

OH. 2220
P 19

46719

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

TITULO DEL PROYECTO:

“PARQUE ALIMENTARIO DE LA PLATA”

Informe Final

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
(CFI)**



Abril de 2007

Equipo de Consultores

Consultor Coordinador

Alejandro Víctor Piriz

Consultores

Ricardo Hipólito Andreau

Patricia Irma Calahorra Fuertes

Luis Daniel Depasquale

Jorge Raúl Pazos

Luciano Rennis

Ramiro Sarandón

Julián Alonso

Expertos invitados:

Luis Urriza, Heriberto Ameri, Jerónimo E. Ainchil, Eduardo Emilio Kruse y Patricio Narodowski.

Auxiliares

Lucía Ameri, Laura Andrea Díaz, Flavio Iacopetti y Javier Román Bergamini.

Índice

Capítulo 1. Estudio y propuestas de obra civil e infraestructura.	4
Capítulo 2. Estudio de costos y macroeconómico.	8
2.1. Los alimentos en la economía argentina. Estructura y evolución.	8
2.2. Estudio de Factibilidad e Impacto Macroeconómico.	38
2.3. Diagnóstico del sector hortiflorícola perteneciente al área de influencia del Parque Alimentario.	56
2.4. Redes de Cooperación aplicadas en procesos sustentables.	95
2.5. Aspectos referidos a la organización formal y acciones de promoción del Parque Alimentario de La Plata.	141
Capítulo 3. Estudio de impacto ambiental.	180
1. Introducción.	180
2. Tareas realizadas.	181
3. Resultados Preliminares.	181
3.1. Lineamientos del proyecto de Parque Agroalimentario de La Plata.	181
3.2. Caracterización regional del área de estudio.	183
3.3. Análisis del marco legal e institucional.	195
3.4. El procedimiento de Evaluación de Impactos Ambientales.	199
3.5. Identificación preliminar de acciones, impactos y medidas ambientales.	200
3.6. Componentes del Plan de gestión ambiental	203
Capítulo 4. Recomendaciones.	210

Capítulo 1. Estudio y propuestas de obra civil e infraestructura.

Desarrollo de Infraestructura y Arquitectura

1- Infraestructura del Parque

El Parque pone a disposición de las empresas que adquieren un terreno las siguientes infraestructuras urbanísticas:

- -Agua potable
- -Gas
- -Energía eléctrica (red subterránea)
- -Redes de comunicaciones de voz y datos
- -Telecomunicaciones
- -Red vial interna y acceso pavimentados
- -Alcantarillado
- -Alumbrado público
- -Servicio centralizado de recepción de alarmas

2- Programa de necesidades para Edificio incubadora de empresas

Este edificio, concebido como un lugar idóneo para la instalación de pequeñas empresas tecnológicas que deseen iniciar su actividad en el Parque, dispone de:

2.a. Instalaciones generales del edificio

1. Suministro de energía eléctrica independiente en cada local con medidor de energía propio
2. Grupo electrógeno
3. Climatización (calefacción y refrigeración) en cada local
4. Detectores de humos, extintores y bocas de extinción de incendios
5. Sistemas de seguridad

6. Sistema de alarmas con conexión a la Central Receptora de Alarmas
7. Central Telefónica

2.b. Espacios de uso común del edificio

- 1- Hall de recepción y espera 110,00 m²
- 2- Administración 70,00m² (*)
 - Oficinas
 - Sanitarios
- 3- Sala de reuniones 50,00 m²
- 4- Auditorio con capacidad para 150 personas 420,00 m², con las siguientes áreas de apoyo:

- Guardarropa
- Butacas con soporte para escritura
- Climatización (aire acondicionado, calefacción)
- Cabinas para traducción simultánea
- Sonido
- Pantallas de proyección
- Proyección de diapositivas
- Video proyector con conexión PC
- Monitor de TV y video
- Pizarras
- Videoconferencia
- Teléfono
- Conexión a la red Internet

- 5- Salas y aulas 50,00 m² c/u

(Módulos de unidades repetibles según la necesidad y crecimiento.)

Con las siguientes áreas de apoyo:

- Climatización (aire acondicionado, calefacción)
- Aire acondicionado
- Pizarras

- Pantalla de proyección
 - Proyector de diapositivas
 - Video proyector
 - Monitor TV y video
 - Teléfono
-
- 6- Sala de ensayo de productos alimenticios 50,00 m²
 - 7- Cocina equipada 15,00 m²
 - 8- Zonas de lavabos y duchas comunitarias ambos sexos 30,00 m²
 - 9- Zonas de descanso 15,00 m²
 - 10- Zonas de carga - descarga
 - 11- Plazas de estacionamiento en el edificio
 - 12- Plazas para limpieza de vehículos

(*)La administración podría adaptarse y unificarse a la administración del Parque Industrial.

2.c. Espacios de alquiler para las empresas

- 1- Espacios modulares destinados a oficinas 30,00 m² por unidad.
(Módulos de unidades repetibles según la necesidad y crecimiento.)
- 2- Espacios modulares destinados a laboratorios 30,00 m² por unidad.
(Módulos de unidades repetibles según la necesidad y crecimiento.)
- 3- Depósitos modulares 200,00 m² por unidad.
(Módulos de unidades repetibles según la necesidad y crecimiento.)
- 4- Espacios para la instalación de unidades de frío 50,00 m² por unidad.
(Módulos de unidades repetibles según la necesidad y crecimiento.)
- 5- Espacios de experimentación al aire libre.

3- Parcelamiento

Análisis preliminar de superficies

Cuadro de superficies (**)

Superficie Total de Lote	353.476,00 m2 (100%)
Área de Parcelamiento	224.293,40 m2 (63,45%)
Área espacios verdes	40.745,00 m2 (11,52%)
Calles internas, estacionamiento, etc	55.384,00 m2 (15,66%)
Área implantación Edif. Incubadora	25.953,00 m2 (7,34%)
Área servicios comunes	7.000,00 m2 (1,98%)

Cuadro de Superficies de Parcelamiento (**)

Área Total de Parcelamiento	224.293,40 m2 (100%)
Parcelas sup. 12.174,50 m2. Cant.12 (65,00m x 187,30m)	146.094,00 m2 (65,13%)
Parcelas sup. 14.763,70 m2. Cant.2 (80,50m x 183,40m)	29.527,40 m2 (13,16%)
Parcelas sup. 3042,00 m2. Cant.12 (46,80m x 65,00m)	36.504,00 m2 (16,27%)
Parcelas sup.1521,00 m2. Cant. 8	12.168,00 m2 (5,42%)

(**) ver plano adjunto

Capítulo 2. Estudio de costos y macroeconómico.

2.1. Los alimentos en la economía argentina. Estructura y evolución.

Introducción

El aglomerado productivo de los alimentos y las bebidas está formado por las actividades generadas por la agricultura, la ganadería y la pesca. La primera permite el desarrollo del complejo triguero y oleaginoso, también las frutas y verduras; la segunda se relaciona con el complejo cárnico, que incluye subproductos como la leche y los cueros (que no son alimentos por lo que no serán tratados en este capítulo).

La transformación que sufren los granos puede ser para la elaboración de harinas en la industria molinera, que a su vez se puede vender y exportar directamente o transformarse como un insumo de la industria de la panificación y las pastas. También pueden obtenerse aceite y harina de maíz.

