

La industria latinoamericana del pan en cifras

Mucho se habla de la industria panadera en Chile, pero ¿cuánto sabemos del sector en el resto de los países de la región latinoamericana, como para poder establecer comparaciones y medir en qué pie nos encontramos? A decir verdad, muy poco.

Sin duda hay contrastes en cuanto a la cantidad de pan que se consume y al precio que presenta el producto, el cual depende directamente del costo de los insumos en cada nación. También hay diferencias relacionadas con el tamaño del sector, la productividad, los salarios y las ventas que se generan en el mesón versus las conseguidas vía reparto a minimarkets, restaurantes, cafés y almacenes de barrio.

Con la finalidad de establecer un análisis práctico de lo que hoy por hoy es la actividad panadera en el sub continente, sacar conclusiones y despejar dudas en torno a diversos temas, revista Past & Panhe llevó a cabo un pequeño estudio basado en entrevistas a asociaciones panaderas de los principales países de la zona.

Los resultados que obtuvimos son muy interesantes de compartir y les permitirán a nuestros lectores hacer una lectura del panorama que presenta esta actividad a nivel internacional, así como tener más elementos de juicio ante las variables que condicionan la realidad del sector a nivel local.

Datos de consumo

"De toda cosa buena, el pan es lo mejor", reza el refrán. Cualquiera pensaría que tales palabras fueron pronunciadas por un chileno, pero la verdad es que éste es un proverbio argentino muy popular, que refleja fielmente cuán importante es este alimento para los trasandinos. De hecho, el pan "se ha consolidado como un producto de primera necesidad en la canasta familiar del país", asevera Rubén Salvio, Presidente de la Federación Argentina de la Industria del Pan y Afines (FAIPA).

Y así lo confirman las cifras, ya que luego de Chile, nuestros vecinos allende Los Andes lideran el ranking de consumo de pan con 82,5 kilos anuales per cápita, seguidos por Uruguay, Costa Rica y Brasil.

A una estrecha distancia de este último país se ubica México y luego vienen Venezuela, Colombia, Honduras y Perú.

Consumo per cápita anual de pan (en kg) por país



Pero, ¿qué genera estas diferencias tan significativas entre los distintos países? Sin duda, las razones obedecen a una situación de tipo cultural.

Según explica Olga Espinoza Chávez, Directora de Capacitación y Comunicaciones de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora de México (CANAINPA), "la tortilla de maíz siempre ha sido un alimento básico para los mexicanos y está muy arraigada en nuestra cultura" (cabe indicar que ésta es una especie de pan flaco, plano, redondo y hecho a base de maíz cocido con cal, con el fin de eliminar el hollejo).

En el caso de Brasil el escenario es similar. "El brasileño medio consume poco pan, dado que hay otros alimentos que tienen mayor relevancia en la dieta", sostiene Giovanni Mendonça, Director Ejecutivo de la Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP). Entre estos productos, el feijão (poroto negro) ostenta un lugar por excelencia entre dichas preferencias.

Mientras que en Venezuela, donde la ingesta per cápita anual sólo llega a los 26 kilos, "el pan compite fuertemente con la arepa, la cual es elaborada con harina de maíz", describe Tomás Ramos, Presidente de la Federación Venezolana de Industriales de la Panificación y Afines (FEVIPAN). "La arepa se rellena con todo tipo de alimentos y por eso tiene un gran arraigo en el gusto popular, siendo su consumo per cápita de 36 kg".

Asimismo, llama la atención el caso de Perú, cuyos índices en la preferencia del pan son uno de los más bajos de Latinoamérica, con apenas 17 kilos al año. Sobre este tema, Pío Pantoja, Director de la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería (ASSPAN), detalla que "el pan ocupa solo el 9° lugar en la canasta básica familiar, de

a un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática del Perú (INEI)".

"Por encima de este producto, se encuentran otros alimentos básicos, tales como el plátano, la naranja y el arroz. Por este motivo, muchos expertos consideran que el pan ha dejado de ser un artículo de primera necesidad en el Perú, aunque se mantiene dentro de la canasta familiar. A raíz de lo anterior, la industria panadera local está apuntando a revalorar su consumo, para lo cual está centrando sus esfuerzos en elevar la calidad y ofrecer una mayor variedad".

