

SECTOR ALIMENTICIO

Situación económica
y perspectivas



ABRIL 2022

Director General:
Lic. Alejandro Ovando

Economista Jefe:
Lic. Sebastián Menescaldi

Economistas:
Lic. Augusto Gómez
Lic. Maximiliano Gobbi
Lic. Federico Zerba
Lic. Andrés Boscovich

Comunicaciones Externas:
Lic. Fausto Giorgis

Av. Corrientes 3873. Piso 1.º Depto. 5
Of. A. C1194AAE Ciudad de Buenos Aires. Argentina.

Oficina Comercial de IES
Uruguay 343 Piso 6º
C1015ABG Ciudad de Buenos Aires. Argentina.

(54 11) 4374-6187
info@iesonline.com.ar • www.iesonline.com.ar

Índice

- 03. Principales números
- 04. Resumen Ejecutivo
- 06. Estructura de Mercado
- 07. Producción
- 17. Ventas
- 20. Comercio Exterior
- 29. Precios
- 34. Perspectivas
- 35. Principales Noticias

Principales Números

8364

MILES DE TONS

Alcanzó la producción del segmento oleaginoso entre aceites y subproductos en el primer trimestre de 2022 (-14,2%)

+1,6%

Fue el aumento interanual de la industrialización de alimentos en el mes de marzo, según el INDEC

47,8%

Es la suba interanual del precio promedio FOB del aceite de soja en USD en abril de 2022

+6,1%

Subieron las exportaciones de alimentos en valores durante marzo, con un precio medio creciendo 20% i.a.

Desempeño general » MODERADO

Perspectivas » ESTABLES

Evaluación del sector » ESTABLE

En marzo, la producción de alimentos se mantuvo por encima de los niveles de un año atrás. La industrialización de alimentos mostró crecimiento interanual del 1,6% en el mes de marzo, aunque mostró una desaceleración respecto al ritmo de febrero. A pesar de todavía tener elevados niveles de comparación (primer trimestre de 2021), la producción industrial logró mantenerse por encima de igual mes del año anterior.

El segmento oleaginoso volvió a caer de manera interanual, pero se mantuvo en buenos niveles en términos históricos, tanto para el primer trimestre como para el mes de marzo. La producción primaria láctea logró un crecimiento anual, más precisamente del 1,6% en comparación con marzo del 2021. Con la entrada de mayores niveles de oferta primaria en comparación con la campaña anterior, el segmento harinero aceleró el crecimiento hasta 5,7% respecto a un año atrás. La producción de este segmento fue la mayor desde el año 2012 en lo que respecta a los meses de marzo.

Nuevos ruidos en los mercados internacionales. Las últimas semanas no estuvieron exentas de noticias para el sector alimenticio, impactando en la economía local. Indonesia prohibió la exportación del aceite de palma, y al ser el aceite de soja un sustituto natural, este vio incrementar sustancialmente su precio tanto en el mercado global, como en el local, al superar los USD 1900 la tonelada. Por el lado de la harina de trigo, India, uno de los principales oferentes globales, decidió prohibir la exportación de trigo para asegurar el abastecimiento interno. De esta manera, el cultivo alcanzó un nuevo máximo histórico durante la última semana.

El trigo con la mayor comercialización de las últimas 5 campañas pero con menores perspectivas. Las ventas de la cadena de trigo crecieron con fuerza en los últimos meses y ello explica buena parte de la recuperación de la oferta harinera. Sin embargo, la menor superficie de siembra para la próxima campaña reduciría la oferta en 3 millones de toneladas.

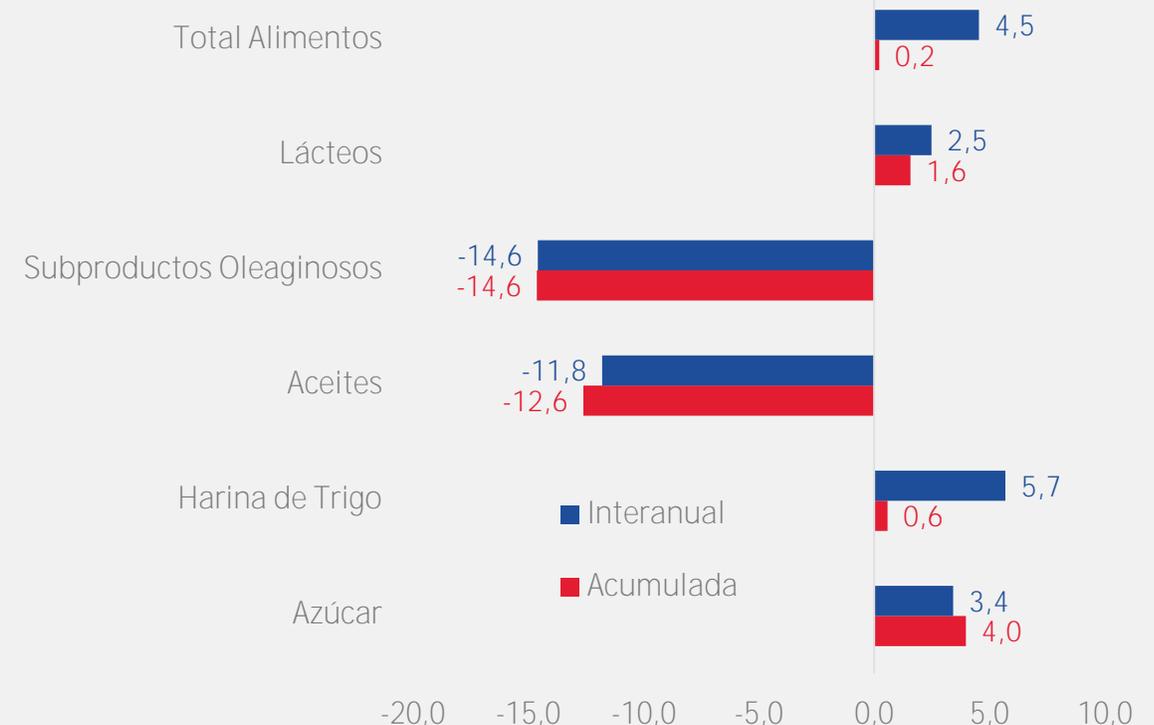
RESUMEN EJECUTIVO

Los envíos al exterior mostraron una reversión en la caída durante marzo, como consecuencia de los elevados precios. En marzo las exportaciones alcanzaron un total de USD 1885 millones y subieron 6,1% i.a. El precio medio hizo su trabajo, ya que subió 20% i.a. En toneladas cayeron a un ritmo interanual del 11,6% y un total de 2814 miles de toneladas, producto de la normalización de las ventas. Las exportaciones de aceites subieron un 23,8% en valores y cayeron 9,7% en cantidades. Los subproductos cayeron 4,7% en valores y 12% en cantidades, mientras que la harina de trigo cayó un 0,3% en valores. Los lácteos mostraron una expansión del 35% en valores y 17% en cantidades.

El consumo interno muestra una recuperación, en lo que respecta a azúcar, harinas y lácteos. El segmento azucarero es el único que mantiene buenos niveles de demanda en el mercado interno, al crecer 3,4% interanual en marzo. La demanda de leche fluida comienza a mostrar una recuperación en el margen, ya que crece al 12,5% interanual en febrero. En cuanto al segmento harinero, el consumo aparente mostró una recuperación del 9,5% en marzo acumulando un crecimiento del 2,3% al primer trimestre. Aún resta por medir el impacto que ha tenido la guerra y suba de precios alimenticios (+28% desde diciembre) en el componente de la demanda. Lo más probable es que se vuelva a resentir como consecuencia de salarios que continuamente siguen de atrás al nivel de precios.

Los menores rindes productivos afectarán la oferta del segmento oleaginoso que será sustancialmente menor a la campaña anterior. En este sentido y partiendo de niveles de stocks bajos, la molienda para producir aceites y subproductos se verá afectada en el año 2022. Sin embargo, la suba de rentabilidad podría seguir alentando consumo de stocks, ya que la sequía en Paraguay también limita las importaciones de soja para industrializar.

Producción Industria Alimenticia 3 m-22



Estructura de Mercado

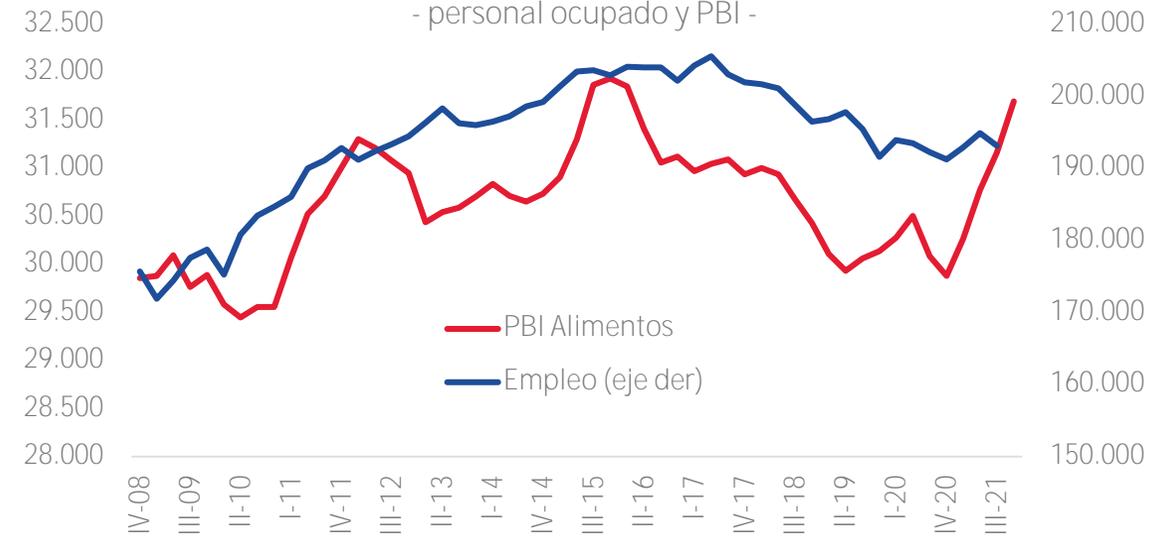
El sector agroalimentario argentino es líder dentro de la economía y es un dinamizador clave en el funcionamiento de nuestro país. Es proveedor de alimentos para el mercado nacional, a la vez que constituye una importante fuente de materias primas y alimentos en el mercado internacional. La Argentina es el octavo productor de alimentos del mundo y el quinto país exportador en este rubro, luego de haber finalizado una década que resultó muy fructífera y vigorosa para todo el sector, debido a la coyuntura de precios internacionales muy favorable.

Las cuentas nacionales del INDEC muestran que durante el cuarto trimestre de 2021, el PBI sectorial de alimentos y bebidas mostró un crecimiento interanual del 7,1% respecto a igual período de 2020. Por otro lado, en el acumulado anual, cerró el año con una expansión cercana al 6,1% respecto a 2020.

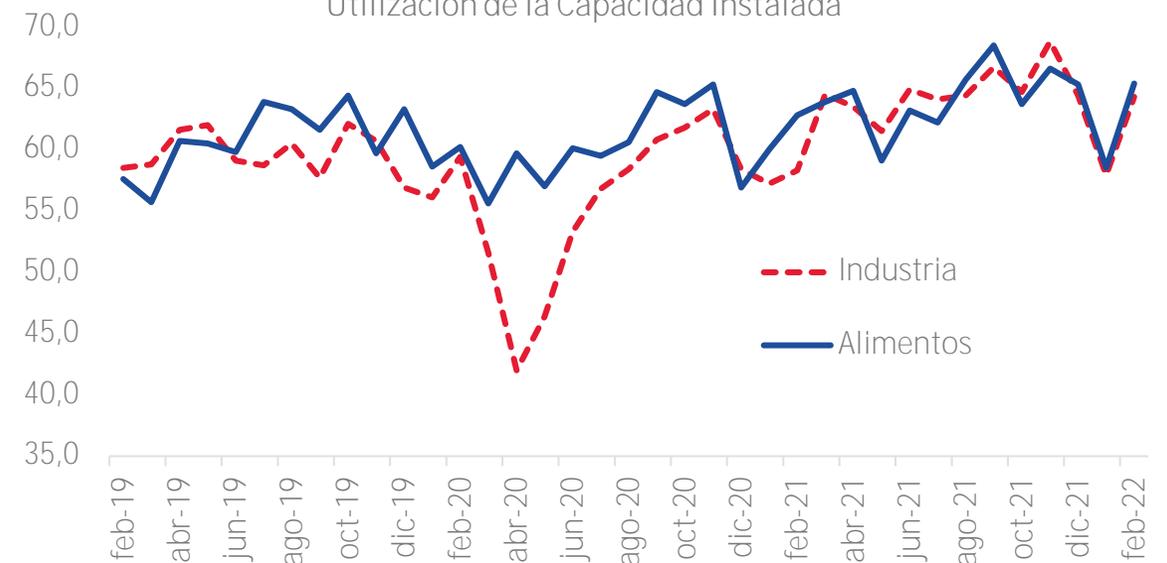
Durante el tercer trimestre de 2021, el sector alimenticio empleó un total de 193,1 miles de trabajadores, con un incremento interanual del 0,5%. Entre los principales componentes del sector se destaca el segmento azucarero con 15,6 miles de trabajadores (descenso del 4,1% i.a), los aceites y grasas con 22,5 miles de empleados (avance del 2,9% i.a), los lácteos crecieron 0,2% interanual (31,5 miles), mientras que la molinería empleó un total de 14,1 miles de personas (-0,8% i.a).

Productos Alimenticios y Bebidas

- personal ocupado y PBI -



Utilización de la Capacidad Instalada



Fuente: Elaboración propia en base al INDEC

Producción - Marzo

ALIMENTOS

+1,6%

Var. % interanual

IPI Manufacturero

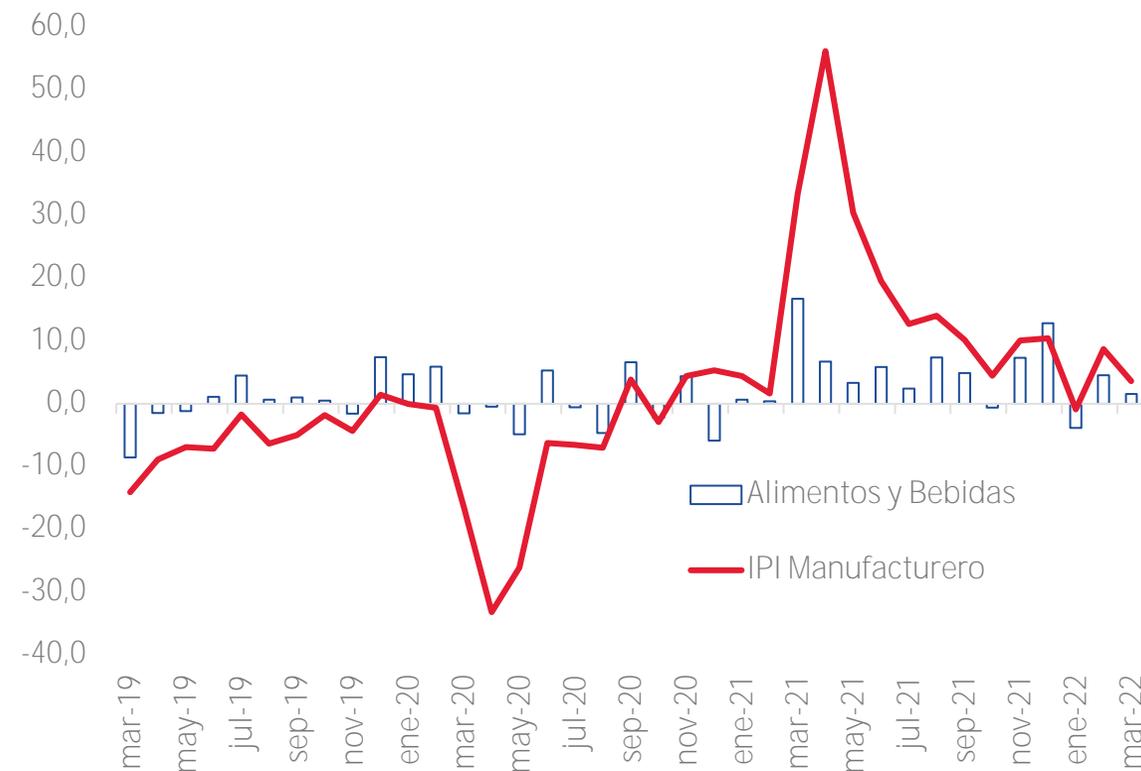
+3,6%

Var. % Interanual

En marzo del corriente año, la industrialización de alimentos mostró una desaceleración en el ritmo de crecimiento interanual. Sin embargo, logró mantenerse en buenos niveles, luego de la caída que había mostrado en enero y a pesar de los menores niveles de oferta esperados en lo que respecta a la campaña agrícola.

