

El sector alimenticio del Ecuador se toma el pulso

< POR FÁTIMA CÁRDENAS >

En noviembre de 2013, el Ecuador se convirtió en el primer país de Latinoamérica en poner en vigencia un semáforo nutricional que forma parte del Reglamento Sanitario de Etiquetado, según el cual las industrias deben informar en cada etiqueta sobre los niveles de grasas, sal y azúcar que contienen los productos procesados para el consumo humano. Desde entonces, la industria de alimentos procesados ha debido subir a la balanza para ajustarse el cinturón más de una vez. **Cristian Whali**, presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (Anfab), menciona que las últimas regulaciones aplicadas al sector, entre ellas, la del semáforo, han generado reacciones en sectores hacia donde no apuntaban los cañones. “Es decir que la gente se olvidó que ciertos productos que tienen rojo, por ejemplo, en azúcar, tienen otros beneficios como vitaminas, fibras y proteínas. Como no se comunicó adecuadamente al público, este reaccionó asustado, lo que ha generado problemas serios”, menciona. Y recalca que el éxito de medidas como esta no debe medirse en función de la no compra, sino más bien del bienestar que se genera en la población. Sin embargo, recalca que una evaluación óptima y global de la regulación del semáforo debe hacerse en uno o dos años, con el fin de obtener datos más precisos.

Pero hay quienes, a pesar de la señalización de sus productos, se llenan

El sector de alimentos del Ecuador se ha puesto en el ojo no solo de las autoridades sino también de los consumidores. ¿Cuáles son sus retos en los tiempos que corren? Y ¿cómo puede salir airoso de los desafíos coyunturales? Una mirada al interior de un sector al que le urge reinventarse.



En los próximos diez años, el mercado de la comida procesada verá crecer sustancialmente la demanda de alimentos de este tipo, debido a que las familias contemporáneas cuentan cada vez con menos tiempo para cocinar.

FUENTE: EMMA PETERSON, PRIMERA CLUMBE INTERNACIONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

de optimismo frente al Plan de Sustitución de Importaciones, un proyecto en el que ven oportunidades de incrementar la venta de productos alimenticios que guardan semejanzas con algunos que a raíz de las salvaguardias arancelarias, aplicadas desde marzo pasado, costarían más. Es el caso de **Francisco Argüello**, director comercial de Productos San José: “Este escenario nos da la pauta para mejorar aún más la calidad de nuestros productos y empezar a competir en un mercado en el que vemos grandes ventajas. Pero para esto es preciso que descartemos el cliché de que lo que se hace aquí no es bueno, porque no es así. Tenemos la tecnología y los insumos necesarios para entregar al consumidor alimentos que no tienen nada que en-

vidiar a los que se hacen en otros países”. Argüello se refiere a los canguiles y cueros para microondas que con éxito se han sumado a la oferta de Productos San José, conocida originalmente por producir panela orgánica (*Cuadro 1*).

Considerando los pros y los contras del panorama actual, ¿qué medidas tiene en mente el sector de los alimentos procesados? Whali responde que lo que están haciendo las empresas de ese ramo es tratar de salir de los niveles rojos en los que incurren algunos de sus productos. “Por este lado, sí hay una reacción de la industria, encaminada a buscar soluciones. Ahora, si esas soluciones



CUADRO 1 Ranking de las diez compañías más importantes del sector agrícola

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Rkg. general	Razón social
1	Reybanpac Rey Banano del Pacífico C. A.
2	Industrial Pesquera Santa Priscila S. A.
3	Operadora y Procesadora de Productos Marinos Omarsa S. A.
4	Empacadora Grupo Granmar S. A. Empagran
5	Palmeras del Ecuador S. A.
6	Guayatuna S. A.
7	Palmeras de los Andes S. A.
8	Avícola Vitaloa S. A. Avitalsa
9	Integración Avícola Oro Cia. Ltda.
10	Naturisa S. A.

compensan lo supuestamente malo del semáforo rojo, poniéndole verde a toda fuerza, no estoy seguro. Lo que hemos intentado hacer es firmar un convenio con las autoridades que evidencie que el sector está dispuesto a realizar acciones voluntarias para reducir niveles de sal, de azúcar y de grasas trans, y a su vez aumentar la ética en la publicidad y mejorar la comunicación. Pero estamos a la espera de retomar diálogos con el nuevo ministro de Industrias”.

