

1) Introducción

El presente informe se centra en las **galletitas y bizcochos industriales**, en sus diferentes variedades: **dulces y saladas**.

Una de las principales características de estos productos es que **se comercializan envasados, a diferencia de las elaboradas en las panaderías** tradicionales que se adquieren por peso (no incluidas en este informe).

Con la introducción en el país de las tecnologías de envasado modernas, la venta de galletitas y bizcochos industriales por peso- al mostrador a partir de latas o cajas que las contenían- quedó en desuso. Entre los beneficios del envasado fraccionado desde las industrias se encuentran: la prolongación de la vida útil, la mejor calidad visual del producto, la preservación de su integridad, la mayor posibilidad de brindarle al consumidor calidad y seguridad alimentaria, la información sobre ingredientes y composición nutricional, entre otros.

2) Definición técnica del producto

La definición de estos productos en el **Código Alimentario Argentino** (C.A.A.), Capítulo IX “Alimentos Farináceos - cereales, harinas y derivados”, es la siguiente:

Art. 760: *"Con la denominación genérica de Galletitas y Bizcochos (Cakes, Crackers, Biscuits, etc.), se entienden numerosos productos a los que se les da formas variadas antes del horneado de una masa elaborada a base de harina de trigo u otras o sus mezclas, con o sin agentes químicos y/o biológicos autorizados. La masa podrá ser adicionada de:*

- a) Enzimas apropiadas,
- b) Cloruro de sodio (sal),
- c) Leche, leche en polvo, crema, almidón o féculas, caseinatos,
- d) Edulcorantes: azúcar, dextrosa, azúcar invertido, jarabe de glucosa o sus mezclas, los que podrán ser reemplazados parcial o totalmente por miel,
- e) Jugos vegetales, ácidos (cítrico, tartárico, láctico, málico, fumárico, adípico, glucónico, l-ascórbico o sus mezclas), así como la de sus sales alcalinas permitidas,
- f) Sorbitol, hasta 3,0% sobre producto seco,
- g) Frutas: secas, desecadas o deshidratadas, confitadas,
- h) Productos alimenticios; estimulantes o fruitivos; condimentos,
- i) Substancias grasas: manteca, margarina, grasas o aceites comestibles hidrogenados o no,
- j) Huevo entero; yema o clara, frescos, conservados o deshidratados,
- k) Aditivos: de acuerdo a lo establecido en el Art. 760 bis del presente Código (Res.Conj. SPRyRS 31/2003 y SAGPyA 286/2003, 24/04/2003)

Los productos terminados deberán cumplimentar las exigencias que se establecen en el Art. 766.

Podrán presentarse en forma de unidades aisladas o constituidas por dos o más adheridas entre sí por medio de productos alimenticios o preparaciones cuyos componentes se encuentren admitidos por el presente Código, y recubiertas o no parcial o totalmente con substancias o adornos cuyos constituyentes se encuentren permitidos."

Cabe mencionar que en diciembre de 2010, se sancionó la Resolución Conjunta 137/2010 SPReI y 941/2010 SAGyP, que insta a las empresas alimenticias a eliminar/ reducir las **grasas trans** de origen industrial de los alimentos. La misma fue incorporada al Código Alimentario Argentino, en su Capítulo III, art.155 tris:

“El contenido de ácidos grasos trans de producción industrial en los alimentos no debe ser mayor a: 2% del total de grasas en aceites vegetales y margarinas destinadas al consumo directo y 5% del total de grasas en el resto de los alimentos. Estos límites no se aplican a las grasas provenientes de rumiantes, incluyendo la grasa láctea. El plazo de adecuación a la modificación dispuesta será de hasta 2 años para aceites vegetales y margarinas destinadas al consumo directo y de hasta 4 años para los demás alimentos, a partir de la entrada en vigencia de la presente resolución”.

Este plazo se cumplió en 2014 con la campaña “**Argentina 2014 Libre de Grasas Trans.**”, y se trata de un aspecto que los industriales del sector galletero del país deben tener muy en cuenta.

Si bien las recomendaciones y tendencias mundiales hacia la reducción de la sal agregada (sodio) a los alimentos industriales aún no se encuentran reguladas en Argentina, el interés de los consumidores por esta cuestión hace que el sector ya trabaje en nuevas formulaciones o en el desarrollo de líneas de galletitas y bizcochos reducidas en sodio.

3) Variedades

Pueden identificarse los siguientes tipos básicos de galletitas industriales:

Segmentación para los tipos o variedades dulces:

- Dulces secas.
- Dulces tipo “María”.
- Dulces variedades.
- Dulces rellenas.
- Obleas (generalmente rellenas, también pueden estar bañadas y asociarse más a una golosina).
- Dulces rellenas bañadas (o alfajores), sin mención en este informe.

Segmentación para los tipos o variedades saladas:

- Crackers (puede incluir las de cereal o salvado)
- Galletitas de agua
- Galletitas *cracker* saborizadas

Esta amplia variedad muestra que las galletitas y bizcochos configuran un grupo de productos farináceos muy diverso. **Su consumo es tradicional en Argentina e integran la canasta básica de alimentos**, al punto que en la conformación del índice de precios al consumidor se incluyen específicamente las galletitas de agua y las dulces sin relleno.

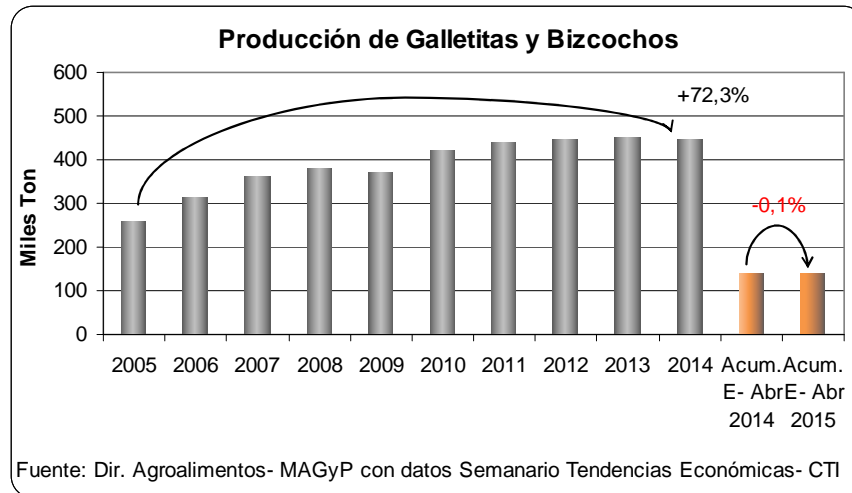
4) Producción

La industria galletera del país concentra principalmente en la provincia de Buenos Aires. Las plantas productoras se ubican mayormente cerca de los grandes centros urbanos, debido a que esto resulta estratégico para bajar los costos logísticos de distribución.

