barreras de acceso si los países exportadores no demuestran su cumplimiento. Esto requiere una tarea permanente de creación de normas locales y verificación de su cumplimiento sin las cuales la exportación no es posible. Así los mercados son "abiertos" luego que, a través del SENASA, se demuestra que existe un sistema para cumplir los requisitos exigidos. Si bien esto es un hecho público en el caso de carne vacuna, también opera para los otros productos. El caso del ingreso de limones a los Estados Unidos -y su posterior interrupción- también es ampliamente conocido.

En el caso de los productos estudiados en esta oportunidad, la acción del SENASA para establecer las regulaciones es decisiva para estimular o retrasar el inicio de la exportación, y su mantenimiento. En los productos orgánicos, el papel del SENASA como registro habilitador de las empresas certificadoras ha sido esencial para el desarrollo de esta actividad, y muchas explotaciones, en particular de frutas en los casos estudiados, han obtenido o están en proceso de obtener la certificación de "producción orgánica".

La función del SENASA de lucha contra las plagas es esencial para la declaración de "zonas libres" o para evitar que los embarques puedan ser rechazados. En este aspecto, hay evaluaciones dispares sobre su desempeño, y señalamientos de lentitud en las negociaciones de acceso a mercados. Este aspecto no ha sido tema de este estudio, pero sí de otros componentes del Estudio 1.EG.33.7. En este mismo área, la lucha contra la mosca de la fruta (programa PROCEM) y la declaración de la zona de los Valles Andino-Patagónicos -al sur del paralelo 40° y al oeste del meridiano 71°- como zona libre de mosca de la fruta en 1999 se transforma en un factor de competitividad para la fruta de esa zona, incluyendo las frutas finas estudiadas. Esta declaración, realizada por el SENASA mediante Resolución 194/99, logró en 2000 el reconocimiento de los servicios de sanidad agropecuaria de Chile y de los Estados Unidos. Posteriormente la Argentina y Chile firmaron el Protocolo para el tránsito de las frutas argentinas producidas en áreas bajo el PROCEM por todo el territorio chileno.

En el caso de la carne de conejo y de caracoles, estas regulaciones recién se establecieron en 2002; los productores señalan lentitud de la institución en la habilitación de frigoríficos para la exportación, así como limitación de recursos en la institución sanitaria para efectuar todos los controles necesarios. En la producción de uva de mesa la resolución del organismo, en 1999, sobre tenores de azúcares, también fue necesaria para el desarrollo del comercio.

El sistema público de investigación agropecuaria también modificó su estrategia para lograr un mayor desarrollo tecnológico y productivo de los productos de alto valor. En 1992 el INTA puso en

---

<sup>8</sup> Ver Documento 17

marcha su Programa de Diversificación Productiva (PRODIP), con componentes de información de mercado, de tecnología y de rentabilidad de productos alternativos y en 1998 creó su Instituto de Desarrollo de Alimentos, el que introdujo el nuevo enfoque y reorganizó actividades anteriores en este tema. También contribuyó a la gestación y luego a la ejecución del Programa CAMBIO RURAL, ya mencionado, en cuyo marco se iniciaron muchos proyectos de productos no tradicionales. El caso estudiado de conejos es un ejemplo del impacto de este programa. En caracoles la acción del INTA en la difusión del conocimiento es importante. La Fundación ARGENINTA está estrechamente relacionada con el INTA para la formulación de los protocolos de producción de diversos alimentos cuya calidad está certificada. Estas acciones han tenido influencia en el desarrollo productivo y en la promoción del asociativismo, pero han cubierto sólo algunos productos de la amplia gama posible. Muy recientemente (febrero de 2003) se ha anunciado que el organismo participará de un programa en el marco de la SECYT por el cual recibirá US\$ 20 millones para el Programa de promoción científico-tecnológico para la actividad agropecuaria.

La sanción del régimen legal para las indicaciones de procedencia y denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentarios (Ley N° 25.380), a fines del año 2000, fue un paso importante para hacer disponibles mecanismos de diferenciación de las producciones alimentarias, aunque su reglamentación aún no se ha concretado. La ley considera producto agrícola y/o alimentario amparable por una denominación de origen, a aquellos 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 otra parte, varias provincias emitieron sus propias leyes de DO, las cuales, si bien no pueden ser inscriptas en la Organización Mundial del Comercio, están jugando un papel de estímulo a este tipo de diferenciación, y mientras tanto reservan la denominación ante la OMC a la espera de lograr la DO nacional cuando la ley esté reglamentada. La ley de DO excluye a los vinos y a las bebidas espirituosas de origen vínico, las que se rigen por un régimen especial que ya está en marcha.