A su vez, la soja y el girasol pueden ser exportados directamente o bien sufrir el proceso de transformación en aceite para consumo humano o uso industrial.

La soja y el girasol, de la misma manera que el maní y el lino, tienen además otros subproductos: las harinas proteicas son un complemento fundamental para la alimentación animal. La horticultura permite el nacimiento de diversas instancias de elaboración, lo mismo sucede con la fruta, de la que deviene la industria conservera y diversas bebidas.

La producción pecuaria da lugar a las exportaciones de carne o su procesamiento previo, además se extrae el cuero que puede venderse sin procesar o ser utilizado para calzado o marroquinería. También surge de esta producción la leche en fresco y los subproductos lácteos.

La industria alimenticia en la estructura de la economía argentina.

Del cuadro adjunto surgen las participaciones relativas de cada subcadena según el último dato disponible de 1997. En términos de VA, el **Complejo Ganadero** representa el 14,8% del total de la economía; en su interior, *Ganado* representa 21,2% del complejo, la *Matanza de animales y procesamiento de carnes* el 35,3%, el *Calzado* representa el 5,7%, la subcadena *Cuero y sus manufacturas (excepto prendas y calzado)* el 6,7%, *Leche, lana y granja* el 12,9%, finalmente los *Productos lácteos* representan el 18,0%.

El **Complejo Cerealero** representa el 12,7% del total de la economía; en su interior, *Cultivo de cereales y oleaginosas* representa el 44,4% del complejo, *Molienda de trigo* el 5,5%, *Molienda y procesamiento de otros cereales* el 2,9%, *Panadería y pastas* el 24,0%, por último *Aceites y subproductos oleaginosos* el 23,1% del complejo.

La cadena integrada por **Frutas, hortalizas y sus procesados** representa el 3,5% del total de la economía; en su interior la subcadena de *Frutas, hortalizas y legumbres* representa el 39,3% de la cadena, la *Industria conservera* el 29,7% y finalmente el *Vino* el 30,9% de la cadena.

Por último, las **Bebidas (sin vino) y otros alimentos** representa el 4,5% de la economía; en su interior *Otros productos alimenticios* representa el 46,8%, la *Elaboración de gaseosas y otras bebidas no alcohólicas* representan el 38,9%, y finalmente *Otras bebidas alcohólicas* representan el 4,5% de la cadena.

En conjunto, el **Complejo Alimenticio** representa el 35,5% del VA del total de la economía argentina.

Cuadro N° 51: Valor Agregado y Valor Bruto de la Producción. En %.

Rama de Actividad	Utiliz. de Bienes a P. Básicos	Utiliz. de Servicios a P. Básicos	Utiliz. de Transp. a P. Básicos	Importaciones C.I.F.	Impuestos Netos de Subsidios sobre los productos	Utiliz. de Bs. y Se. a P. de compra	V.A. Bruto a P. de compra	V.B.P.
COMPLEJO ALIMENTICIO								
Complejo Ganadero								
Ganado 4	13,0	13,0	13,9	6,8	25,9	12,9	17,8	21,2
Matanza de animales y procesamiento de carnes 11	46,0	35,6	43,6	15,1	14,1	44,1	18,0	35,3
Calzado 28	4,0	9,0	8,9	22,3	5,5	4,7	7,8	5,7
Cuero y sus manufacturas, excepto prendas y calzado 27	8,0	6,5	4,9	15,4	3,2	7,8	4,6	6,7
Leche, lana y granja (incluye servicios pecuarios) 5	8,0	13,0	8,5	9,0	11,5	8,7	21,4	12,9
Productos lácteos 14	21,0	23,0	20,1	31,3	39,8	21,9	10,4	18,0
TOTAL	21,0	10,0	10,5	2,8	6,9	16,3	12,8	14,8
Complejo Cerealero								
Cultivo de cereales y oleaginosas 1	28,3	24,8	19,6	52,7	75,0	29,8	66,4	44,4
Molienda de trigo 15	7,3	11,4	13,5	0,5	0,3	7,7	2,3	5,5
Molienda y procesamiento de otros cereales 16	3,3	5,6	5,5	2,8	1,4	3,7	1,7	2,9
Panadería y pastas 18	21,9	27,4	13,3	4,9	20,2	22,1	27,0	24,0
Aceites y subproductos oleaginosos 13	39,2	30,8	48,1	39,1	3,0	36,8	2,7	23,1
TOTAL	14,3	10,5	13,0	5,6	18,6	12,5	13,1	12,7
Frutas, Hortalizas y sus procesados								
Frutas, Hortalizas y Legumbres 3	16,9	12,0	17,2	62,4	76,7	20,7	61,3	39,3
Industria conservera 12	41,0	69,0	45,8	22,5	10,2	39,7	18,0	29,7
Vino 21	42,1	19,0	37,0	15,2	13,1	39,6	20,6	30,9
TOTAL	3,6	5,0	2,6	1,1	2,7	3,1	4,1	3,5
Bebidas sin vino, y otros alimentos								
Otros productos alimenticios 20	46,6	47,6	49,1	67,0	49,6	47,9	44,5	46,8
Elaboración de gaseosas y otras bebidas no alcohólicas 23	41,7	36,0	36,4	14,5	34,5	38,7	39,5	38,9
Otras bebidas alcohólicas 22	11,7	16,5	14,6	18,5	15,9	13,4	15,9	14,2
TOTAL	5,1	5,5	3,3	2,4	2,2	4,9	3,9	4,5
TOTAL GENERAL	44,2	30,6	29,4	11,9	30,4	36,9	34,0	35,5

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Matriz Insumo Producto de la República Argentina. 1997.

Este complejo es, como vimos, el más importante de la economía nacional por su producción, pero sobretodo por sus exportaciones: a pesar de que ha perdido peso relativo a manos de los productos del petróleo, representa cerca de la mitad del total. A diferencia del resto de los complejos junto con petróleo, es ampliamente superavitario. Las ventas externas se han triplicado en el período 1990-2003. Algo más de la mitad de esas ventas externas son, sin elaborar, las mejores posiciones exportadoras: soja, cereales, oleaginosas y varios subproductos del complejo aceitero, también la carne y la leche. Vale aclarar, que existe un grado importante de penetración de productos alimenticios en el mercado brasilero (sobre todo, carnes bovinas, pescados congelados, leche, cereales), y que por ello su dinámica está muy ligada a la relación con el vecino. En el 2005 la industria de alimentos y bebidas representaba el 30,06% del total de exportaciones en valor y el 32,42% en volumen. Con relación a la industria manufacturera, es el 42,17%.

Sin embargo, el cuadro siguiente muestra que hay una fuerte concentración en el comercio exterior: los aceites representan el 60% y la carne un 13%; pescado, frutas y hortalizas y lácteos, algo más de otro 15%.

Distribución de las exportaciones de la Industria de Alimentos y Bebidas por rama.