La producción de galletitas de variedades dulces se mantiene por encima de las saladas: 60%- 40%, respectivamente, según fuentes privadas.

La **producción anual de galletitas y bizcochos dulces y saladas**, registra una tendencia positiva y creciente desde el año 2005 hasta el 2014. En el primer cuatrimestre de **2015** se observa una producción muy similar a la de igual período del año anterior, con lo cual **se estima que se superarán las 425 mil toneladas**, como en 2014.

Hasta el año 2008 la tasa media de crecimiento anual de la producción de galletitas y bizcochos fue del 13,5%. Al año siguiente se registró una disminución interanual del 3%, que mayormente tuvo que ver con conflictos sindicales en una de las empresas más importantes del sector. **Entre 2005 y 2014 la producción creció 72,3%.**



5) Empresas

En el mercado argentino existe una importante atomización con más de 100 empresas medianas y pequeñas, que tienen una presencia muy fuerte a nivel regional. Entre las de mayor crecimiento en los últimos años sobresalen **Tía Maruca** -que se lanzó a fines de los 90, priorizando el canal de los kioscos-, los bizcochos *Don Satur* y *Nueve de Oro* (marca de **Molinos Cañuelas**) o marcas reconocidas en el Gran Buenos Aires tales como *Pitasas* (de la empresa **Par-Nor**) o *La Nirva* (Fuente: La Nación- 20 de julio de 2014).

La sociedad **Arcor- Danone** lidera con una participación del 50% el mercado total, según el gerente de Marketing de **Bagley**, seguida por **Kraft Foods (Mondelez International)**. Entre ambas, se reparten el 70% del mercado (Fuente: Clarín- 13 de noviembre de 2011).

Arcor - Danone y Mondelez International son las únicas dos grandes de la categoría, seguidas por algunas medianas, como **Don Satur** y **Granix** (Fuente: Clarín- 3 de junio de 2010).

La marca de galletitas **Okebon** (comprada por Alicorp en 2010) posee entre 8% y 10% del mercado de galletitas dulces secas, segmento que representa cerca de un 40% (Fuente: Clarín- 3 de junio de 2010).

Las principales marcas de **Bagley** (*Criollitas, Opera, Tentaciones, Rumba, Sonrisas, Merengadas, Melitas, Traviata*, entre otras) y **Kraft Foods-Mondelez International** (*Oreo, Pepitos, Melba, Duquesa, Variedades Terrabusi, Lincoln, Manon, Express, Cerealitas*, entre otras) dominan las góndolas y exhibidores, pero no son las únicas. La línea de **Granix** tiene una importante presencia con sus saladas sandwicheras y las más recientes *Frutigran*.

Tía Maruca Argentina es otra empresa destacada del sector. Nació en 1998 cuando la mayoría de las galletiterías tradicionales estaban desapareciendo y en 2009 concretó la apertura de su nueva planta industrial.

La marca "9 de Oro" de la empresa **Molino Cañuelas S.A.C.I.F.I.A.**, también es muy representativa del gusto de los argentinos. Desde el año 1985, Molino Cañuelas con la adquisición de una planta harinera en la ciudad de Rosario, incursionó en el mercado de las

galletitas dentro de una subcategoría conocida en Argentina como "bizcochos". Estos productos salados y dulces se diferencian de la categoría genérica por el formato, textura y sabor. Además, comercializa otras marcas en las categorías **crackers** y de salvado.

Fusiones y adquisiciones

- En 2008, **Molinos Río de la Plata** firmó una alianza con la firma chilena **Compañía Alimenticia de los Andes**, perteneciente a Empresas Carozzi. Se trató de un acuerdo para el desarrollo en conjunto del negocio de galletas y confites en Argentina. La alianza implicó una inversión de US\$ 12,5 millones. El acuerdo consistía en un contrato de compraventa de acciones con Comercial Carozzi S.A. para adquirir el 49,44% de las acciones de Compañía Alimenticia de los Andes S.A., por un precio de US\$ 12,5 millones de dólares. Carozzi es la compañía alimenticia líder y referente en Chile de pastas, galletas, caramelos, chocolates, harinas, arroz, cereales para el desayuno, pastas de tomate y pulpas de frutas. Entre sus marcas se destacan *Carozzi*, *Costa*, *Ambrofoli* y *Agrozzi* (Fuente: web Molinos Río de la Plata – Oct. 2008).
- En 2010, la pyme argentina **Sanford** (dueña de la marca *Okebon*) fue comprada por la empresa peruana **Alicorp**, que factura US\$ 1.500 millones al año y tiene operaciones en varios países de América Latina.
- En 2011, la división Alimentos de la multinacional **Pepsico** anunció la compra de la productora de galletitas **Dilexis**, ubicada en San Juan. Con sus marcas *Dale* y *Argentitas*, Dilexis lidera el segmento de bajo poder adquisitivo. También elabora para terceros como Coto y Walmart.

Inversiones

Año 2008

- **Granix** invirtió US\$ 2 millones para ampliar su planta con una nueva línea de producción de tecnología de avanzada. El 80% de la inversión en maquinarias fue de origen nacional, el 20% restante de origen italiano y el 25% de la instalación y puesta a punto fue realizada con proveedores del distrito. Esto permitió aumentar un 30% la producción de la planta de Baradero y 120 % la línea dulce, incorporar tres nuevos productos en 2009 y 56 puestos de trabajo. La empresa produce mensualmente unas 3 mil toneladas de las cuales 1.020 son cereales, 1.030 galletas *crackers* y 950 galletas dulces (Fuente: www.iprofesional.com- Nov 2008).

Año 2010

- La ampliación de la planta de la fábrica de galletitas **Dilexis**, demandó una inversión de \$ 4,3 millones y la incorporación de 200 nuevos empleados. Con esta inversión, la empresa dispone de una tercera línea de producción con la que aumenta su capacidad instalada en un 50% y una capacidad adicional de producción de 19.000 toneladas anuales. Así, la firma espera llegar a las 36.000 toneladas anuales, con productos de mayor valor agregado, como cereales, salados y baños en chocolate.

