



Productos Elaborados de Frutas, Hortalizas y Legumbres

El sector de productos elaborados de frutas, hortalizas y legumbres comprende productos muy diversos. En los nuevos hábitos de la sociedad donde los tiempos se acortan, la alimentación juega un rol preponderante provocando una tendencia a consumir comidas preparadas para ser consumidas en el hogar, con una tendencia hacia los productos congelados, pre-cocidos y los que requieran poca elaboración. Asimismo, se observa un aumento en el consumo de productos dietéticos, enriquecidos, concentrados de nutrientes no necesariamente como sustituto de comidas. Estos cambios se están dando principalmente en los países desarrollados: Unión Europea, Estados Unidos y Japón, pero también se observa que las clases media – alta de los países emergentes están adquiriendo estos mismos patrones de alimentación.

Las exportaciones argentinas de productos elaborados en base a frutas, hortalizas y legumbres están concentradas principalmente en 5 grupos de productos: maní, jugos de fruta, papas, aceitunas y confituras. Estos 5 grupos concentran más del 90% de las exportaciones anuales de los últimos 5 años en términos de valor. Dos tercios del valor exportado tienen tres destinos: Unión Europea, Brasil y Estados Unidos. Otros importadores son Chile, Rusia, Japón, Uruguay y Canadá. Cabe aclarar que los maníes preparados son el principal producto de exportación de este rubro.

En el año 2016 se exportaron casi U\$S 500 millones de maní preparado hacia UE, Rusia y EEUU. En el caso de los jugos, específicamente jugo de limón, Argentina lidera el ranking mundial de las exportaciones desde hace más de 4 años. Durante el 2016, las exportaciones de jugo de limón alcanzaron U\$S 177 millones, siendo los principales destinos son EEUU y Países Bajos con más del 50% del total exportado. Las exportaciones de jugo de uva alcanzaron U\$S 104 millones, Argentina es desde hace más de 4 años el tercer exportador mundial, y las de jugo de manzana U\$S 20 millones. Por otra parte es importante destacar que algunos “Jugos” elaborados en Argentina cuentan con “Certificación Orgánica”.

En cuanto a las papas, la expansión en el comercio internacional de papas congeladas de la década del 90 explica la instalación de grandes firmas que además de atender la demanda nacional, abastecen a distintos países de la región. Tanto congeladas como sin congelar, las exportaciones alcanzaron U\$S 190 millones en el 2016, teniendo como principal destino a Brasil. En el caso de las aceitunas, se lograron exportaciones por U\$S 86 millones, también principalmente hacia Brasil.

Análisis FODA

Fortalezas

- Reconocida calidad del producto en maníes preparados y jugos de frutas.
- Recursos humanos capacitados en eslabón procesamiento.
- Tradición exportadora.



- Ventajas comparativas con respecto a competidores en maní.
- Mercado interno importante en volúmenes y en búsqueda de calidad.
- Trazabilidad a lo largo de toda la cadena.
- Producción orgánica de jugos de frutas.

Oportunidades

- Contingentes arancelarios disponibles, por ej. maní EEUU.
- Aumento del consumo mundial tanto en países desarrollados como en emergentes.
- Mercados estratégicos: Brasil, EE.UU, Unión Europea, Reino Unido, Canadá, México, Colombia, China, Corea, Turquía y Japón.
- Tendencias de consumo por lo saludable y de fácil preparación.
- Numerosos mercados abiertos.

Debilidades

- Poca diversificación en mercados y productos de exportación.
- Baja participación de Argentina en los mercados mundiales.
- Pocas empresas de alto nivel de desempeño en la exportación y pocas marcas reconocidas internacionalmente, exceptuando a ARCOR.
- Escases de financiamiento genera restricciones a nivel industrial y comercial.
- Costos elevados de logística interna.

Amenazas

- Escalonamientos arancelarios para productos elaborados en países destino que afectan particularmente a los productos elaborados en comparación con los sin elaborar.
- Discrecionalidad en las políticas comerciales y de ayudas internas en los países destino.
- Barreras para-arancelarias y exigencias de calidad y seguridad.
- Fuerte competencia internacional.
- Diferente packaging y rotulado por destino.