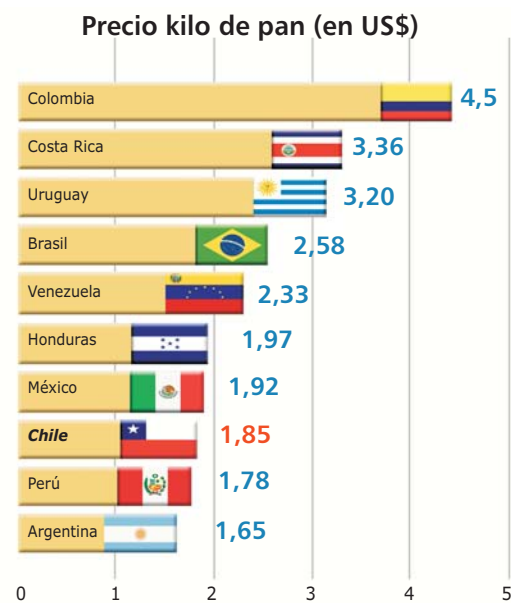
Precio del pan en la región

Aunque el kilo de pan en la región registra hoy un precio promedio de US\$2,7, que es muy superior al que existe en Chile, podemos apreciar ciertas brechas significativas entre algunos países, que están en directa relación con el costo de los insumos utilizados (harina, levadura, azúcar, agua, sal, materia grasa, premezclas y combustible).

Así, Colombia se sitúa como la nación con el producto más caro de la zona, con un

precio de US\$4,5 el kilo. Costa Rica es el país que se encuentra en el segundo lugar del ranking, dado que el kilo bordea allí los US\$3,36.

En este listado, luego siguen Uruguay, Brasil. En tanto, los que registran un valor más bajo en el continente son Chile, Perú y Argentina, donde el precio llega a los US\$1,85, US\$1,78 y US\$1,65, respectivamente.



Ventus

No obstante, hay que aclarar que estas cifras representan un promedio de los productos más representativos o populares de cada lugar, donde además se comercializan otros con características más particulares, que desde luego tienen una valoración distinta.

Por ejemplo, en México "la concha o pan dulce, que es bastante requerido y que tiene una cubierta de manteca con azúcar, que le otorga un sabor muy peculiar, tiene un precio de US\$4,5 el kilo", enfatiza Olga Espinoza.

Valor de la harina

A la hora de establecer comparaciones, de otorgarle contexto y de analizar lo que son los precios de comercialización que finalmente puede ofrecer la industria panadera de cada país al consumidor, existen varios aspectos relevantes, dados por el valor de la energía, los niveles de productividad, el costo de la mano de obra y el precio de los insumos.

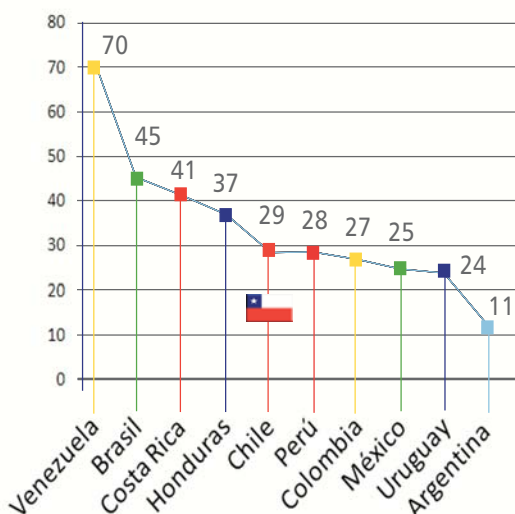
En ese sentido, es el último punto mencionado el que representa en muchos casos el mayor nivel de incidencia, ya que puede ser el 50% o más del total de los gastos en que se debe incurrir para elaborar el producto pan.

Y dentro de lo que es el ítem de insumos a utilizar, sin lugar a dudas que el valor de la harina es por lejos el más relevante y también uno de los más variables, ya que ese mercado tiene una serie de normativas, restricciones, subsidios, incentivos, barreras de protección y un largo etcétera que lo vuelven altamente complejo.

Ahora bien, revisando lo que indican las cifras de las naciones latinoamericanas encuestadas, encontramos que para el quintal de harina de 50 kilos, sin IVA, el precio promedio se sitúa en los US\$33,7, claro que en el caso de Venezuela, este índice se dispara debido a los exorbitantes precios que hoy presenta el transporte en ese país (según explicó FEVIPAN).