Dilexis es una empresa dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de galletitas tipo *crackers*, dulces y rellenas que además de producir para la Argentina, lo hace también para Angola, Uruguay, España, Paraguay y recientemente, Estados Unidos por unos US\$ 6 millones (25% de su producción, aproximadamente).

La firma, que en el proceso de fabricación utiliza solo insumos de origen nacional, adquirió la planta industrial de Sasetru S.A., en Albardón, Provincia de San Juan, con una infraestructura de 18.000 metros cuadrados.

Año 2011

- **PepsiCo Argentina**, líder en la producción y comercialización de alimentos y bebidas, inauguró una nueva línea de producción de galletitas de avena *Quaker*. Con esta inversión de US\$ 16,5 millones, la compañía finalizó el ambicioso plan de expansión 2009/2011 en sus instalaciones ubicadas en el Parque General Savio, de la Ciudad de Mar del Plata y consolida la primera planta industrial de alimentos multi-categoría en el Cono Sur.

El plan implicó una inversión total de cerca de US\$ 50 millones, que se realizó en tres etapas. En 2009 la inversión inicial se destinó a instalar una nueva línea de producción para *snacks* salados; en 2010, se concretó la segunda fase poniendo en marcha una exclusiva línea de horneados en la que se comenzaron a fabricar los productos de la marca *Twistos*; y finalmente en 2011, la línea de producción para fabricar las galletitas de avena *Quaker*.

La nueva línea que fabrica en diferentes variedades de galletitas de avena, permitió generar 100 nuevos puestos de trabajo, tiene una capacidad de producción mensual de 720 toneladas, e incorporó tecnologías y procesos más controlados con resultados de mayor calidad, considerando objetivos de sustentabilidad ambiental (Fuente: *Énfasis Alimentación On line*- 24/10/2011).

- **Tostex**, empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios a base de harinas instalada en Tres Arroyos, Buenos Aires, accedió a un crédito de \$ 8,1 millones para ampliar y modernizar las instalaciones de producción e incorporar nuevas líneas de productos: budines, madalenas y galletas de arroz. El proyecto permitirá cumplir con compromisos asumidos con empresas alimenticias, Bagley y Molino Cañuelas, para la producción a fazón de productos y generará 56 nuevos empleos permanentes (Fuente: Ministerio de Industria de la Nación- 19 Sep 2011)

Año 2012

- **El Grupo Arcor**, principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú, está realizando una inversión de US\$ 103 millones en su planta de galletitas ubicada en la localidad de Salto, provincia de Buenos Aires. La inversión –un proyecto que arrancó en 2010 y se extenderá hasta 2015– la convertirá en la planta de galletitas más grande de América Latina. Según explicaron en la compañía, liderada por Luis Pagani, se construirá una nueva nave y nuevas líneas de producción que agregarán 45.000 metros cuadrados a los 41.000 ya existentes.

Una vez finalizadas las obras, la planta tendrá 86.000 metros cuadrados. Generará 320 puestos de trabajo directos y permitirá aumentar la capacidad de producción en un 75%. Se continuará produciendo galletitas surtidas, *crackers*, obleas, *snacks* y nuevos productos. Las primeras líneas se pondrán en funcionamiento en marzo de 2012.

El predio industrial de Salto fue inaugurado por la empresa en 1995 como la planta de galletas más avanzada de la Argentina y marcó un punto de inflexión en la compañía, que intentaba ubicarse entre las líderes en ese negocio con lanzamientos como *Saladix*, *Maná* y *Diversión*, entre otras marcas (Fuente: El Cronista- Oct. 2011).

- **Tostex** desembolsó \$10,2 millones en nuevas tecnologías, aumento de la capacidad instalada en un 117% y diversificación de la oferta de productos de consumo masivo, como galletitas, tostadas, budines y madalenas. La empresa obtuvo un préstamo del Bicentenario de \$ 8,1 millones (Fuente: Ministerio de Industria de la Nación- 14 Nov 2014). La planta de Tostex fue inaugurada oficialmente el 31 de agosto de 2005

y comenzó a comercializar sus productos en el mes de noviembre de ese año. Posee 4 líneas de producción: de galletitas dulces, de tostadas, de grisines y de talitas y bizcochos.

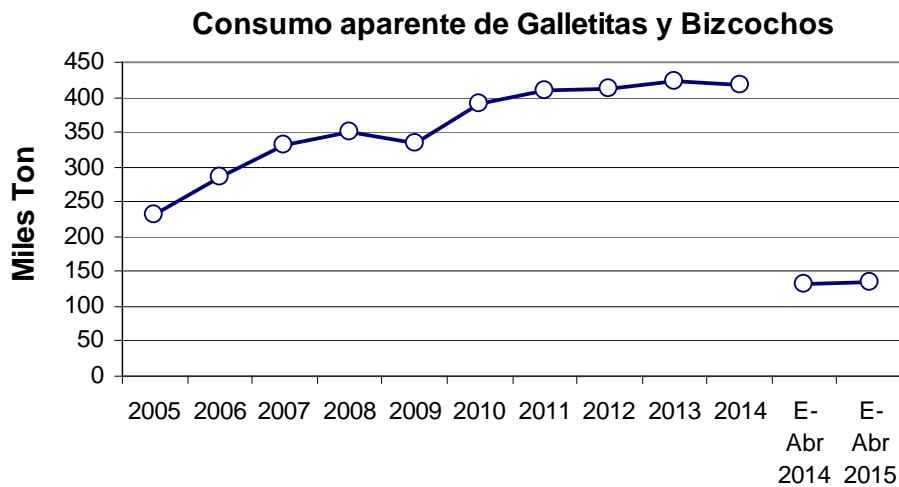
Año 2015

- La marca *Fantoche*, perteneciente a la empresa **Dielo S.A.**, reconocida por sus alfajores, presentó su línea de galletitas *Fantoche Fun*, cuya campaña publicitaria tendrá como protagonistas a los principales personajes de la familia The Simpsons, con una inversión cercana a \$1 millón (Fuente: Semanario Tendencias Económicas y Financieras - 31 Jul. 2015).