	Monto	Toneladas
Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	59,04 %	85,14 %
Producción, procesamiento y conservación de carne y productos cármicos	13,96 %	2,58 %
Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	6,66 %	1,44 %
Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas	5,26 %	2,16 %
Elaboración de productos lácteos	5,00 %	0,83 %
Elaboración de vinos	2,56 %	0,69 %
Elaboración de productos de molinería	1,59 %	2,55 %
Elaboración de cacao y chocolate y productos de confitería	1,36 %	0,27 %
Elaboración de otros productos alimenticios ncp	1,21 %	0,64 %
Elaboración de azúcar	1,03 %	1,56 %
Elaboración de bebidas malteadas y de malta	0,69 %	0,82 %
Elaboración de alimentos preparados para animales	0,45 %	0,41 %
Elaboración de productos de panadería	0,37 %	0,13 %
Elaboración de almidones y productos derivados del almidón	0,36 %	0,43 %
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	0,25 %	0,18 %
Elaboración de pastas alimenticias	0,14 %	0,10 %
Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales	0,08 %	0,08 %

Fuente: Dirección Nacional de Alimentos según datos del INDEC

Las exportaciones de alimentos son centrales para el equilibrio macroeconómico y dependen de nuestra capacidad de producción y de la demanda mundial. La oferta parece capaz de sostenerse en el tiempo, aun produciendo cierta rotación en la soja.

En cuanto a la demanda, en general, debe saberse que el total del comercio mundial de agroalimentos osciló en los últimos años alrededor de los U\$S 350.000 millones. Los precios de las commodities cayeron en los últimos años de la década de los '90, pero se han recuperado con creces en el último período. Hay tres elementos claves de los que depende este comercio: el crecimiento de las economías mundiales, los cambios internos en China y la disminución de los subsidios de los Países Desarrollados.

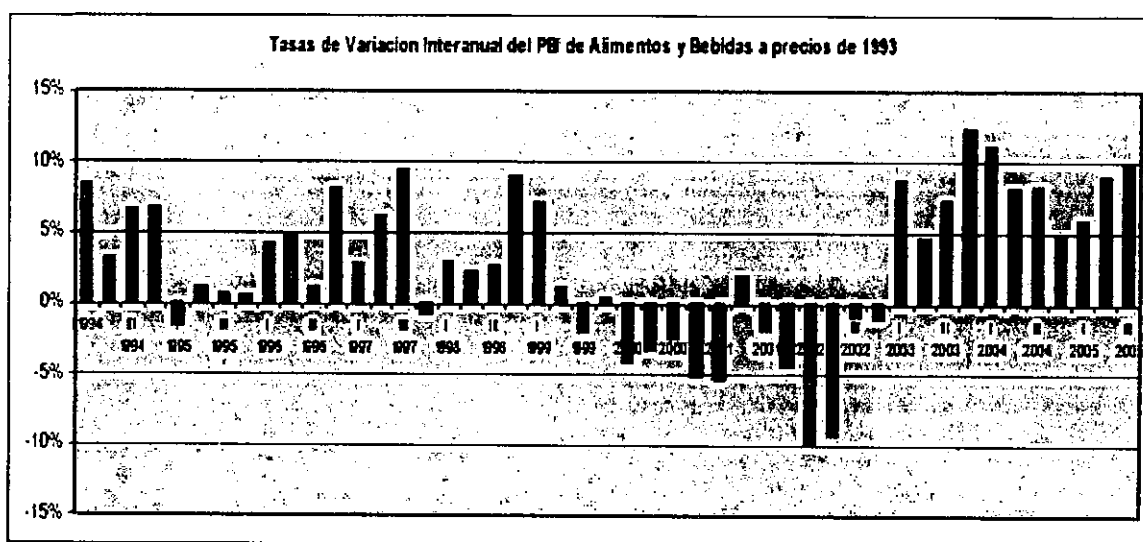
En cuanto al crecimiento mundial, las tasas esperadas parecen inferiores a las de los últimos años, lo mismo sucederá en China, donde los cambios tendientes a aumentar el consumo parecen muy lentos.

Respecto a los subsidios agrícolas de la OCDE, durante el período 1995-1997 bajaron más que lo comprometido, sin embargo, en 1998 al caer los precios, se reestablecieron niveles superiores. En 1998 los mismos ascendieron a U\$S 340.000 millones y fueron casi un 10% superiores a los del año anterior. La tendencia es similar a la fecha. Los subsidios a las exportaciones se han venido reduciendo, pero en lácteos, carne vacuna, frutas y vegetales, los apoyos se han incrementado. Además, la declaración de multifuncionalidad de la agricultura permite sostener de un modo encubierto algunas ayudas.

De lo expuesto surge que se puede trabajar con la hipótesis de una demanda estable, el desafío argentino es sostener la oferta y hacerla más compleja.

Evolución reciente

Si queremos analizar la evolución reciente, puede verse que el tercer trimestre del año 2005 fue superior en un 9,88% a la del mismo trimestre del año 2004. Ya se acumulaban once trimestres consecutivos que experimentaron tasas de variación interanual positivas – en algunos casos con tasas muy elevadas. Cabe señalar además que desde el inicio de la serie del PBI a precios constantes no existe un periodo de crecimiento en el PBI tan prolongado.



Fuente: SAGPyA – Dirección de Industria Alimentaria (2006)

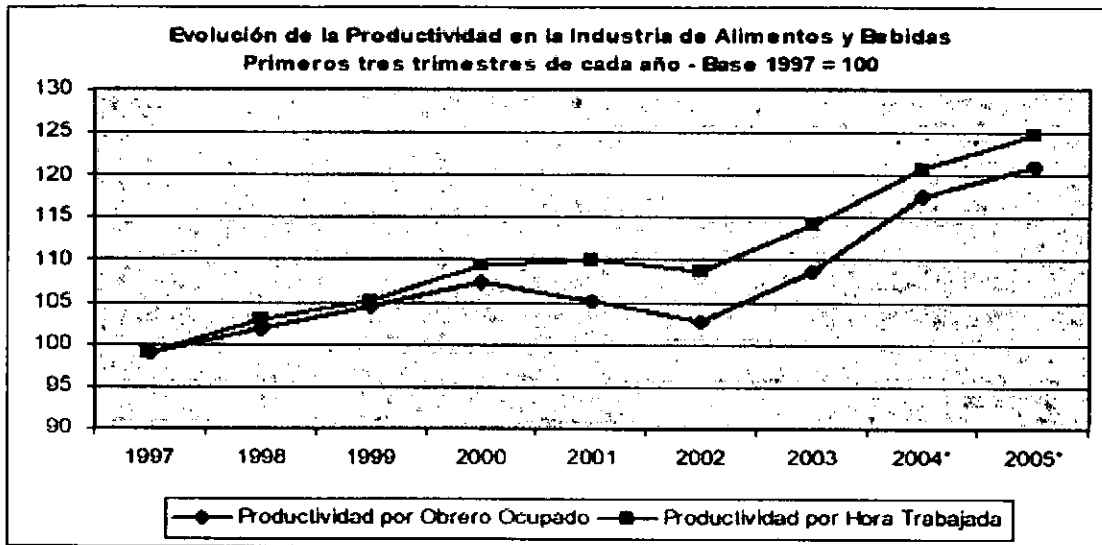
Este indicador no nos permite analizar las diferentes ramas industriales que componen la Industria de Alimentos y Bebidas. Para hacerlo se debe recurrir directamente a los indicadores de producción industrial elaborados por la SAGPyA.

