



CADENA de GOLOSINAS - RESUMEN

“Alfajores”

Abril 2018

Según el Código Alimentario Argentino, se entiende por “Alfajor” al producto constituido por dos o más galletitas, galletas o masas horneadas, adheridas entre sí por productos tales como mermeladas, jaleas, dulces u otras sustancias o mezclas de sustancias alimenticias de uso permitido. Podrán estar revestidos parcial o totalmente por coberturas, o baños de repostería u otras sustancias y contener frutas secas enteras o partidas, coco rallado o adornos.

Los alfajores son un clásico histórico en la industria golosinera argentina, que no pasa de moda y que las empresas reinventan para mantenerlo vigente en la canasta de alimentos típicos de Argentina. Este producto tan solicitado por el paladar nacional representa el 5,3% (U\$S 8,97 millones) en valor de las exportaciones totales de Golosinas. Los alfajores se comercializan bajo dos posiciones arancelarias que se mencionan a continuación: 1905.90.90.410 A - Elaborados exclusivamente con harina de trigo y 1905.90.90.490 B - Los demás.

La producción de alfajores se agrupa en tres grandes grupos. Los regionales, en general elaborados por pequeñas empresas familiares o micro emprendimientos. Casi todas las provincias tienen su alfajor autóctono, fabricado artesanalmente. También se distinguen los industriales, producidos con tecnología que garantiza la homogeneidad y son destinados al consumo masivo. La tercera categoría se conforma por las líneas premium, cuyos ingredientes son de calidad superior.

Mercado Nacional

→ Producción y comercialización

El alfajor es uno de los productos estrella del sector industrial de las golosinas ya que brinda por su valor de compra una excelente relación costo/beneficio para el consumidor.

Llegan al mercado a través de distribuidores y mayoristas. En particular, es comercializado principalmente en kioscos, en los que se destina un importante espacio a exhibir la gran variedad en la oferta. También, se puede encontrar en almacenes, autoservicios, estaciones de servicio en formatos individuales y, en supermercados e hipermercados en distintas presentaciones, tamaños y formatos. Son principalmente alimentos de “compra por impulso”, por lo que la exhibición en el punto de venta debe ser cuidada y atractiva. Las empresas suelen apoyar la comercialización con una fuerte inversión promocional.



Según datos de la Asociación de Distribuidores de Golosinas y Afines (Adgya), el Alfajor es la golosina más comprada en nuestro país.

Si bien casi todas las provincias de nuestro país tienen su receta de alfajor autóctono, la producción de este icono nacional se concentra fundamentalmente en las provincias de Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires.

De acuerdo a un estudio realizado por Ibope Argentina (2004), considerando el segmento de consumo, más de la mitad de los alfajores de todo el país son consumidos en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano y, además el estudio permitió comprobar que las mujeres consumen más alfajores que los hombres, en tanto que los niños y jóvenes de entre 12 y 19 años dan cuenta del 24% del total, siendo el alfajor de dulce de leche y preferentemente triples, los productos estrella en esta categoría para el público adolescente. Cabe señalar que el estudio no releva a los menores de 12 años, que según las empresas elaboradoras son importantes consumidores.

La variedad de presentaciones es muy amplia amoldándose a las exigencias y características del consumo masivo. Lo mismo sucede con la producción que durante la última década, que ha ido acompañando cambios de hábitos y niveles de compra de los argentinos; dos productos importantes que marcan esta tendencia son:

- El lanzamiento del alfajor triple cuyo antecesor es el pionero alfajor santafesino, que siempre tuvo esa presentación. Ese producto “triple” (así llamado porque está elaborado con tres galletitas separadas por dos capas de dulces).
- El lanzamiento del mini alfajor como una alternativa para consumidores que hacen dietas bajas en calorías. Este alfajor compite con los bocaditos y/o barras de cereales pero, no lo hace con los alfajores simples o triples.

Variedades

Es posible segmentarlos en tres grupos, bien diferenciados.

- ❖ Los **alfajores regionales**, están presentes en todos los puntos turísticos del país, en muchos casos elaborados por pequeñas empresas familiares o micro emprendimientos. Casi todas las provincias argentinas tienen un alfajor autóctono, y algunos siguen fabricándose en forma artesanal. En su mayoría llegan al mercado con puntos de venta propios.
- ❖ Los **alfajores industriales** para su elaboración se utiliza equipamiento tecnológico que evita la manipulación del personal, garantiza homogeneidad en la producción y permite aumentar la producción diaria; en este sentido las marcas apuntan al consumo masivo.
- ❖ Los **alfajores premium**, se caracterizan por estar elaborados con ingredientes de alta calidad y por presentar un packaging más elaborado apuntando a un sector socioeconómico alto.