### *Las políticas nacionales de alcance multisectorial*

Un nuevo marco regulatorio, no específico para el sector agroalimentario pero de incidencia directa, ha sido la creación del Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación, por Decreto 1474/94, que establece el Consejo Nacional de la Calidad, integrado por el Organismo Argentino de Acreditación y el IRAM, esquema en el cual se insertan las empresas privadas certificadoras. En este marco, muchas empresas agropecuarias y de fabricación de alimentos han adoptado sistemas de calidad, como el ISO, el HACCP o los de producción orgánica. Por otra parte, la FUNDACION ARGENINTA en asociación con el instituto IRAM se inició en los últimos años como certificadora de calidad de productos agroalimentarios.

Los regímenes de promoción impositiva a determinadas provincias y/o departamentos de las mismas con la denominada “promoción agrícola” o “promoción no industrial” (Ley 22.021 del año 1979, sucesivamente prorrogada y ampliada durante las décadas del '80 y del '90), otorgaron diversos beneficios impositivos (deducciones de montos impositivos para impuestos, diferimientos y otros) a la actividad agropecuaria en dichas provincias. Bajo estos regímenes se desarrollaron también proyectos de productos agropecuarios no tradicionales. Aunque no se cuenta con un detalle de estos emprendimientos, es ampliamente conocido el caso de la expansión de la producción de olivo y, en los estudios de caso, una fuerte expansión de la superficie con uva de mesa y un emprendimiento de frambuesa que representa una adición de superficie muy importante a las cifras totales.

## *Programas provinciales*

En los últimos años las provincias han adoptado políticas promotoras de diversos emprendimientos, utilizando en algunos casos, recursos propios provenientes de las rentas petroleras o de otros fondos específicos. Entre ellos varios de productos no tradicionales han sido beneficiados con estas políticas. En los casos estudiados se encontraron políticas activas en las provincias de Neuquén, Salta, La Rioja, Mendoza, sin que esto signifique una enumeración completa. Uno de los instrumentos más utilizados en la creación de Agencias o Centros de Desarrollo provinciales; en varios casos hay programas de créditos subsidiados. Como restricción, se señala el limitado alcance de estas acciones y la insuficiente coordinación con otros organismos provinciales y nacionales.

## *Crédito*

La dificultad en el acceso a crédito y el logro de condiciones de plazo, tasas y garantías adecuadas a la situación de las pequeñas y medianas empresas es una restricción señalada repetidamente en todos los casos estudiados y por los informantes del relevamiento de las producciones (el "mapa económico", Documento 4). La misma también está reflejada en el análisis específico del financiamiento para el sector agropecuario (Documento 16). A principios de la década del '90 esta restricción fue paliada en parte por el Programa Trienal de Fomento y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa iniciado en 1993, multisectorial, que otorgó una bonificación de 4 puntos porcentuales en la tasa de interés para la adquisición de bienes de capital, constitución de capital de trabajo, adquisición de tecnología y proyectos de inversión y/o reconversión productiva.

La situación cambió radicalmente en los últimos años de la década, y el deterioro de la situación económica y financiera se reflejó en el elevado nivel de las tasas activas en términos reales, que hizo que el crédito no fuera accesible para muchas actividades, agropecuarias y del resto de los sectores. A principios de 2003, luego de la crisis del sistema financiero a fin de 2001, la restricción se mantiene severamente.

Como respuesta a esas dificultades surgieron diversos instrumentos de crédito, varios no bancarios, como fondos de inversión y fideicomisos. Sin embargo, estas alternativas recién comienzan a desarrollarse. En la práctica, la restricción de crédito influye para que el crecimiento de producción y exportaciones de productos agroalimentarios de alto valor sea impulsado principalmente por empresas medianas o grandes, empresas vinculadas con otras en el extranjero o aquellas que tienen reservas financieras provenientes de otras actividades.

## *Información*

La necesidad de realizar el estudio presentado en el Documento 4, Mapa económico, pone de manifiesto una de las restricciones importantes al crecimiento de los negocios en estos productos. Efectivamente, la carencia de información accesible en forma sencilla es una limitación importante, tanto para el Gobierno y otras instituciones que realizan actividades de planificación, orientación, crédito, etc., como para el mismo sector privado que no cuenta con datos indispensables para su propio planeamiento. La consecuencia es que sólo acceden a la misma aquellas empresas más grandes, con más medios económicos y mayores contactos, manteniéndose mercados poco transparentes. Al mismo tiempo, esto permite que se difundan, por medios no especializados, informaciones distorsionadas que pueden conducir a inversiones equivocadas.

## **En el ámbito meso y microeconómico**

En el marco de factores exógenos a los sectores y las empresas entre los que se encuentran varios elementos que resultaron favorables a la expansión de las exportaciones de estos productos, las conductas de las empresas fueron las que determinaron el éxito o fracaso de sus iniciativas.