Es claro que el sector de alimentos ha sido llevado a la báscula, y para salir airoso de esta prueba debe reinventarse de cara a mantener sus nichos de consumo. Pero según **Emma Peterson**, analista de investigación del perfil y hábitos de consumo de los latinoamericanos en Euromonitor International con sede en Chicago, lo que ocurre con este sector productivo del país no es un caso aislado. Según ella, el cambio en la tendencia del consumo de alimentos está marcando la pauta de la industria, sobre todo en América Latina, un continente que empieza a experimentar dos fenómenos que Peterson considera determinantes. Por un lado, el estrechamiento de las familias, ahora con menos integrantes que alimentar, y por otro, la necesidad de consumir productos más sanos y con un sistema de producción sostenible. Ambos factores implican retos para los productores de alimentos; sin embargo, Peterson cree que alarmarse no es la vía, sino más bien buscar formas de diversificar la oferta saludable, teniendo en cuenta los factores arriba mencionados. “El mercado enfrenta ahora el desafío de tener productos más saludables disponibles para más personas, a un precio asequible. El tema de abaratar el valor que se paga por comida sana es muy importante para que estos productos no se mantengan únicamente en ese nicho que ahora puede comprar, sino que se extienda a un sector de la población más amplio y quizá también con menos recursos económicos disponibles”, señala.

RECUADRO 1

OPINIÓN: HÉCTOR CORI (CHILE),

director científico para DSM Nutritional Products para Latinoamérica

La industria de alimentos en general ha tenido un rol muy activo en la salud pública; la industria molinera, a través de la fortificación de las harinas con hierro y ácido fólico, ha eliminado la pelagra, el beriberi, ha disminuido los defectos del tubo neural que matan al niño o lo dejan impedido de por vida. En Centroamérica prácticamente se ha desterrado la ceguera gracias a la fortificación del azúcar con vitamina A. Con estos ejemplos quiero proponer una reflexión acerca del rol preponderante de la industria de alimentos en la salud pública.

La industria también es un actor que históricamente ha contribuido a una mejor nutrición de la población. Este es un hecho que es preciso hacer más visible. Los tiempos han cambiado en términos de que de un mundo deficiente en calorías pasamos a un mundo obeso. La cantidad de gente obesa superó a la cantidad de gente desnutrida y yo creo que la industria tiene un papel importante, porque debe sumarse al concepto de la densidad nutricional que hace referencia a los niveles de nutrición que uno pone en una determinada cantidad de calorías.

Es preciso empezar a repensar los alimentos para que tengan una oferta de nutrientes más alta con la misma cantidad de calorías. Y la industria tiene la capacidad técnica para hacerlo, tiene la tecnología e históricamente ha demostrado tener el interés y la visión de bien público, por lo que creo que es preciso sentarse a conversar, y que la industria sea un participante bienvenido en el debate de la salud pública.

El consumo de leche sin lactosa va a crecer más de 80%, especialmente en América Latina donde hay un alto porcentaje de personas que no toleran este compuesto.

FUENTE: EMMA PETERSON, PRIMERA CUMBRE INTERNACIONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.



Peterson argumenta que medidas como la semaforización deben estar acompañadas de campañas educativas permanentes, porque “aunque la persona tenga dinero, si no ve la necesidad de pagar más por algo más saludable, no lo va a hacer. Entonces hace falta educación sobre nutrición, no solo en el Ecuador, sino en todo el mundo”. ¿Hacia dónde debe apuntar esa educación? Peterson da luces y señala, a modo de ejemplo, que productos altos en grasa como el aceite de oliva no son dañinos si no se consumen en cantidades elevadas. Porque en este caso se trata de un aceite que contiene omega tres y demás grasas necesarias y saludables. “La fruta contiene mucha azúcar también, pero nadie va a decir que es mala para la salud y que no debe comerse. Es importante educar sobre las porciones y las cantidades de grasa por porción. Debe entenderse bien el tema de la grasa y el azúcar para tomar una decisión correcta”, anota Peterson.

Hacia dónde apunta la brújula de las exportaciones de alimentos

Tradicionalmente las exportaciones de este segmento han estado divididas en alimentos tradicionales y alimentos procesados. En el primer grupo, se ubican de manera histórica banano, camarón, pescado fresco y café. En el otro, están los alimentos procesados, en los que el Ecuador se abre camino contra viento y marea. De este segmento, los productos que de a poco ganan más adeptos fuera del país son los derivados de frutas como los concentrados que se exportan en grandes contenedores y también en presentaciones pequeñas. A estos se suman el puré de banano y los confites, una industria en la que el Ecuador es sumamente competitivo, con un valor aproximado de \$ 40 millones al año. En el mismo abanico de las frutas, están las conservas y los enlatados de vegetales como arvejas, maíz dulce y palmito. Las conservas de atún han querido mejorar la oferta y poco a poco han incrementado nuevas variedades exportables como ensaladas

y presentaciones con champiñones y demás ingredientes que le han dado a este sector en particular un valor agregado que ha llevado a la industria de enlatados de atún a abastecerse de la pesca de aguas internacionales (Cuadro 2).