La industrialización de alimentos mostró una recuperación interanual del 1,6% en el mes de marzo, a pesar de tener elevados niveles de comparación durante el mes de marzo de 2021. El segmento oleaginoso observó un descenso en los niveles de producción, como consecuencia también de la menor oferta esperada por la sequía. La producción primaria láctea mostró una recuperación, más precisamente del 2,5% en comparación con el mes de marzo del 2021. El segmento harinero comienza a ver los frutos desde el lado de la oferta producto del récord histórico en la campaña triguera, a pesar de los menores niveles de rentabilidad. De esta manera observó un aumento del 5,7% respecto a un año atrás. La producción del mes de marzo para este segmento es la mayor desde el año 2011/12, cuando se registró la mayor molienda histórica.

IPI Manufacturero. Var % i.a



PRODUCCIÓN – ACEITES VEGETALES

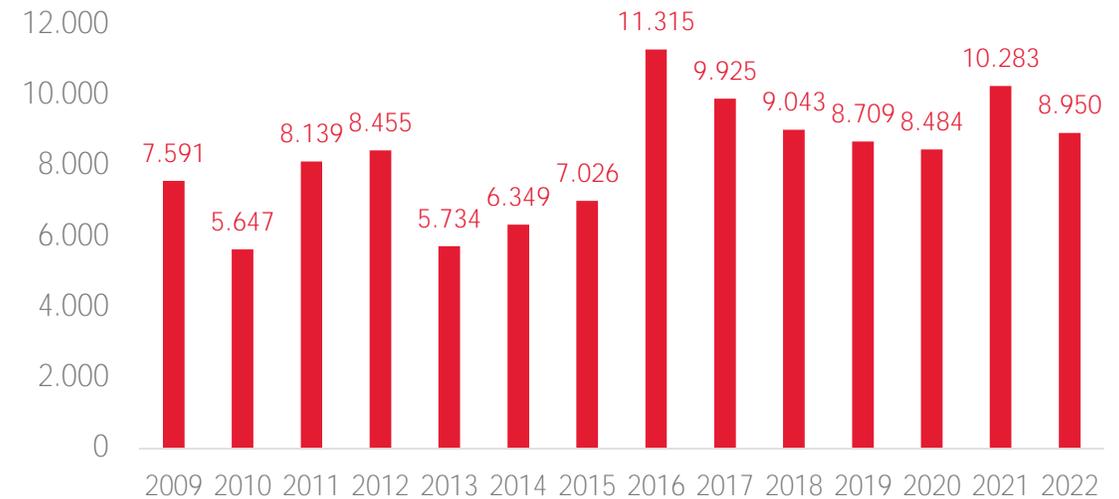
La molienda de granos oleaginosos mostró un descenso interanual. La menor oferta esperada para la actual campaña comienza a impactar. La molienda oleaginosa cayó 12,2% interanual con 3337 miles de toneladas.

La molienda de soja retrocedió 13,6% interanual en marzo, mientras que la de girasol creció un 3% interanual a la vez que el maní cayó un 77% i.a., y se desacopló de la soja, que es el mayor ponderador sectorial.

En consecuencia, la producción de aceites se vio influenciada y mostró un descenso similar, del 11,8% interanual en el mes. El aceite de soja descendió un 15,5% interanual en marzo, mientras que el de maní mermó 77% i.a y el de algodón avanzó un 164%. Por otro lado, el de girasol se ubicó un 5,5% por encima de un año atrás. Los elevados niveles de comparación que significaron los primeros meses de 2021 a raíz del conflicto portuario en diciembre de 2020 generaron que se observe un descenso en la industria. Sin embargo no hay que dejar pasar que hacia adelante se espera una menor oferta del segmento oleaginoso por el recorte en la producción agrícola y ello seguramente impacte en la industrialización.

En el acumulado de 2022, la merma de la oferta de aceite fue de 12,6% anual, con un total de 1956 miles de toneladas, influida por el descenso del 16,2% en los aceites de soja, pero un avance en los de girasol, que crecieron un 6,2%. Hacia adelante, la prohibición de exportación por parte de Indonesia generó un aumento de precios y ello podría generar una utilización de stocks, alentando la producción de aceites.

Molienda Oleaginosa 3 Meses cada Año. Miles de Ton



Producción Aceites 3 meses cada año. Miles de Tons



Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

PRODUCCIÓN - SUBPRODUCTOS OLEAGINOSOS

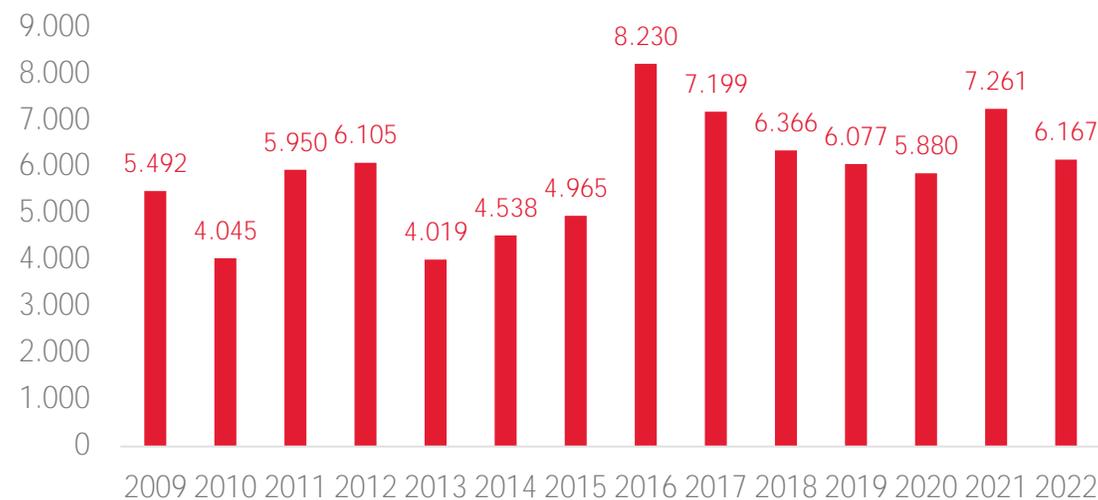
La dinámica observada en la molienda impactó en la elaboración de subproductos oleaginosos, con ritmos similares de caída, ya que se compara contra los primeros meses de 2021.

En el tercer mes del año, la producción de *pellets* derivados de la industria oleaginosa mostró un retroceso interanual del 14,9%, con un total de 2241 miles de toneladas, por lo que mantuvo buenos niveles en términos históricos. El retroceso en el margen estuvo liderado por la industrialización de soja, que mermó un 15,6% interanual (2089 miles de toneladas), mientras que la de girasol descendió a un ritmo del 2,2%. Los *pellets* de maní cayeron un 70,6% respecto a igual mes de 2021, mientras que los de algodón avanzaron un 172%.

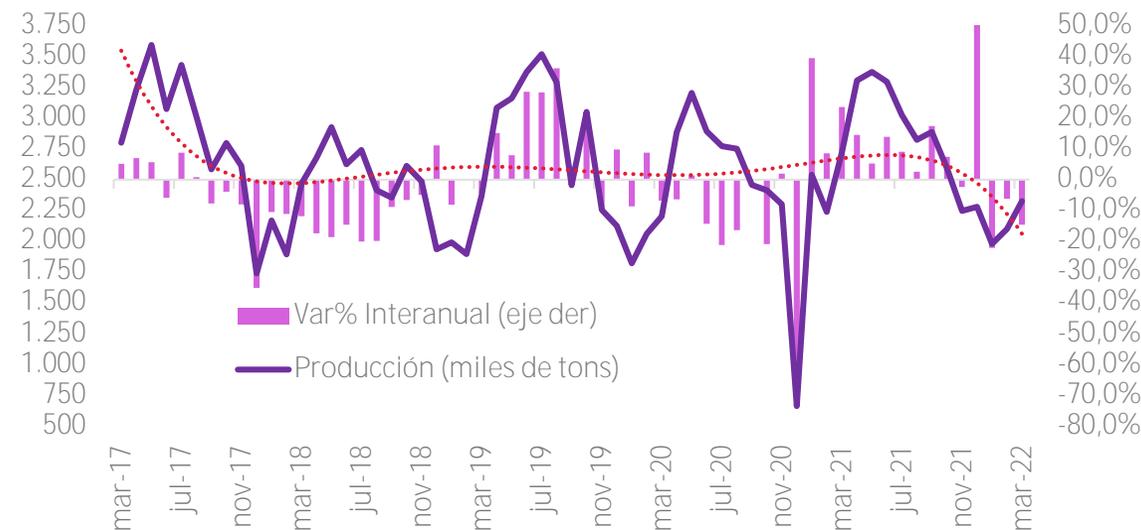
En lo que respecta al acumulado del primer trimestre del 2022, los elevados niveles de comparación y la menor oferta afectaron a la industria. La producción de *pellets* de soja cayó un 16,1% con un total de 5816 miles de toneladas frente a los 6930 miles de un año atrás. Los derivados de girasol, crecieron al 4,8% anual, mientras que los *pellets* de maní se ubicaron un 25% por encima de los niveles de 2021.

Hacia adelante habrá que seguir de cerca el comportamiento de la industria oleaginosa, debido a dos fuerzas contrarias que influyen en su desempeño, dejando una incógnita acerca de la resultante. Por un lado, los menores niveles de oferta primaria debido a los recortes de la campaña 2021/22 y por otro, los excelentes precios internacionales que impulsan los márgenes.

Producción Subproductos 3 m c/a. Miles de Tons



Producción de Subproductos Oleaginosos



Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

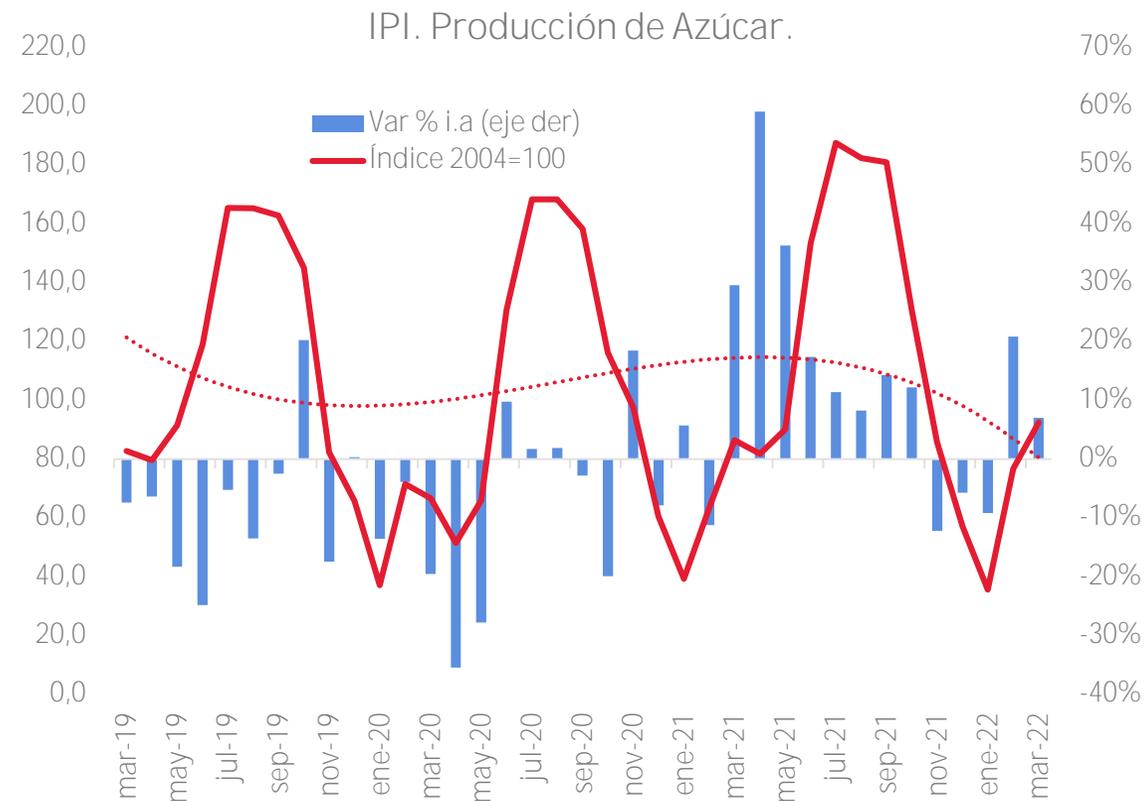
PRODUCCIÓN - AZÚCAR

Para la campaña 2021/22 se proyecta que la superficie sembrada se mantenga estable, con una leve caída de la superficie cosechada. Los stocks iniciales rondan las 264 mil toneladas, mientras que para la producción se estima una fuerte merma del 15% hasta los 1550 miles de toneladas. En tanto, las exportaciones podrían ubicarse cerca de las 220 mil toneladas con una merma del 8% y el consumo doméstico en 1490 miles de toneladas (-1,7%). La caída en la producción sería compensada por el consumo de stock, que se estima finalice en 94 mil toneladas.

Recordemos que en la campaña azucarera 2020/21 la producción de caña azúcar para la campaña se ubicó en 1830 miles de toneladas, con una leve suba frente a los 1750 miles de toneladas de la campaña anterior.

Uno de los principales factores a considerar en el muy corto plazo es la posibilidad de recortes en la producción como consecuencia de la fuerte sequía que se vivió en el norte del país y los cañeros no son la excepción. Fuentes del mercado aseguran que se habría perdido cerca del 30% de la producción debido a la escasez de precipitaciones. En consecuencia, es muy probable que se puedan ver recortes en las proyecciones para la actual campaña.

Por otro lado, el IPI Manufacturero arrojó que durante el mes de marzo, la industrialización de azúcar creció 7% interanual y se ubicó por encima de los niveles de igual mes de 2021. Por otra parte, en el acumulado de 2022 avanzó un 9,4%, alcanzando el mayor nivel productivo desde 2019.