6) Consumo y mercado interno

Consumo aparente

La evolución del consumo aparente de galletitas y bizcochos durante el período comprendido entre los años 2005- 2014 fue positiva (incremento interanual del 79,9%). Esto fue de la mano con la recuperación de la producción que se registró en el período bajo análisis. Asimismo, entre los años 2005 a 2008 se constata una tasa media de crecimiento anual de este indicador del 14,6%, para volver a crecer nuevamente entre el 2010 y el 2013 a una tasa media anual del 2,7%. **En 2014 el consumo alcanzó un volumen próximo a 420 mil toneladas.**

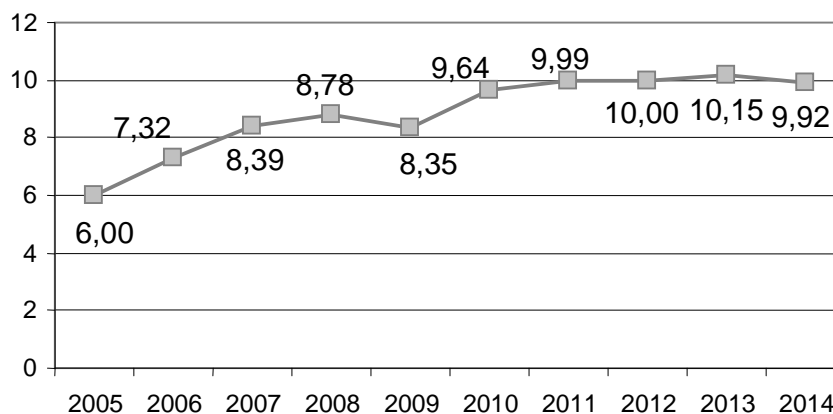


Fuente. Dir. Agroalimentos-MAGyP con datos INDEC y Tendencias Económicas y Financieras- CTI

Consumo *per capita*

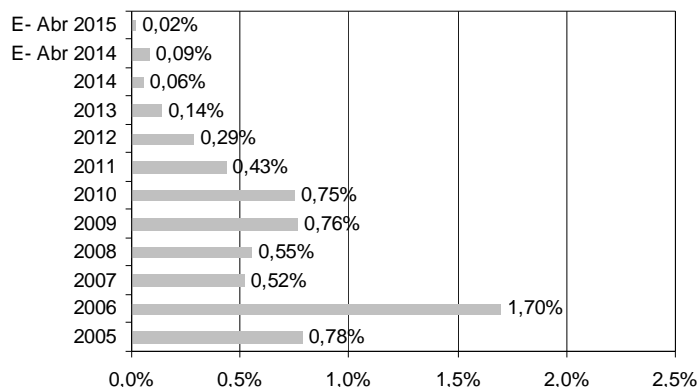
A partir de 2005 el consumo *per capita* de galletitas y bizcochos registró una tendencia creciente y sostenida que continuó hasta 2008, con una tasa media de crecimiento anual del 13,5%. Entre 2010 y 2013 la tasa media de crecimiento anual para este indicador resultó menor que la de la primera etapa mencionada y ascendió a 1,7%.

En 2014 el consumo *per capita* de galletitas y bizcochos se aproximó a los 10 Kg./hab./año.

Consumo per capita de Galletitas y Bizcochos. Kg/hab/año.

Fuente. Dir. Agroalimentos-MAGyP con datos INDEC y Tendencias Económicas y Financieras- CTI

En el período 2005 a 2014, las galletitas y bizcochos **importados representaron siempre menos del uno por ciento de la producción**. En 2006 se alcanzó una participación excepcional de 1,6%.

Participación en el consumo argentino de las Galletitas y Bizcochos importados

Fuente: Dir. Agroalimentos- MAGyP con datos Tendencias Económicas y Financieras-CTI e INDEC

Dinámica del mercado interno

Las galletitas dulces figuran entre los cuatro productos de consumo masivo que registran mayor demanda en los hogares argentinos (fuente: Telam- 29 Abr 2015). Según datos de la consultora Kantar Worldpanel, los porcentajes de penetración en los hogares son del 72,5% para las galletitas dulces y del 67,3% para las galletitas saladas.

Según la Biscuits director SC de Mondelez (Kraft Foods), el consumo de galletitas de agua creció mucho, registrando un 97% de penetración en los hogares. Las *crackers* son parte de la dieta diaria. El aumento en el precio del pan habría favorecido que los consumidores migraran hacia estas galletitas, con el consecuente crecimiento de la categoría en 2013 (Fuente: Clarín iEco- 11 May 2014).

Según el análisis sistemático que realiza Kantar Worldpanel en base a los hábitos de compra de 3.500 hogares de Argentina, en los meses de primavera y verano las galletitas y bizcochos pierden volumen, relacionándose esto con una compra menor por acto y también por una frecuencia de compra más baja, siendo las más afectadas las galletitas dulces. (Fuente: Énfasis Alimentación- 21 Nov 2013).

Las ventas de 2014 de galletitas y bizcochos de Arcor (Bagley Argentina), le permitieron conservar el liderazgo en el mercado doméstico. Como se destaca en la Memoria y Estados Financieros de su Ejercicio Económico N°54 (fecha: 31-12-2014), el mercado de galletitas y bizcochos en Argentina tuvo un crecimiento menor al de años anteriores y heterogéneo entre los segmentos, con caídas en los de mayor valor agregado y crecimiento moderado en los de mayor conveniencia. Se caracterizó también por el mayor crecimiento de los productos familiares frente a los productos individuales o de impulso.

El Grupo Mondelez (Kraft Foods) también aumentó sus ventas de galletas en Argentina. “Pepitos”, una de las marcas líderes del mercado, en 2013 registró un crecimiento del 12% en comparación con el año anterior. En el segmento de galletas con *chips*, “Pepitos” es la primera marca en ventas y la segunda, después de *Oreo*, en el segmento de dulces no surtidas. Las crackers, como por ejemplo “Express”, son uno de los segmentos de mayor consumo, ocupando un lugar preponderante en el almuerzo y cena de las familias argentinas (Fuente: Tiempo Argentino- 16 Mar 2014).

PepsiCo, que en 2011 adquirió la fábrica sanjuanina Dilexis, se convirtió en un nuevo jugador en el mercado de las galletitas y bizcochos argentinos. En el último tiempo provocó una verdadera revolución con el lanzamiento de su línea de galletitas “*Toddy*”. La División de Alimentos de la Multinacional apostó a una estrategia con la modalidad del “boca a boca” y las redes sociales, así rápidamente “*Toddy*” se convirtió en una de las marcas líderes del negocio de galletitas dulces, compitiendo de igual a igual contra marcas más establecidas como la mencionada “Pepitos” (Fuente: La Nación- 20 Jul 2014).

