



■ Nota de tapa

(Azúcar o edulcorante. 4<sup>a</sup> nota)

# El Nuevo Mercado de Edulcorantes

Nuevo informe del IDEP

**T**al como lo advertíamos en la nota inmediata anterior dedicada al tema que aquí nos ocupa, aguardábamos la inminente publicación, por parte del Área de Inteligencia Comercial del IDEP, de un nuevo informe acerca de la situación del mercado de los edulcorantes. Veníamos de examinar los ejes de la reflexión científica en torno a la disyuntiva “azúcar o edulcorante” que se ha instalado entre los consumidores de

la sociedad actual, modificando la estructura y la dinámica de la oferta y lo mencionábamos al poner en escena la voz del sector productivo tucumano, afectado por el desbalance entre oferta y demanda y por una serie de distorsiones competitivas que inciden en la rentabilidad de la producción en la actualidad<sup>1</sup>. Nos comprometimos entonces a contribuir a la difusión de esa información, cuando, como ahora, estuviese disponible.

Ya un informe previo de la misma fuente<sup>2</sup> -disparador de estas notas- advertía acerca del progresivo crecimiento de la oferta y el consumo de los sustitutos del azúcar durante los últimos años en perjuicio de esta última. En el que acaba de publicarse, bautizado precisamente “El nuevo Mercado de Edulcorantes”, queda claro no solo que decrece la participación del azúcar en relación al conjunto de sus actuales competidores, sino

<sup>1</sup> Avance Agroindustrial 36-2. “¿Tiene Futuro el Azúcar?” Entrevista a César Paz. Versión digital: [www.eaac.org.ar/publicaciones](http://www.eaac.org.ar/publicaciones)

<sup>2</sup> Ver: <http://idep.gov.ar/estadisticas/908/informe:-consumo-de-edulcorantes-no-caloricos-sinteticos>

que la proyección hoy -nacional y global, pero sobre todo nacional- es descendente<sup>3</sup>.

El nuevo documento producido por el IDEP, más amplio y más completo que el anterior, permite tener una idea mucho más articulada de los componentes y características del escenario en el que hoy el azúcar está obligada a jugar su partida. A requerimiento de Avance Agroindustrial, desde la misma oficina emisora se nos acercan algunas conclusiones que fundamentan esa interpretación. Las transcribimos aquí con el propósito de estimular su necesaria consulta y de proveer a nuestros lectores una sintética imagen del panorama que hay que tener en cuenta para un enfoque responsable del problema y de imaginar, en el mejor de los casos, el camino estratégico para sostener el merecido liderazgo del azúcar frente a sus competidores en un mercado cuya estructura y dinámica han cambiado radicalmente.

#### ■ Informa el IDEP

### 1 En diez años la oferta de azúcar perdió cuatro puntos de share del mercado de edulcorantes.

Con 39,6 kilogramos consumidos anualmente por habitante, al azúcar corresponde actualmente el 59,64% del mercado.

#### Evolución del consumo anual per cápita de los Edulcorantes en Argentina\*

	2003	2014
Edulcorantes No Calóricos Sintéticos	8 kg.	10.6 kg.
Edulcorantes derivados del maíz	13 kg.	16.2 kg.
Azúcar	36.63 kg.	39.6 kg.

\* Datos 2003 Cepal y 2013 computados por el IDEP; expresados en Kg equivalentes de azúcar.

### 2 El crecimiento del consumo de los sustitutos del azúcar durante la última década triplica al del azúcar.

Entre 2003 y 2013 el consumo per cápita ha crecido 7%; un porcentaje mucho menor al crecimiento poblacional (10,6%) y al de sus sustitutos como los edulcorantes derivados del maíz (25%) y los no calóricos sintéticos (25%) para el mismo período.

#### ■ Composición y dinámica del nuevo mercado

La nueva composición del mercado parece ser el punto de partida, con modificaciones más drásticas en los años venideros, en detrimento del azúcar. El reordenamiento de la oferta nacional de edulcorantes incluye estrategias y actores diferenciales del sector que han avanzado sobre el mercado con alternativas viables en la cadena de valor.

Productos que originalmente se endulzaban solo a base de azúcar han cedido lugar a otros edulcorantes que se adaptan de manera específica a los requerimientos y recetas. La velocidad de respuesta a las exigencias de la demanda es la fuente de ventajas competitivas y diferenciación.

**Una amplia gama de productos conforman el mercado de edulcorantes argentino.** En el estudio citado se distinguen y analizan **ocho productos endulzantes derivados del maíz, más otros subproductos que complementan la oferta producida en el país.** Su diversificación se ajusta a las especificaciones de la demanda, reconociéndose y promocionándose como insumos para una amplia gama de golosinas, bebidas y alimentos.