Producción (2017)
Más de 900 millones de unidades

Principales provincias productoras (en volumen de producción)

- Buenos Aires
- Santa Fe
- Córdoba

→ Producto

En el mercado se ofertan cerca de 50 tipos diferentes de alfajores. Los hay negros (chocolate o baño de cobertura) o blancos (baño de cobertura, merengue o chocolate blanco), duros o blandos, simples o triples, con relleno de dulce de leche, membrillo, marroc, o dulces de frutas, y los más sofisticados, de mousse, frutilla a la crema, mini torta brownie o lemon pie. La variedad de rellenos hacen que esta industria genere un incentivo para la producción de materias primas necesarias para dulces frutales, el clásico dulce de leche, y, entre variedades más innovadoras, pasta de maní o avellanas.

→ Actividad industrial

Caracterización de la industria

La elaboración de alfajores la realizan numerosas empresas de muy distinta envergadura. Encontramos tanto grupos multinacionales como PyMES, y también algunas empresas familiares; éste último tipo se localiza sobre todo en regiones del interior, dónde la producción es destinada a la misma región.

Existe un interesante mercado de alfajores artesanales, y en este caso, su distribución es limitada debido a que su producción es a baja escala. También existen marcas exclusivas relacionadas a zonas de turismo cuyo producto se vincula a características de cada región de producción, con ingredientes tradicionales.

Mercado Internacional

A nivel global, se estudió la posición arancelaria a seis dígitos 190590, que incluye además de alfajores otros productos comprendidos en el mercado de la galletería. Por lo mencionado, los datos proporcionados en el presente apartado son aproximados y pueden variar de otras fuentes.



**ARGENTINA ES EL PRINCIPAL
PRODUCTOR MUNDIAL**

**EL ALFAJOR ES UN ÍCONO CULTURAL
ARGENTINO**

**Principales exportadores mundiales en
valor:**

Alfajores: Alemania (12,73%), Estados Unidos (8,83), Francia (8,40%), Canadá (7,81%) y Bélgica (6,91%). Argentina: 0,21%.

Fuente: DCA en base a UNComtrade

Consumo mundial:

Argentina: 1Kg per cápita por año (44.500 toneladas por año). Se estima en 20 unidades por persona al año.

→ **Tendencias del Mercado Internacional**

A nivel mundial el consumidor está cada vez más educado no sólo en cuanto al etiquetado e información nutricional de los productos que consume, sino también en cuanto a la calidad, por lo cual aprecia la calidad de los ingredientes, pudiendo diferenciar, por ejemplo, entre un baño de repostería y uno de chocolate puro. También, se registra una tendencia de consumo de alfajores elaborados con ingredientes integrales como alternativa a la harina de trigo, por ejemplo, tapas elaboradas con harina de algarroba. También, se tiende a incorporar semillas y frutos secos como fuentes de vitaminas y minerales (semillas de chía o almendras o maní molidas)

Contexto internacional

Si bien Argentina es el principal productor mundial de alfajores, de acuerdo a Jorge D'Agostini, autor del libro "Alfajor argentino, historia de un ícono", no se correlaciona con el posicionamiento internacional como exportador; no solo porque la mayor parte de la producción está destinada al mercado interno, sino también porque el contexto internacional se puede analizar solamente con la posición arancelaria a seis dígitos 190590, que además de alfajores comprende otros productos derivados de la galletería. Fuente: UN Comtrade, dato correspondiente al año 2016.



Intercambio comercial

→ Año 2017

Golosinas:

Productos AyB en Golosinas	Millones de USD FOB	Miles de Toneladas	Participación en valor (%)
Cacao y sus preparaciones	99,6	14,3	56,8
Confecciones de azúcar	37,0	18,2	21,1
Goma de mascar	14,2	1,5	8,1
Alfajores	9,0	2,1	5,1
Barquillos y obleas	7,9	3,2	4,5
Otras golosinas	6,2	2,7	3,5
Confecciones de chocolate	1,0	0,2	0,6
Caramelos	0,6	0,1	0,4
Total 2017	175,4	42,2	100,0

Fuente: DCA en base a INDEC.

Como ya se mencionara, las exportaciones de Alfajores en 2017, representaron el 5,1% del total del valor exportado de Golosinas, de esta manera este segmento de productos representa un valor importante de divisas externas a la economía nacional.

Alfajores:

	2017	2016	VAR 17/16 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	9,0	8,4	6,3
Volumen (Miles de Toneladas)	2,1	1,9	8,3
Precio prom (USD FOB/Ton)	4.317,5	4.396,8	-1,8
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	0,01	0,01	-0,7
Volumen (Miles de Toneladas)	0,00	0,01	-27,4
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.886,4	2.109,7	36,8

Fuente: DCA en base a INDEC.