En este punto se hace referencia a las conductas detectadas en los casos estudiados y a los elementos señalados por los informantes que colaboraron con el relevamiento de actividades (Documento 4), y se estima que responden a una causalidad generalizable a otros productos del sector. De acuerdo a la teoría de los agronegocios y la experiencia empírica acumulada, los siguientes factores son de máxima importancia para el éxito de emprendimientos en esta área:

La experiencia recogida en los estudios muestra que, en general, el éxito y crecimiento de los emprendimientos exportadores ha estado asociado a los siguientes factores principales:

- exploración de la demanda: relevamiento de gustos, de capacidad de absorción del mercado;
- adopción y mantenimiento de estándares de calidad;
- escala adecuada;
- adopción de mecanismos que reduzcan los costos de transacción: integración vertical y/o distinto tipo de contratos, alianzas estratégicas, formación de redes entre participantes de la cadena;
- diferenciación del producto: creación de marcas, diferenciación por características específicas, por atender necesidades de salud o necesidades simbólicas;
- permanencia en los mercados, continuidad;
- garantía de inocuidad.

En los estudios realizados se encontró que, en su mayoría, los casos exitosos de exportación habían sido desarrollados por empresas medianas o grandes (en relación a los parámetros de las empresas agropecuarias). Esto permitió la realización de inversiones que son significativas y que no están al alcance de las PyMES. Ese fue el caso de las paltas, los arándanos, cerezas, frambuesas, uva de mesa, productos en los cuales la inversión en tecnologías de riego, protección contra granizo, empaque, cadena de frío, etc. son importantes. Las papas fritas y los vegetales congelados son cadenas concentradas en dos o tres empresas grandes.

En cambio, la producción de conejos, principalmente de pequeños productores, es reducida y no logra la escala suficiente; la de caracoles, con mayor razón, es incipiente. El problema de la escala se presenta también en las producciones orgánicas de cultivos intensivos. En todas ellas, el volumen de la inversión necesaria y las dificultades de acceso al crédito hacen muy lento el crecimiento. Esto se hace extensivo a las PyMES de todas las actividades estudiadas (frutas finas, especias aromáticas y medicinales, productores agrícolas proveedores de papa y vegetales a las fábricas de congelado, acuicultura, etc). Una pequeña empresa agropecuaria o agroalimentaria, sin el apoyo de una fuente de crédito y de alguna institución que facilite su acceso a la información técnica y económica, y que no esté asociada para lograr escala en alguna de las etapas del proceso productivo y comercial, puede llegar a subsistir, pero difícilmente a insertarse en un proyecto exportador. En el estudio, esto se verifica por la contraria: se encontraron varios ejemplos en que PyMES apoyadas por algún programa pudieron crecer e insertarse en la exportación: en uva de mesa, con el Plan de Dinamización Productiva Regional (Ministerio del Interior de la Nación); en conejos, el crecimiento en la provincia de Salta con el apoyo del programa Cambio Rural; en cerezas en El Chañar, por haber ingresado a un programa de colonización con financiamiento público.

La existencia de una buena coordinación de la cadena, con integraciones verticales o una gobernancia definida, fue importante para el crecimiento rápido. La vinculación con los compradores es un factor esencial, y las empresas exitosas lo han logrado, ya sea con el supermercado en destino -como las frambuesas de Mendoza o la uva de mesa- o con empresas comercializadoras internacionales -como los arándanos. En el caso de papas y vegetales congelados la gobernancia es de las empresas industriales, que se vinculan por contratos con sus proveedores y con sus compradores. En el caso de paltas la empresa más grande cumple el rol de organizar la cadena, y en uva de mesa algunas exportadoras grandes desarrollan esta función.

La diferenciación fue utilizada por las empresas en varios de los rubros estudiados, ya sea por marca (la palta) o las certificaciones de calidad (ISO y HACCP en papas y vegetales congelados, HACCP en uva de mesa, las certificaciones orgánicas en frutas finas y otros productos).

La adopción de tecnologías que resuelven obstáculos técnicos y/o provocan cambios sustanciales en costos de producción, empaque o transporte fue una conducta de las empresas exitosas. Por ejemplo, las tecnologías de riego por goteo y fertirrigación para zonas áridas, que han sido implementadas en el cultivo de olivo, vid y diversos frutales en Mendoza y Neuquén, el empaque bajo parral para la uva de mesa, la adopción de la tecnología IQF (Individually Quick Frozen) para las frutas finas y los alimentos congelados, una reciente forma de envase de cerezas en bolsas plásticas de atmósfera controlada, que extenderán el lapso de conservación, permitiendo reemplazar transporte aéreo por transporte marítimo y otras.