No obstante esa distorsión, nos encontramos con que de todas maneras Chile se ubica entre las 3 naciones con la harina más cara en Sudamérica, en tanto que Argentina y Uruguay son quienes detentan los precios más bajos.

Precio saco 50 kilos harina de panificación (en US\$)



La industria como fuente laboral

Respecto del tamaño en mano de obra que tiene la industria panadera en los principales mercados latinoamericanos, cabe señalar que Brasil es el país que brinda más puestos de trabajo, dado que actualmente cuenta con 758 mil personas empleadas.

Le sigue México, cuya industria está compuesta por más de 400 mil trabajadores. "Sin embargo, el sector de la panadera y pastelería genera en nuestra nación, de manera adicional, un millón de empleos indirectos", precisa Olga Espinoza de CANAINPA. Y cabe señalar que este escenario se repite en todos los países.



En tanto Argentina y Chile son otras de las naciones que ocupan gran cantidad de empleados. Uruguay y Costa Rica son los últimos de esta estadística, en un tema que claramente está relacionado con la dimensión de su mercado interno.

Y precisamente por ese último aspecto, se hace necesario efectuar una segunda lectura de los datos obtenidos, ya que es muy interesante observar cuál es la proporción de cupos laborales que otorga cada industria, en relación al total de habitantes que tiene el país.

En ese nuevo análisis, nos encontramos con que Chile lidera ampliamente en el ámbito sudamericano y sólo es superado a nivel latinoamericano por Honduras. En el otro extremo, observamos que Colombia, Costa Rica y Perú tienen la más baja tasa en cuanto a las opciones de trabajo que ofrece el sector.

País	Proporción de puestos de trabajo en términos de la población total	Nº de trabajador es en sector panadería y pastelería
Honduras	0,96%	77.000
Chile	0,71%	120.000
Argentina	0,48%	200.000
Brasil	0,43%	758.000
Venezuela	0,39%	110.000
México	0,39%	435.000
Uruguay	0,34%	12.000
Perú	0,20%	60.000
Costa Rica	0,16%	7.000
Colombia	0,05%	21.000

Los salarios

La investigación de revista Past & Panhe, igualmente abarcó lo referido a los salarios promedio que se pagan en el sector para

quienes trabajan como maestros panaderos o ayudantes del mismo (sobre la base de considerar los ingresos netos, los bonos de productividad, las demasías y otros beneficios cuantificables).

De esta manera y de acuerdo a los datos recopilados con cada entidad gremial, se puede apreciar que Chile lidera el ranking regional en ambos segmentos.

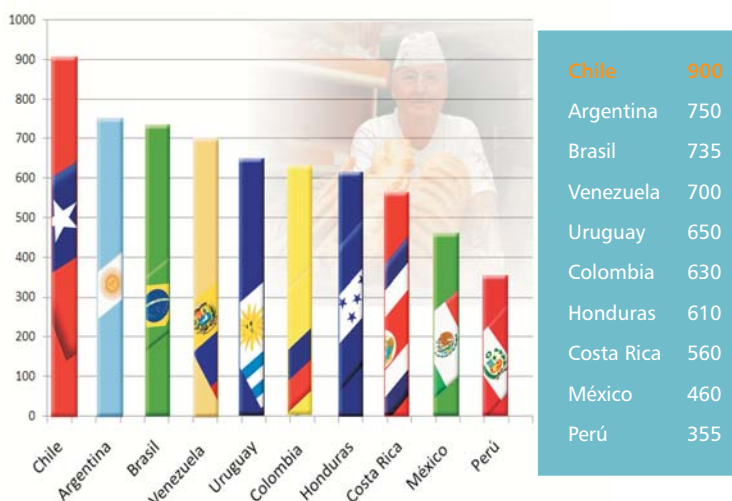
En lo concreto, para un maestro panadero en nuestro país se estima un ingreso promedio de US\$900 y nos siguen en este ranking nuestros vecinos del otro lado de la cordillera, que presentan un sueldo mensual de US\$750. En la misma línea, sobre los US\$700, encontramos a Brasil y Venezuela.

Y en el caso particular de Brasil, Giovanni Mendonça comenta que "los salarios del sector están en alza, debido al crecimiento que está experimentando la industria y a la escasa disponibilidad de mano de obra calificada que existe en el mercado local".