	Variación 2005/2004
Molienda Oleaginosas [en tns]	19,37 %
Soja	18,41 %
Girasol	25,36 %
Maní	52,79 %
Cartamo	88,04 %
Lino	108,35 %
Canola	207,56 %
Algodón	-5,04 %
Molienda Cereales [en tns]	5,22 %
Trigo	-0,21 %
Maíz	11,15 %
Sorgo	23,18 %
Cebada cervecera	-2,08 %
Arroz	44,39 %
Avena	36,77 %
Centeno	241,18 %
Alpiste	82,93 %
Mijo	28,95 %
Molienda p/alimentos balanceados	115,08 %
Exportaciones ind. pesquera [en tns]	5,43 %
Faena ganado bovino	-0,30 %
Faena ganado porcino	14,88 %
Faena avícola	16,34 %
Faena ganado ovino	12,71 %
Faena ganado equino	3,33 %
Faena ganado caprino	-6,02 %
Elaboración de vinos, mostos, jugos de uva [en hls]	5,30 %
Ventas de gaseosas [en hls]	7,74 %
Ventas de cervezas [en hls]	17,62 %
Rec. de leche principales industrias	4,90 %
Elab. de galletitas y bizcochos [en tns]	7,67 %
Importaciones de café sin tostar [en tns]	-0,52 %
Importaciones de cacao [en tns]	14,32 %
Elaboración de azúcar	16,58 %
Elab. de bebidas espirituosas [en hls]	13,97 %
Producción de yerba mate	4,48 %
Manzana destinada a industria [en tns]	39,57 %
Pera destinada a industria [en tns]	46,50 %

Los productos que más crecieron en el 2005 (último dato desagregado disponible) fueron la soja, girasol, maíz, sorgo y arroz; la faena de ganado porcino, ovino y la matanza de aves; la elaboración de gaseosas y cervezas; azúcar y cacao;

galletitas y bizcochos, procesamiento de manzanas y peras y bebidas espirituosas. Los datos para el 2006 serían algo menores, pero similares en términos relativos.

La capacidad instalada rondaría el 80%, la inversión está aun en niveles inferiores a los de 1998. Los aumentos en la productividad han sido notables.



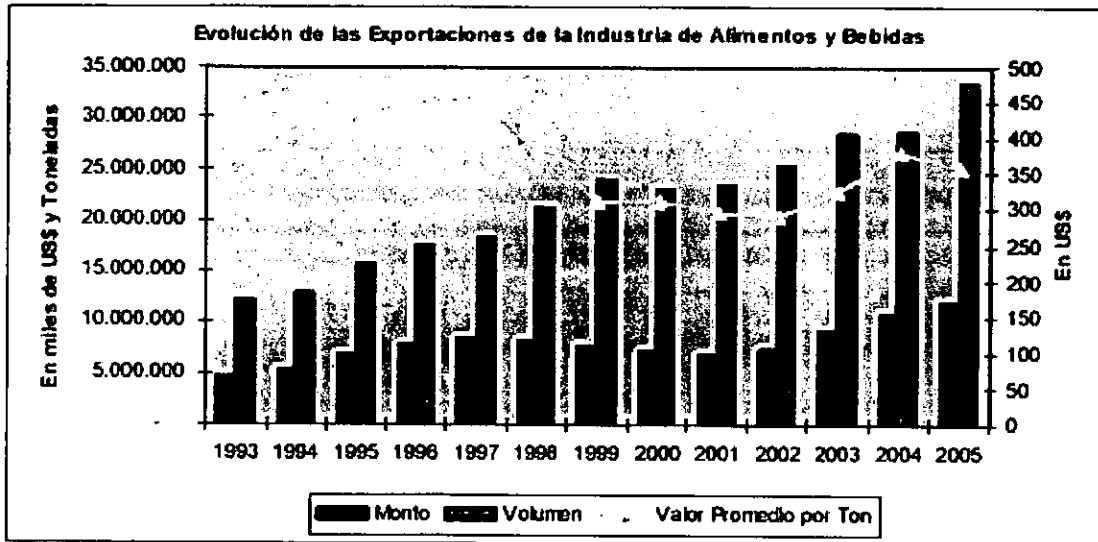
En relación a precios, si bien no hay datos totales desagregados para el 2006, el cuadro adjunto permite apreciar que durante el año anterior se dieron los ajustes más importantes, por eso los datos del presente período serán muy inferiores. Los cárnicos muestran un incremento interanual en el IPIM del 12,11%, el más elevado de las ramas alimenticias; mientras que en el transcurso del 2005 los precios mayoristas de esos productos se habrían expandido un 20,72%, nuevamente una de las marcas mas elevadas. Se destacan en su variación interanual el crecimiento de los precios mayoristas de cortes bovinos, hamburguesas y fiambres.

El IPIM correspondiente a productos de pescados se incrementa un 10,56%. Frutas y verduras entre Diciembre 2005 y Diciembre 2004 se aprecia al 3,82%. La variación acumulada del 2005 muestra el mayor crecimiento en el índice de precios mayoristas en el caso de jugos naturales, conservas de legumbres y encurtidos; con caídas en los precios del dulce de membrillo y conservas de frutas.

La industria elaboradora de aceites y grasas vegetales registra una de las mayores caídas de todas las ramas en el índice de precios mayoristas.

	2005/2004	Dic. 2005 / Dic. 2004
Productos cárnicos	12,11 %	20,72 %
Conservas de pescado	-2,45 %	1,22 %
Conservas de frutas, hortalizas y legumbres	3,82 %	3,88 %
Aceites y grasas vegetales	-4,18 %	0,77 %
Productos lácteos	5,60 %	9,55 %
Harinas	-1,15 %	13,27 %
Productos derivados del almidón	0,18 %	1,53 %
Alimentos balanceados	-8,15 %	1,03 %
Productos de panadería	9,75 %	12,24 %
Azúcar	5,64 %	3,02 %
Productos de chocolate y golosinas	0,02 %	8,83 %
Productos farináceos	3,37 %	6,02 %
Productos alimenticios n.c.e.p.	6,61 %	6,98 %
Alcohol etílico y bebidas alcohólicas destiladas	10,72 %	7,49 %
Vinos y sidra	8,38 %	5,73 %
Cervezas	8,79 %	10,44 %
Bebidas no alcohólicas	11,96 %	10,52 %

Las ventas al exterior de alimentos y bebidas durante el 2005 son de 12 mil millones de dólares, lo que significa una suba de casi 10%. Asimismo, al evaluar el comportamiento de las exportaciones de la industria alimenticia argentina desde 1993 a la fecha se observa que el volumen y monto exportados durante el 2005 constituyen un verdadero récord; en el caso del monto, esto ocurre aún a pesar de que el valor promedio de la tonelada exportada se encuentra en el 2005 por debajo de los valores máximos observados entre 1993 y 1998.



El listado las ramas que han mejorado su respectivo año record:

- Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos
- Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
- Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal
- Elaboración de productos lácteos
- Elaboración de alimentos preparados para animales
- Elaboración de productos de panadería
- Elaboración de azúcar
- Elaboración de pastas alimenticias

Las ramas con caída son las siguientes, se presenta problemático el caso de pescado.

	Año máx. vol. exp.	Caída 2005 s/máx.
Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	1997	38,95 %
Elaboración de productos de molinería	1997	20,42 %
Elaboración de almidones y productos derivados del almidón	2004	9,47 %
Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería	2004	2,01 %
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	2001	12,60 %
Elaboración de vinos	2001	4,66 %
Elaboración de bebidas malteadas y de malta	2000	10,75 %
Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales	1995	69,54 %

Respecto de los destinos, la Unión Europea realizó en el 2005 compras por valor de 4.013 millones de dólares, en tanto que en cantidad importó 14,48 millones de toneladas. En comparación con el 2004 esto significa una suba del 10,35% en el monto, en forma simultánea a una mayor expansión de las cantidades equivalente al 17,77%. Rusia ejerció una notable fuerza expansiva sobre las exportaciones alimenticias domésticas - U\$S 501,86 millones - ya que sus compras más que se duplicaron tanto en valor (105,63%), como en volumen (124,10%).