En los casos exitosos estudiados se verificó un mayor grado de contacto de los productores y empresarios con el entorno y con las fuentes de información, el conocimiento de experiencias extranjeras o de otras regiones del país, contactos con otras empresas, acceso a información internacional, contactos con el ámbito académico y tecnológico. Esto se verificó para los empresarios líderes de los casos estudiados: paltas, cerezas, arándanos, uva de mesa, papas prefritas, hortalizas congeladas.

## V. Síntesis

La investigación realizada en este informe y en los demás que integran el Componente A del Estudio 1.EG.33.7, permiten sostener las siguientes conclusiones:

- i) El comercio internacional agropecuario tuvo hasta 1999 una dinámica similar a la del comercio global, pero su crecimiento se interrumpió en ese año y comenzó a recuperarse en 2002. El 85% de las importaciones de alimentos es realizada por los países de América del Norte, Unión Europea y Asia.
- ii) La Argentina tiene una ventaja comparativa para la producción de alimentos derivada de la disponibilidad de recursos naturales que le permiten producir prácticamente todos los productos agropecuarios de clima templado y buena parte de los de clima subtropical.
- iii) Asimismo, tiene regiones que, por sus condiciones ecológicas, le permiten producir con un bajo o nulo contenido de productos sintéticos (fertilizantes, plaguicidas, herbicidas) lo que otorga un valor agregado a su producción, sea que ésta se certifique como “orgánica”, “integrada” o con bajo contenido de residuos.
- iv) Las características citadas permiten un mejor acceso a los mercados, en términos de tipo de productos y en el precio a obtener.
- v) En el mercado internacional la demanda de alimentos se ha modificado; en los países de mayores ingresos se tiende a consumir productos considerados “naturales”, frescos, con garantías de inocuidad y con atributos vinculados a la salud, al placer y al *status*. Esto se expresa en el aumento de las importaciones de este tipo de bienes que, en su mayoría, son productos diferenciados y de alto valor.
- vi) Los productos de origen agropecuario (primarios y MOA) aportan, a principios de la primera década del Siglo XXI, el 50% de las exportaciones totales del país. Entre 1990 y 2000 las exportaciones de estos rubros crecieron un 66%. El valor máximo se alcanzó en 1998 y, a partir de ese año, se redujo continuamente hasta 2002, como consecuencia, principalmente, de las caídas de precios en los mercados internacionales de commodities y del impacto de la caída del comercio con Brasil.
- vii) La competitividad de la producción agroalimentaria argentina creció entre 1985 y 1998, aumentando su participación en el mercado mundial de estos productos, que está en torno al 2,8%. Sin embargo, en mercados determinados, la participación argentina en sus importaciones de productos agroalimentarios es mucho más significativa (por ej. Brasil, 50%, Sudáfrica, 15%, China, 10%, España, 7%, etc.).
- viii) La estructura del comercio agroalimentario argentino varió positivamente, aumentando la participación de los productos dinámicos (los que aumentan su participación en el mundo) entre los que se encuentran los productos de alto valor.
- ix) Dentro del conjunto agropecuario, los productos de alto valor han presentado una evolución muy dinámica. Un grupo seleccionado para este estudio, que aporta el 5% del total de las exportaciones de origen agropecuario, creció en el lapso 1991-2001 un 130%, reflejando un dinamismo superior al conjunto general. Dentro del grupo, hay productos que no se exportaban a principios del período y que representan nuevas incorporaciones a la canasta exportadora (frutas finas, kiwis, papas prefritas congeladas, hortalizas congeladas y otros) y

otros productos que ya se exportaban pero que han multiplicado varias veces sus cifras de ventas externas en el período (vinos, aceitunas, uvas de mesa, aceites esenciales, espárragos, entre otros).