7) Comercio exterior de Argentina

El análisis de las ventas y compras externas de las galletitas y bizcochos comprende las siguientes posiciones arancelarias:

Posiciones	AEC %	DIE %	DIEM (US\$/UE)	TE %	DII %	DEE %	RE %	DEI %	RI %
	Arancel Externo Común	Derecho de Importación Extrazona	Derecho de Importación Específico Mínimo	Tasa de Estadística	Derecho de Importación Intrazona	Derecho de Exportación Extrazona	Reintegro Extrazona	Derecho de Exportación Intrazona	Reintegro Intrazona
1905.31.00.111 A 1905.31.00.112 C 1905.31.00.113 E 1905.31.00.119 T 1905.31.00.191 B 1905.31.00.192 D 1905.31.00.193 F 1905.31.00.199 U 1905.31.00.910 R 1905.31.00.920 V 1905.31.00.990 T 1905.90.20.110 Q 1905.90.20.120 U 1905.90.20.190 R 1905.90.20.910 J 1905.90.20.920 M 1905.90.20.990 K	18,00	18,00	-	0,50	0,00	5,00	0,00	5,00	0,00
Fuente: Dir. Nal. Transf. y Comerc. de Prod. Agrícolas y Forestales con datos de Tarifas- 4 de enero de 2012									

Tratamiento arancelario

Todas las galletitas y bizcochos tributan derechos de exportación del 5%, sin recibir reintegros. A su vez, las importaciones desde países diferentes a los del Mercosur pagan derechos de importación del 18%.

Exportaciones

En 2014 crecieron el volumen y el valor exportado de galletitas y bizcochos, en 1,5% y 1,0% interanual, respectivamente, **totalizando 31,8 mil toneladas por US\$ FOB 67,9 millones**, observándose una recuperación respecto al comportamiento en 2013.

Por otra parte, el valor unitario de las galletitas y bizcochos exportado en ese año disminuyó en un 0,6%, resultando un **valor unitario promedio de exportación de US\$ FOB 2.132 por tonelada**.

En el período bajo análisis, el año 2012 registró las exportaciones más altas en volumen y valor, con 36,5 mil toneladas y US\$ FOB 71,6 millones.

En el período acumulado enero-abril de 2015 se registraron envíos al exterior por 8,5 mil toneladas y US\$ FOB 18,9 millones, que comparativamente con igual período de 2014, significaron una variación negativa del 17,8% del volumen y del 12,8% del valor.

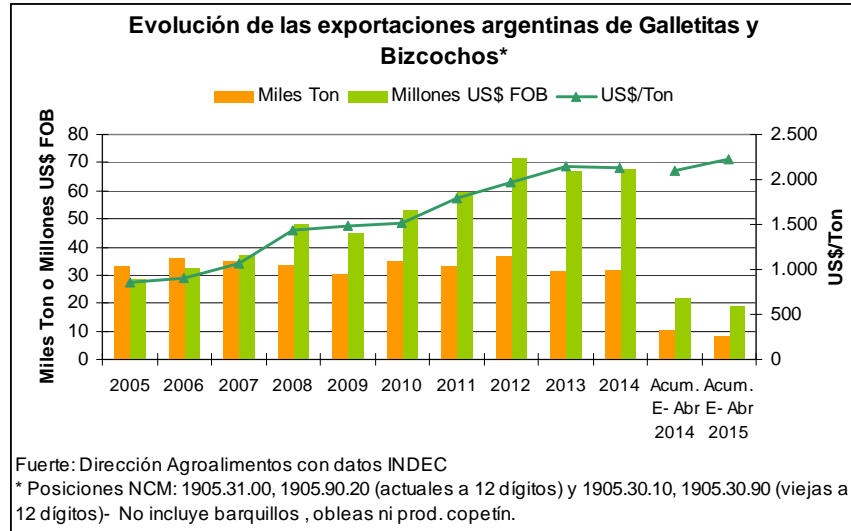
Evolución de las exportaciones argentinas de Galletitas y Bizcochos*						
Año	Volumen Miles Ton	Valor Millones US\$ FOB	Valor Unitario US\$/Ton	% Variación interanual		
				Volumen	Valor	Valor unitario
2005	32,78	28,14	858,3	-	-	-
2006	36,32	32,75	901,7	10,8%	16,4%	5,1%
2007	34,84	36,95	1.060,5	-4,1%	12,8%	17,6%
2008	33,67	48,21	1.431,6	-3,3%	30,5%	35,0%
2009	30,27	45,09	1.489,4	-10,1%	-6,5%	4,0%
2010	35,12	52,99	1.508,8	16,0%	17,5%	1,3%
2011	33,23	59,58	1.792,8	-5,4%	12,4%	18,8%
2012	36,50	71,64	1.962,7	9,8%	20,2%	9,5%
2013	31,34	67,21	2.144,5	-14,1%	-6,2%	9,3%
2014	31,82	67,86	2.132,4	1,5%	1,0%	-0,6%
Acum. E- Abr 2014	10,32	21,67	2.100,0	-	-	-
Acum. E- Abr 2015	8,48	18,89	2.228,5	-17,8%	-12,8%	6,1%

Fuente: Dirección de Agroalimentos con datos INDEC

* Posiciones NCM: 1905.31.00, 1905.90.20 (actuales a 12 dígitos) y 1905.30.10, 1905.30.90 (viejas a 12 dígitos)-

No incluye barquillos, obleas ni prod. copetín.

Entre los años 2014-2005, el comercio exterior de estos productos se redujo en volumen 2,9%, habiéndose incrementado el valor de los envíos en 141%. Esta última circunstancia guarda relación con el **crecimiento del valor unitario de exportación**.



Entre los años 2005 y 2009, los cinco principales destinos de exportación incluyeron siempre a Angola, Chile, Uruguay, Paraguay y Brasil. El primero de los países mencionados se mantuvo como el más importante en los cinco años (ordenados en función del valor de las exportaciones). A partir de 2010, Brasil fue desplazado por Bolivia, manteniéndose el resto de los principales destinos. Asimismo, desde 2010 Angola dejó de ocupar el primer lugar, debido a una retracción gradual de sus compras entre ese año y el 2012, que se acentuó en 2013 y 2014.