Los principales orígenes son Corea del sur y Chile, con 93,6% y 6,4% del valor total importado, respectivamente.

Cinco empresas concentraron el 89,0% en valor y el 85,3% en volumen de las exportaciones. El bloque exportador se constituyó de un total de 20 empresas.

En cuanto a las empresas importadoras, solamente una concentró el total del valor y del volumen adquirido a mercados externos.



Principales mercados de destino de las exportaciones

Alfajores:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de Toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del Valor
Paraguay	1,79	0,41	4.411,4	20,01
Chile	1,59	0,57	2.796,0	17,74
Uruguay	1,27	0,33	3.872,4	14,20
Brasil	0,77	0,11	7.149,3	8,59
EE.UU.	0,72	0,10	7.320,1	8,00
Otros	2,82	0,57	4.978,2	31,46
Total	8,97	2,08	4.317,5	100,00

Fuente: DCA en base a INDEC.

Representando una participación del 20% respecto al valor total exportado en 2017, Paraguay fue el principal país destino de los alfajores argentinos. Le siguen Chile, Uruguay, Brasil y por último, Estados Unidos. Este último registró el mayor precio promedio de exportación respecto a los restantes cuatro principales mercados de destino. Los alfajores que se vendieron a menor precio promedio fueron los destinados a nuestro país vecino Chile, nuevamente considerando los principales mercados destino.

→ 1er Bimestre 2018

Alfajores:

	1er bim. 2018	1er bim. 2017	VAR 1er bim. 18/17 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	1,1	1,0	6,8
Volumen (Miles de Toneladas)	0,2	0,2	25,3
Precio prom (USD FOB/Ton)	4.297,9	5.043,9	-14,8
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	0,0018	0,0007	144,3
Volumen (Miles de Toneladas)	0,0001	0,0002	-50,0
Precio prom (USD FOB/Ton)	21.316,1	4.363,1	388,6

En este periodo (2017) el único origen es Corea del Sur, y en el mismo periodo 2018, el único ingreso proviene de Chile.

Fuente: DCA en base a INDEC.

De un total de nueve empresas exportadoras durante este período, tres concentraron el 84,3% en valor y el 76,0% en volumen de las exportaciones de producto.

En cuanto a las empresas importadoras, solamente una concentró el total del valor y del volumen adquirido a mercados externos.



Principales mercados de destino de las exportaciones

Alfajores:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de Toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del Valor
Uruguay	0,21	0,05	3.902,8	19,92
Paraguay	0,18	0,05	3.930,2	17,07
Israel	0,17	0,04	4.165,0	15,98
Brasil	0,15	0,02	8.044,8	14,50
Chile	0,11	0,03	3.293,0	10,00
Otros	0,24	0,05	4.379,3	22,53
Total	1,05	0,24	4.297,9	100,00

Fuente: DCA en base a INDEC.

En el primer bimestre de 2018, el principal destino de este producto fue Uruguay, seguido por Paraguay. Ambos países limítrofes y miembros del Mercosur registraron prácticamente el mismo volumen de compra. En tercer, cuarto y quinto lugar se posicionan Israel, Brasil y Chile respectivamente; Brasil registró el mayor precio promedio del grupo de los cinco principales mercados de destino por 8.044 USD FOB/Ton.

ACTUALIDAD

- XXI FIESTA NACIONAL DEL ALFAJOR en La Falda, Provincia de Córdoba. Del 13 al 15 de Octubre, 2018. Organizada por el gobierno de La Falda, Prov. De Córdoba. Para más información se puede visitar el siguiente link <http://www.fiestadelalfajor.gob.ar/programa.aspx>
- TECNOFIDTA: La Exposición Internacional de Tecnología Alimentaria, Aditivos e Ingredientes está organizada por Messe Frankfurt Argentina con el apoyo de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios (AATA) y la Asociación de Proveedores de la Industria de la Alimentación (AdePIA). Tendrá lugar en el Centro de Exposiciones de Costa Salguero, del 18 al 21 de Septiembre, 2018. Para más información puede visitar el siguiente link: <https://tecnofidta.ar.messefrankfurt.com/buenosaires/es/visitantes/bienvenidos.html>



Ministro de Agroindustria
Dr. Luis Miguel Etchevehere

Secretaría de Alimentos y Bioeconomía
Lic. Andrés Murchison

Dirección Nacional de Alimentos y Bebidas
Ing. Agr. Mercedes Nimo

Dirección de Cadenas Alimentarias
Ing. Agr. Patricia Parra
pparra@magyp.gob.ar

Técnica: Abril Drach