- x) A pesar de este crecimiento, la participación de la Argentina en el mercado mundial de estos productos dinámicos es –en la mayoría de los casos- bajísima y muy distante de la capacidad de absorción de los actuales mercados importadores. Por lo tanto, estos bienes representan una oportunidad clara de negocios y de aumento sustancial de las exportaciones del grupo. Se realiza en el punto respectivo una proyección de las exportaciones de productos de alto valor, aplicando dos tasas de crecimiento que corresponden a: 1) la tasa histórica registrada en la última década (6,8% a.a.); 2) el doble de dicha tasa (13,6% a.a.). Obviamente, pueden estimarse otros escenarios proponiendo otras tasas, según las hipótesis que se formulen sobre la variación de los factores que influyeron en el desempeño pasado. Aplicando ese método al subconjunto de bienes cuya participación actual en el comercio mundial fuera inferior a la participación media de los productos agroalimentarios (3,36%) y excluyendo el capítulo de carnes, resulta que, de un valor de US\$ 3123 millones al comienzo del período se pasa a exportaciones en el año 2001 de US\$ 6.029 millones en la primera hipótesis, y a US\$ 11.177 millones en la segunda.
- xi) Los factores que han influido positivamente en el crecimiento del grupo de productos alimenticios de alto valor son, sintéticamente:
- a) en el ámbito internacional, aumento de demanda y de precios de alimentos con atributos vinculados a la salud, a la satisfacción de necesidades simbólicas o adecuados a las nuevas costumbres de alimentación de los sectores de ingresos altos y medios; menores barreras de acceso a los mercados que para las commodities tradicionales;
  - b) en lo regional, la constitución del MERCOSUR, el consiguiente incremento de la inversión extranjera directa en el rubro de alimentos y el aumento de las exportaciones a Brasil de todo tipo de alimentos;
  - c) en la economía local, el crecimiento del mercado interno durante parte de la década del '90, que estimuló la demanda de alimentos de alto valor y generó capacidades productivas que comenzaron a derivarse a la exportación; el cambio en el comercio minorista de alimentos, con el crecimiento de la gran distribución, transformaciones en la logística, cadenas de frío, y una nueva cultura del consumo; en 2002, la nueva paridad cambiaria generó oportunidades de beneficios para las producciones alimentarias, y a partir del segundo semestre, se produjo un renovado interés en la exportación;
  - d) en el ámbito institucional, las nuevas incumbencias en alimentos de la SAGPyA, la reforma del SENASA y los programas de lucha contra plagas que restringen el acceso a los mercados, la inclusión del tema de alimentos en el INTA, la sanción de la ley de denominaciones de origen, la creación del Sistema Nacional de Calidad, los programas de apoyo a PyMES y de promoción de las exportaciones fueron acciones necesarias para alinear la acción del Estado frente a nuevos desafíos;
  - e) en las provincias, los programas de promoción agrícola y/o diferimiento impositivo de impuestos nacionales y acciones de los gobiernos provinciales de promoción del desarrollo con fondos propios tuvieron en varios casos impactos destacados;
  - f) en el ámbito de las empresas, las que crecieron mostraron gobernancia clara de las cadenas, escala adecuada, disponibilidad de recursos para inversión, diferenciación de productos, adopción de sistemas de calidad, adopción de nuevas tecnologías de producción, empaque y procesamiento.
- xii) Los factores limitantes a una mayor expansión de la producción y exportación de alimentos de alto valor se refieren a los siguientes aspectos:

- a) en lo macroeconómico, grave escasez de crédito para las PyMES en condiciones adecuadas al tipo de productos y de tomadores; durante el año 2002, la crisis del sistema financiero se transformó en restricción al crecimiento en general, y muy en particular a las PyMES;
- b) en lo institucional, debilidades de los programas de promoción de PyMES y de exportaciones, principalmente la falta de una adecuada articulación entre los programas de desarrollo de las capacidades competitivas y los dirigidos a la promoción comercial externa, y recursos presupuestarios insuficientes para los objetivos perseguidos;
- c) en las instituciones sanitarias, lentitud en el avance en la negociación de accesos a mercados, controles insuficientes;
- d) en las instituciones tecnológicas, limitados recursos humanos y financieros destinados a la investigación y desarrollo en productos no tradicionales, e insuficiencia de información técnica para los usuarios;
- e) en el funcionamiento de la cadena, desarticulación, falta de entidades representativas de productores por rubros, insuficiente escala de las explotaciones, pocos emprendimientos asociativos, escasos vínculos con otros productores y con el entorno.

## VI. Aspectos estratégicos para el crecimiento

La identificación de los aspectos estratégicos para el crecimiento de la producción y exportaciones de los productos agroalimentarios de alto valor tiene que ser contextualizada en una visión del sector agroalimentario en su conjunto, que sirva de guía para la formulación de estrategias y políticas.

La experiencia histórica, la dotación de recursos del país y el desarrollo reciente de las producciones agroalimentarias de alto valor permiten formular la siguiente visión:

### VISION DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ARGENTINO

1. La Argentina cuenta con un sector agroalimentario complejo, que desarrolla fortalezas tanto en commodities como en productos diferenciados, de alto valor.
2. La diversidad de producciones incrementa los efectos multiplicadores, potencia la generación de empleo y favorece el despliegue territorial de la actividad económica.
3. Los alimentos de alto valor generan *clusters* que se constituyen en polos de crecimiento regional.
4. La producción argentina aumenta su competitividad basándose en productividad, diferenciación y calidad. La inocuidad es garantizada.
5. El desarrollo de la etapa productiva del sector agroalimentario estimula el crecimiento de los servicios para toda la cadena alimentaria y en conjunto realizan un aporte significativo al Producto Bruto Nacional.
6. Las PyMES tienen una participación creciente en el sector de producciones de alto valor.
7. El sistema de ciencia y técnica está fuertemente articulado con las necesidades de la producción agroalimentaria y con la creación de ventajas competitivas.