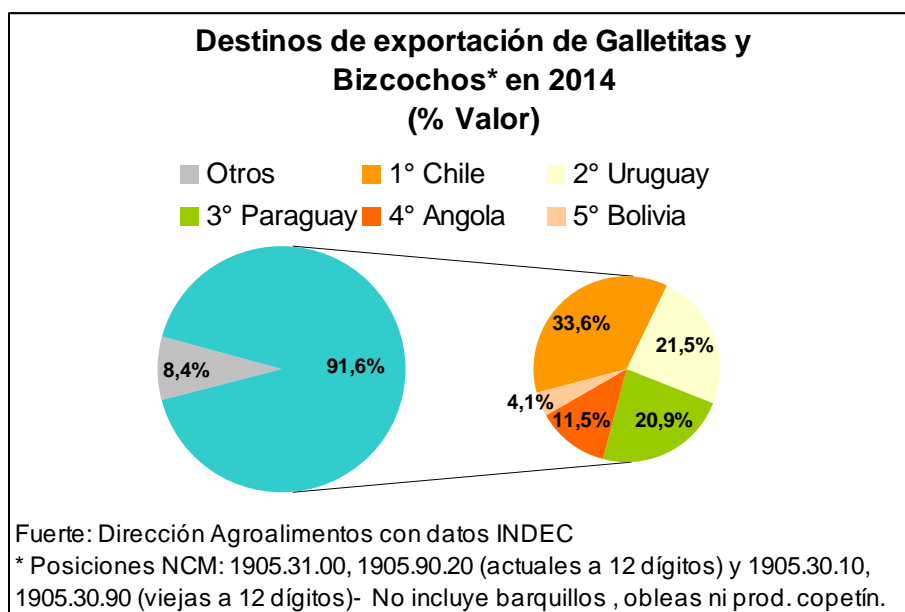
En 2014 el principal destino de las exportaciones fue Chile, con una participación próxima a 40%.

Cabe destacar también el incremento de la concentración de exportaciones entre los cinco primeros países de destino. Tanto en 2013 como en 2014 superó el 90%.

Exportaciones argentinas de Galletitas y Bizcochos* por destinos					
2014					
País Destino	Volumen	Valor	Valor unitario	Participación	
	Miles Ton	Millones US\$ FOB	US\$/Ton	% Volumen	% Valor
Chile	10,77	22,77	2.113,3	33,9%	33,6%
Uruguay	6,97	14,61	2.096,2	21,9%	21,5%
Paraguay	6,02	14,18	2.353,7	18,9%	20,9%
Angola	4,06	7,79	1.918,8	12,8%	11,5%
Bolivia	1,60	2,78	1.731,3	5,0%	4,1%
Otros	2,39	5,73	2.398,2	7,5%	8,4%
Total	31,82	67,86	2.132,4	100%	100%

Fuente: Dirección de Agroalimentos con datos INDEC

* Posiciones NCM: 1905.31.00, 1905.90.20 (actuales a 12 dígitos) y 1905.30.10, 1905.30.90 (viejas a 12 dígitos)- No incluye barquillos , obleas ni prod. copetín.



Importaciones

Desde el año 2011, las importaciones de galletitas y bizcochos vienen disminuyendo tanto en volumen como en valor. En 2014, las mismas fueron de 242 toneladas por US\$ FOB 735 mil, los menores envíos recibidos en el período bajo análisis.

En 2014 el valor unitario promedio de importación mostró una baja interanual de 5,3%, con US\$ FOB 3.047 por tonelada. Dentro del período bajo análisis, el valor más alto para este indicador fue en 2013, con US\$ FOB 3.218.

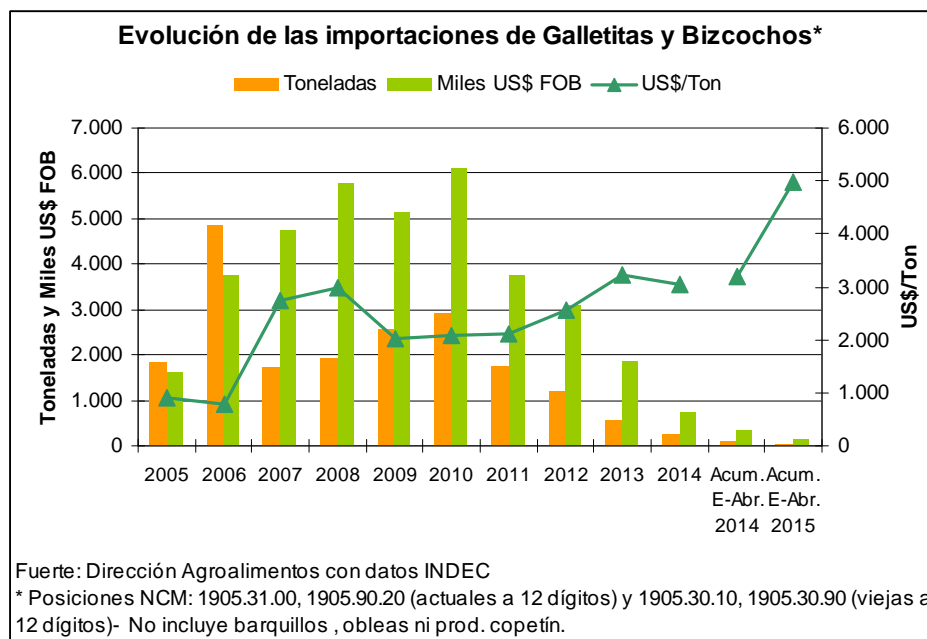
Cabe observar que 2010 fue el año donde Argentina registró el mayor valor de importaciones de galletitas y bizcochos (el mayor volumen correspondió al año 2006).

En el período acumulado enero- abril de 2015 las importaciones de galletitas y bizcochos descendieron más del 75% en volumen y 62% en valor. La mayor oferta de productos elaborados en Argentina, como consecuencia de un incremento en la producción y de la reducción de las exportaciones, estaría desplazando a los productos importados.

Evolución de las importaciones argentinas de Galletitas y Bizcochos*						
Año	Volumen Toneladas	Valor Miles US\$ FOB	Valor unitario US\$/Ton	% Variación interanual		
				Volumen	Valor	Valor unitario
2005	1.815,3	1.628,0	896,8	-	-	-
2006	4.842,6	3.774,3	779,4	166,8%	131,8%	-13,1%
2007	1.720,6	4.743,1	2.756,6	-64,5%	25,7%	253,7%
2008	1.931,3	5.754,4	2.979,5	12,2%	21,3%	8,1%
2009	2.554,8	5.137,3	2.010,8	32,3%	-10,7%	-32,5%
2010	2.932,7	6.109,4	2.083,2	14,8%	18,9%	3,6%
2011	1.772,6	3.767,3	2.125,3	-39,6%	-38,3%	2,0%
2012	1.199,5	3.080,3	2.568,0	-32,3%	-18,2%	20,8%
2013	579,7	1.865,3	3.217,6	-51,7%	-39,4%	25,3%
2014	241,2	734,9	3.046,8	-58,4%	-60,6%	-5,3%
Acum. E-Abr. 2014	114,8	365,9	3.187,6	-	-	-
Acum. E-Abr. 2015	28,2	139,8	4.965,6	-75,5%	-61,8%	55,8%

Fuente: Dirección de Agroalimentos con datos INDEC

* Posiciones NCM: 1905.31.00, 1905.90.20 (actuales a 12 dígitos) y 1905.30.10, 1905.30.90 (viejas a 12 dígitos)- No incluye barquillos , obleas ni prod. copetín.



