

# Cadenas alimentarias

Lic. María José Cavallera  
Dirección de Industria Alimentaria

## Alfajores



El artículo 132 del Código Alimentario Argentino define como alfajor “*al producto constituido por dos o más galletitas, galletas o masa horneada, separadas entre sí por rellenos como mermeladas, jaleas, u otros dulces, pudiendo tener un baño o cobertura exterior.*”

Describe así un producto hijo de la pastelería árabe, trasladado por éstos a España, y que echó raíces tan firmes en la Argentina que virtualmente se ha convertido en un producto emblemático del país. Hay testimonios de su preparación en los conventos de la Córdoba colonial, y relatos de su consumo entre los convencionales que juraron la Constitución Nacional en 1853 en la ciudad de Santa Fe.

El alfajor es seguramente uno de los mejores exponentes del sector industrial de las golosinas ya que brinda por su valor de compra una excelente relación costo/beneficio.

- En la actualidad sus presentaciones suman decenas, y el consumo es de características masivas, en tanto que la producción ha ido acompañando los cambios de hábitos y niveles de compra de los argentinos. Pueden identificarse al respecto dos hitos importantes que se registraron en la última década.
  - El lanzamiento, por parte de varias marcas, 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), ganó las bandejas de los kioscos en el período 1999-2000 y es consumido frecuentemente como almuerzo o merienda rápida y económica.
  - La presentación del “*alfajor mini*”, básicamente dirigido a captar los consumidores que hacen dietas bajas en calorías y buscan productos gratificantes que sean de pequeñas porciones. Comenzaron a aparecer en los kioscos durante 2005, para incursionar con más fuerza en 2006. Este alfajor no compite dentro de la categoría “*alfajores simples o triples*”, sino que lo hace más bien con los bocaditos y/o las barras de cereales.
- Los alfajores son una de las categorías de productos más activa del mercado de las golosinas y la principal en cuanto a participación dentro de lo correspondiente al rubro chocolate.
- Su elaboración comprende un importante y heterogéneo conjunto de empresas, desde grandes firmas alimenticias multinacionales y nacionales, hasta un numeroso conjunto de pequeños y medianos establecimientos familiares diseminados en todo el territorio nacional.
- Existe un interesante mercado de alfajores artesanales, con distribución limitada debido a su pequeña escala de producción, y también marcas exclusivas de zonas de turismo cuyo producto se

vincula a determinadas características de cada región.

- El alfajor es la categoría de golosinas que más incrementó su consumo en los últimos tiempos y buena parte de sus principales industrias tiene vendida toda su producción sin haber encontrado todavía el techo de consumo.
- Según información de Ibope Argentina-TGI Argentina<sup>1</sup>, mayo-octubre 2007, más del 34 % de la población argentina consume alfajores, a un ritmo que llega a los 11 millones de unidades diarias. El 52% corresponde a la población de menores ingresos económicos, que consume en promedio un alfajor por día.
- Más de la mitad de los alfajores de todo el país son consumidos en la ciudad de Buenos Aires y su conurbano. El relevamiento 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. Según información de las empresas del sector, este segmento prefiere los alfajores triples rellenos con dulce de leche.
- Cabe señalar que el estudio no releva a los menores de 12 años, que según las empresas elaboradoras son importantes consumidores. Fuentes privadas estiman que en Argentina la primera compra independiente se realiza a los 8 años y las alternativas que los niños eligen para gastar el dinero están compuestas por caramelos,

alfajores, chocolates, juegos y juguetes.

