



CADENA de GOLOSINAS – RESUMEN: “Confecciones azucaradas”



Abril 2018

La denominación de “Confecciones azucaradas” hace referencia a un grupo de productos cuyo principal ingrediente es el azúcar, muchos de estos son denominados también “productos de confitería” aunque este último incluye además otros alimentos no contemplados en el presente informe.

En el Código Alimentario Argentino (CAA), se especifica en el capítulo X: “Alimentos azucarados”, bajo el título “Productos de confitería”, y dentro de los artículos que comprende, se destacan el 787 (Fondant), 788 (Bombones frutales), 789 (Caramelos), 794 (confites y grageas), 795 (Pastillas), 796 (Pastillas), 797 (Pastillas), 798 (Mazapán), 800 (turrón). Si bien todos ellos presentan como ingrediente común al azúcar, el resto de sus ingredientes pueden ser muy variados.

Se puede decir que las confecciones azucaradas son productos elaborados a base de azúcar y pueden incluir, jarabes de glucosa y fructosa, gomas, colorantes, aromatizantes entre otros aditivos; algunos también contienen grasa o manteca.

Su composición nutricional es elevada en azúcares. Aquellos productos que no contienen grasa superan el 55% en azúcares; mientras que aquellos que introducen materia grasa presentan un 40% de azúcares y alrededor de 15% de grasas.

Mercado Nacional

De acuerdo a la localización de las empresas elaboradoras, la producción de confecciones azucaradas se concentra fundamentalmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba. Las dos primeras presentan producción de confecciones de azúcar, productos de chocolate y alfajores; en Córdoba sobresale la tradicional industria de alfajores regionales.

Materia prima

Los productos a base de azúcares están conformados en mayor porcentaje por azúcar (sacarosa) y/o jarabes de glucosa o fructosa. Los otros ingredientes que diferencian los distintos tipos de dulces son: leche en polvo, manteca, emulgentes, gomas (funcionalidad: agentes gelificantes/ hidrocoloides), colorantes naturales y/o artificiales, aromatizantes y edulcorantes.



Variedades

La variedad de productos, sabores, colores y combinaciones de productos dentro de esta categoría es inmensa. Entre los productos más tradicionales y populares se destacan los caramelos, según su consistencia pueden ser duros, blandos o masticables, de distintos sabores como frutales, de leche y ácidos. Otros productos muy conocidos son las pastillas, de goma, de mentol, de regaliz, etc. A su vez, los confites y grageas son muy conocidos dentro de este sector, sobre todo por quienes se dedican a la decoración de tortas. Por último, se destacan otros productos como los bombones de fruta, el nougat (pasta semidura de sacarosa y glucosa con clara de huevo y agregado de diversas frutas secas), candies de maní (compuesto maní ligado con caramelo) y el fudge (tipo de bombón intermedio entre los caramelos y los fondants).



Principales provincias productoras

(de acuerdo a la localización de las principales empresas)

- Buenos Aires
- Santa Fe

• Actividad industrial

En la elaboración de confecciones de azúcar se obtienen caramelos, pastillas, chupetines, bombones y confites; todos estos productos se manufacturan con diversas formas, tamaños, colores e inclusive pueden presentarse rellenos y/o con coberturas. Entre los mencionados, se estima que los caramelos son los que presentan mayor participación en valor de producción total, seguidos por las pastillas, chupetines, bombones y confites.