A lo largo del estudio se pudo demostrar que buena parte de los factores necesarios están disponibles. En particular, están aquellos que definen la ventaja comparativa clásica, vinculados a la dotación de los recursos naturales, los que, en alimentos, no son fáciles de sustituir. Más aún, los recursos naturales (el ambiente ecológico) pueden ser fuente de diferenciación y creación de ventajas competitivas.

En el desarrollo de las ventajas competitivas vinculadas a factores endógenos a la empresa, en cambio, se ha señalado en los respectivos estudios que la situación es heterogénea. Las fortalezas en este sentido surgen, principalmente, de las experiencias de los años pasados, en los cuales comenzó a difundirse el enfoque de negocios aplicado a estos productos y muchas empresas realizaron desarrollos productivos y comerciales significativos, iniciando o intensificando la exportación.

Las oportunidades provienen de una demanda internacional en ascenso y de la modificación del sistema cambiario argentino en 2002, situación que muchos han comenzado a aprovechar para iniciarse o fortalecerse en la exportación.

Sin embargo, son las debilidades las que deben focalizar la atención de los formuladores de estrategias y políticas. Las debilidades que se enumeran a continuación no son novedosas, han sido diagnosticadas hace ya varios años, y existieron políticas y programas encaminados a su resolución, con éxito en algunos casos, pero no generalizado.

En un marco general de desregulación y funcionamiento de la economía a través de las empresas privadas, y en el contexto económico y tecnológico creado por la globalización, la acción del Estado en el ámbito agroalimentario debe estar encaminada a potenciar las capacidades de las empresas y de las personas que integran los sectores.

En tal sentido, las áreas más críticas que deberían ser consideradas en el diseño de una estrategia y en la formulación de políticas orientadas al aumento del desempeño exportador de las producciones agroalimentarias de alto valor son las siguientes:

- valorización de la ventaja competitiva de la Argentina en la producción de alimentos de alto valor con características “naturales”, identificando estos atributos a través de una “marca país”. Las ventajas de la Argentina en la producción de alimentos por la disponibilidad de abundantes recursos naturales y por la calidad de esos recursos no está incorporada en ninguna estrategia pública permanente y sistemática. La “marca país” es uno de los instrumentos posibles, que debe ser acompañado de una estrategia global de calidad y diferenciación.
- La insuficiente escala de la mayor parte de las producciones para lograr costos competitivos y para generar una masa de oferta crítica para concretar negocios de exportación duraderos. Los pasos necesarios para insertarse en un mercado externo necesitan ineludiblemente de una escala mínima que permita afrontar acciones de inteligencia de mercado, información, promoción de mercados, diferenciación por marcas u otros atributos, que difícilmente estén al alcance de pequeñas empresas. Se requieren acciones que impulsen al logro de la escala, a través de diversas formas de integración vertical y horizontal. Es necesario explorar y crear condiciones para el surgimiento de diversas y flexibles formas de asociativismo, que puedan abarcar etapas parciales o el ciclo completo de producción y comercialización.
- Vinculado con el punto anterior, en el ámbito de las políticas de promoción de las PyMES y de las exportaciones agroalimentarias, si bien hubo y hay programas y proyectos bien

orientados, su impacto ha sido limitado y aún la participación de PyMES en las exportaciones es bajo. El sistema de promoción que se ha ido construyendo en los últimos años presenta varias fortalezas, que han permitido un cierto nivel de éxito, pero muchas debilidades, principalmente: superposición de programas entre distintos organismos, falta de coordinación, no explicitación de prioridades, un nivel de presupuesto comparativamente exiguo con relación a países competidores, falta de involucramiento del sector privado en la conducción de tales programas. Por su complejidad e importancia para el acercamiento de las PyMES a la exportación, esta área de política merece un informe especial dentro de este estudio (Documento 17). Las recomendaciones principales se basan principalmente en un rediseño institucional, tanto para la formulación como para la ejecución de la estrategia de promoción de exportaciones, orientado a adoptar modelos del tipo Agencia Pública. Entre las alternativas se propone la creación de una Agencia de Promoción de Exportaciones Agroalimentarias. Se sugiere, además, la adopción de instrumentos adicionales que tomen en cuenta las especificidades del sector agroalimentario y se adapten al objetivo de diferenciar su oferta exportable a través del agregado de valor.