El Ecuador tiene condiciones y productos para batirse en el ring del mercado exportador de alimentos. Es lo que cree **Daniel Legarda**, vicepresidente ejecutivo de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), quien, sin dejar de lado el optimismo, recalca que un elemento hace falta para continuar el camino en ascenso, y es la calidad que requieren ciertos mercados como el europeo con el que hay muchas expectativas favorables, debido a los acuerdos comerciales que Legarda espera se ratifiquen y entren en vigencia en los plazos previstos.

Pero no todo está despejado en el panorama. A Legarda le preocupa el comercio con EEUU porque —según dice— las condiciones de competencia allí se han vuelto mucho más duras. “Los productos tradicionales entran con cero arancel, pero en los no tradicionales como el brócoli, las conservas de atún y los jugos y conservas de frutas crecemos de 4% a 8%, y perdemos mercado, porque nuestra competencia —Perú y Colombia, por ejemplo— crece a 10% u 11%. Lo que sucede es que se nos están empezando a erosionar las condiciones de competencia. Si hemos logrado mantenernos y, en algunos rubros, incluso crecer es porque los certificados tributarios compensan la pérdida de arancel hasta cierto punto”, manifiesta y a la vez lanza una pregunta: ¿qué va a pasar con este segmento en el largo plazo? (Cuadro 3)

Legarda destaca que Venezuela es un país que, debido a la coyuntura política y sus semejanzas de consumo con el Ecuador, acoge buena parte de los productos ecuatorianos a precios altos. Pero no todo es color de rosa con este país, ya que se trata, dice Legarda, de un mercado riesgoso, teniendo en cuenta que en la actualidad existe un saldo de exportaciones por pagar que está pendiente desde 2008 (Cuadro 4). **G**

CUADRO 2

Exportaciones no petroleras

FUENTE: FEDEXPOR.

	Millones \$ FOB	%
TRADICIONALES		
Banano	2.620,7	30,1
Camarón	2.599,4	29,9
Cacao	588,4	6,8
Atún	48,8	0,6
NO TRADICIONALES		
Conservas de atún	1.133,1	13,0
Aceites y extractos vegetales	280,2	3,2
Pescado (excepto atún y camarón)	252,0	2,9
Conservas de frutas y legumbres	192,3	2,2
Café y té	179,6	2,1
Confites y chocolates	168,4	1,9
Otros productos agrícolas	129,7	1,5
Preparaciones y conservas del mar	128,9	1,5
Harina de pescado	112,3	1,3
Demás frutas	104,1	1,2
Jugos de frutas	92,3	1,1
Brócoli y coliflor	25,9	0,3
Productos lácteos	19,0	0,2
Preparaciones alimenticias	16,1	0,2
Bebidas no alcohólicas	1,2	0,0
Total	8.692,2	100

CUADRO 3

Principales mercados de productos no tradicionales

FUENTE: FEDEXPOR.

Mercados	Exportaciones en \$ millones FOB
UE	930
EEUU	483
Venezuela	417
CAN	318
Resto Aladi	178
Mercosur	175
Asia	110
Resto del mundo	89
China	47
Rusia	46
MCCA	17
Resto de Europa	13
Medio Oriente	12
Total	2.835

CUADRO 4

Qué productos a qué mercados

FUENTE: FEDEXPOR.

Etiquetas de fila	Exportaciones en \$ millones FOB
UE	930,2
Conservas de atún	544,5
Café y té	110,3
Jugos de frutas	63,1
Conservas de frutas y legumbres	59,0
Aceites y extractos vegetales	37,8
Demás frutas	26,6
Otros productos agrícolas	26,6
Confites y chocolates	25,7
Pescado (excepto atún y camarón)	23,7
Brócoli y coliflor	6,2
Preparaciones y conservas del mar	3,7
Preparaciones alimenticias	2,6
Harina de pescado	0,3
Bebidas no alcohólicas	0,0
EEUU	483,3
Pescado (excepto atún y camarón)	131,0
Conservas de atún	107,4
Otros productos agrícolas	63,4
Conservas de frutas y legumbres	53,3
Demás frutas	48,6
Café y té	19,0
Confites y chocolates	17,7
Jugos de frutas	17,6
Preparaciones y conservas del mar	10,9
Preparaciones alimenticias	4,7
Aceites y extractos vegetales	4,0
Brócoli y coliflor	4,0
Bebidas no alcohólicas	0,9
Harina de pescado	0,5
Productos lácteos	0,4
Venezuela	417,0
Conservas de atún	234,3
Aceites y extractos vegetales	132,9
Productos lácteos	14,0
Harina de pescado	9,3
Confites y chocolates	8,5
Conservas de frutas y legumbres	7,3
Pescado (excepto atún y camarón)	6,5
Preparaciones alimenticias	3,4
Otros productos agrícolas	0,4
Jugos de frutas	0,1
Bebidas no alcohólicas	0,1
Demás frutas	0,1