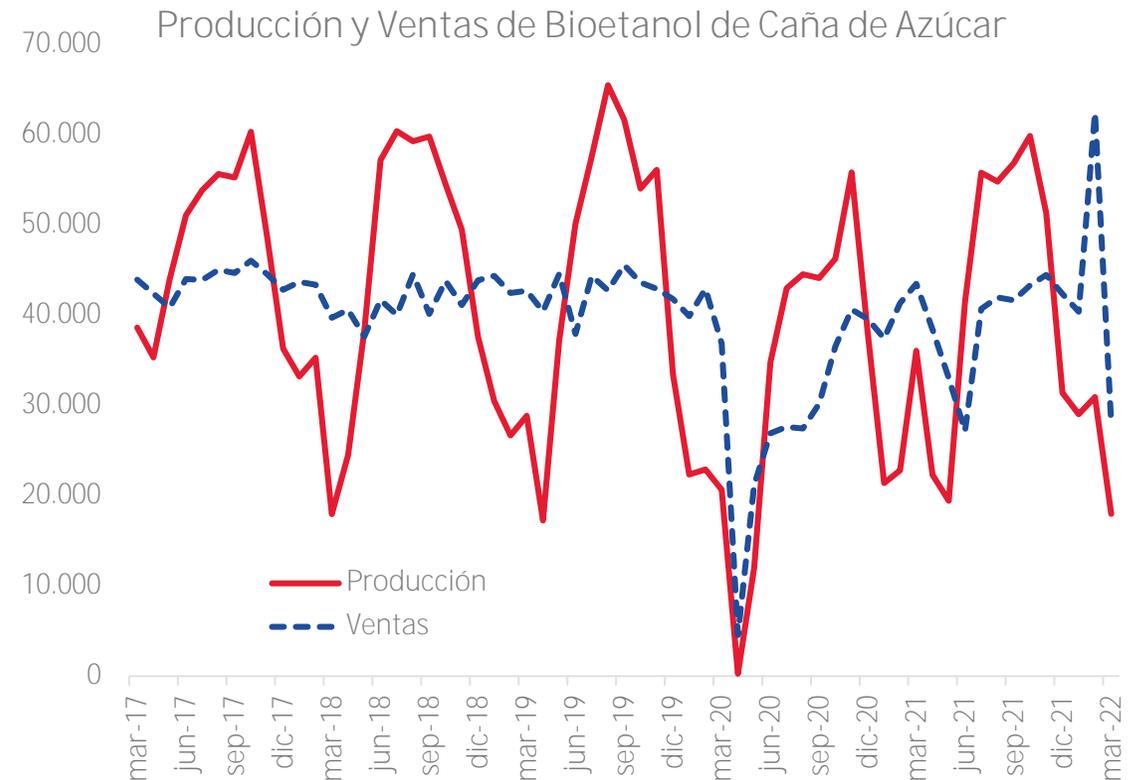
Fuente: Elaboración propia en base al INDEC

PRODUCCIÓN - BIOETANOL

Actualmente hay nueve ingenios azucareros que producen bioetanol de caña en nuestro país, radicados en el noroeste argentino desde 2010. La empresa azucarera Ledesma declaró que espera producir en 2021 alrededor de 110 millones de litros de alcohol, de los cuales el 90% sería transformado en bioetanol. En estos meses, se barajó la posibilidad de que el gobierno haga una reducción en el corte de bioetanol en nafta, impulsando una baja hasta el 10% desde el 12% previo. Por otro lado, durante el mes de marzo del corriente año, la crisis energética a nivel global y parates técnicos a nivel local, que generaron faltantes en combustibles, han afectado tanto la producción como las ventas de bioetanol de caña.

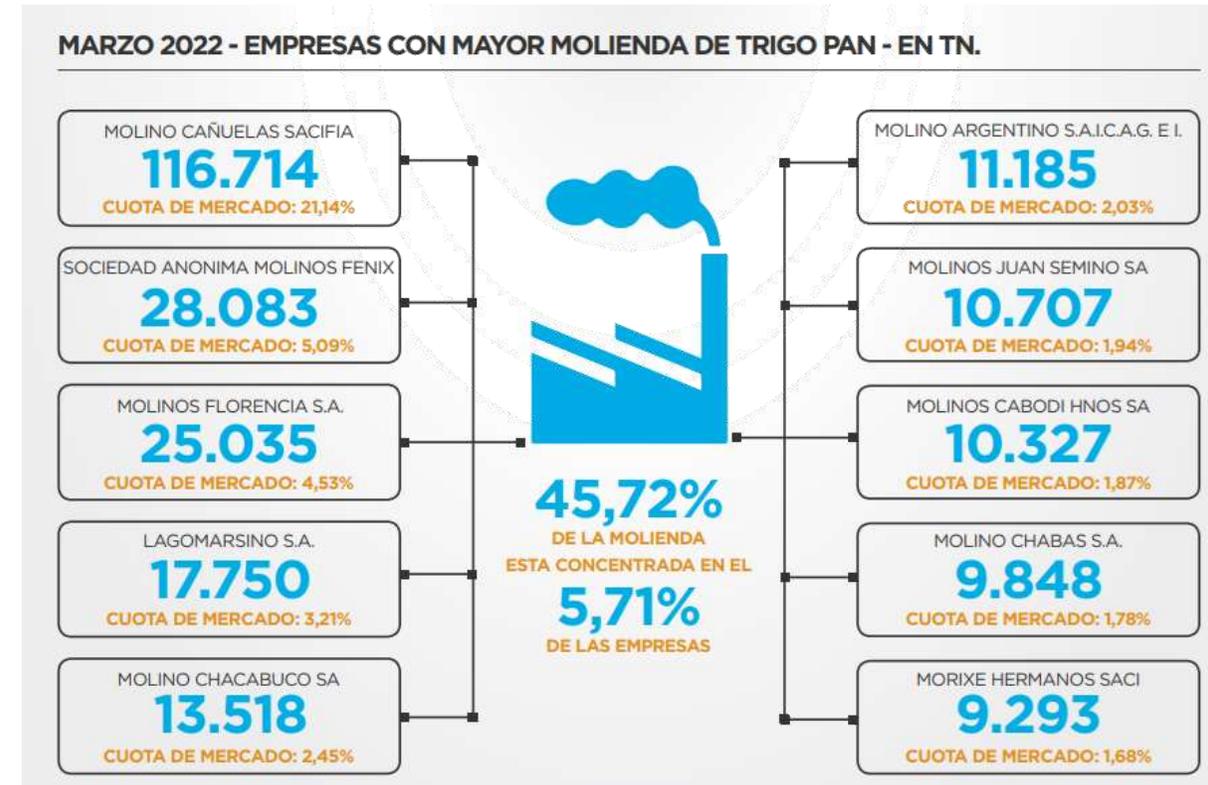
En el mes de marzo, la producción de bioetanol de caña mostró un descenso del 50% con un total de 18.026 metros cúbicos, en comparación con los 36.125 registrados un año atrás. Incluso con el mal dato de producción registrado en marzo, los márgenes productivos escasos comienzan a afectar a los productores. En el acumulado de 2022, la producción presentó un descenso del 3% con respecto a igual período de 2020, con una producción de 78.064 m³, en comparación con los 80.400 m³ del año anterior.

Hacia adelante, hay una incógnita en cuanto a los niveles que mostrará la zafra para abastecer a los ingenios en la elaboración de bioetanol. Además, con el nuevo atraso en el precio de los combustibles (10-15%), es posible que la producción comience a ralentizarse y ello termine impactando en el bioetanol.



La harina resultante del procesamiento de los granos es un ingrediente utilizado ampliamente en los alimentos que integran la dieta de los argentinos. En las últimas campañas, el tonelaje destinado a la industrialización para el consumo humano ha fluctuado entre los 6,7 Mt en la campaña 2010/11 y los 5,1 del ciclo 2012/13, para luego estabilizarse en un nivel intermedio entre ambos extremos. Hasta octubre de 2021 (campaña 2020/21), según los datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP), se han destinado a la producción de harina 5,3 Mt, acercándose a un tonelaje total estimado de 5,7 Mt, 5% por detrás de las 6,1 Mt procesadas en el ciclo pasado, aunque un 1% por encima del promedio de las 5 campañas anteriores. En las últimas campañas, el porcentaje de la producción que se muele se ha mantenido próximo al 30%, dado que se ha dado un incremento en la producción del trigo frente a un procesamiento estable.

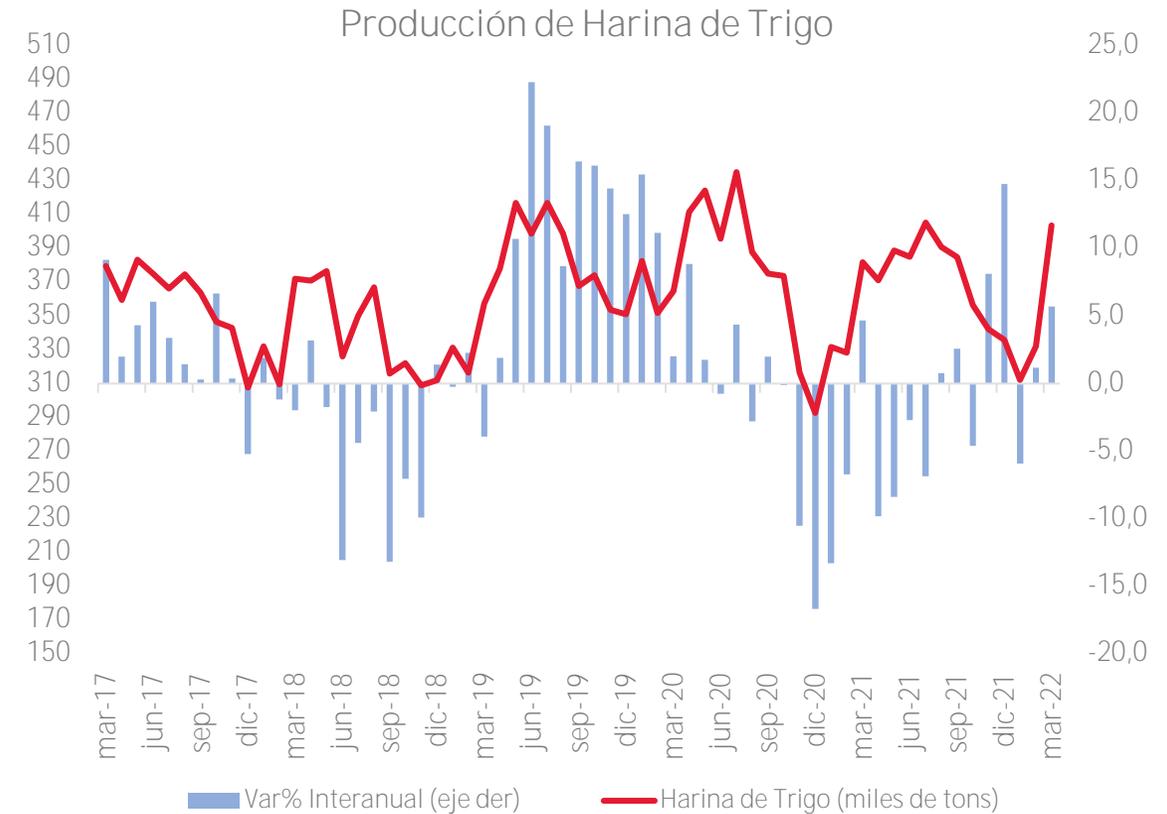
Las empresas de mayores niveles de procesamiento del cereal se mantienen relativamente estables en las últimas campañas. Al mismo tiempo, se destaca que una sola empresa (Molinos Cañuelas SACIFIA) posea una participación del tonelaje total de molienda superior a los dos dígitos (en términos porcentuales), mientras que el resto de las empresas no alcanzan al 5% de participación. De hecho, entre las 11 empresas de mayor molienda, apenas se logra superar el 50% del volumen procesado en las últimas dos campañas. No obstante, en ambos ciclos comerciales se mantuvo una participación relativamente estable y en todos los casos el nivel de procesamiento disminuyó frente a lo sucedido en el período 2019/20.



La industria molinera se encuentra ampliamente distribuida a lo largo de todo el territorio nacional, con 169 molinos de harina de trigo. En promedio, el 80% de la oferta harinera es destinada hacia el mercado interno, mientras que el restante tiene como destino la exportación. Sin embargo, en marzo de 2022 los envíos al exterior representaron apenas el 9,8% de la producción total, cifra inferior al 13% observado durante 2021. Ello es como consecuencia de que la producción comienza a reaccionar a la abundante oferta primaria que abastecerá la industrialización harinera. Por otro lado, los márgenes comienzan a ajustarse cada vez más, luego de la suba del precio internacional producto de la prohibición de India de las exportaciones.

En marzo, la producción mostró una recuperación en el margen, a raíz del comienzo del ingreso de la nueva campaña con abundante oferta. De esta manera, la producción totalizó 404 miles de toneladas (+5,7%%) frente a las 382 miles de un año atrás. En el acumulado de 2022, se ubicó un 0,6% por encima de 2021.

Hacia adelante, el sector se verá afectado por la evolución de la rentabilidad, ante la presión de los precios internacionales de las materias primas (trigo) y la imposibilidad de actualización interna ante los nuevos controles de precios y la “guerra” contra la inflación. Por otro lado, los excelentes niveles de oferta triguera (récord histórico) proveerán al segmento harinero de mayores niveles de oferta y lograr superar la contracción que se espera para el 2021.



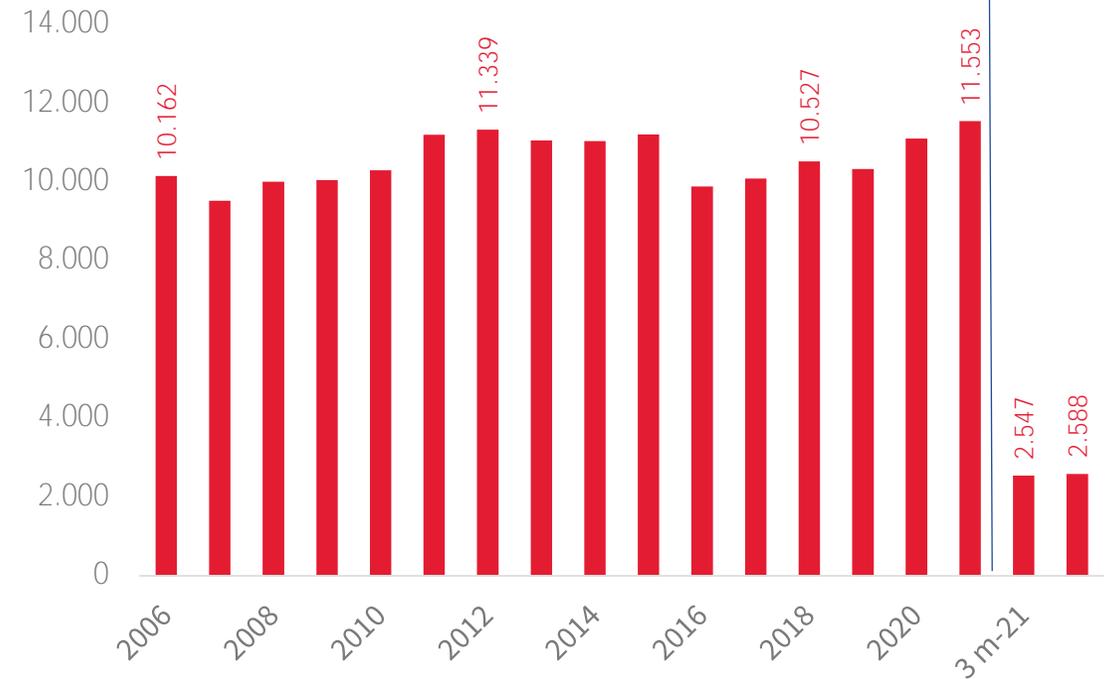
Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

PRODUCCIÓN - LÁCTEOS

La producción primaria láctea volvió a mostrar un buen ritmo de crecimiento en marzo, con los precios sectoriales reaccionando y dando algo de aire a la rentabilidad del productor. La salida de muchos productos lácteos de los programas del Gobierno permitió que el precio pagado al productor volviera a deslizarse luego de cierta estabilidad durante el segundo semestre de 2021. Esto provocó un incremento del precio en dólares, y le dio algo de aire a la rentabilidad. Además, durante los últimos años se dio la salida del mercado de varios productores y jugadores del sector lo que, a pesar de generar una mayor concentración, aumentó la eficiencia sectorial.