El monto de compras del bloque Asean ascendió a 798,03 millones de dólares, cifra que en volumen es igual a algo más de 3,90 millones de toneladas. En comparación con el 2004 se puede constatar una suba del 27,23% en el monto exportado, a pesar de una expansión en el volumen comercializado equivalente al 37,66%. China jugó en cambio un rol contractivo, ya que el monto de sus adquisiciones se reduce de 972,72 a 818,22 millones de U\$S en 2005. Este proceso se explica en parte por la merma de las cantidades adquiridas (2,08%), pero más aún por la caída de los precios promedio. Un proceso contrario se aprecia en el caso de la India, el Japón también aumenta sus importaciones, en cambio Corea, otra importante economía asiática, muestra un fuerte dinamismo.

Las expo a Medio Oriente ascendieron a U\$S 419,08 millones, el continente africano importó alimentos argentinos por U\$S 1.258,73 millones, aunque respecto al 2004 hubo disminuciones.

Las exportaciones al NAFTA totalizaron U\$S 787,16 millones; un incremento del 19,66 % respecto de 2004. Además, los países miembros del MERCOSUR importaron aproximadamente U\$S 765,88 millones, lo que marca un incremento del 14,34 %, respecto al 2004; Chile concretó compras por un valor de U\$S 561,87 millones; superando en un 52,42 % a las correspondientes al 2004.

Complejo Ganadero

En lo que se refiere al sub-complejo ganadero, debe tenerse en cuenta que en la ganadería tradicional ha habido en los '90 un cierto estancamiento debido a los altos precios de los granos, también fue un problema que influyó la asignación de tierras, la prohibición de venta en varios mercados de destino. Los procesos de manufactura representan aproximadamente el 42% de la cadena. Durante los '90 trabajaban aproximadamente 250 mil personas (entre tambos, usinas lácteas, los frigoríficos y las curtiembres).

En la carne, luego de un feroz ajuste, según diversas fuentes hay unas 350 plantas faenadoras en todo el país, pero sólo 14 frigoríficos grandes y 50 medianos. El 70% de la faena se realiza en el 20% de los establecimientos. Cinco firmas concentraban en el 2000 más del 60% de las exportaciones totales (Cepa, Swift, Friar, Quickfood y Finexor), éstas mismas producen termoprocesados y participan de la Cuota Hilton. El estancamiento de la producción ganadera se puede observar también en las exportaciones de carne de los '90. Las mismas, medidas en toneladas, fueron irregulares, además, en pesos perdieron importancia en las exportaciones argentinas. Luego de la devaluación se produjo un incremento, en el 2005 se exportaba unos U\$S 1.700 millones, un 33,01 % más que en el 2004. Rusia, entre los clientes, muestra una expansión notable, el otro caso importante es Chile y aumenta ligeramente el NAFTA. El principal ítem es la carne bovina deshuesada fresca o refrigerada en envases de contenido inferior o igual a 5 kg, le sigue la carne bovina deshuesada congelada en presentaciones superiores a 5 kg. Crece anualmente la venta de trozos y despojos congelados de gallina en envases de contenido inferior a 15 kg.

Sin embargo, dentro de esta cadena, la lechería ha sido la estrella. Durante los '90, el sector evolucionó hacia un sistema productivo a la vez más eficiente, más moderno, aunque más excluyente que debió responder al aumento de la demanda interna y de las ventas a Brasil.

El sector de la producción primaria nacional presentaba en 1999 unos 22.000 tambos, luego de la desaparición de los más chicos (se estima eran 40.000), con

una productividad promedio por vaca de 3.800 litros, lo cual indica un rendimiento de un 70% superior al promedio mundial estipulado por la FAO, superior al brasileño pero inferior a los países líderes del sector. Los tambos que quedaban, entran en 1999 en una profunda crisis, en medio de una fuerte competencia coyuntural de la agricultura (particularmente soja). Aún es difícil estimar la cantidad de tambos cerrados definitivamente desde ese año, pero se estima que el número puede alcanzar los 1000.

En el sector industrial, la oferta está tradicionalmente concentrada, existen 20 firmas grandes y mediano-grandes que producen un 98% del total, entre ellas, Sancor, La Serenísima y Nestlé han tenido históricamente una participación del 80% del mercado. Las tres líderes receptionan casi el 50% de la materia prima. Mientras las grandes realizaban inversiones, y se asociaban con EMNs, entraban Parmalat, Kraft, la chilena Loncoleche, General Foods. Las locales han tenido que ceder a socias extranjeras parte del mercado para incorporar innovaciones que no estaban a su alcance.

Por otro lado hay unas 800 empresas pequeñas y micro que elaboran quesos, dulce de leche o algún tipo de producto derivado, como masa de muzzarella. Las PyMEs son en general de origen familiar o cooperativas y antiguas del sector, ubicadas cerca de los tambos y no en la región metropolitana. Son empresas uniplanta y multiproducto (siempre combinan quesos duros con algún producto fresco) orientadas a los mercados locales, con alto nivel de inestabilidad.

Repasando la evolución, se observa que tanto la producción para leches fluidas como para productos ha ido aumentando a lo largo de la década del '90 a un ritmo relativamente constante; hacia 1990 la producción total fue de 6.093 millones de litros, mientras que en el último año del decenio, alcanzó los 10.329 millones de litros; esto significa un aumento relativo interanual del 70%.

Entre el 2000 y el 2002 se observa un retroceso que dura hasta el 2003 y el 2004, según el producto.

Lechería. Producción anual.
 Serie: 1990-2004
 Millones de litros

Periodo	Leche para leches fluidas	Leche para productos
1990	1.479	4.614
1991	1.583	4.354
1992	1.862	4.728
1993	1.921	5.082
1994	1.976	5.801
1995	2.071	6.436
1996	2.111	6.754
1997	2.193	6.897
1998	2.242	7.304
1999	2.300	8.029
2000	2.350	7.444
2001	2.382	7.094
2002	2.094	6.432
2003	2.046	5.929
2004	2.318	6.987

Incluye leche cruda
 Fuente: INDEC

En cuanto al comercio exterior, el sector es superavitario. Las empresas exportadoras son las mismas que concentran el mercado interno, hoy enfrentan una fuerte demanda externa y se verifican nuevos records. Los precios internacionales son particularmente altos. Las expo de 2005 ascienden a los U\$S 600 millones, un 14% superior a las del 2004; es la rama que genera el mayor valor promedio por tonelada exportada. El NAFTA aumenta en forma considerable la demanda de estos productos (U\$S 103 millones), el MERCOSUR compra U\$S 81 millones, y Chile U\$S 35 millones.

El principal ítem es la leche en polvo entera sin adición de azúcar o edulcorantes, le sigue la leche en polvo entera sin adición de azúcar o edulcorantes en envases inferiores a 2 kg.