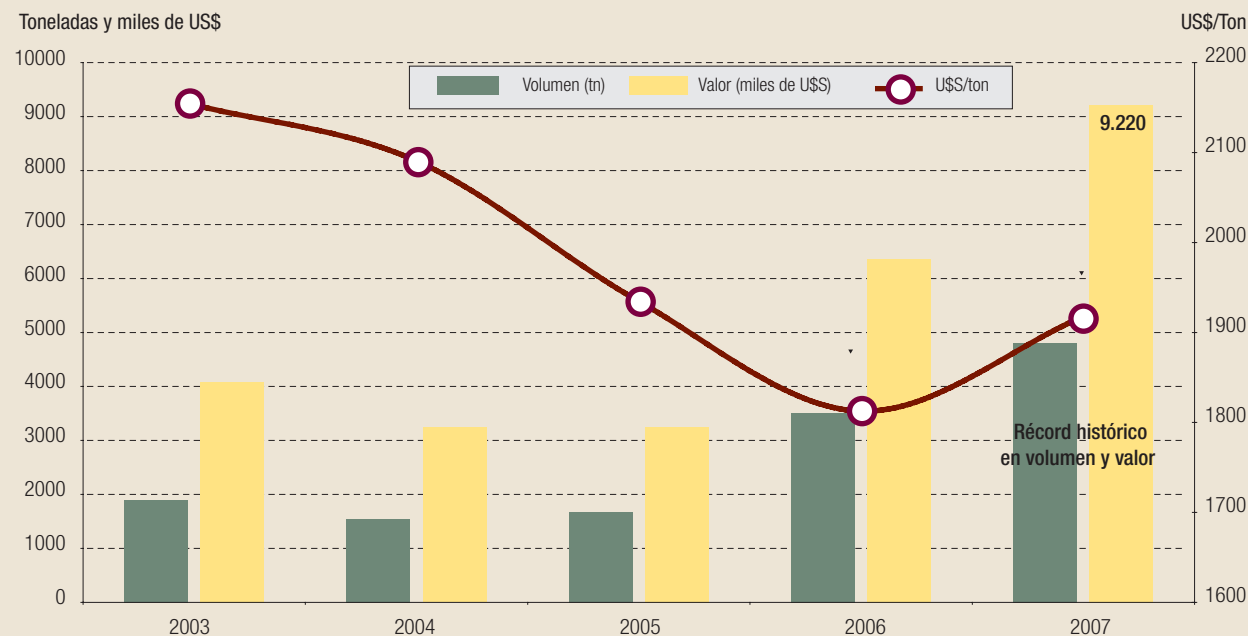
- Existe una amplia variedad de presentaciones y calidades que permiten una variada oferta de precios al consumidor (de \$ 0,50 a \$ 3,00). Cualquiera puede comprobar que las bandejas de los kioscos destinan un importante espacio a exhibir la variedad de sabores, tamaños, precios y marcas que integran la oferta de alfajores.
- Los alfajores 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.
- Datos privados revelan que en 2007 se invirtieron más de 15.000 millones de pesos en acciones publicitarias.

### Fronteras afuera

- Hace algunos años, los empresarios del sector alfarero, empezaron a explorar la posibilidad de que este producto, con tanta tradición argentina, pudiera ser comercializado en el exterior.
- Los alfajores comenzaron a exportarse en principio hacia los países vecinos, donde ya se los conocía, y luego se apuntó hacia destinos más alejados. Actualmente los alfajores argentinos pueden encontrarse en más de 40 países, entre ellos Israel, Estados Unidos, Francia y Australia.
- En 2007, se exportaron 4810 toneladas valuadas en 9,2 millones de dólares, marca que representó el record histórico de ventas de alfajores en volumen y valor.

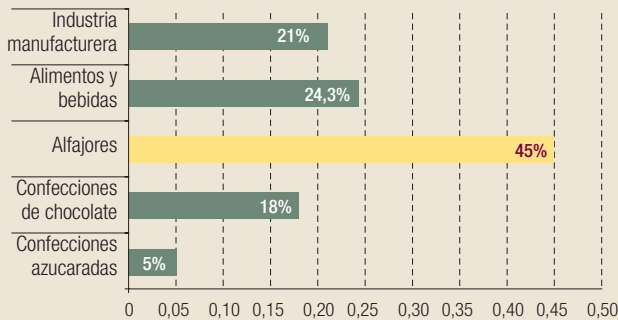
1 El universo abarcado por Target Group Index (TGI) incluye a las personas de 12 a 75 años de todas las ciudades de más de 50.000 habitantes. La muestra presenta informaciones de Capital y Gran Buenos Aires, Bahía Blanca, La Plata, Mar del Plata, Rosario, Córdoba, Alto Valle, Mendoza, Corrientes/Resistencia, Santa Fe/Paraná, Tucumán. A su vez el país se encuentra dividido en 5 regiones: Capital Federal y GBA, Cuyo/NOA, Buenos Aires/Córdoba, y Litoral.