En el primer trimestre del año, la producción primaria láctea alcanzó un total de 2588 millones de litros, lo que implicó un incremento del 1,6% respecto a los 2547 millones de litros de igual período de 2021. Por otra parte, en marzo de 2022, logró mantenerse por encima de los niveles de un año atrás y creció 2,5% interanual, con un total de 849 millones de litros. De esta manera, se registró el mejor marzo desde 2015. Hacia adelante, las perspectivas se mantienen positivas, con los precios pagados al productor todavía en buenos niveles tanto en \$ como en moneda dura. Habrá que monitorear las condiciones climáticas y disponibilidad de pasturas, ya que con la escasez de agua de principios de año podría verse afectado el sector. El mercado externo posiblemente siga siendo el principal driver que impulse la producción sectorial, si se logran mantener los niveles de exportación actuales. En los últimos meses comienza a observarse un repunte del consumo interno, lo que podría empezar a compensar las menores ventas externas en la última parte de 2021.

Producción de Leche en Argentina
- millones de litros -



Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección Nacional Láctea

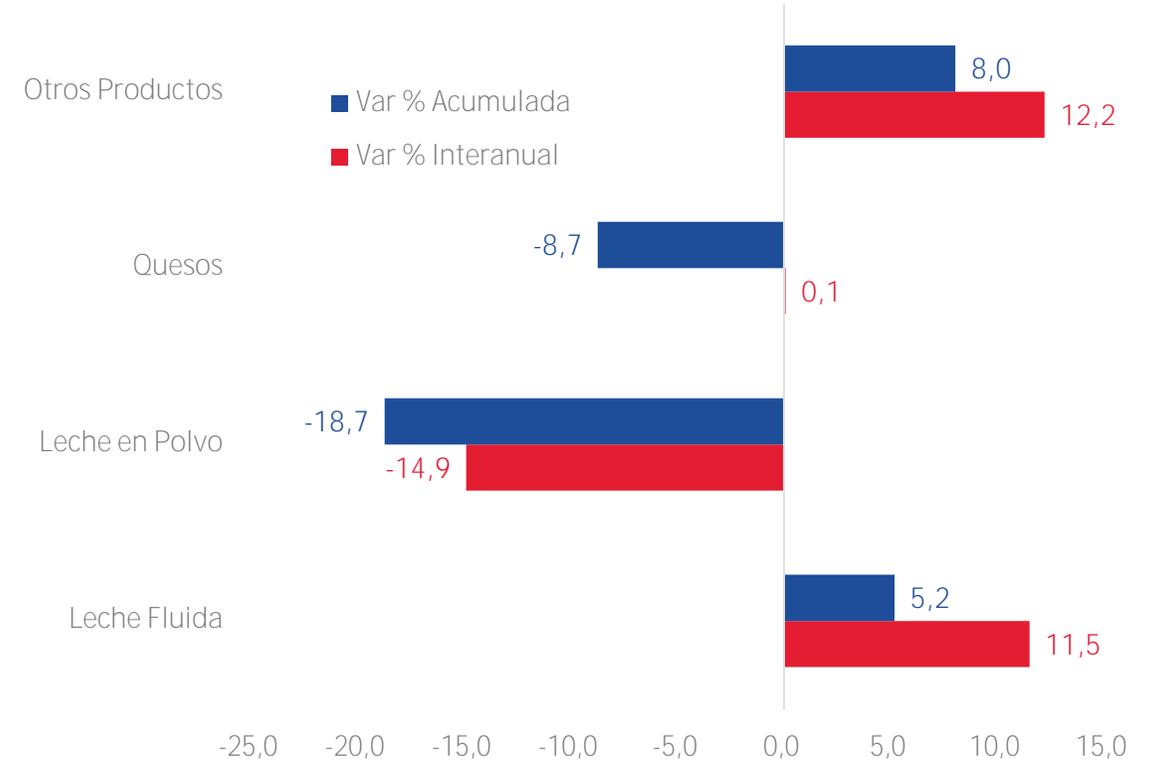
PRODUCCIÓN - LÁCTEOS

Según los datos de la Dirección Nacional Láctea, en el año 2021, el avance de algunos segmentos de la producción industrial estuvo impulsado por la pujante demanda externa. La leche fluida mostró un descenso (-4,4%) entre enero y diciembre, mientras que la leche en polvo creció en torno al 8,8% anual. Por su parte, los quesos mostraron un avance del 9,4% respecto a 2020, mientras que los otros productos lácteos decrecieron un 4,6% en el año 2021.

En cuanto al mes de febrero, no se observó una buena dinámica, con la leche en polvo cayendo 14,9% interanual, mientras que la leche fluida se logró crecer un 11,5%. Por su parte, los quesos se ubicaron un 0,1% por encima de febrero de 2021, mientras que los otros productos avanzaron un 12,2% interanual. El comportamiento de la industrialización láctea estuvo marcado por un mayor impulso a aquellos orientados al comercio exterior, mientras que los que tienen como principal destino el mercado interno comienzan a mostrar una mejoría en el margen.

Luego de un 2020 con ajustados márgenes de rentabilidad, en el cual el consumo interno durante la cuarentena fue el sostén del sector, las perspectivas sectoriales viraron hacia el mercado externo. En un contexto en el cual los precios internos subieron fuertemente en el año, las exportaciones siguen motorizando el crecimiento del sector dada la debilidad de la demanda interna. Por otro lado, ante el nuevo congelamiento, la industria comienza a ver afectados sus niveles de rentabilidad, con atrasos que llegan hasta el 10% en algunos productos.

Elaboración de Productos Industriales 2 m-22



Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección Nacional Láctea

La molienda oleaginosa merma su producto debido a la menor oferta (cosecha), con baja disponibilidad de stocks.

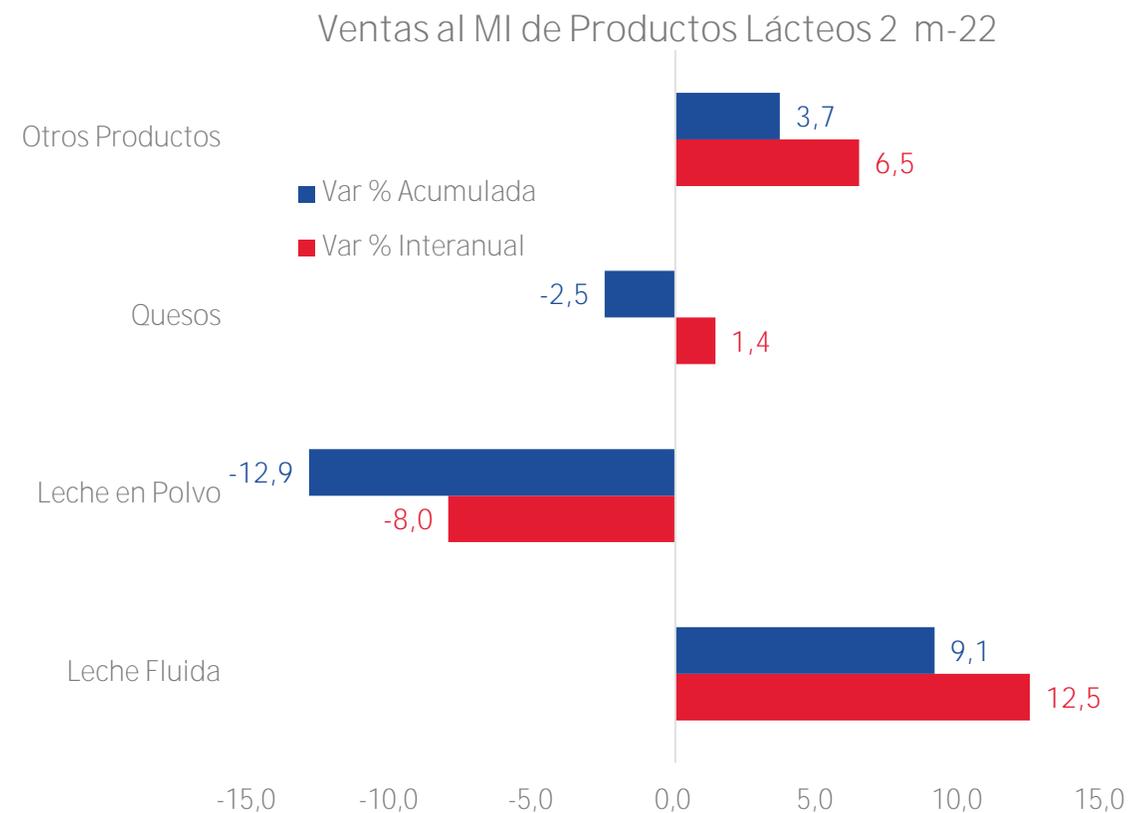
El sector lácteo volvió a recuperarse gracias a una mejora en la rentabilidad tras la suba de precios al productor. El incremento de costos (maíz y soja) podría impactar hacia adelante en la producción.

Ventas



En cuanto a las ventas al mercado interno, durante febrero del corriente año mostraron una recuperación en lo que respecta a la leche fluida, mientras que los quesos recuperan en el margen. La leche en polvo mostró un fuerte descenso del 8% interanual, dado que la mayor movilidad de los agentes comienza a impactar en sus niveles de venta, junto con alta base de comparación. Por otra parte, los otros productos subieron un 6,5% interanual en el mes de febrero.

Los quesos observaron un leve avance del 1,4% interanual respecto a febrero de 2021. En este contexto la suba de precios internos que se había dado en los últimos meses comienza a impactar en los niveles de demanda de los quesos, algo que posiblemente continúe hacia adelante. Finalmente, la leche fluida logró revertir la debilidad de los últimos meses y mostró un crecimiento del 12,5% interanual. A pesar de los programas de precios del Gobierno, que buscan una mayor contención, la adecuación de las empresas con nuevos productos (y mayores precios) para eludir dichos controles comienza a impactar en la demanda de productos lácteos. La demanda comienza a orientarse principalmente hacia la leche fluida en detrimento del resto de los productos.



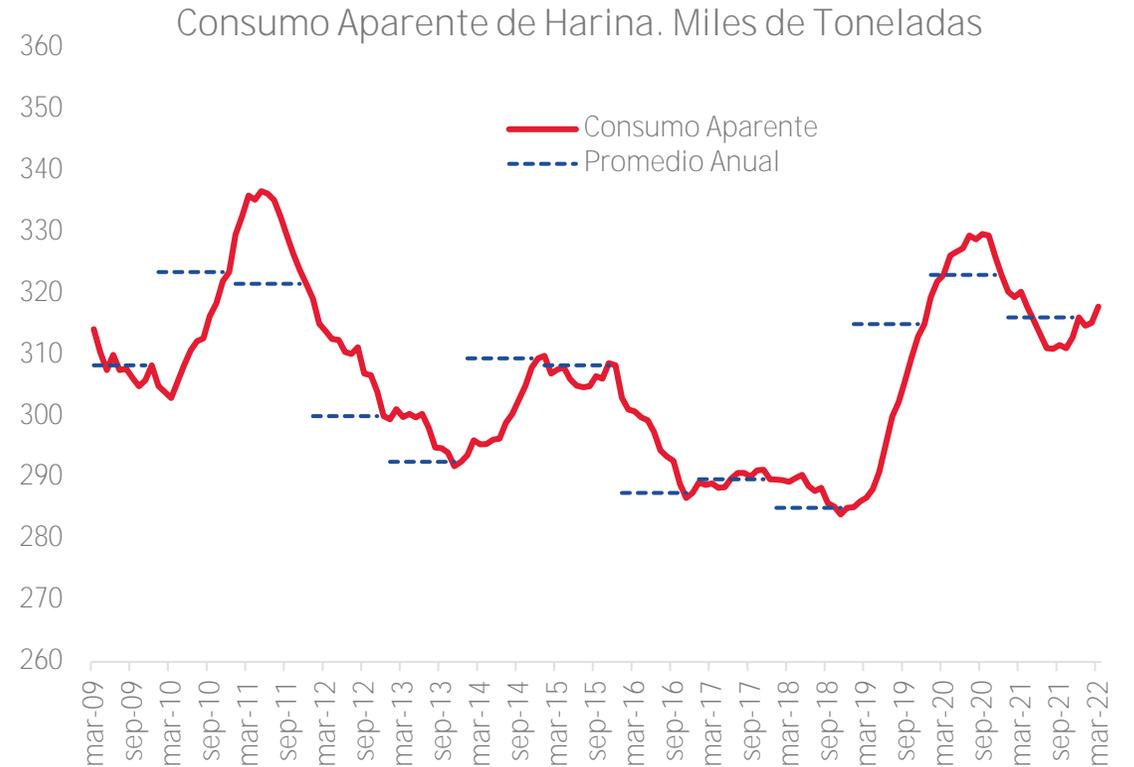
Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección Nacional Láctea

CONSUMO - HARINAS

En lo que respecta al consumo de harinas, este se ha mantenido estancado durante los últimos años, producto de los niveles productivos que en 2021 fueron similares a los observados durante 2019. Cabe notar que en los últimos años se ha verificado un aumento en el consumo per cápita como consecuencia de la crisis que se ha observado durante 2018-19 y luego la irrupción de la pandemia.

El consumo aparente de harinas mostró un descenso de 2,2% durante el año 2021, al alcanzar las 3792 miles de toneladas respecto a las 3876,5 miles de igual período de 2020. Sin embargo, a pesar del descenso observado en el acumulado anual, el consumo se mantiene en niveles elevados, similares a los observados durante los años 2010-11. En lo que respecta al año 2022, durante el primer trimestre mostró un avance acumulado del 2,3% respecto a 2021. Además, en el margen muestran una aceleración producto de la mayor oferta, por lo que muestran una recuperación del 9,5% interanual en febrero.

Respecto al consumo per cápita, la tendencia durante los últimos años fue similar a la observada por el consumo aparente, al agregarse el componente poblacional. Durante 2021, el consumo por habitante mostró un descenso del 3,2% al promediar 84,1 gramos por habitante. Por otra parte, en el acumulado del primer trimestre muestra un leve avance del 1,3%, mientras que en el margen logra recomponerse, creciendo 8,4%.



