



## La industria de alimentos y bebidas COPAL

COPAL- Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios- es una entidad que nuclea a 34 cámaras que representan algo más de 2.000 empresas distribuidas en todo el territorio nacional.

COPAL representa al sector más dinámico de la economía argentina en materia de empleo, desarrollo regional y fuente de divisas.

Representa:

Valor agregado, % del PBI total de Argentina: **5%**

Valor agregado, % del PBI Industria Manufacturera: **25,0%**

Exportaciones IAB en valor: **u\$s 22.580 millones**

Participación en las expo totales de Argentina en valor: **33,0%**

Importaciones IAB en valor: **u\$s 1.380 millones**

Participación en las impo totales de Argentina en valor: **2,4%**

Empleo directo, en puestos de trabajo: más de 500.000

Empleo indirecto, en puestos de trabajo: **1.272.000**

Inversiones anuales: **1.200 millones de dólares**

Utilización de la capacidad instalada (promedio anual): **75,9%**

Argentina ocupa entre el 6 y 7 puesto como productora y 10° como exportadora mundial de alimentos.

Si se analizan los principales indicadores de la industria de alimentos y bebidas (IAB), respecto de la PRODUCCION, la misma a lo largo de la última década sufrió distintas variaciones vinculadas con las crisis internacionales y con la situación que atravesó nuestro país en el 2008 (crisis del campo). En el 2011 el nivel de producción ha venido mejorando tratando de recomponer los valores logrados en años anteriores.

En cuanto a la cantidad de empresas, de acuerdo a los datos registrados por la AFIP en 2010, las mismas se acercan a las 4.500 distribuidas en todo el país, de las cuales el 94% son medianas, pequeñas y microempresas.

Si se analiza el comercio exterior, Argentina cuenta con una balanza superavitaria muy marcada: 22 a 1. Se exporta por más de 22.000 millones de dólares siendo un sector altamente competitivo, con mercados diversificados: 212 y con una oferta de productos muy importante que aún cuenta con potencial para incorporar mayor valor agregado a las ventas externas. Las importaciones apenas superan los 1.000 millones dólares.

El principal destino de las ventas argentinas es la Unión Europea, representando más del 25%. Esta situación genera que nuestro país esté muy pendiente de lo que pueda suceder con la crisis que atraviesa el mercado europeo dado que ya se observa una retracción de la demanda y del consumo y comienzan a visualizarse cambios de hábitos en los consumidores que pueden afectar la estructura de exportaciones de nuestro país.

Analizados por país, Brasil lidera el ranking de destinos de venta, con el 9% y le siguen Países Bajos y España.

Argentina es un país netamente agroexportador y en este marco, es líder en una gran cantidad de alimentos como productora y exportadora a nivel mundial. Muchos de estos productos cuentan con un alto valor agregado, como es el caso de los caramelos, alfajores, aceitunas, jugo concentrado de limón, por poner algunos ejemplos.

Durante el 2011, todos los indicadores del sector (producción, exportaciones, inversiones) han mostrado signos positivos intentando alcanzar los valores récords logrados previos a 2009. De todas formas, en el último trimestre se comienzan a observar rasgos de desaceleración en el crecimiento, resultado de la crisis mundial que comienza a sentirse en las economías emergentes.

## **ARGENTINA Y LA RELACION CON LA UNION EUROPEA**

Para Argentina la UE es un mercado estratégico por diversas razones: principal destino de sus ventas externas, compras de productos con distintos niveles de agregado de valor y de diferenciación, posibilidad de incrementar la oferta de productos para este destino. Se suma a ello que actualmente se está negociando un acuerdo de libre comercio Mercosur – Unión Europea que genera incertidumbre y a la vez expectativa respecto de los resultados que el mismo puede tener para la industria de alimentos y bebidas nacional.

Por otra parte, es uno de los mercados más exigentes del mundo. En forma permanente incorpora nuevos requisitos tanto de orden público (nuevos aranceles, barreras sanitarias y de calidad) como privado, primando éstos en los últimos años. El resultado ha sido que las empresas deban adecuarse a estas nuevas reglas de juego. Así se observa que en forma permanente se implementan sistemas de gestión de calidad y trazabilidad requeridos por la demanda. Ej. Se estiman actualmente en 558 las certificaciones de empresas

alimenticias que incluyen sistemas como HACCP, ISO, BPM, normas ambientales, como las más relevantes. Se está trabajando en la implementación del cálculo de la huella de carbono para distintos sectores (el más avanzado a nivel de cadena de valor es el vitivinícola), en normas de carácter laboral y en programas de RSE. Todo para contribuir a mejorar la calidad de los productos, mejorar las tecnologías de proceso y adecuarse a las exigencias de los mercados, facilitando la inserción de los productos.