La producción está a cargo de cuatro firmas y seis plantas que

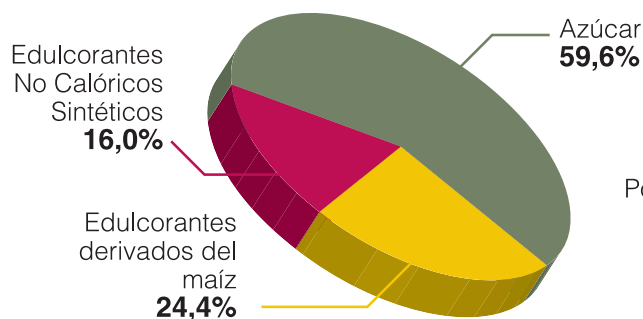
<sup>3</sup> Ver: <http://idep.gov.ar/estadisticas/1192/el-nuevo-mercado-de-edulcorantes-en-argentina>

**JDG**  
**neumáticos**

TUCUMÁN: Autopista J. D. Perón y Circunvalación - Tel.: (0381) 4280909  
 Av. Néstor Kirchner 2310 (Local 1) - Tel.: (0381) 4830666 - 4362262  
 YERBA BUENA: Rubén Darío 99 (Alt. Av. Aconquija 900) - Tel.: (0381) 4258100  
 SALTA: Av. Paraguay 2727 - Tel.: (0387) 4270500

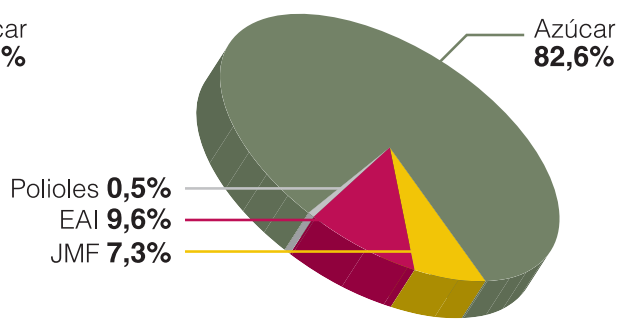
AGENTE OFICIAL  
**MICHELIN** **BFGoodrich**

## Composición del mercado Nacional



Fuente: IDEP

## Composición del mercado Internacional



Fuente: OIA

**Polioles:** Alcoholes del azúcar, endulzantes de bajas calorías. Se utilizan mayormente en golosinas y repostería y pueden identificarse en las etiquetas. **OIA:** Organización Mundial del Azúcar. **EAI:** Edulcorantes de Alta Intensidad. **JMF:** Jarabe de Maíz de alta Fructosa.

actualmente están invirtiendo para ampliar su capacidad. Son empresas de consolidada trayectoria en el sector alimenticio y avanzan en la cadena de valor impulsando nuevos usos de sus productos, o incorporando otros tipos de edulcorantes, ya sea azúcar de caña o edulcorantes no calóricos sintéticos.

Por parte de los edulcorantes no calóricos sintéticos, cinco diferentes variedades son las más reconocidas en el país, todas ellas importadas. Estas variedades se multiplican, ya que el modelo de aplicación de las industrias es utilizar combinaciones que generan sinergias cualitativas (mejoras del sabor) y cuantitativas (poder endulzante).

Las importaciones de edulcorantes no calóricos han avanzado a paso firme. Durante los últimos años este

proceso se aceleró. Las compras se destinan a varios fines: **industria farmacéutica, industria química, industria alimenticia, consumo como edulcorante de mesa y en industrias de bebidas sin alcohol.**

### Argentina y el mundo Crecimiento comparativo

En 10 años nuestro país cedió ante sus competidores el mismo porcentual de mercado que el mundo en los últimos 30.

Lo dinámico de la oferta y la demanda de edulcorantes plantea un panorama competitivo y cambiante. Se trata de un mercado sin monopolios. Sus participantes del lado de los sustitutos del azúcar plantean estrategias productivas y comerciales diferenciadoras que responden con presteza a las exigencias de la actualidad<sup>4</sup>.



<sup>4</sup> El listado de aspectos analizados en el reciente informe del IDEP, mucho más generoso que su antecesor, incluye: Demanda de azúcar y sustitutos. Precios internacionales del azúcar y sus sustitutos. Azúcar y sustitutos a nivel nacional. Producción nacional de azúcar. Edulcorantes derivados del maíz; variedades, empresas productoras, mercado argentino. El jarabe de maíz de alta fructosa, objeciones. El mercado de bebidas. Edulcorantes no calóricos sintéticos; variedades más utilizadas en el país, importación, precios, demanda por parte de diferentes industrias. Al final de cada apartado se señalan ahí los datos complementarios sobre los que es necesario aún trabajar.