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

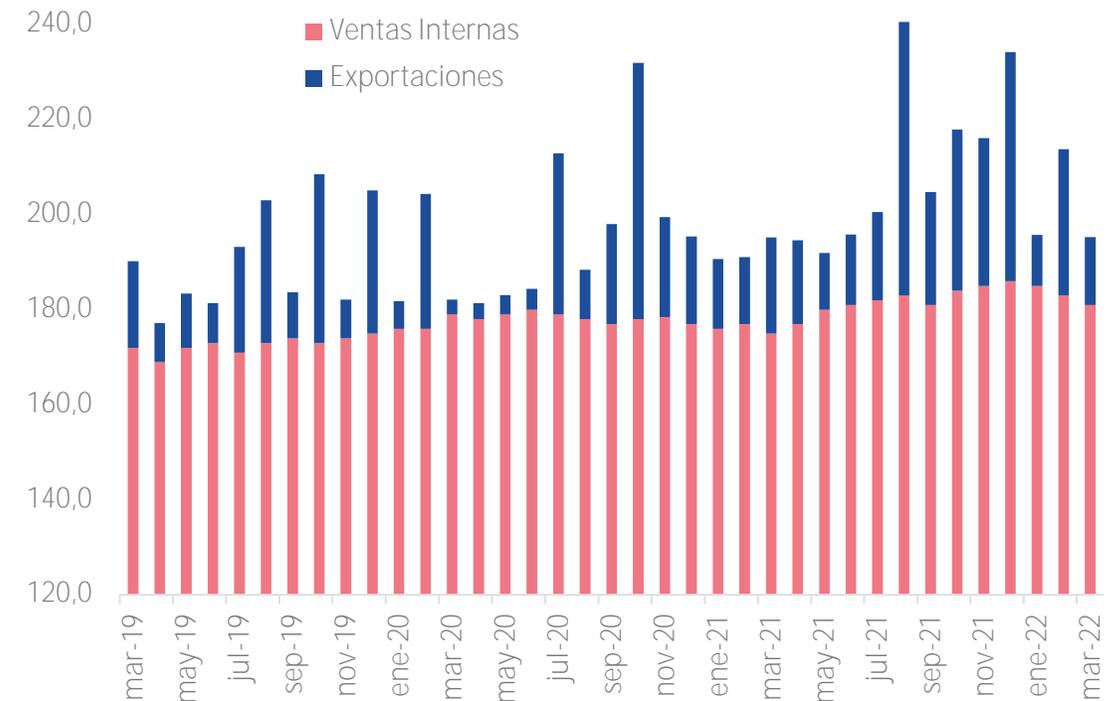
VENTAS AL MERCADO INTERNO

Las ventas de azúcar se dividen entre el mercado interno y externo, a lo que se suman las ventas internas de bioetanol derivado de la caña de azúcar, que sigue el comportamiento de la demanda de combustibles. En marzo de 2022, las ventas al mercado interno de azúcar se ubicaron en un nivel de 181 mil toneladas y crecieron un 3,4% respecto a igual mes de 2021. En consecuencia, durante los primeros tres meses de 2022 mostraron un aumento del 4% respecto a igual período de 2021.

Por el lado de las ventas externas, durante marzo pasado presentaron una merma, para ubicarse un 29,2% por debajo de igual mes de 2021, con un total de 14,3 miles de toneladas. En lo que respecta al acumulado del año 2022, verificaron un avance del 14,1% acumulado, con un total de envíos por 55,9 miles de toneladas.

Los despachos al mercado interno de bioetanol de caña de azúcar observaron una fuerte caída en el mes de marzo, como consecuencia de la menor oferta de combustibles y la crisis energética a nivel global. De esta manera, en marzo del 2022 presentaron un descenso del 35,5% interanual, con un total de 28,1 miles de metros cúbicos. En el acumulado de 2022, verificaron un avance del 7%, con un total de 131 miles de metros cúbicos, respecto a los 122,4 miles de igual período del 2021. Hacia adelante, habrá que seguir de cerca el comportamiento de la economía, ya que la demanda dependerá del consumo de combustibles. Este último, podría verse afectado debido a los recientes sucesos bélicos y la falta de rentabilidad dado el retraso interno.

Ventas de Azúcar. Miles de Toneladas



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

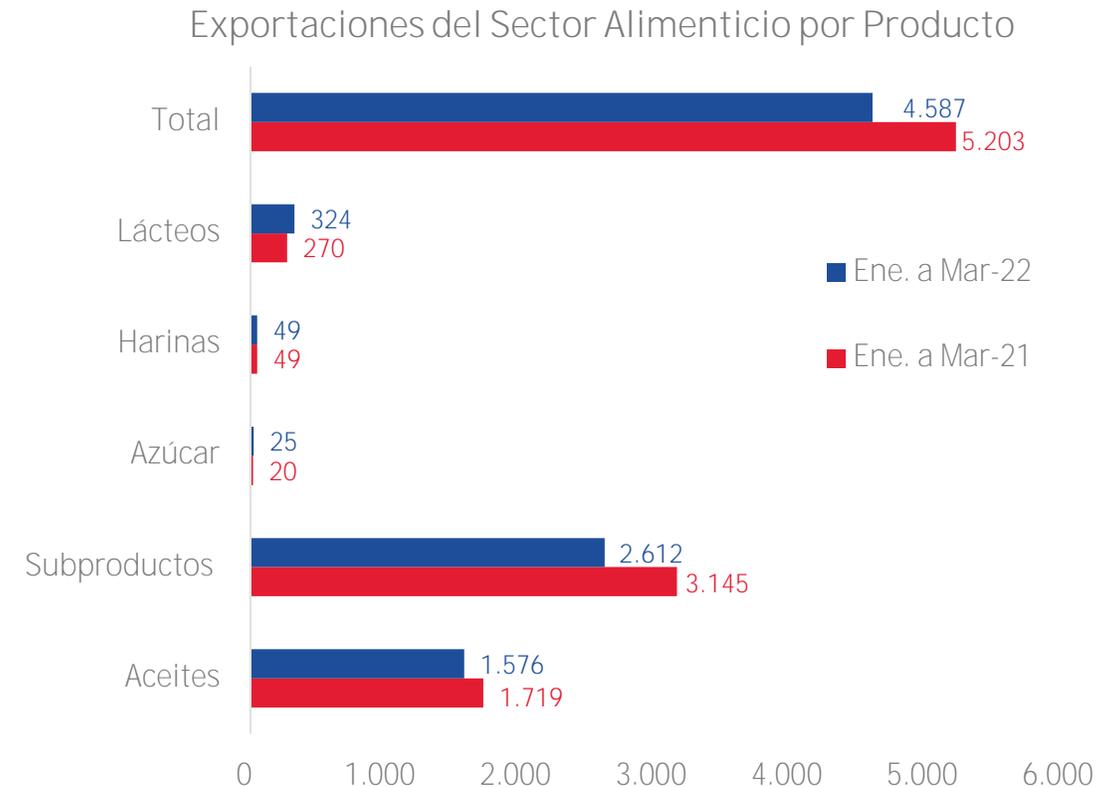
Comercio Exterior



En el mes de marzo de 2022, las exportaciones del sector alimenticio mostraron una leve recuperación interanual. Ello es al cotejar los valores, mientras que por el lado de las cantidades mostraron una merma, como consecuencia de la menor oferta de la campaña y elevados niveles de comparación.

El valor de los envíos alcanzó un total de USD 4587 millones en el trimestre y cayó un 11,8% acumulado. En cantidades, las exportaciones en el mes alcanzaron las 7359 miles de toneladas, con un retroceso del 20,7% interanual, mientras que la diferencia entre los valores y cantidades se explica por una suba del 11% del precio medio de los envíos.

Haciendo una evaluación acerca de la composición de las exportaciones durante marzo, los subproductos oleaginosos fueron el principal componente, con el 57% del total, menor al 81% de 2021. Los aceites representaron el 34,4% (frente al 15,3% previo) y mermaron su participación. Los lácteos ganaron participación acaparando el 7,1% frente al 5,2% del año anterior. Por último, con menores participaciones se encontraron las harinas (1,1%) y el azúcar, con el 0,5% del total.

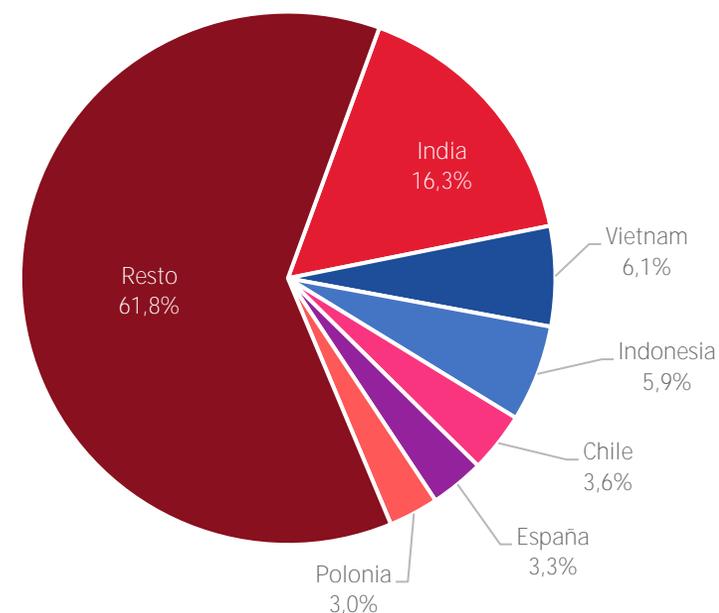


Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de INDEC

En marzo de 2022 las exportaciones del segmento oleaginoso mostraron un descenso respecto a igual mes de 2021 debido a los efectos que tuvo el paro portuario de diciembre de 2020 en el primer bimestre del año pasado. Sin embargo, al comparar con marzo de otros años, los envíos al exterior en valores se mantienen en buenos niveles, por encima de los últimos cinco años. Por otra parte, en cantidades, es otra la película, ya que en marzo de este año sí fueron bajas respecto a otros años. La menor oferta esperada en el segmento oleaginoso y maicero fue uno de los principales motivos que afectó el nivel de exportaciones en cantidades. La suba de los precios a partir de la segunda mitad de enero y que se extiende hasta la actualidad tiene efectos positivos en la producción y exportaciones del segmento.

Al hacer un análisis acerca de los principales compradores de productos alimenticios, se observa que la India fue el principal destino de las exportaciones nacionales medidas en valores, con el 16,3% del total y USD 747 millones. En segundo lugar, se ubicó Vietnam, con el 6,1% del total de los envíos y compras por USD 278 millones, mientras que Indonesia fue el tercer comprador en orden de importancia con USD 269 millones (5,9% del total). Chile en el cuarto lugar, tuvo una participación del 3,6% con compras por USD 167 millones. Entre todos ellos acapararon el 31,9% de las exportaciones totales. Ya con menores participaciones se ubicaron España y Polonia con el 3,3% y 3,0% respectivamente, mientras que el resto de los 27 países se adjudicaron el 61,8% de las compras totales. Esto denota también una mayor diversificación en los primeros meses del año.

Exportaciones Total de Alimentos por País Destino
- enero a marzo de 2022 (en % de los USD exportados) -



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

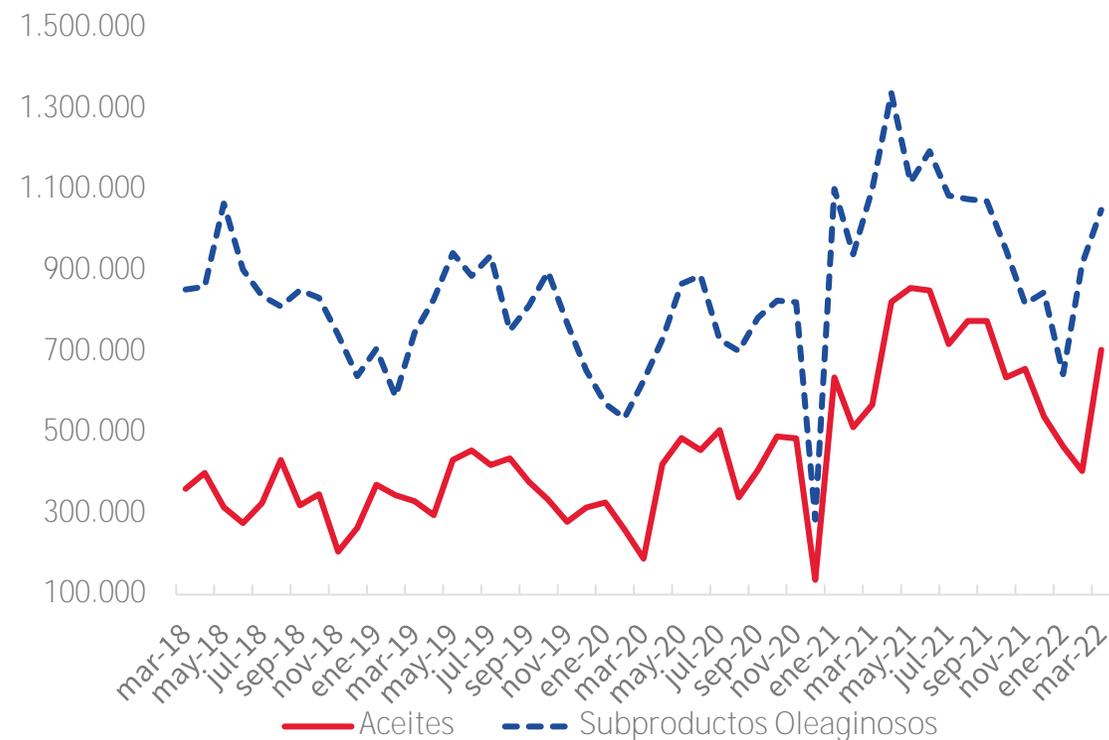
COMERCIO EXTERIOR

El segmento oleaginoso es el principal exportador dentro de lo que es la industria alimenticia, ya que entre los aceites y subproductos se enviaron al exterior un total de 7086 miles de toneladas (-21,2% acumulado) y USD 4189 millones en el primer trimestre (-13,9%). Respecto a las exportaciones totales, ambos representan el 96,3% de las cantidades y un 91,3% de los valores.

Por el lado de los aceites, se exportaron en el primer trimestre un total de USD 1576 millones, lo que implicó un descenso del 8,3% interanual, aunque con altos niveles de comparación. En cantidades, se observó un retroceso del 34,6%, con 1129 mil toneladas, mientras que el precio medio se incrementó un 40,2% en el período. La caída del trimestre estuvo impulsada por los menores niveles de oferta esperados, así como también la base de comparación a raíz del muy buen primer trimestre de 2021, debido al paro portuario.

En cuanto a los subproductos oleaginosos, principal producto de exportación, registraron exportaciones por USD 2612 millones entre enero y marzo (-17% interanual), mientras que en cantidades fueron 5957 miles de toneladas (-18,1%), con un precio medio 1,4% superior. Ya mirando a la campaña entrante, las alarmas vienen por el lado de la oferta, en donde según la fuente de mercado que se tome, se esperan 42 millones de toneladas para la soja. Esto marcaría una caída respecto a lo esperado al inicio y respecto también de la campaña anterior. Ante esto, los precios respondieron con fuerza, prácticamente compensando la totalidad de la caída en la producción, pero es esperable que se vea una caída productiva en 2022 para la industria. La suba de precios que impulsaron la sequía y la guerra en su conjunto marca una mayor suba de rentabilidad. Ello podría impactar en la utilización de stocks, en el corto plazo, pero que parten también de niveles muy bajos.