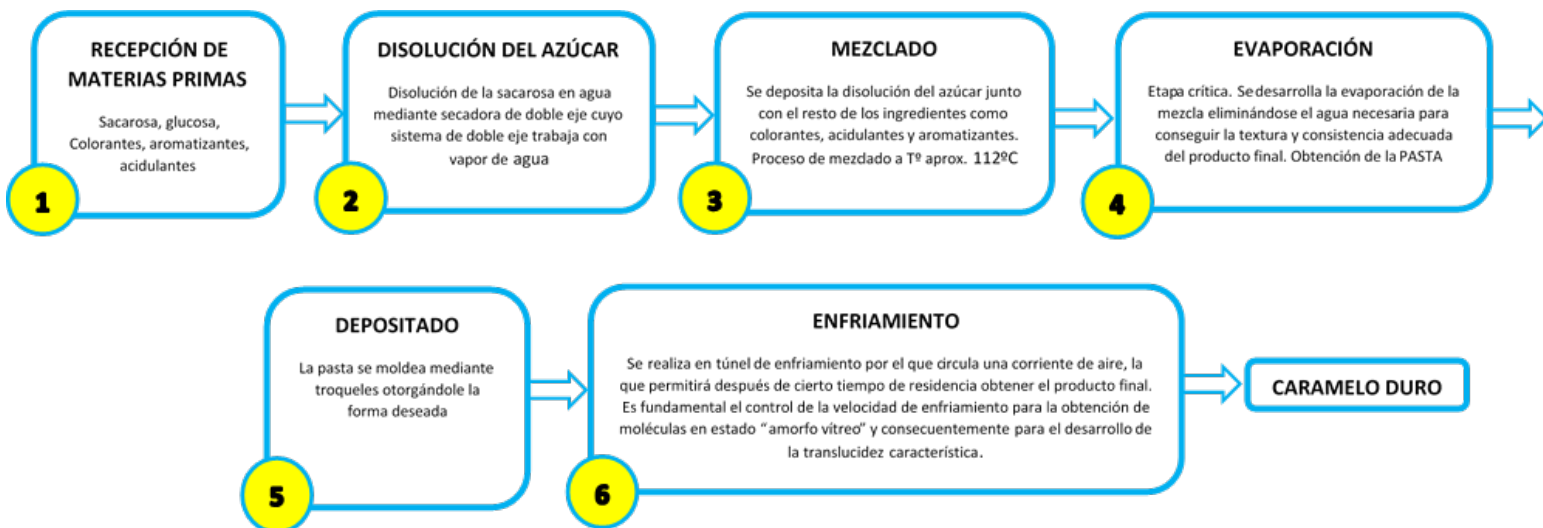
Caracterización de la industria

Se estima que en total el país cuenta con más de 120 compañías productoras de golosinas, en su mayoría pequeñas y medianas empresas (PyMES), sin embargo en Argentina, prácticamente una empresa concentra gran parte del mercado de las confecciones azucaradas, existiendo otras 4 firmas que también aportan una parte importante de la oferta, aunque compiten en otro sector de las golosinas como es la industria chocolatera.

Siendo los caramelos el producto más importante de esta categoría, se presenta un esquema de su proceso de elaboración industrial:



Esquema del proceso de elaboración de caramelos duros:



Fuente: DCA en base a "La ciencia de las golosinas" de W. P. Edwards

Se debe tener muchos recaudos en la elaboración de **caramelos duros**, ya que podrían resultar defectuosos, presentando *granulación* y *pegajosidad*, atribuidos a la proporción de las materias primas, a las condiciones de proceso en cada operación unitaria y, a las condiciones de almacenamiento.

Mercado Internacional

Para el análisis del comercio mundial se consideró la posición arancelaria a 6 dígitos 170490, correspondiente a "confecciones azucaradas (excluye goma de mascar, e incluye chocolate blanco) sin cacao", consecuentemente los datos de comercio internacional son aproximados, ya que suma al chocolate blanco en la denominación realizada acerca de los productos incluidos en "Confecciones azucaradas".

Los países que exportaron estos productos al mundo en 2016 fueron 128 liderando las exportaciones mundiales de los últimos 3 años, Alemania, seguida por China, Bélgica, Países Bajos y otros.

Principales exportadores mundiales en valor:

Confecciones azucaradas (excluye goma de mascar, e incluye chocolate blanco) sin cacao: Alemania (10,9%), China (7,6%), Bélgica (7,2%), Países Bajos (6,3%), México (5,6%), Estados Unidos (5,3%), España (4,9%), Canadá (4,6%), Turquía (3,6%), Polonia (3,4%) y Reino Unido (2,5%).

Consumo mundial:

Confecciones azucaradas: En Argentina se estima un consumo per cápita de 1,7 kg al año (74.876 toneladas al año). En Alemania se estima el consumo anual per cápita en 5,7 Kg. (*confecciones de azúcar sin considerar al chocolate blanco*).



• Tendencias del Mercado Internacional

Desde ya hace algunos años se registra una inclinación hacia el consumo responsable. Si bien se sostiene la tendencia hacia la búsqueda de sabores novedosos y ensamblados, el mayor apego se observa en la diversificación de la producción hacia opciones más naturales, libres de colorantes y otros aditivos artificiales. Esto se asocia al desarrollo de nuevas tecnologías para extraer de los ingredientes y aditivos naturales sus características sin perder la funcionalidad de los ingredientes.

También se ha instalado en el consumidor la búsqueda de opciones “más saludables”, en relación a los productos orgánicos y reducidos en grasas y azúcares. Actualmente, sobre todo una fracción del público adulto, se inclina por nuevas opciones como los “caramelos sin azúcar”.

Contexto internacional

Si bien no se conocen datos específicos de producción, entre los 128 países que han exportado confecciones azucaradas en 2016, Argentina se encuentra en la posición 37^º. A nivel mundial representa el 0,44% en valor.

Fuente: DCA en base a UNComtrade, dato correspondiente al año 2016.