La Producción de Miel

Respecto a productos no tradicionales, la miel ha tenido un progreso importante. La producción promedia anualmente las 100.000 tn (en la década pasada se registra una duplicación, hay más de 2 millones de colmenas y se exporta casi el 80%), los dos más importantes destinos son Alemania y los Estados Unidos. Sólo Brasil y algunos países de medio oriente compran miel fraccionada, el resto lo hace a granel. De enero a agosto de 2006 presentaron un aumento en el volumen del 5,6% respecto del mismo período del año anterior, superando las 74 mil toneladas. La comercialización se realizó por un monto de U\$S 105.364 millones, lo que significa un incremento del 24,4% en el valor de venta. El 19,42% del total del volumen exportado ha correspondido a mieles homogeneizadas y el 0,51% a mieles orgánicas.

Existen alrededor de 20.000 productores, muchos de escaso tamaño. La mayoría realiza la actividad sólo como un complemento. La mitad tiene menos de 50 colmenas, el 10% tiene más de 300. La mayor parte de los productores le vende a los fraccionadores, los acopiadores o a las empresas exportadoras. Estas son unas 30, las más importantes son ACA, Times S.A., Bergerco, Radix, Honeymax S.A, Ecoalimentos y Alimentos Naturales. Entre ellos concentran más del 60% de las ventas externas.

Los fraccionadores son muchos, algunos son a su vez apicultores de cierto tamaño. Los más chicos también venden directamente al consumidor.

Las perspectivas son positivas si se tiene en cuenta la valorización de los productos naturales en el mundo y las potencialidades de nuestro país. De todos modos la saturación del mercado con productores de baja calidad, atenta contra la competitividad global del sector. Además, siempre es una dificultad el escaso valor agregado de las exportaciones a granel.

Subcadena Cerealera

En cuanto a la sub-cadena cerealera, el tema central es la excelente evolución de la producción de la década de los '90 y actual, si se la compara con la década anterior. Las últimas han sido las campañas más importantes de la historia. La soja aporta la mitad del valor de la producción de los cuatro granos principales, el maíz el 20%, el trigo el 16% y el girasol el 12%. El impacto mayor se debe al incremento notable del uso de fertilizantes, de nuevos herbicidas y a la fuerte incorporación de maquinaria de mayor tamaño y precisión. De todos modos, la innovación más importante de los últimos años es la incorporación de varias transgénicas en soja y maíz. Entre las nuevas formas de organización sobresalen los pools de siembra, importantes en las zonas de campos grandes ubicados en el Oeste-Noroeste de la provincia.

Dentro de los procesados, sobresale la industria aceitera, que también ha tenido un crecimiento notable. Unas 50 empresas operan en tareas de molienda de granos y elaboración de aceites para lo cual cuentan con más de 70 establecimientos en funcionamiento. Los más importantes son tanto nacionales como extranjeros: Bunge y Born, Cargill, Vicentín, Buyatti, Dreyfuss, Moreno, Aceitera General Deheza, Oleaginosa Oeste S.A, Nidera y Continental. Estos grupos son a su vez los principales exportadores. Gracias a importantes inversiones, tienen modernas instalaciones portuarias propias y una extensa red de silos en todas las áreas cercanas a los campos.

En la soja, en promedio, el 90% se procesa y exporta casi en su totalidad y el resto se exporta como poroto. Una cifra algo mayor se procesa del girasol. Casi el 95% se exporta.

En conjunto, durante los '90, la producción aceitera se fue incrementando constantemente (exceptuando el año 1993), en todo el período el aumento fue del 101,5%. Si bien, con vaivenes, los valores actuales son muy altos.

Complejo cerealero: producción anual.
 Serie: 1990-2004
 Miles de toneladas

Período	Aceites oleaginosos	Subproductos oleaginosos	Harinas de trigo
1990	2.808,2	7.418,7	3.102,6
1991	3.066,9	8.081,1	3.314,2
1992	3.099,8	8.722,2	3.117,8
1993	2.755,3	8.118,4	3.137,4
1994	3.026,6	8.905,2	3.291,6
1995	3.735,1	9.856,9	3.282,9
1996	4.043,6	10.832,7	3.538,0
1997	4.154,0	10.951,3	3.640,4
1998	4.866,5	14.797,1	3.739,2
1999	5.658,5	16.179,3	3.605,3
2000	5.334,0	15.712,2	3.595,3
2001	4.775,5	15.983,7	3.536,7
2002	5.309,9	18.329,6	3.550,0
2003	6.014,1	20.697,7	3.793,0
2004	5.826,7	20.385,8	3.863,5

Fuente: INDEC

Las exportaciones también crecen, alcanzando los U\$S 2.000 millones, junto con la elaboración de grasas de origen vegetal y animal, llegaron en el 2005 a casi los U\$S 7 mil millones. La mitad, que va a la Unión Europea, ASEAN, mostró un comportamiento fuertemente expansivo alcanzando los U\$S 618 millones.

En cuanto a los productos específicos, las harinas de tortas provenientes de la extracción del aceite de soja constituyeron el principal artículo exportado (2.804 millones), le sigue el aceite de soja en bruto con 2.108 millones, luego vienen los pellets provenientes de la extracción del aceite de soja, los aceites de girasol en bruto a granel y los aceites mezclas refinados, en envases con capacidad inferior o igual a 5 litros.

La producción de harina de trigo, durante la década del '90, creció mucho menos (un 16,2%), llegando a las 3.605,3 mil toneladas en 1999. En el bienio 2000-2001, la producción se redujo con respecto a 1999, un 1%; a partir del 2002, ésta comenzó a crecer nuevamente, para alcanzar en el 2004, las 3.863,5 mil toneladas. Los molinos más importantes ya han sido mencionados.

En la producción de pastas existen alrededor de 120 empresas, el 60% son pequeñas y medianas. Seis de las principales empresas, se encuentran integradas (con molino propio) lo que les permite tener menores costos de producción. La empresa líder es Molinos, que concentra el 20% de las ventas (y el 50% en harinas), mientras que las mencionadas 6 primeras se reparten cerca del 65% del mercado entre sus diversas marcas. La producción anual gira en torno a las 250 mil toneladas y alrededor de los \$ 300 millones. Hasta 1997 se observa un crecimiento del 10%, que se interrumpe con la crisis de 1998. Luego no hemos tenido datos.

Con relación al pan, en todo el país hay aproximadamente 12.000 panaderías y 900 empresas que elaboran pan. La producción de pan anual era de alrededor de 3 millones de toneladas en el 1999, aproximadamente \$ 3.000 millones. Del total de firmas, 3 concentran más del 85% de la participación del mercado del pan industrial (Fargo, Bimbo y Alijor). Hay que tener en cuenta que la Argentina es el único oferente de materia prima en la región y que eso le brinda excelentes oportunidades, el problema es que muchas veces, la calidad del trigo nacional para hacer pan, es baja. De todos modos, este tipo de pan representa cerca del 20% del consumo interno. El resto se hace en panaderías pequeñas y medianas artesanales.

En cuanto a galletitas, las principales firmas son: Arcor, LIA, Danone, Bagley, Terrabusi, Mayco, Capri, Canale y Granix. Como se ve, casi todas participan también del mercado de panes industriales. A su vez, por todos lados hay fábricas de galletitas artesanales para el consumo local. En 2004 la producción argentina de galletitas alcanzó las 315 mil toneladas por un valor de U\$S 2.100 millones.