- La insuficiencia de crédito para la producción y exportación con tasas, plazos y garantías accesibles adecuadas a las características de las producciones y de los tomadores es una limitación de primer nivel, y se requieren políticas renovadas de financiamiento a la PyME agroalimentaria. El diagnóstico y propuestas en este área de política son tratados en un informe especial que integra este estudio (Documento 16). Las principales recomendaciones allí vertidas se refieren a la securitización en el sector agropecuario, la promoción de las figuras del fideicomiso y de los fondos de inversión como receptores de fondos líquidos con destino al sector, el posicionamiento del leasing y el factoring, y el uso de esquemas de cobertura vía mercado de derivados, para la administración del riesgo precio.
- La escasa articulación de las cadenas alimentarias genera grandes costos de transacción y dificulta el logro de las condiciones necesarias para una proyección exportadora: unificación de la oferta en cantidad, calidad, oportunidad, niveles tecnológicos. La falta de asociaciones representativas de los productores por ramas o subsectores es una limitación importante para generar una interlocución eficaz con la industria procesadora, elaboradora, los servicios y el sector público. Un buen nivel de equidad en las cadenas -una mejor distribución de las rentas a lo largo de la misma- es conducente a una mayor estabilidad, a la posibilidad de planeación de negocios y a la generación de valor agregado. En este sentido, el Estado debe cumplir un rol -ya iniciado en algunos productos más importantes- de inductor a la formación de las entidades y de la consolidación de espacios por cadena productiva.
- Es necesario promover la “conectividad” de los participantes del sector agroalimentario, estimulando el desarrollo de redes por rubros, que divulguen y amplíen la información, generen intercambios positivos y promuevan la generación de alianzas estratégicas. Las potencialidades de INTERNET están mínimamente explotadas.
- En el ámbito institucional, es necesario asegurar continuidad, transparencia, eficacia y eficiencia en el funcionamiento de las instituciones que dan marco al desempeño de las actividades y garantizan los atributos de la producción. Esto es particularmente indispensable en lo referente a la sanidad animal y vegetal y a la inocuidad de los alimentos, tema al cual se refieren otros estudios que integran el Estudio 1.EG.33.7. La apertura de mercados para los alimentos dependerá cada vez en mayor medida de la eliminación de barreras sanitarias. En este sentido se requiere planificar las negociaciones

de acceso a los distintos mercados. Al mismo tiempo es necesario mantener los programas de lucha y control de plagas animales y vegetales que han permitido la delimitación de zonas “libres” de plagas que permitieron la inserción de nuevos mercados, y crear nuevos programas.

- La competitividad tiene como eje central la productividad. Su crecimiento está asociado a la investigación y al cambio tecnológico. Es necesario garantizar la continuidad de la investigación y experimentación adaptativa en actividades agropecuarias y de procesamiento de alimentos, y realizar actividades de “inteligencia” en la búsqueda y desarrollo de nuevos productos de alto valor y opciones tecnológicas.
- En materia de calidad, área en la que se realizaron avances importantes en los últimos tiempos, es necesario continuar con la sensibilización de los productores hacia la calidad y con la difusión de los diversos sistemas. La ley de Denominaciones de Origen debe ser reglamentada para poder obtener los beneficios que estas apelaciones pueden dar a la producción agroalimentaria en términos de valor agregado y de impulso a las regiones.
- Una cuestión a tener en cuenta, muy mencionada pero poco instrumentada, es la necesidad de disponer de instrumentos para evaluar y evitar el deterioro de los recursos naturales por las distintas actividades agropecuarias, que se presenta para cada una de sus actividades. La búsqueda de mayores rendimientos puede deteriorar la disponibilidad y calidad de los suelos y las aguas, por las labores, los agroquímicos, la fertilización y los sistemas de riego, y, eventualmente contaminar el ambiente. En particular en los productos de consumo directo, como las frutas y hortalizas, puede estar afectada además la salud de los consumidores. La producción orgánica o ecológica es una de las alternativas posibles. Sin embargo, el tema requiere una consideración más importante que la que ha logrado hasta el presente.

Finalmente, como consideración aplicable a todas las líneas de acción señaladas, dada la cantidad de producciones agroalimentarias que aparecen hoy como oportunidades productivas y de mercado, una acción del Estado que resulte eficaz y eficiente requiere la fijación de prioridades y una planificación orientativa que permita asignar los recursos públicos, siempre insuficientes con relación a las múltiples necesidades. Aún cuando la acción pública no implique ningún tipo de intervención de mercado y se utilicen instrumentos de política "horizontales", éstos son inevitablemente aplicados a productos concretos que se dirigen a mercados determinados. Contar con un plan estratégico es una necesidad tanto para organizar y hacer más eficiente la acción pública como para mejorar el conocimiento del sector privado y permitirle delinear su propia estrategia de crecimiento, maximizando las sinergias y concentrando esfuerzos, públicos y privados, hacia metas bien definidas.

## VII. Bibliografía y fuentes

ARGENTINA. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO. 2002. *Fijación de prioridades en materia de sectores productivos y mercados externos para optimizar la promoción comercial argentina*. Buenos Aires.

ARGENTINA. SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA y ALIMENTACIÓN. 1996. *La industria Argentina de alimentos y bebidas. Alimentación. Serie Difusión*. 2da. edición. Buenos Aires.