Intercambio comercial de Argentina

→ Año 2017

Confecciones azucaradas:

	2017	2016	Var 17/16 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	37,0	36,6	1,21
Volumen (Miles de Toneladas)	18,2	18,8	-3,38
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.036,50	1.944,25	4,74
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	26,3	18,2	44,35
Volumen (Miles de Toneladas)	10,7	8,2	30,67
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.464,04	2.230,51	10,47

Los principales orígenes fueron Brasil y Ecuador, con 46,9% y 16,7% del valor total importado, respectivamente.

Fuente: DCA en base a INDEC.

Solo siete empresas conformaron el 79,8% en valor y el 84,0% en volumen de las exportaciones de producto del último año. El bloque exportador se constituyó de un total de 54 empresas.

En cuanto a las empresas importadoras, 6 conformaron el 81,0% del valor y el 81,2% del volumen adquirido a mercados externos, de un total de 31 empresas.



Cabe mencionar que los **caramelos** se constituyen en la categoría con mayor valor y volumen de exportación, observándose el 75,1% del valor y 64,5% del volumen exportado durante 2017.

Caramelos:

	2017	2016	Var 17/16 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	23,9	24,9	-3,95
Volumen (Miles de Toneladas)	13,7	14,3	-4,29
Precio prom (USD FOB/Ton)	1.749,1	1.742,8	0,36
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	10,6	6,0	78,13
Volumen (Miles de Toneladas)	5,9	4,3	36,40
Precio prom (USD FOB/Ton)	779,6	1.379,6	-43,5

Los principales orígenes fueron Brasil y México, con 57% y 21% del valor total importado, respectivamente.

Fuente: DCA en base a INDEC.

En este caso, fue una empresa la que se adjudicó el 95% del valor y el 98% del volumen de las exportaciones de caramelos, de un total de 12 empresas.

En cuanto a las empresas importadoras, cinco se adjudicaron el 83% del valor y el 89% del volumen adquirido a mercados externos, de un total de 24 empresas.

Principales mercados de destino de las importaciones argentinas

Confecciones azucaradas:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del valor
EE.UU.	8,0	5,8	1.387,2	21,6
Chile	5,9	2,9	2.018,8	15,9
Paraguay	4,6	2,0	2.238,1	12,4
Uruguay	3,6	1,4	2.488,0	9,7
Bolivia	3,2	1,7	1.844,6	8,5
Otros	11,8	4,3	2.748,9	31,9
Total	37,01	18,17	2.036,5	100,0

Fuente: DCA en base a INDEC.

Los principales países destino de las confecciones azucaradas en 2017 fueron, Estados Unidos, Chile, Paraguay, Uruguay y Bolivia.

Con el 22% de participación en valor, Estados Unidos, fue el principal destino de las exportaciones argentinas de confecciones azucaradas, al mismo tiempo que registró el menor precio de venta dentro de los principales países de destino de este producto, rondando en 1.387 US\$FOB por tonelada. Considerando los principales países destino, Uruguay es el que registra el mayor precio promedio de exportación, alcanzando los 2.488 US\$ FOB por tonelada.



Caramelos:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del valor
EE.UU.	7,8	5,6	1.393,0	32,5
Chile	4,3	2,3	1.887,3	17,8
Paraguay	2,5	1,3	1.914,7	10,4
Uruguay	1,9	0,8	2.327,4	7,9
Bolivia	1,8	1,2	1.495,7	7,4
Otros	5,7	2,5	2.255,3	24,0
Total	23,9	13,7	1.749,1	100,0

Fuente: DCA en base a INDEC.

Los mercados de destino de los caramelos coinciden con los de las confecciones azucaradas. Se entiende este esquema, debido a la amplia participación de los caramelos en el total de las confecciones azucaradas.

→ 1er Bimestre 2018

Confecciones azucaradas:

	1er bimestre 2018	1er bimestre 2017	Var 1er bim. 18/17 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	4,2	3,9	8,91
Volumen (Miles de Toneladas)	1,9	1,9	0,84
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.178,91	2.017,45	8,00
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	4,4	2,2	102,93
Volumen (Miles de Toneladas)	1,6	1,0	68,46
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.704,11	2.244,80	20,46

Fuente: DCA en base a INDEC.

Los principales orígenes fueron Brasil y Ecuador, con 43% y 20% del valor total importado, respectivamente.

De un total de 7 empresas exportadoras durante este período, dos se adjudicaron el 91,8% en valor y el 93,9% en volumen de las exportaciones de producto.

En cuanto a las empresas importadoras, 5 concentraron el 85,5% del valor y el 82,2% del volumen adquirido a mercados externos, de un total de 15 empresas.