Todos los productos de molinería vendidos al exterior suman los U\$S 191 millones en el 2005, un 17% por encima de las cifras del 2004. Los países miembros del MERCOSUR constituyen el principal cliente, con el 75%, Chile representa el 20% y casi triplica el monto de sus importaciones. El principal producto de exportación son mezclas y pastas para panadería, galletitería y pastelería, le sigue el arroz no parboilizado pulido o glaseado en envases de entre 2 y 60 kg.

Además, se exportan pastas por U\$S 11 millones, el principal destino es Chile, el Mercosur es el segundo destino. La mayor proporción es de pastas sin cocer, preparar ni rellenar en envases de contenido neto inferior a 1 kg.

Golosinas

Las golosinas están compuestas por: "confecciones de azúcar" (chicles, caramelos, pastillas, chupetines), "confecciones de chocolate" y alfajores. Más allá del insumo principal, según el producto, se agrega leche, jugos y pulpas vegetales, dulces y cereales. También se usan ácidos orgánicos, edulcorantes, aglutinantes.

La producción anual gira alrededor de los \$ 1.500 millones. A partir del 2000, la producción se estabilizó relativamente, en unas 190 mil toneladas anuales, con una pequeña caída hacia el 2002, desde ese año, el sector pareció recuperarse, se estima que la producción del 2004 fue de más de 200 mil toneladas.

Se exporta el 40%. Es un producto con grandes. Durante esta década se registra un aumento de la facturación del 100%, las ventas externas permiten al sector independizarse del inestable consumo interno. No hay datos de todos los productos, la rama elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería exportó 163 millones. El mayor cliente es el NAFTA, con comportamiento contractivo, le sigue el MERCOSUR que aumenta sus compras. Es para remarcar la mayor demanda de la Unión Europea, con un aumento del 22,05%. Los principales productos son los huevos de chocolates, le siguen los caramelos duros sin rellenar, luego los bombones rellenos.

En nuestro país, las principales empresas elaboradoras de confecciones de azúcar son Arcor, Cadbury, Schweppers-Stani y Kraft Suchard-Adams, esta última especializada en chocolates. En particular, el mercado de los caramelos se encuentra altamente concentrado, la empresa dominante del sector es Arcor, con una participación que supera el 50%. Las firmas locales han tratado de incorporar innovaciones en envases, diseños, etc, pero hasta ahora en este campo los logros han sido escasos, respecto a los modelos globales de este mercado.

La Frutihorticultura y sus procesados

La frutihorticultura es un sector con sobreoferta en el mercado mundial debido a los diversos adelantos tecnológicos que permiten mejores rindes, cultivos en tierras antes poco aptas y la disminución de las exportaciones de contraestacion. A pesar de ello, algunas oportunidades subsisten en Europa, EEUU y Japón, todos países que exigen calidad.

Al mismo tiempo, las variedades que han aumentado su consumo en esta década, han generado un impulso a la producción que generará caídas en los precios y bajas en las ganancias.

Por otro lado, gana terreno el cultivo orgánico, de menores rendimientos y altos precios (algunos países como Chile y Nueva Zelanda han avanzado rápidamente en este campo) así como la demanda de jugos y demás productos de base agroindustrial, identificados con los conceptos de salud y comida sana, en contra del consumo de enlatados. Para acceder a estos mercados se requiere de continuas decisiones de reinversión, no solo con la compra de bienes de capital, sino a partir de altísimo grado de información sobre las tendencias de los mercados internacionales y la adaptación de variedades a la zona.

Mendoza es la provincia que produce la mayor proporción de frutas y verduras con el 30% del total nacional. El producto del sector en la Provincia de Buenos Aires ronda los \$35 millones (representa el 13% valor agregado primario), algo menos del 10% corresponde a las frutas.

En particular, la horticultura muestra un aumento del uso de la tierra durante los '90 a una tasa anual del 3%, aunque hay problemas con las estadísticas de este sector. La información oficial se limita a las hortalizas pesadas, que aumentaron las áreas sembradas, rendimientos y producción. Este crecimiento se explica en parte por la fuerza de la demanda brasileña hasta 1997. La caída de la demanda interna en Brasil desde 1998, y luego la devaluación del Real en febrero de 1999 afectó

seriamente los precios y el comercio exterior de los productos. Hoy las estimaciones hablan de una pérdida de importancia relativa a manos del uso urbano de los terrenos. Según los datos del Censo Nacional Agropecuario (C.N.A) realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en la Argentina se destinaron para la producción de más de 21 especies hortícolas durante el año 2002, una superficie que ascendía a las 226.622 hectáreas para los cultivos a campo y de 2.961 hectáreas para realizar cultivos bajo cubierta.

La importancia relativa respecto a las producciones nacionales es la siguiente: la más importante es la papa (50%), luego encontramos la batata (30%). En el caso del tomate la contribución sería del 25%, la zanahoria aporta 15% y el pimiento y el zapallo rondarían el 10%.

La transformación más importante de la década fue la difusión del cultivo bajo cubierta (tomate, frutilla, pimiento y apio) que permite el incremento de los rendimientos y una oferta permanente todo el año. Este proceso fue acompañado de una cierta calificación de la mano de obra y algún avance en el gerenciamiento. Hasta hace unos 6 años, el sistema de producción al aire libre era el más utilizado, en la actualidad sólo el 40% está en el sistema totalmente al aire libre. Sin embargo, el cultivo en invernáculo, ha artificializado aún más los sistemas de producción agrícolas, la posibilidad del control de plagas por enemigos naturales disminuye drásticamente. Esto puede generar posteriores dificultades para responder a demandas de calidad relacionadas con el medio ambiente, con un proceso productivo que utilice tecnología que no degraden los recursos base. El tema del futuro es el de la calidad sustentable.

En cuanto a la comercialización, si bien lo más importante fue la aparición de las grandes cadenas que imponen condiciones de precios, calidad, frecuencia de entrega así como largos plazos de pago, también deben mencionarse varios intentos innovadores realizados por modernas empresas. Otro cambio importante se observa en los mercados concentradores, donde se verifican poco más de la mitad de las

ventas. No solo se abandonó el Mercado Central de Buenos Aires, también a veces se obvia la intermediación por completo.

En el caso del tomate, los últimos años se caracterizaron por la expansión de los invernáculos (los de ventilación cenital tienen un costo de U\$S 22/m² y permiten duplicar la productividad, cosechando 300 toneladas por hectárea de tomate). Además aparecieron las clasificadoras que permiten seleccionar y acondicionar 15 toneladas por hora del producto. Crece la demanda de materiales genéticos cada vez más sofisticados y caros; también se debe contar con un mejor plantín.

Los invernáculos de tomate representan el 40% del total, un 87% de la superficie nacional se concentra entre las Provincias de Corrientes y Buenos Aires. En ésta última hay dos grandes zonas: el cinturón verde que rodea a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y La Plata (con el 66.7 % de la superficie provincial) y el cinturón verde de Mar del Plata (con un 15,1% de la superficie provincial).

Parte para la producción a campo se utilizaron 14.389 hectáreas, el otro 60%, sobresalen Mendoza, Salta, Jujuy y Río Negro. Las principales provincias en cuanto a la superficie destinada a la siembra de tomate para industria, son Mendoza, Río Negro y Santiago del Estero, representando entre las tres el 86% de la superficie total (unas 14.000 hectáreas).

En cuanto al destino, el tomate es uno de los principales productos hortícolas que se consumen en el Mercado Fresco. Esto se debe a su producción continua a lo largo del año, debido a la extensión en latitud y a la diversidad de ambientes, produciéndose una zonificación de la producción que permite la llegada del producto al mercado a lo largo de todo el año.