ARGENTINA. SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA y ALIMENTACION.1996. *Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen..* Buenos Aires.

ARGENTINA SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA y ALIMENTACION. Dirección Nacional de Mercados Agroalimentarios. *Alimentos Argentinos.* Publicación periódica. 1996 en adelante. Buenos Aires.

ARGENTINA. SECRETARIA DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO. 1998. *La revolución de los alimentos y la proyección internacional de la Argentina.* Ponencias en el Seminario organizado por la Secretaría. Ed. Catálogos, Buenos Aires

BANCO MUNDIAL, (Anual) *World Development Report, World Development Indicators, Washington.* Base de datos en Internet.

BOURGEOIS R, HERRERA D. 1996 *Enfoque participativo para el desarrollo de la competitividad de los sistemas agroalimentarios.* CADIAC 1. IICA. 1996. Costa Rica.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina), FAO (Organización Mundial para la Alimentación), GTZ (Agencia Alemana de Cooperación Técnica).1998. *Agroindustria y pequeña agricultura: vínculos, potencialidades y oportunidades comerciales.* Santiago de Chile.

CEPAL. Modelo Competitive Analysis of Nations (CAN)-2000. Santiago de Chile.

CETRÁNGOLO Hugo. 2000. *Metodología para el estudio y la mejora de la competitividad de las cadenas agroalimentarias. Seminario de Campo III.* FAUBA. Febrero 2000.

COASE, Ronald. 1993. *The nature of the firm: origins, evolution and development* (1ª.edición, 1937). Editado por Williamson y Winter. Oxford University Press, New York.

DIALOG, Base Tradstat de Comercio Exterior

ESTEFANELL, Gonzalo (Editor) 1997. *El sector agroalimentario argentino en los 90'.* Ed. IICA, Buenos Aires.

FAO- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACION . 2000. *El estado mundial de la agricultura y la alimentación: enseñanzas de los cincuenta últimos años.* Roma.

FAO, Base de datos en Internet

GHEZAN, Graciela. 1995. La dimensión tecnológica y la capacidad de integración económica y social de la agroindustria. En: CEPAL, *Las relaciones agroindustriales y la transformación de la agricultura.* Santiago de Chile.

GUTMAN, Graciela. 1996. *Transformaciones recientes en la distribución de alimentos en la Argentina.* SAGPYA. Buenos Aires.

HERRERA D, SANARRUSIA ML, MORA J. 1999. *Método Computarizado para el análisis cuantitativo de sistemas alimentarios.* CADIAC 3. IICA. Noviembre 1999. Costa Rica.

- HERRERA D. 1998. *Metodología para la elaboración de tipologías de actores*. CADIAC 2. IICA. 1998. Costa Rica.  
IICA-Argentina, *Sector Agroalimentario Argentino, Informe de Coyuntura Trimestral*, Buenos Aires.
- INSTITUTO PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL (IDI-UIA). 1999. *El mapa territorial sectorial de las PyMIs*. Buenos Aires.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA NACIÓN. *Componentes macroeconómicos, sectoriales y microeconómicos para una estrategia nacional de desarrollo*. Estudio 1.EG.33. 7- Componente A. Documentos 5 a 15. Buenos Aires, Marzo 2003.
- MORTIMORE, Michael. 2002. ¿Está América Latina en el mapa? *Seminario Regional UNCTAD/CEPAL sobre políticas de Inversión Extranjera Directa*. Enero 2002. Santiago, Chile.
- OBSCHATKO E. 1994. *Efectos de la desregulación sobre la competitividad de la producción argentina*. Ed. Gel, Bs.As., 1994.
- OBSCHATKO, E.S.; ESTEFANELL, Gonzalo. 2000. *El sector agroalimentario argentino 1997-1999*. Ed. IICA-Argentina. Buenos Aires.
- ORDÓÑEZ, H. 1996. *Agronegocios y Denominaciones de Origen. En: Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen*. SAGPYA. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC). 2001. *Annual Report 2000- id.2001*. Ginebra.
- PORTER, Michael. 1991. *La ventaja competitiva de las naciones*. Ed. Vergara, Buenos Aires.
- RECA, Lucio .1982. *El sector agropecuario pampeano: situación actual y posibilidades de crecimiento*. Fundación de Estudios Contemporáneos (FUNDECO), Buenos Aires.
- SUBILEAU, Nicolás. 2001. *La inversión extranjera directa europea en el sector agroalimentario de la Argentina en los años 90'*. IICA, Buenos Aires.
- VOLLRATH, T. 1991. *A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage*. *Weltwirtschaftliches Archiv*. p.264-280
- WILLIAMSON, Oliver E. 1985. *Las instituciones económicas del capitalismo*. Fondo de Cultura Económica, México.
- WILLIAMSON, Oliver E 1996. *The mechanism of governance*. Oxford University Press.