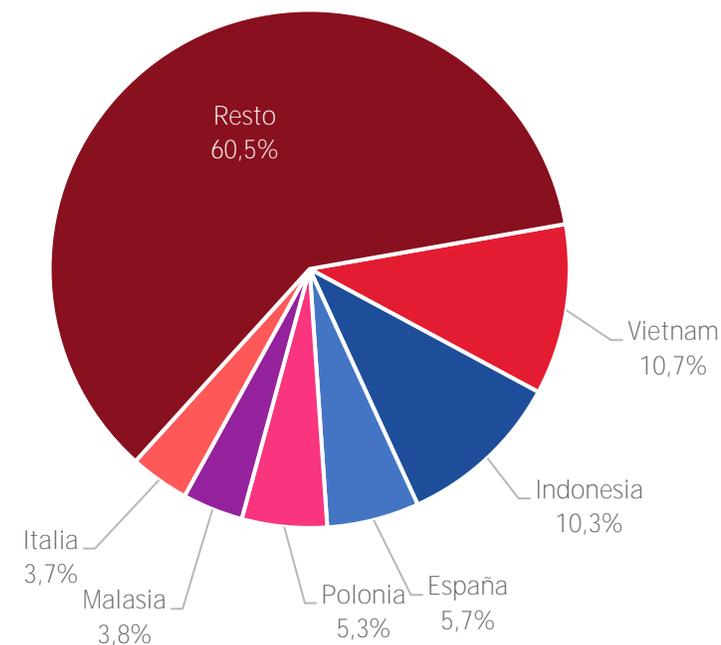
Exportaciones Industria Aceitera y Subproductos Oleaginosos



En cuanto a los principales países compradores de aceites vegetales argentinos, India ocupa el primer lugar por excelencia. De esta manera, en el año 2022, acaparó el 47,4% de las compras con un total de USD 747 millones, mientras que muy lejos, en el segundo lugar, se ubicó Bangladesh, con el 4,8% y USD 76 millones. Chile realizó compras por un valor de USD 71 millones equivalentes al 4,5% de las totales. Mozambique, China y Brasil, acapararon el 0,9%, 0,3% y 0,8% respectivamente, con envíos menores a los USD 4 millones cada uno. Entre todos ellos representaron el 58,8% de las ventas externas totales de nuestro país, mientras que el resto de los 13 países representaron el 41,2%.

Por el lado de los subproductos oleaginosos, Vietnam se ubicó en el primer lugar del *ranking* de países compradores en valores, con un total de USD 278 millones, con el 10,7% del total. Indonesia ocupó el segundo lugar con el 10,3% y USD 269 millones, mientras que España, con USD 150 millones acaparó el 5,7% del total. Con menores participaciones, se ubicaron Polonia (5,3%), Italia (3,7%) y Malasia (3,8%). Entre todos ellos, sumaron una participación del 41,1% de las compras totales, mientras que el resto de los 13 países fueron compradores por el 39,5% de las exportaciones argentinas. Cabe destacar que las subproductos presentan una mayor diversificación de destinos que los aceites, en los cuales la India concentra cerca del 60% de los envíos de manera anual, lo cual, llegado el caso de registrar inconvenientes con la demanda, podría generar un excedente productivo sin destino.

Exportaciones de Subproductos Oleaginosos por País Destino
- enero a marzo de 2022 (en % de los USD exportados) -



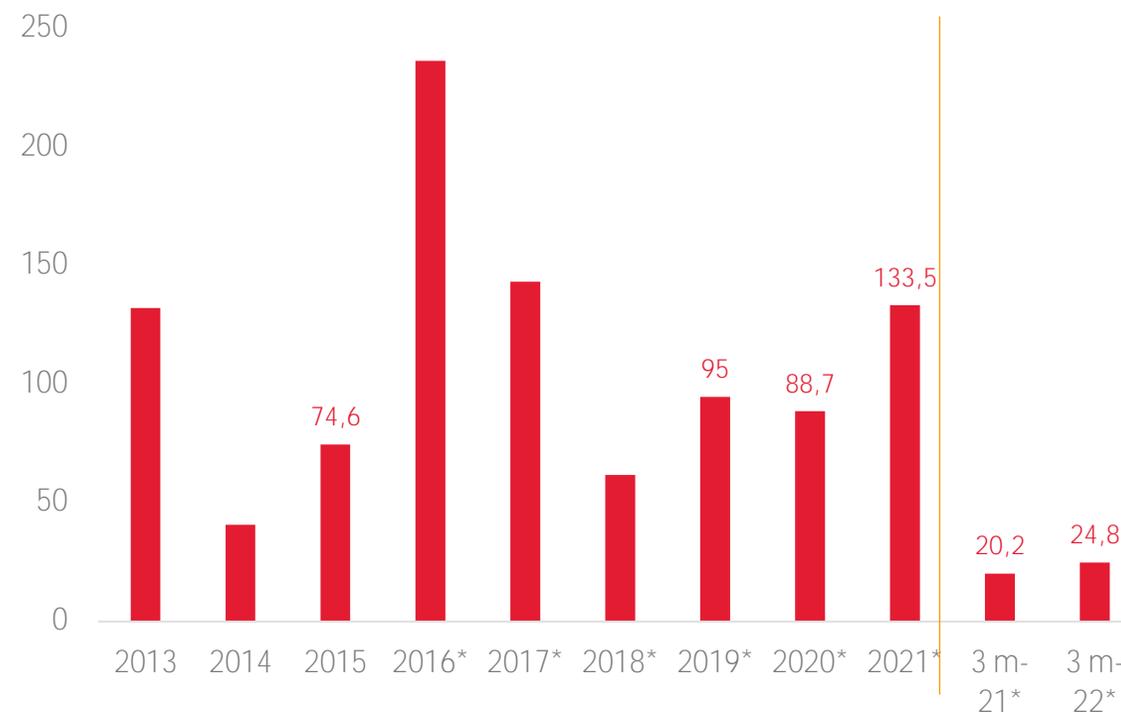
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

Respecto a las ventas externas del sector azucarero, en marzo de 2022 presentaron un descenso interanual, aunque cabe destacar, contra niveles de comparación bajos para los estándares mensuales del azúcar. En marzo, las exportaciones de azúcar alcanzaron los USD 6,5 millones, con una merma interanual del 24% frente a los USD 8,5 millones de un año atrás. En toneladas, la caída fue mayor, más precisamente de un 29% con envíos totales de 14 miles de toneladas, mientras que el precio medio subió un 8% en el período.

La dinámica de crecimiento del primer trimestre podría truncarse hacia adelante, debido principalmente a la sequía observada en el norte argentino lo que provocaría disminución en los niveles de oferta. Dependerá del precio medio de exportación, si se logra tener un crecimiento de los envíos en valores y así, alcanzar el nivel más alto desde 2017. En el acumulado de 2022 las exportaciones alcanzaron los USD 25 millones, con un avance del 23% anual, mientras que en toneladas el crecimiento fue menor, del 14%, con un avance del precio medio de un 8%.

Respecto a los países de destino de las exportaciones en 2022, Chile ocupa el primer lugar, con el 59% (cuenta con una cuota asignada), por un total de USD 14,7 millones. En segundo lugar, se ubicó Estados Unidos, con el 38,9% y USD 9,7 millones, mientras que Uruguay se ubicó en el tercer lugar, con el 2% y USD 0,5 millones. Al ser escasos los envíos al exterior, estos tres destinos cubren la totalidad del abanico de países receptores de productos azucareros.

Exportaciones de Azúcar
- en millones de USD -



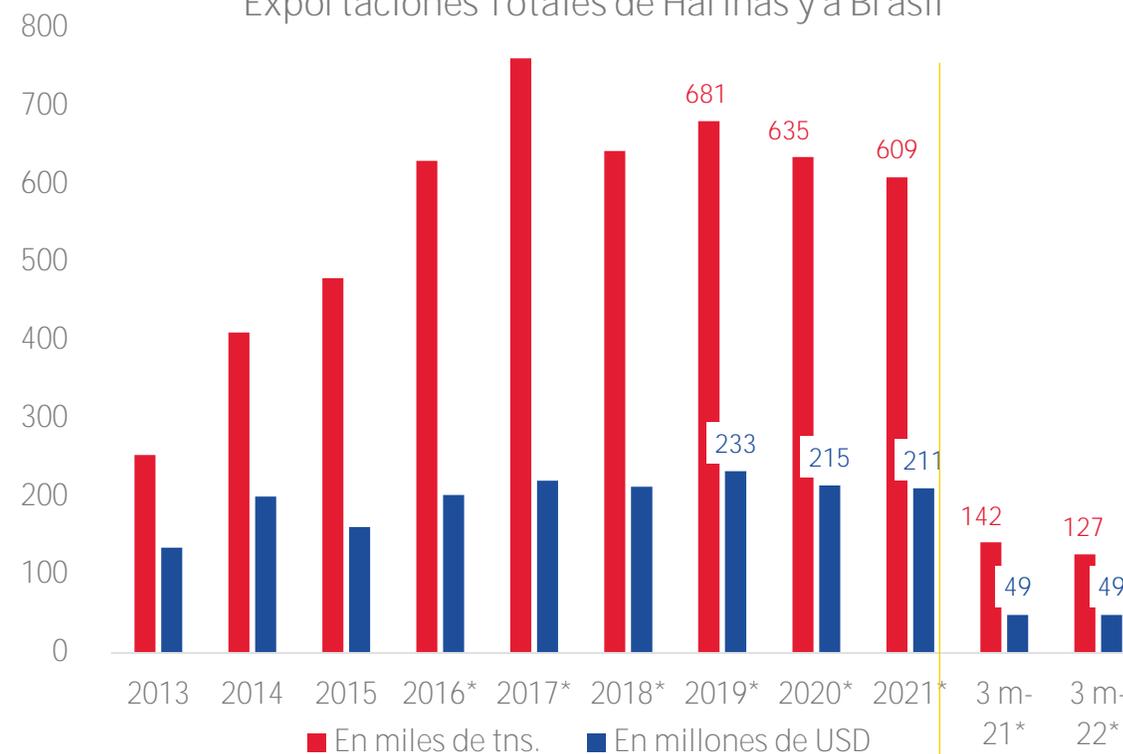
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

En lo que respecta al tercer mes del año 2022, el comercio exterior harinero registró un descenso respecto a igual mes de 2021. En consecuencia, se registraron envíos por un total de USD 16,8 millones en, lo que significó un descenso del 0,3% interanual. En cantidades, la caída fue de un 19,7%, al totalizar envíos por 39,7 miles de toneladas. En tanto, el precio medio de exportación en el período se ubicó un 24% por encima de igual mes de 2021.

En el año 2022, la presión por el lado de los mayores costos por el precio del trigo, resultó en un descenso en las exportaciones, a pesar de la mayor oferta. En valores, totalizaron USD 49 millones, lo que implicó una estabilidad respecto a un año atrás, con un total de 126,7 miles de toneladas (-10,6%). Por su parte, el precio medio de las exportaciones registró un avance del 12% interanual, como respuesta, principalmente, a los buenos niveles de precios internacionales.

Usualmente Brasil y Bolivia son los principales compradores de harinas para nuestro país, pero durante 2021, Brasil había disminuido sus compras de harinas hacia Argentina por un acuerdo con EE.UU para compra de trigo. Sin embargo, recientemente ha vuelto a incrementar su demanda. De esta manera, en el primer trimestre de 2022, Bolivia se ubicó en el segundo lugar, con USD 19,3 millones y el 39,3% del total, mientras que Brasil (volviendo al primer lugar) acaparó el 46,5% con compras por USD 22,9 millones. Por otra parte, el resto de los cinco países de destino sumaron una participación el 14,2 % en el período.

Exportaciones Totales de Harinas y a Brasil



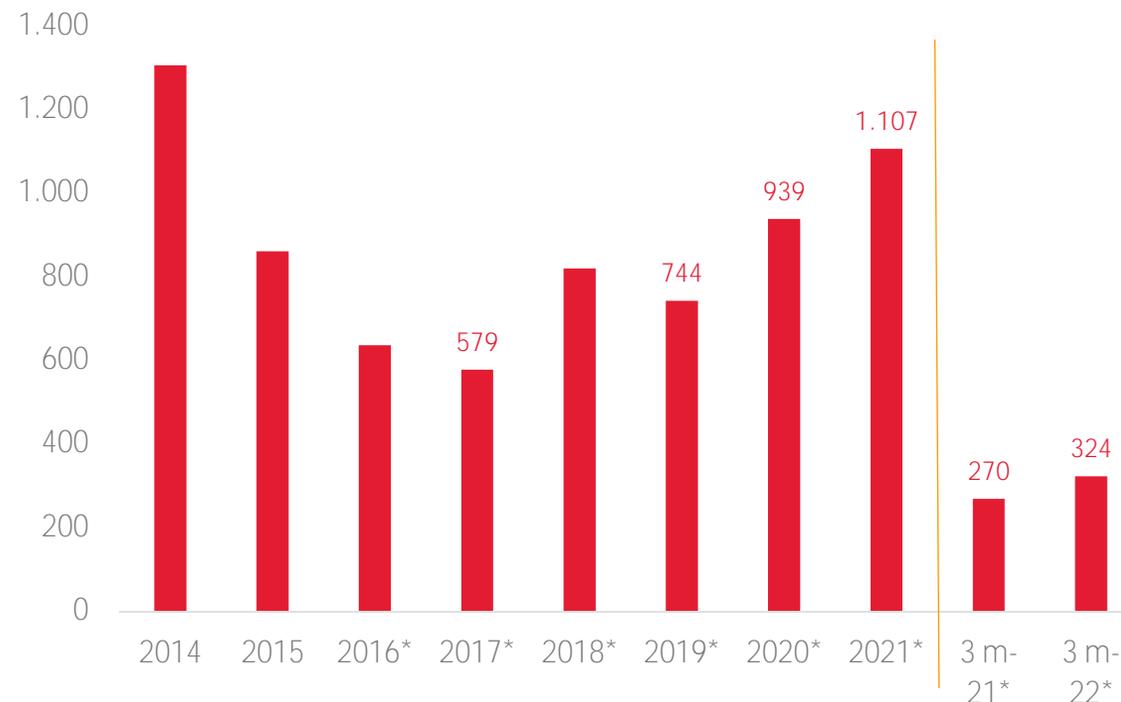
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

Por el lado de los productos lácteos, durante marzo de 2022, los envíos al exterior mostraron una recuperación en cantidades, debido a bajos niveles de comparación. Las exportaciones durante 2021 habían sido uno de los motores explicativos del crecimiento de la producción, ya que ofrecen una mayor rentabilidad frente a los controles de precios internos. A pesar de los resultados en cuanto a los meses anteriores, las exportaciones han sido impulsoras de la cadena, ya que en cuanto al mercado interno se observa cierta debilidad en la demanda.

En marzo de 2022, las exportaciones de productos lácteos en valores totalizaron USD 107 millones, lo que implicó un incremento interanual del 35%, con una aceleración. Medidas en cantidades, se enviaron al exterior un total de 29,7 miles de toneladas, con una suba del 17% interanual, mientras que el precio medio de exportación creció respecto a igual mes de 2021, al ubicarse un 15,5% por encima de dicho período.