Por otro lado, en el año 2004 existían 65 empresas dedicadas a la industrialización del tomate, con una fuerte concentración de la producción, ya que las tres empresas más importantes procesan el 40% de la producción. Las 10 empresas líderes abarcan el 80% de la actividad industrial, en tanto que las 55 empresas restantes cubren el 20% por ciento del volumen procesado. Debemos

mencionar: CICA (Unilever), La Campagnola (Benvenuto), Agroindustrias Molto (Cartellone), Frutos de Cuyo (Arcor), Canale (Socma) y Patagonia Argentina (Parmalat). La empresa Agroindustrias La Sierra se instaló en Salta, con una inversión que supera los U\$S 600.000. El 70% de las plantas se ubican en Mendoza, el 10% en Río Negro.

La producción nacional promedia las 100.000 toneladas y los \$ 150 millones anuales y en los últimos años siguen mostrando cierto amesetamiento. Las exportaciones no superan el 2% de la producción, más de la mitad va al MERCOSUR.

Si bien no se hará un análisis de cada cultivo y su procesamiento, debe tenerse en cuenta que en la última década han progresado tímidamente las actividades de enfriado y congelado. Las empresas más importantes son Congelar, Cargill, Goodmark y Bonfreeze, que vendían tradicionalmente el 90% del total del mercado.

En los últimos años han realizado inversiones: Song (de origen chino) y Brotal, aunque debe mencionarse también Lácteos de Poblet, Le Chapeau, etc. En Miramar, Espro S.A. (marca Green Fingers) envasa espárragos verdes, brócolis y otras hortalizas que comercializa bajo la marca en el mercado interno y externo. En Chacabuco, la firma Esex S.A. ha instalado una planta de procesado de espárragos y champiñones.

Las más grandes empresas elaboradoras de vegetales deshidratados son Industrias Matas, Agroindustrias Cartellone y Refinerías de Maíz. Las tres tienen tanto proceso continuo para grandes volúmenes, como proceso discontinuo para pequeños volúmenes.

De los productos no tradicionales, las mayores inversiones se realizaron en papas especiales para procesamiento industrial. Como es sabido, en el partido de

Balcarce se instaló hace poco la fábrica de papas prefritas más importante del mundo: Mc. Cain para abastecer a Mc Donalds de la Argentina y Brasil. La firma Pepsico compró la línea Kellogs y Farm Frites se instaló en Munro. En Mar del Plata, la empresa Mr. Potato, comenzó a producir papas congeladas aunque en volúmenes menores. La firma Pehuamar, una empresa de origen familiar de la misma ciudad, produce papas para copetín. La propietaria tiene campos propios.

Por otro lado, debe tenerse en cuenta que una de las claves del segmento de hortalizas es la evolución de la superficie cultivada con productos orgánicos. Esta producción se caracteriza por no utilizar agroquímicos, el SENASA habilita a empresas certificadoras quienes, bajo supervisión del organismo estatal, auditan a los establecimientos y otorgan la certificación de producción ecológica. Hasta ahora, los canales de comercialización no se han mostrado satisfactorios. El reparto a domicilio permite manejar escasas magnitudes, dada la capacidad operativa de las empresas. La creciente amplitud geográfica de la demanda sobrecarga los trayectos. Una solución es la de las empresas distribuidoras, pero éstas hasta ahora son pocas (en la región platense encontramos La Anunciación e INTI, que actualmente mantiene una red de ventas centralizada en supermercados e hipermercados). De todos modos, la situación se torna difícil habida cuenta de las nuevas exigencias del supermercadismo, una que se viene en el corto plazo es la exigencia de certificación y el mantenimiento constante de adecuados parámetros de calidad.

La rama industrial dedicada a la elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas concretó exportaciones durante el año 2005 por valor de U\$S 630 millones; un aumento del 20%. Un fuerte impulso recibió la demanda externa gracias a las compras del NAFTA (un tercio), un comportamiento similar se reproduce en los integrantes del MERCOSUR y la Unión Europea. El principal producto de exportación son los mostos concentrados, le siguen los maníes planchados.

Bebidas

El rubro bebidas también ha sido muy exitoso en los '90. De acuerdo a estudios realizados por la Dirección de Industria Alimentaria de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación (S.A.G.P.y A.), en el año 1998, la producción nacional de bebidas superó los 10.600 millones de litros, con una facturación cercana a los \$ 9.000 millones. Los rubros tienen el siguiente orden de importancia: la soda un 29%, las gaseosas 26%, el vino y los jugos promedian el 13%, y la cerveza alcanza el 11%.

Según el mismo trabajo, en gaseosas, como en todo el mundo, el mercado local está altamente concentrado en dos empresas (Coca Cola y Pepsi) entre las cuales suman más del 90% del total de la producción. De todas maneras, hay algunas novedades: por un lado, se ha vuelto importante la participación de las marcas propias de los supermercados (entre 2% y 3% del total de ventas de gaseosas), también aparecieron nuevos competidores pero de bajo precio.

En el caso de Coca Cola, el sistema está compuesto por Coca-Cola de Argentina y seis embotelladores independientes, que operan bajo licencia de The Coca-Cola Company para el uso de la marca. La principal empresa embotelladora de Pepsi, es Baesa S.A. (Buenos Aires Embotelladora) que tiene la zona sur del país (incluyendo a Buenos Aires y Córdoba, entre otras provincias) distribuida en 5 plantas. La empresa Quilmes tiene una gran participación en esta compañía.

La evolución fue positiva durante los '90, las ventas de gaseosas en 1990 ascendían a 10.065 miles de hectolitros, en el 2004 se registraron ventas por 28.859 mil hectolitros.

Gaseosas: ventas anuales
 Serie: 1990-2004
 Miles de hectolitros

Período	Venta gaseosas
1990	10.065
1991	15.561
1992	19.545
1993	20.565
1994	22.528
1995	20.025
1996	20.665
1997	23.109
1998	25.240
1999	25.960
2000	25.971
2001	27.037
2002	23.183
2003	25.910
2004	28.859

La producción de aguas minerales y mineralizadas fue la de mayor crecimiento en los últimos años. Las empresas más importantes son las pertenecientes al grupo Danone (Villavicencio, Villa del Sur, San Francisco) y Quilmes (Eco de los Andes). De acuerdo a SAGPyA, las marcas Villavicencio y Villa del Sur concentran más del 60% del mercado total de aguas. En el caso de aguas mineralizadas se agregan los casos de Coca Cola de Argentina y Pepsico-Baesa, con sus líneas Kin y Glaciar, respectivamente.

Entre los distintos tipos de jugos, el que lidera el mercado consumidor nacional es el jugo concentrado con cerca de un 50% del volumen total, predominan: Molinos (Pindapoy), Peñafior (Cepita, Carioca), Cicolletti (Cicolletti), Tropicana (Tropicana) y R.P.B. (Baggio), a las que se debe agregar las líneas de Coca Cola (Quatro) y de Pepsico-Baesa (Kas).

Dentro de las bebidas alcohólicas, sobresale el vino y la cerveza. En el primer caso, nuestro país es el quinto productor en el mundo, después de Francia, Italia, España y Estados Unidos. Como exportador, se ubica en la undécima posición, luego de Chile, entre otros, que tiene una política comercial mucho más agresiva.