En 2014, las importaciones de los cinco principales países de procedencia concentraron el 87% del valor del mercado. En 2005 la concentración era del 99% (con Brasil ostentando una participación del 80%).

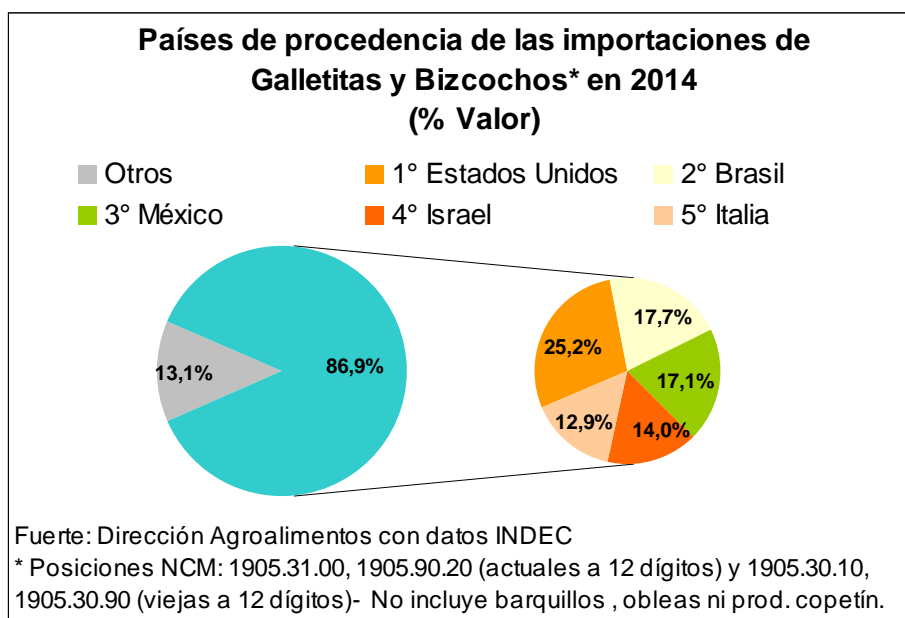
En los últimos tres años desde 2012, los cinco principales países de procedencia de las importaciones de galletitas han sido México, Brasil, Estados Unidos, Israel e Italia. Brasil fue el único país que ha formado parte del *ranking* de los cinco principales países de procedencia a lo largo de todo el período bajo análisis.

En el acumulado de enero a abril de 2015, Alemania acaparó el 52% del valor del mercado importador, seguido por Estados Unidos (15%) e Israel (12%). En el caso de realizar el ordenamiento por volumen, Israel ocupa el segundo puesto y Estados Unidos el tercero.

Importaciones argentinas de Galletitas y Bizcochos* por procedencia					
2014					
País procedencia	Volumen	Valor	Valor unitario	Participación	
	Toneladas	Miles US\$ FOB	US\$/Ton	% Volumen	% Valor
Estados Unidos	43,8	185,2	4.224	18,2%	25,2%
Brasil	64,8	130,2	2.009	26,9%	17,7%
México	40,0	125,8	3.144	16,6%	17,1%
Israel	43,0	102,6	2.386	17,8%	14,0%
Italia	12,7	95,1	7.509	5,2%	12,9%
Otros	36,9	96,0	2.605	15,3%	13,1%
Totales	241,2	734,9	3.047	100%	100%

Fuente: Dirección de Agroalimentos con datos INDEC

* Posiciones NCM: 1905.31.00, 1905.90.20 (actuales a 12 dígitos) y 1905.30.10, 1905.30.90 (viejas a 12 dígitos)- No incluye barquillos , obleas ni prod. copetín.



8) Mercado mundial

Según un ordenamiento realizado por Euromonitor para la Asociación Brasileña de las Industrias de Galletas, Pastas y panes y pasteles industrializados (ABIMAPI) tomando en cuenta las ventas en millones de toneladas, en 2014 Argentina figuró entre los primeros diez países del mundo como productor de galletitas y bizcochos.

Galletitas y bizcochos (Ventas - millones ton)						
Puesto	Países	2010	2011	2012	2013	2014*
1	China	2,590	2,767	2,949	3,020	3,124
2	Estados Unidos	2,129	2,157	2,162	2,213	2,240
3	India	1,289	1,406	1,529	1,663	1,744
4	Brasil	1,222	1,201	1,201	1,214	1,227
5	Rusia	0,669	0,691	0,750	0,790	0,819
6	Reino Unido	0,561	0,572	0,588	0,610	0,636
7	México	0,567	0,580	0,591	0,592	0,592
8	Italia	0,438	0,442	0,443	0,446	0,450
9	Argentina**	0,423	0,440	0,448	0,454	0,448
10	Francia	0,349	0,351	0,354	0,357	0,359
TOTAL		10,237	10,607	11,015	11,359	11,639

Fuente: Dir. Agroalimentos con datos de Euromonitor para ABIMAPI

*Valor estimado

**Datos Semanario Tendencias Económicas y Financieras del CTI

De acuerdo a la misma fuente, el valor de las ventas de galletitas y bizcochos de Argentina no alcanzó para integrar el *ranking* de los diez principales países con mayor mercado. Se estima que en 2014 las ventas de galletitas y bizcochos del conjunto de diez países totalizaron casi US\$ 55.500 millones.

Galletitas y bizcochos (Ventas - US\$ billones)						
Puesto	Países	2010	2011	2012	2013	2014*
1	Estados Unidos	12,982	13,215	13,481	14,030	14,468
2	China	5,651	6,494	7,339	7,731	8,278
3	Brasil	5,568	6,086	6,719	7,393	8,021
4	Reino Unido	3,472	3,671	3,975	4,146	4,295
5	Japón	4,213	4,214	4,129	4,107	4,124
6	Rusia	2,338	2,551	2,913	3,261	3,619
7	Francia	2,900	2,998	3,110	3,192	3,267
8	India	1,767	2,068	2,445	2,920	3,264
9	México	2,421	2,581	2,762	2,875	3,101
10	Venezuela	0,739	0,926	1,270	1,642	3,061
TOTAL		42,051	44,804	48,143	51,297	55,498

Fuente: Dir. Agroalimentos con datos de Euromonitor para ABIMAPI

*Valor estimado

En 2014 Argentina lideró la lista de los diez principales países consumidores de galletitas y bizcochos industriales, con un volumen en torno a los 10 Kg./hab./año.