Por otra parte, en el acumulado del primer trimestre del año 2022 mostraron un crecimiento en valores, a raíz de la suba del precio medio de exportación, mientras que en cantidades se observó una estabilidad. En consecuencia, los envíos en valores totalizaron USD 324 millones entre enero y marzo con un avance del 20% anual, mientras que en cantidades el aumento fue del 1,1%, al alcanzar 90,2 mil toneladas. El precio medio de exportación mostró un avance del 19% en el período que respondió también a la recuperación de precios internacionales.

Exportaciones de Productos Lácteos
- en millones de USD -



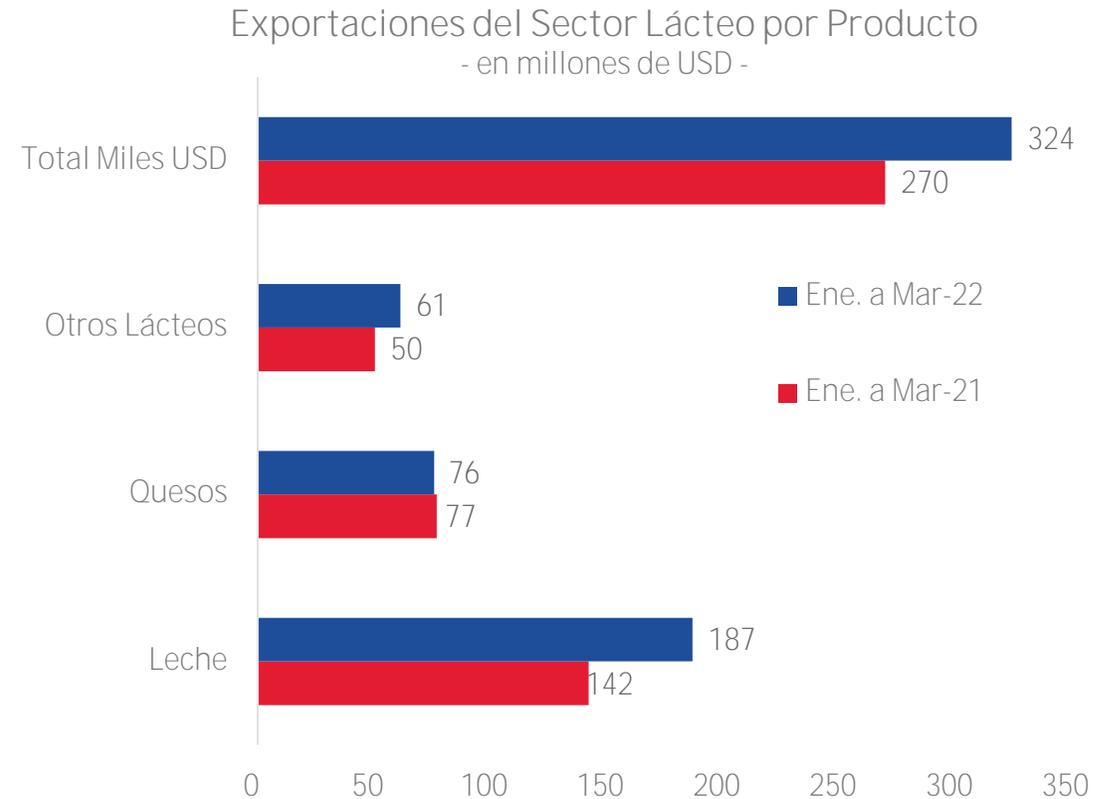
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

COMERCIO EXTERIOR

Analizando las exportaciones lácteas por producto, se encuentra que la leche en polvo es el principal producto enviado al exterior. De esta manera, en el tercer mes del año, la leche en polvo registró exportaciones por USD 63,6 millones, con un aumento del 57%, mientras que en cantidades la expansión fue del 31% con un total de 17 miles de toneladas. El precio medio de exportación creció un 20% en el período. Los quesos, por su parte, registraron envíos por USD 27,7 millones, lo que implicó un avance del 20% respecto a un año atrás. En cantidades presentaron un crecimiento del 14,9% con un total de 6,6 miles de toneladas. Los otros productos lácteos registraron exportaciones por USD 15,4 millones en el mes y cayeron un 2,2%, mientras que en cantidades, mostraron una merma del 9,3%, con un precio medio que se ubicó un 8% por encima de un año atrás.

En el acumulado del primer trimestre, las exportaciones de leche en polvo logran crecer un 31% en valores, mientras que los quesos descendieron a un ritmo del 1,5% anual. Los otros productos se ubicaron un 21,5% por encima de igual período de 2021.

En cuanto a los destinos, Argelia fue el principal comprador en el año 2022, con el 38,6% del total y envíos por USD 125 millones. En segundo lugar se ubicó Brasil, con el 9,4% y USD 30,5 millones, mientras que Rusia ocupó el tercer lugar, con el 9% y USD 29 millones. Entre todos ellos lograron acaparar el 57% de las exportaciones, mientras que el resto de los 8 países sumaron el 43% de los envíos totales.



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

Las exportaciones alimenticias en valores crecieron en marzo debido a la sustancial mejora de los precios internacionales.

Las ventas externas en cantidades observarán un descenso hacia adelante como consecuencia de la menor oferta del sector oleaginoso respecto a 2021.

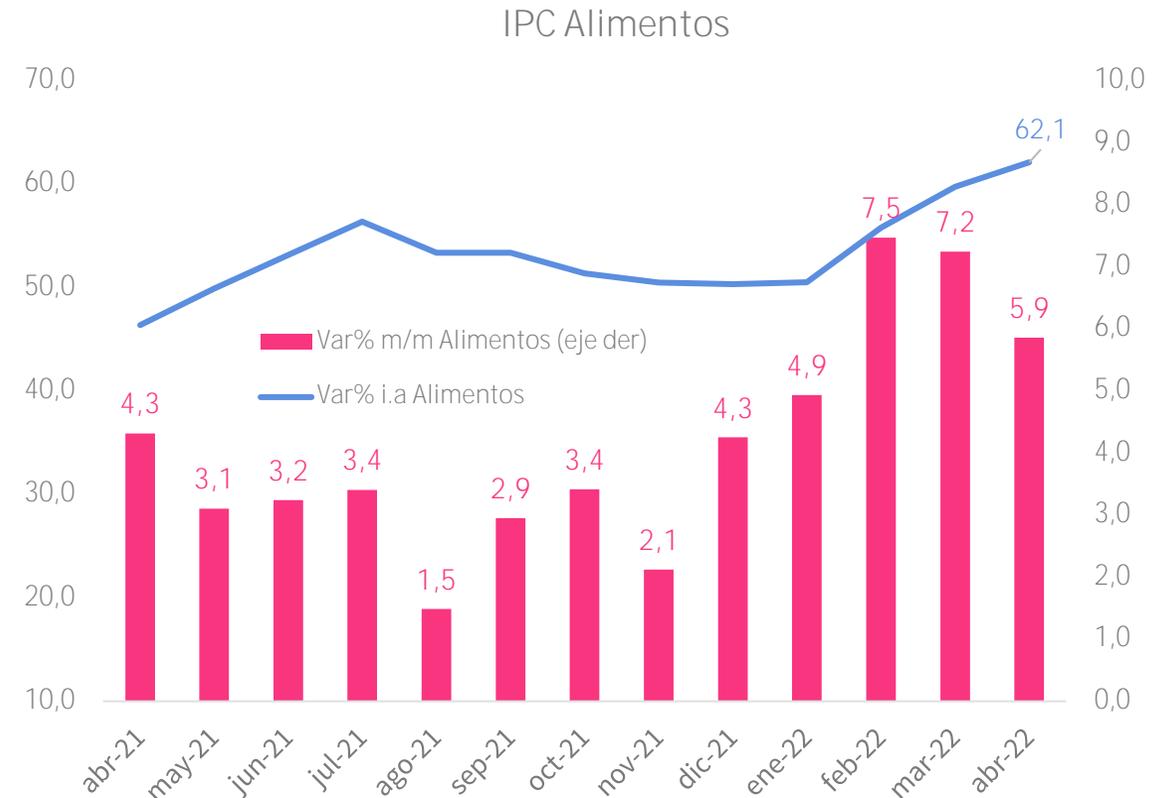
Precios



En cuanto a los precios del sector alimenticio, durante el mes de abril del 2022 crecieron 5,9% respecto a marzo y se ubicaron por debajo del nivel general (6,0%). En términos interanuales observaron un incremento del 62,1%, mas de 4 puntos porcentuales por encima de la inflación general.

El avance durante abril en el precio de los alimentos fue liderado por los panes y cereales que subieron un 8,3% en el mes, mientras que las carnes registraron un aumento del 8,3%. Las frutas crecieron un 2,7% en el mes. Por otro lado, las verduras vieron disminuir sus precios un 6,5% mensual, los lácteos avanzaron 7,8%, los aceites crecieron 8,9%, mientras que el azúcar y sus derivados crecieron 6,9% mensual.

En términos interanuales, los principales incrementos se encontraron en las frutas (34,5%), los aceites (56,1%) y las carnes con 63,8%. Los lácteos crecieron 67,7% interanual, mientras que el pan y los cereales lo hicieron a un ritmo del 68,8%. Desde diciembre de 2021, los precios alimenticios han acelerado considerablemente, como consecuencia de la inercia inflacionaria, pero también del shock en los precios internacionales.

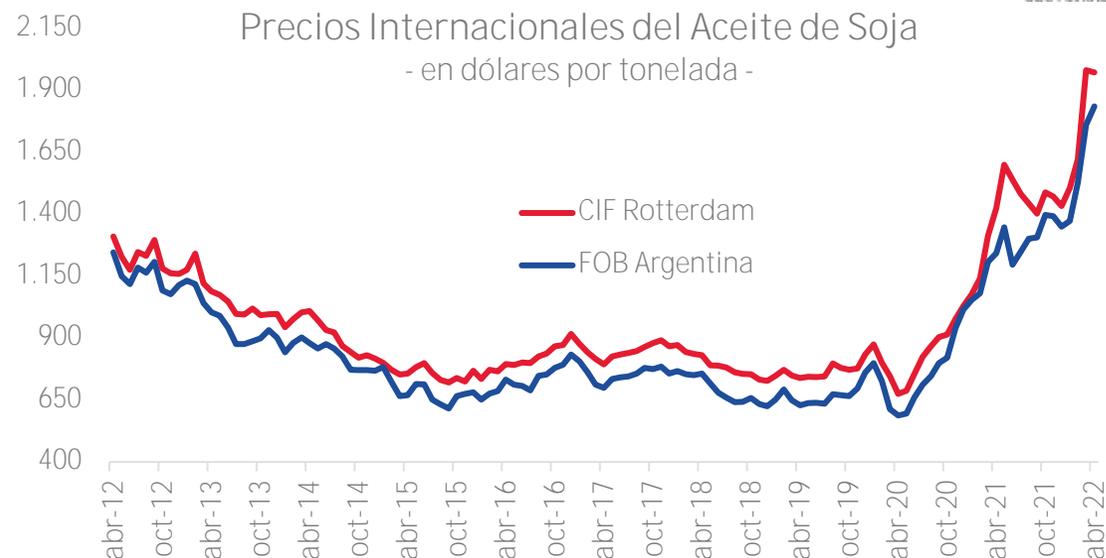


Fuente: Elaboración propia sobre la base de información del INDEC

PRECIOS INTERNACIONALES

En abril de 2022, luego del fuerte salto observado entre febrero y marzo, los precios internacionales mostraron una pausa en la escalada, pero lograron mantenerse en niveles históricamente elevados, cerca de máximos. La cotización del Golfo para la soja se ubicó en USD 672 por tonelada, y se mantuvo estable. A nivel local, los precios cayeron un 5,2% y se ubicaron en USD 652 por tonelada. Por su parte, el aceite de soja cotizó en el mercado internacional a USD 1971 por tonelada y cayó 0,5% con respecto al mes previo. Los precios pagados en el mercado interno se ubicaron en USD 1834 en el mes y aumentaron 4,2% con respecto a los valores del mes anterior. Si bien los precios de exportación locales presentaron un menor nivel respecto a los internacionales, se destaca la consolidación de los mismos en niveles máximos históricos.

En lo que respecta a los precios de los subproductos oleaginosos derivados de la soja, en el mercado interno cotizaron a USD 515 por tonelada y presentaron una merma mensual del 5,9% (+19% interanual). La invasión de Rusia en territorio ucraniano representó un gran *fly to quality* y los commodities se han tornado como refugio de valor. En consecuencia, han tenido importantes saltos durante todo febrero y marzo inclusive, que ha tenido importantes consecuencias en los niveles de precios a nivel global impulsando los precios de los alimentos. Tras haber vuelto a superar los USD 500 por tonelada por primera vez desde 2014, los precios de los subproductos volvieron a crecer durante los últimos meses, como consecuencia de la escalada de los conflictos bélicos en Ucrania que genera un efecto refugio en los commodities y los principales derivados de insumos ligados a la economía real.



Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura

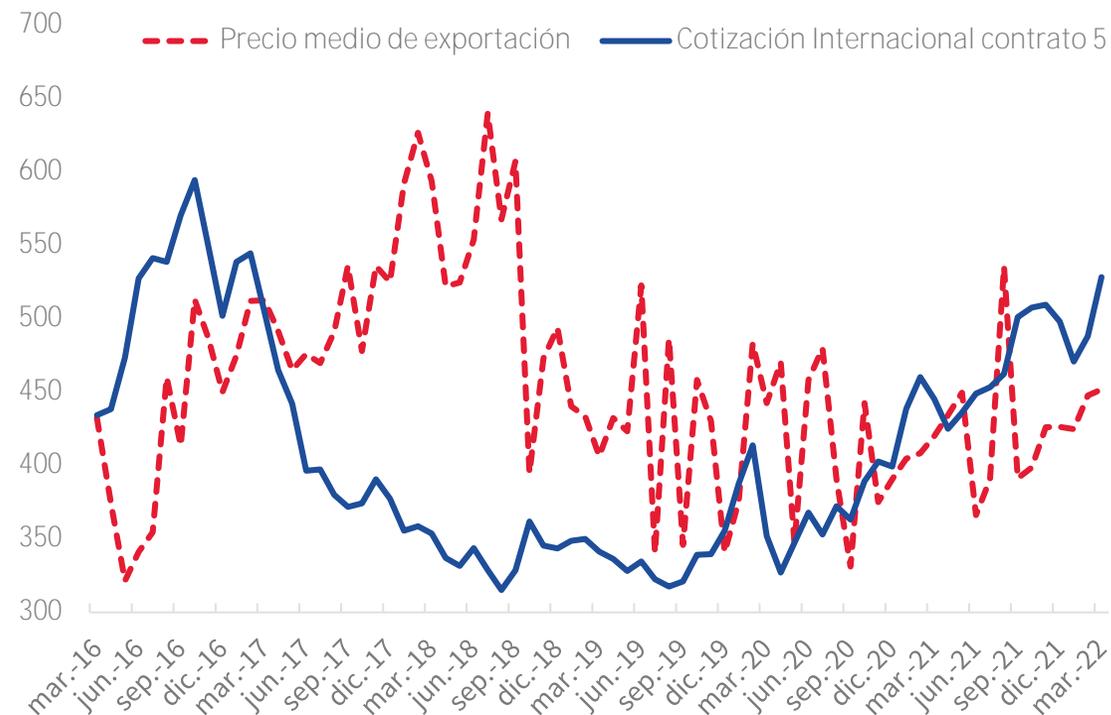
PRECIOS INTERNACIONALES

El precio internacional del trigo subió 1,4% al posicionarse en USD 506 por tonelada en el Golfo. En términos interanuales, se observó una expansión del 76% con respecto a igual mes de 2021. A nivel local, los precios se ubicaron en USD 421 por tonelada, con un avance del 2,7%, mientras que en términos interanuales presentó una recuperación del 58%, en un mercado que actualmente cuenta con fuertes controles e intervenciones estatales. El estallido de la guerra en Ucrania ha propulsado los precios del trigo al alza, dado que se trata de dos de los principales oferentes en el mercado internacional.