Esto queda demostrado con la balanza comercial superavitaria que Argentina tiene con la UE, superando los 6.000 millones dólares. Estos valores ponen de manifiesto que nuestro país cumple con los requerimientos del mercado en materia de calidad, inocuidad, seguridad alimentaria e impacto ambiental. Algunos sectores han mostrado interesantes niveles de crecimiento, si bien aún los valores no son muy significativos, muestras perspectivas más que alentadoras: tal es el caso de aceitunas, bebidas alcohólicas, frutas en conserva, entre otros.

Para acompañar estos procesos de cambio que se vienen dando en el mundo, la tarea comienza con el mercado interno. Es así que COPAL se encuentra desarrollando una serie de acciones y actividades que se correlacionan con los lineamientos establecidos por la Organización Mundial de la Salud, en pos de ampliar la oferta de alimentos disponibles, colaborando en la prevención de enfermedades no transmisibles.

En ese sentido, desde hace ya algunos años, COPAL viene trabajando en forma conjunta con el Ministerio de Salud de la Nación para desarrollar productos que contengan menos grasas trans y actualmente está trabajando en la reducción de sodio para distintos grupos de alimentos.

Se participa activamente en los grupos de reducción de sodio que coordina el Ministerio de Salud y donde la industria juega un papel muy relevante. A la fecha se han propuesto metas concretas de reducción para los próximos cinco años (entre un 5 y un 18%), variando en función del tipo de alimento considerado y de las posibilidades que ofrece el desarrollo tecnológico para no desnaturalizar el producto sobre el cual se está trabajando.

Estos procesos son claramente complejos y para fortalecer el desarrollo de hábitos de vida saludable, no basta con modificar la composición de un alimento. Se necesita analizar la problemática de un punto de vista sistémico y multidisciplinario que permita a la población ir modificando hábitos que están muy arraigados porque a veces dependen de prácticas culturales que vienen heredadas de generaciones anteriores.

Se suma el trabajo de la industria en materia de desarrollo tecnológico y de innovación que apunta a elaborar alimentos funcionales y con propiedades nutricionales. También la vinculación con los organismos técnicos de investigación y desarrollo como el INTA o el CONICET, para analizar la presencia de alérgenos en alimentos y cómo minimizar su presencia en el producto final y a lo largo del proceso productivo. Otro ejemplo de actividades que el sector está llevando adelante es el desarrollo de una plataforma de demandas tecnológicas que se articula en forma conjunta con

el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, siendo COPAL el responsable del relevamiento de las demandas del sector de alimentos y bebidas.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

Finalmente quedan algunas consideraciones que se relacionan con el futuro:

Cómo afectará la crisis internacional a nuestro país?

Europa retraerá sus compras afectando el comercio con Argentina?

La negociación UE-Mercosur qué resultados puede tener para los alimentos y bebidas?

Argentina podrá mantener los niveles de crecimiento si el mundo no se recompone?

Argentina, hoy, tiene la capacidad de producir alimentos para abastecer a más de 400 millones de personas y en el 2020 estimamos que podrá alimentar a más de 650 millones. Estos guarismos abren un panorama alentador ya que la población mundial continúa creciendo y será necesario proveerla de alimentos. Nuestro país apuesta a mantener el mercado interno y a producir para exportar. En este contexto la diversificación de productos y mercados será fundamental, así como el agregado de valor en origen, el desarrollo de las economías regionales y la promoción tanto en el mercado interno como en el resto del mundo.

La mirada integral, las acciones y políticas públicas y privadas que se desarrollen bajo este concepto, seguramente en los próximos años permitirán encontrar una población más informada y con nuevos estilos de vida más acordes al conocimiento científico que se tiene hoy de la salud y de la nutrición.

Finalmente, es muy importante la articulación público privada porque sin esa sinergia, resultará complejo poder crecer en un mundo que se encuentra en un claro proceso de transición. El desarrollo tecnológico, la innovación permanente en materia de productos, estructuras organizacionales y comerciales así como las políticas públicas que se implementen son los ejes sobre los cuales es necesario profundizar el trabajo conjunto y articulado.