### Evolución de las ventas externas de alfajores 2003/2007



Fuente: Dir. de Industria Alimentaria en base a datos de Aduana.

**Variación comparada de exportaciones de 2007 respecto a 2006, de la misma rama industrial y sector agroindustrial**



Fuente: Dir. de Industria Alimentaria en base a datos de Aduana.

- Respecto del 2006, el valor promedio por tonelada exportada creció un 6%, alcanzando los 1917 US\$/tonelada, lo que cambió la tendencia decreciente que se observaba desde principios del quinquenio.

La información consolidada del año 2007 muestra que la Industria de Alimentos y Bebidas creció un 3,3% más que el total de las Manufacturas Industriales. Continuando con dicho análisis, la comparación entre el crecimiento de las exportaciones de alfajores en relación a la Industria de Golosinas y al total de la Industria de Alimentos y Bebidas, permite observar que en 2007, la categoría “alfajores” superó marcadamente la variación alcanzada por el resto de los sectores en cuestión, alcanzando un crecimiento del 45% en valor y del 37% en volumen respecto al 2006.

- De acuerdo a distintas fuentes se registra una creciente demanda de este alimento en varios países de Latinoamérica y Europa.
- Al analizar las operaciones de 2007 por destinos, se verifica que el 77% de las ventas externas totales en dólares se concretaron con los países limítrofes, y que más de la mitad de ellas se realizaron con Chile. Nuestro vecino trasandino es, desde el año 2005, el mayor comprador de alfajores argentinos.

**Principales destinos en 2007**

Exportaciones	% total en valor
1º Chile	52%
2º Brasil	10%
3º Uruguay	9%
4º Paraguay	6%
5º Israel	4%
6º EE.UU.	2%

Fuente: Dirección de Industria Alimentaria en base a datos de Aduana

Prácticamente la totalidad de las operaciones a Chile se transportan en camión. En 2007 intervinieron 5 aduanas argentinas en el registro de exportaciones. La Aduana de Buenos Aires fue la más importante. Oficializó el 97% del total de operaciones al país vecino.

- En el período enero - mayo de 2008, se concretaron operaciones por 2110 toneladas valuada en 4,3 millones de dólares. Se exportó un 55% y 53% más en volumen y valor, respectivamente, que en los primeros cinco meses de 2007.
- Los valores cerrados en 2008 son aproximadamente la mitad del total exportado el pasado año, información que confirma la demanda creciente y sostenida que existe en el mundo por los alfajores argentinos.

*Hace muchos años que los argentinos de todas las edades son consumidores de este singular alimento. Ahora se ha comenzado a transitar con perspectivas firmes la senda de la exportación, poniendo a disposición de todo el mundo un producto que va convirtiéndose en un nuevo emblema de los alimentos argentinos.*

**Fuentes consultadas:**

ADGYA - Ibope Argentina - Monitor de Medios de Publicidad S.A. - Aduana - INDEC - Empresas del Sector.

**PRIMERA REUNIÓN NACIONAL**

En el mes de marzo se realizó la primera reunión nacional de empresas elaboradoras de alfajores. Ya se fijaron los objetivos, tareas a realizar y gestiones a encarar para que este sector agroalimentario protagonice el crecimiento que le auguran las excelentes perspectivas del mercado interno y externo.

De esta primera reunión, realizada en la ciudad de Buenos Aires, participaron 7 empresas elaboradoras de alfajores provenientes de diferentes regiones del país. Se prevé trabajar en la promoción interna y externa de los alfajores a través de la presencia en ferias, y el acompañamiento en todos los trámites vinculados con la producción y comercialización de este alimento.