Galletitas y bizcochos (per capita - kg/hab/año)				
Puesto	Países	Población 2014 (millones hab)	Volumen ventas 2014* (miles ton)	Per capita
1	Argentina**	42,03	448,4	10,67
2	Reino Unido	63,49	636	10,02
3	Italia	61,07	450,3	7,37
4	Estados Unidos	323,98	2.240,30	6,91
5	Brasil	202,96	1.227,10	6,05
6	Rusia	142,27	818,6	5,75
7	Francia	64,64	359,1	5,56
8	México	124,61	591,9	4,75
9	China	1.398,32	3.124,30	2,23
10	India	1.275,86	1.744,10	1,37

Fuente: Dir. Agroalimentos con datos de Euromonitor y

www.worldometers.info/world-population/population-by-country para ABIMAPI

*Valor estimado

**Datos Semanario Tendencias Económicas y Financieras del CTI e INDEC

Exportaciones mundiales de galletitas dulces

En Europa, el comercio de distintas variedades de galletitas dulces es muy importante. El gusto de los consumidores europeos por estos productos los ubica como los principales países exportadores e importadores del mundo. En 2014, Alemania fue el principal exportador, con una participación que representó el 12%¹ del comercio mundial.

¹ Dato aún parcial puesto que algunos países a la fecha- agosto 2015- no han enviado sus datos de comercio exterior para ser compilados en las bases de las Naciones Unidas.

Año 2014						
Exportaciones Mundiales de Galletitas Dulces*, ordenadas por valor						
Puesto	Principales Países	Volumen	Valor	Valor unitario	Participación	
	Exportadores ¹	Miles Toneladas	Millones US\$	US\$/Ton	% Volumen	% Valor
1	Alemania	211,9	842,9	3.978	9,1%	11,6%
2	Holanda	231,0	756,8	3.276	9,9%	10,4%
3	Bélgica	171,3	660,3	3.855	7,4%	9,1%
4	Reino Unido	114,8	496,1	4.323	4,9%	6,8%
5	México	159,3	365,4	2.294	6,9%	5,0%
6	Canadá	93,7	363,4	3.877	4,0%	5,0%
7	Francia	65,5	336,7	5.141	2,8%	4,6%
8	Polonia	88,9	311,2	3.501	3,8%	4,3%
9	Turquía	152,7	311,0	2.037	6,6%	4,3%
10	España	102,9	274,6	2.669	4,4%	3,8%
-	Otros	932,3	2.542,5	2.727	40,1%	35,0%
Totales²		2.324	7.261	3.124	100%	100%

Fuente: Dirección Agroalimentos con datos UN Comtrade database, Agosto 2015

* Posición HS: 1905.31

Nota1: Todavía no se encuentran disponibles los datos de algunos países sin embargo no son relevantes para este sector.

Nota2: Son totales parciales.

Según las bases de datos de las Naciones Unidas, en 2014 Argentina exportó 18,7 mil toneladas de galletitas dulces que representaron US\$ 42,7 millones, y un valor unitario promedio de US\$ 2.283 por tonelada. En relación al valor del mercado mundial, la participación Argentina alcanzó el 0,6%.

Asimismo, la información indica que Brasil exportó a nivel mundial 23,2 mil toneladas de estos productos por valor de US\$ 48,2 millones y un precio promedio de US\$ 2.078 la tonelada. Su participación en el comercio mundial de galletitas dulces fue del 0,7%.

Importaciones mundiales de galletitas dulces

En 2014, **el principal país importador a nivel mundial de galletitas dulces fue Estados Unidos**, cuyas adquisiciones representaron el con 14% del valor del mercado.

Cabe aclarar que Angola, uno de los principales compradores de galletitas y bizcochos argentinos, en los cinco últimos años no ha reportado sus datos de comercio exterior, de modo que los totales que se muestran deben considerarse parciales.

También es importante observar que China ha aparecido entre los diez principales países importadores de estos productos de alto valor agregado, situación que no se daba en 2010. Otra significativa particularidad es que el valor unitario promedio de las importaciones realizadas por China es el más alto entre todos los que se registran.

Año 2014						
Importaciones Mundiales de Galletitas Dulces*, ordenadas por valor						
Puesto	Principales Países Importadores ¹	Volumen	Valor	Valor unitario	Participación	
		Miles Toneladas	Millones US\$	US\$/Ton	% Volumen	% Valor
1	Estados Unidos	286,7	915,5	3.193	13,3%	13,9%
2	Francia	179,4	581,7	3.242	8,3%	8,8%
3	Reino Unido	128,1	509,7	3.979	5,9%	7,7%
4	Alemania	125,4	475,7	3.792	5,8%	7,2%
5	Bélgica	103,1	330,8	3.209	4,8%	5,0%
6	Holanda	112,6	270,7	2.404	5,2%	4,1%
7	Canadá	64,0	254,6	3.975	3,0%	3,9%
8	China	52,0	237,6	4.571	2,4%	3,6%
9	Italia	50,3	180,9	3.595	2,3%	2,7%
10	España	40,4	144,6	3.578	1,9%	2,2%
-	Otros	1.015,4	2.705,3	2.664	47,1%	40,9%
Totales²		2.158	6.607	3.062	100%	100%

Fuente: Dirección Agroalimentos con datos UN Comtrade database, Agosto 2015

* Posición HS: 1905.31

Nota1: Todavía no se encuentran disponibles los datos de algunos países sin embargo no son relevantes para este sector.

Nota2: Son totales parciales.

Fuentes consultadas

Código Alimentario Argentino - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) - Clarín iEco - El Cronista - Asociación de las industrias del Chocolate, las Galletitas y las Golosinas de Europa (CAO-BISCO por sus siglas en inglés)- Asociación Brasileña de las Industrias de Galletas, Pastas y panes y pasteles industrializados (ABIMAPI por sus siglas en portugués) - Base de datos de las Naciones Unidas *ComTrade* - Semanario Tendencias Económicas y Financieras del CTI-