Caramelos:

	1er bimestre 2018	1er bimestre 2017	Var 17/16 (%)
EXPORTACIONES			
Valor (USD FOB Millones)	2,55	2,43	4,83
Volumen (Miles de Toneladas)	1,43	1,37	4,35
Precio prom (USD FOB/Ton)	1.781,9	1.773,7	0,46
IMPORTACIONES			
Valor (USD CIF Millones)	2,1	0,9	139,72
Volumen (Miles de Toneladas)	1,0	0,6	84,42
Precio prom (USD FOB/Ton)	2.034,4	1.565,1	29,99

Los principales orígenes fueron Brasil y México, con 60% y 31% del valor total importado, respectivamente.

Fuente: DCA en base a INDEC.

Para este período, al igual que en el año 2017, solamente una empresa se adjudicó el 92,4% en valor y el 98,3% en volumen de las exportaciones de caramelos. El bloque exportador se constituyó de un total de 5 empresas. En cuanto a las empresas importadoras, 4 se apropiaron del 91,4% del valor y el 91,7% del volumen adquirido a mercados externos, de un total de 12 empresas.

Principales mercados de destino de las exportaciones

Confecciones azucaradas:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del valor
EE.UU.	0,77	0,56	1.370,7	18,3
Paraguay	0,67	0,31	2.172,7	16,0
Chile	0,54	0,22	2.437,4	12,7
Bolivia	0,53	0,31	1.701,9	12,6
Brasil	0,52	0,11	4.683,9	12,3
Otros	1,18	0,42	2.819,9	28,2
Total	4,21	1,93	2.178,9	100,0

Fuente: DCA en base a INDEC.

Durante el primer bimestre de 2018, el principal país destino de confecciones de azúcar fue Estados Unidos con una participación en valor de 18,3%, seguido por Paraguay (16,0%), Chile (12,7%), Bolivia (12,6%) y Brasil (12,3%). Entre los mencionados, se registró el mayor precio promedio de venta, 4.863 USD FOB por tonelada, en los productos vendidos a Brasil. Por el contrario, el menor precio de exportación se registró en los productos destinados a Estados Unidos por 1.370,7 USD FOB por tonelada.



Caramelos:

MERCADOS DE DESTINO	Valor (USD FOB Millones)	Volumen (Miles de toneladas)	Precio prom (USD FOB/Ton)	Part (%) del valor
EE.UU.	0,70	0,51	1390,38	27,56
Bolivia	0,44	0,27	1613,86	17,20
Paraguay	0,39	0,21	1903,82	15,37
Chile	0,35	0,15	2291,67	13,92
Uruguay	0,15	0,07	2349,67	6,06
Otros	0,51	0,23	2231,28	19,90
Total	2,55	1,43	1781,91	100,00

Fuente: DCA en base a INDEC.

En cuanto a los caramelos, si bien solo se trata del primer bimestre del año, se observa una tendencia similar al patrón de venta al exterior ocurrido en 2017. Estados Unidos lidera las compras de caramelos desde Argentina, le siguen Bolivia, Paraguay, Chile y Uruguay.

ACTUALIDAD



Tendencias en el consumo

Los kioscos son la principal vía de comercialización de estos productos de consumo masivo. A este canal le siguen en frecuencia de venta otros comercios minoristas como los minimercados y por último los supermercados y autoservicios - con menor variedad - los que principalmente lo ofrecen al momento de finalizar la compra, en la cercanía de las cajas, atrayendo al consumidor impulsivo, aunque también ofrecen la posibilidad de adquirir el producto en empaques de mayor volumen. Se estima, de acuerdo a diversas fuentes privadas, que el 85% de las confecciones azucaradas se comercializan a través de kioscos y minimercados, el 10% en comercios tradicionales y un 5% por medio de supermercados y autoservicios.

Los productos llegan a los comercios minoristas – kioscos y minimercados- a través de distribuidores y mayoristas que actúan de enlace con las empresas productoras. En el caso de los hiper y supermercados la venta se realiza en forma directa desde las empresas líderes; de esta manera, las grandes firmas utilizan hiper y supermercados para realizar promociones y venta de packs con varias unidades.

Las diversas estrategias empleadas por los equipos de marketing para llegar al consumidor siguen siendo efectivas por su enorme atracción visual y publicitaria obteniendo por ejemplo licencias de populares personajes para atraer no solo al público infantil y adolescente sino también, al público adulto. La gran variedad e innovaciones en sabores, formas, colores y opciones más “saludables” hacen que el público también crezca día a día en los nuevos lanzamientos,

Actualmente, sobre todo una fracción del público adulto, se inclina por nuevas opciones como los “caramelos sin azúcar”.



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