Por otra parte, el precio medio de exportación de la harina de trigo alcanzó los USD 422 por tonelada en el mes de marzo, con una suba de 15% mensual. Haciendo un análisis en términos interanuales, el precio en cuestión recuperó un 24% respecto a igual mes de 2021.

El precio internacional del azúcar, medido por el contrato 5, presentó una recuperación durante marzo. Los precios en dicho mes se ubicaron en torno a los USD 528 por tonelada con una suba del 8,2% mensual pero un avance del 19% interanual. En lo que respecta al mercado local, el precio de exportación en el mes de marzo se ubicó en USD 452 por tonelada con una suba mensual del 0,9% y un avance de forma interanual un 8%. En tanto, al comparar con diciembre de 2021, el precio observó una caída del 15%.

Precio Promedio Mensual del Azúcar



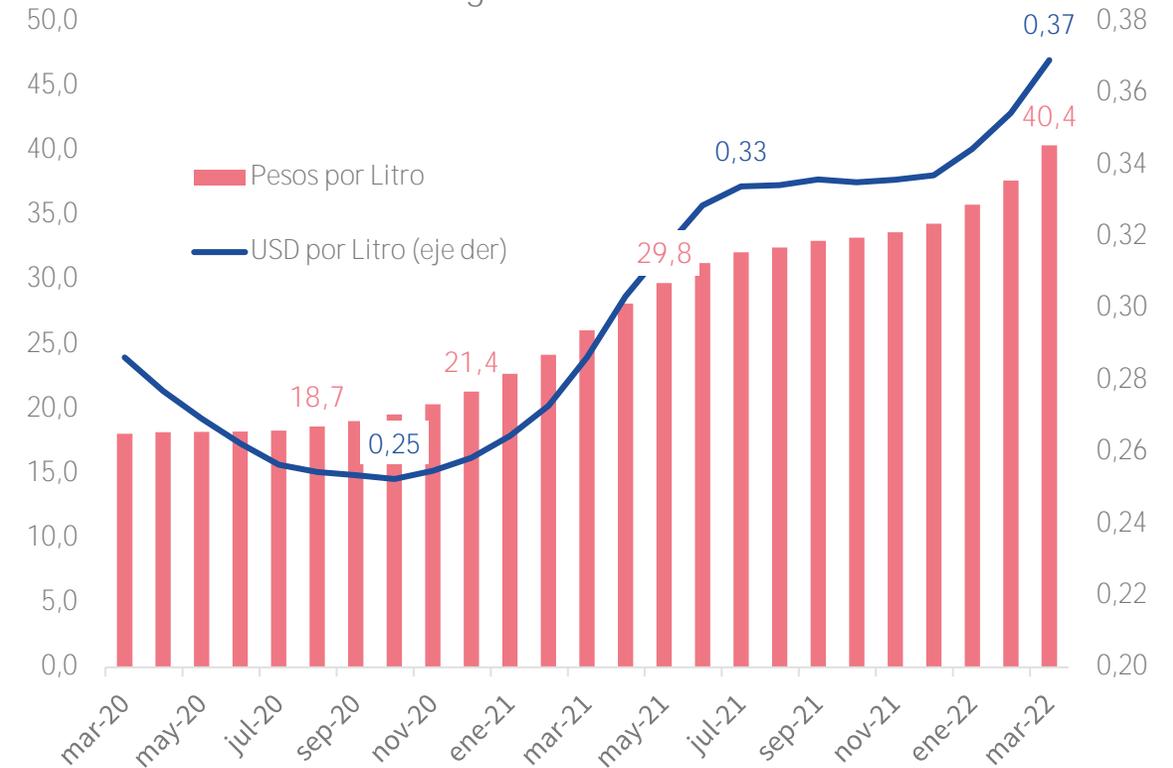
PRECIOS LOCALES

Los precios internos pagados al productor lácteo han percibido el cambio en los precios relativos, al ubicarse, en marzo de 2022 en \$ 40,4 por litro, lo que representa un incremento interanual del 55%, con un avance mensual del 7,2%, volviendo a subir con fuerza durante tres meses seguidos. Cabe destacar que, luego de la desaceleración observada en los precios lácteos durante el segundo semestre de 2021 (+9,7%) respecto al primer semestre (+46,6%), parecen volver a tomar impulso durante el primer trimestre. Los controles de precios impuestos por el Gobierno, parecen no funcionar en el inicio de 2022, ya que así lo demuestran los precios alimenticios en general y en particular los lácteos.

Por otra parte, el precio percibido por productor medido en moneda extranjera (al tipo de cambio oficial mayorista), se ubicó en el mes de marzo en USD 0,37 con una recuperación en términos mensuales (4,2%), superando los USD 0,30, parámetro establecido por los productores. Cabe destacar que este indicador de rentabilidad se mide con el tipo de cambio oficial, aunque no todos los insumos cotizan a dichos valores, sino que la alta brecha cambiaria impacta también en los niveles de rentabilidad sectorial.

Al evaluar la rentabilidad del tambo promedio en porcentaje del capital, se observa que ha presentado una mejora durante los últimos meses a raíz de la recuperación del precio medido en moneda extranjera. De esta manera, en marzo del corriente, la rentabilidad fue del 4% del capital, es decir que se encontró sobre el *break even* de la industria.

Precio Pagado al Producto Lácteo



Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura

Los precios internacionales observaron una pausa durante abril, luego del salto brusco que tuvieron entre febrero y marzo.

Los precios de alimentos en el mercado interno subieron 28% en cuatro meses, lo que hacia adelanta perjudicará los niveles de demanda.

Perspectivas

A partir del estallido de la guerra, se observó un desacople de los precios alimenticios de los programas que impulsó el gobierno, creciendo 28% en cuatro meses. A pesar de este contexto, el segmento con mayor presión sobre la rentabilidad sigue siendo el harinero, ya que sus productos se destinan la mayor parte al mercado interno y el Gobierno tiene mayor capacidad de intervención. La suba de retenciones en 2 puntos porcentuales a la harina y aceite de soja cayó mal en los principales jugadores del mercado. Sin embargo, ello no representa una caída de rentabilidad, ya que los precios han crecido con fuerza en los últimos meses.

En cuanto al segmento harinero, la cosecha récord de trigo en el ciclo 2021/22 aumenta las expectativas de la oferta primaria para la industrialización, pero con menores perspectivas para la próxima campaña. Las dificultades de rentabilidad seguirán persistiendo a lo largo del año, producto de la necesidad gubernamental de contener el avance de precios, sobre todo los alimenticios en conjunto con la suba de los precios internacionales producto de la persistente demanda global y la menor oferta mundial producto del conflicto bélico en Ucrania. Por otra parte, el nuevo máximo histórico del trigo en el mercado internacional vuelve a traer dificultades al segmento harinero ya que de convalidarse estos precios en el mercado interno afectará considerablemente su rentabilidad.

Las perspectivas del segmento oleaginoso para el 2022 muestran una tendencia a la baja, a pesar de los excelentes precios. La sequía de diciembre-enero en cuanto al impacto sobre los principales cultivos de la cosecha gruesa como soja y maíz, ya es un hecho. De esta manera los niveles de oferta serán menores a los proyectados a inicios de campaña, por lo que afectará la disponibilidad de materia prima para industrializar. El año arranca con una menor disponibilidad de stocks y sequía en Paraguay que limita importaciones. Ello sin duda afectará la oferta primaria, a pesar de las excelentes condiciones de precios internacionales. Por otro lado, la suba de precios podría alentar nuevamente el consumo de stocks de granos, a pesar de iniciar la campaña en niveles históricamente bajos.

El sector lácteo continuaría con un leve crecimiento en 2022, con un mercado interno que podría recuperarse y nuevamente con el sector externo como principal motor. El segmento parece contar con niveles de rentabilidad aceptables producto de la suba de precios de los últimos meses, manteniendo el crecimiento sectorial. Dicha expansión sería impulsada principalmente por el buen comportamiento de las exportaciones industriales. Habrá que seguir muy de cerca la rentabilidad, ya que la suba de la soja y el maíz podría comenzar a ejercer presión nuevamente por el lado de los costos.

Principales Noticias

- La Federación de Aceiteros selló en la sede del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación un acuerdo con los representantes patronales de las cámaras CIARA, CIAVEC y CARBIO. Tras la negociación, lograron una suba de 48,5% que llevará el salario básico por encima de \$ 100.000. Además acordaron el pago de una suma extraordinaria de \$ 40.000 para aquellos trabajadores esenciales y que cumplieron funciones durante la vigencia del ASPO. La suma es complementaria al bono de \$ 90.000 acordado en diciembre de 2020. El planteo del gremio se basó en el derecho a un Salario Mínimo, Vital y Móvil, según su definición en el artículo 14 bis de la Constitución Nacional y artículo 116 de la Ley de Contrato de Trabajo, esto es, que asegure a los trabajadores “**alimentación** adecuada, vivienda digna, educación, vestuario, asistencia sanitaria, transporte y esparcimiento, vacaciones y **previsión**”, afirmaron desde el gremio.
- Cuando se le pregunta a Luis Pagani, el CEO de Arcor cómo describiría a su empresa en un tuit responde “**Arcor** es un **desafío**”. Y alrededor de esa palabra explica cuáles son los principales retos para la empresa que su padre Fulvio Pagani fundó hace 70 años, en la localidad cordobesa de Arroyito: “**Uno** es profundizar la internacionalización de la compañía, que será un desafío para la tercera **generación**”, describe el empresario. Y el otro “es el rol de la mujer en cargos directivos altos”, señaló entre los planes para el futuro de la compañía. Estas ideas fueron algunas de las que se plantearon en un festejo virtual por el cumpleaños que coronó las siete décadas de la empresa que hoy fabrica tres millones de kilos de alimentos diarios bajo marcas líderes como Rocklets, Bon o Bon, Mogul y Cofler, entre muchas otras, para 120 países.
- Mastellone Hermanos informó que en el segundo trimestre de este año ganó 319,7 millones. Este resultado arroja en acumulado del primer semestre una pérdida neta de 607,5 millones por los resultados negativos que la alimenticia había mostrado en el primer trimestre. De todos modos, este resultado semestral representa una fuerte recuperación con relación al primer semestre de 2020, cuando (en el peor momento de la pandemia) la empresa había registrado pérdidas por \$ 1440 millones, según surge del informe que la principal empresa láctea del país envió a la CNV.

GRACIAS POR ELEGIRNOS



**INFORME
ECONÓMICO
SECTORIAL®**

IES INFORME ECONÓMICO SECTORIAL
IES CONSULTORES - INVESTIGACIONES ECONÓMICAS SECTORIALES

Registro de la Propiedad Intelectual N° 5.205.567. Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Prohibida su reproducción total o parcial, sin previa autorización por escrito del editor.

Nota: Todos los derechos están reservados. Queda prohibida su reproducción total o parcial, en cualquier idioma o formato, sin previa autorización por escrito del editor.

Propietario: IES Consultores - Investigaciones Económicas Sectoriales
Director: Lic. Alejandro Ovando
Economista Jefe: Lic. Sebastián Aguirre

IMPORTANTE: Queda expresamente aclarado que la suscripción al IES Informe Económico Sectorial es para uso exclusivo de la compañía a la cual está dirigido el presente informe. Queda prohibida la distribución a cualquier otra empresa o persona sin la autorización escrita de IES Investigaciones Económicas Sectoriales. El incumplimiento por parte de la compañía suscriptora de la obligación asumida autorizará a IES Investigaciones Económicas Sectoriales a finalizar la presente contratación de pleno derecho, sin necesidad de requerir previamente el cumplimiento, sin perjuicio del derecho de reclamar judicialmente la reparación de los daños y perjuicios que dicho incumplimiento hubiera ocasionado.

Sectores analizados

1. Agrícola
 - » Cereales
 - » Oleaginosas
 - » Cultivos industriales
2. Alimenticio
 - » Azúcar
 - » Harinas
 - » Industria Aceitera
 - » Lácteos
3. Artículos para el Hogar
 - » Televisores
 - » Línea Blanca
 - » Pequeños electrodomésticos
4. Avícola
5. Bebidas
 - » Bebidas sin alcohol
 - » Industria cervecera
 - » Vinos
 - » Otras bebidas alcohólicas
6. Biocombustibles
 - » Biodiésel
 - » Bioetanol
7. Calzado y Cuero
8. Celulosa y Papel
9. Construcción
 - » Edificación para viviendas
 - » Edificación para otros destinos
 - » Obras viales y otras
 - » Construcción Petrolera
 - » Materiales para la construcción
10. Energía
 - » Eléctrica
 - » Petróleo
 - » Gas Natural
 - » Combustibles
11. Forestación
12. Frutas y Hortalizas
13. Ganados y Carnes
14. Industria Automotriz
 - » Autopartes
15. Laboratorios
 - » Medicamentos
 - » Prepagas
16. Maquinaria Agrícola
17. Minería
18. Olivícola
19. Pesquero
20. Porcino
21. Seguros
22. Siderurgia
 - » Hierro y acero
 - » Metales no ferrosos
23. Supermercados y centros de compra
24. Sustancias y productos químicos
 - » Químicas básicas
 - » Agroquímicos
 - » Materias primas plásticas
 - » Caucho sintético
 - » Gases industriales
25. Tabaco y sus derivados
26. Telecomunicaciones
 - » Telefonía básica y celular móvil
 - » Informática e Internet
27. Textil e indumentaria
 - » Fibras Naturales y Sintéticas
 - » Hilados y Tejidos
 - » Indumentaria
28. Transporte
 - » Transporte de pasajeros y de carga
 - » Automotor
 - » Ferroviario
 - » Aéreo



IES Investigaciones Económicas Sectoriales es una consultora integral formada por economistas y profesionales de diferentes áreas, líderes en la elaboración de estudios económicos sectoriales.

El equipo de IES cuenta con más de 20 años de experiencia en la prestación de servicios a empresas, entidades financieras, instituciones privadas y públicas de primer nivel, tanto en el mercado local como internacional.

IES Investigaciones Económicas Sectoriales
Uruguay 343 Piso 6°. C1015ABG Ciudad de Buenos Aires. Argentina.
Telefax: (54 11) 4374-6187
Email: info@iesonline.com.ar / www.iesonline.com.ar

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- IES Informe Económico Sectorial
- Monitor de Crédito Sectorial
- Monitor Sectorial IES
- Notibreves IES
- Escenarios Macroeconómicos IES
- Informes Personalizados
- Presentaciones Sectoriales IES
- Asesoramiento económico-financiero para empresas y entidades financieras
- Consultoría in Company
- Estudios de mercado
- Proyecciones macroeconómicas