En la otra cara de la moneda, en el segmento de salarios más bajos, encontramos a México y Perú, con US\$460 y US\$355 respectivamente.

Salario maestro panadero (en US\$)



En cuanto al nivel de remuneraciones que se aprecia para el grupo correspondiente a los ayudantes de panadería, las variaciones fluctúan entre los US\$230 y US\$700, y obviamente se mantiene una proporcionalidad y coincidencia entre los países que pagan más o menos por este oficio.

Le Damos Sabor a tus Productos



Manar

DISTRIBUIDORA MANAR LTDA.

Frutas Confitadas

Naranja Confitada y

Naranja en Tiras.

Dulce de Leche:

3 kg, 10 kg (repostero), Heladero.

Brillos: en frío y en caliente

Mermeladas: Horneables

Dulce de Membrillo

Base de Facturas

Aditivos para Croissant

Cremylist (merengue en polvo)

Mangas Descartables

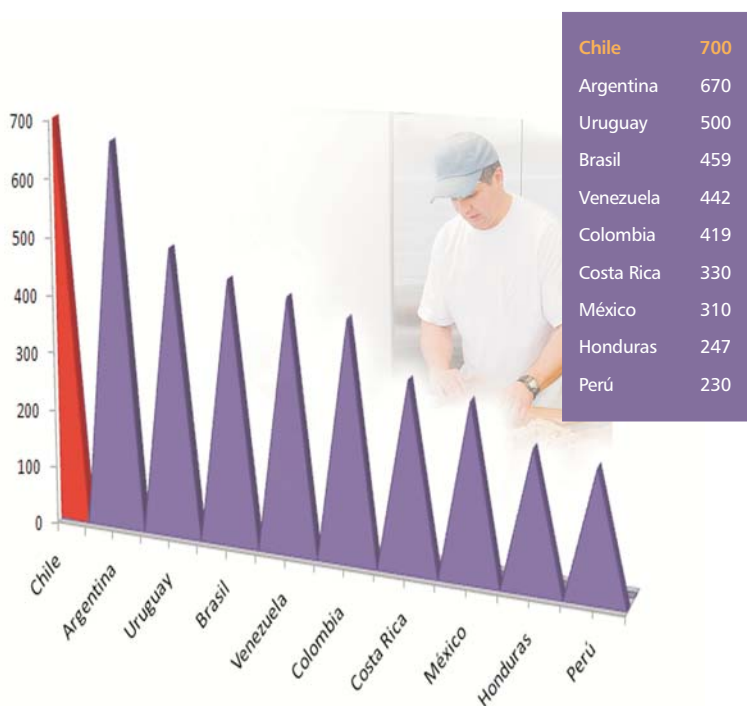
Azúcar Antihumedad

Chocolates y Coberturas

Productos para helados

Colombia N° 0644 - Recoleta - Santiago - Chile
Fono/Fax: (56-2) 622 82 64 - 621 98 87 - 621 29 87
e-mail: amanetti@molderil.cl - www.molderil.cl

Salario ayudante panadero (en US\$)



Estructura de mercado

Como último aspecto de este rápido análisis, quisimos indagar en la forma, estructura y características que presenta el mercado de la panadería artesana en nuestro sub continente.

De esta manera, es posible observar que en la mayoría de los establecimientos de la región, la comercialización de productos panaderos representa en promedio el 78% del total de ventas, mientras que el 22% restante corresponde a las elaboraciones relacionadas con pastelería.

Un fiel reflejo de lo anterior es lo que acontece en la escena panadera de Colombia, donde el 89% de las ventas corresponde a la primera categoría. "A ello le siguen con 8% los pasteles y bizcochos, con 2% los buñuelos (masa pequeña de harina que se fríe en abundante aceite) y con 1% las especialidades de galletería", indica Edith Hurtado, Gerente de Mercadeo de la Asociación Nacional de Fabricantes de Pan de Colombia (ADEPAN).

Quizás un país que hoy está rompiendo esta tendencia es Costa Rica, "debido a que los productos pasteleros han experimentando un fuerte crecimiento en los últimos años, dado su mayor valor agregado y mejor rentabilidad. De hecho, actualmente cerca del 40% de las ventas totales ya se asocian con este ítem, lo cual es algo muy destacable", puntualiza Mario Montero, Vicepresidente Ejecutivo de la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA).

Por otra parte, el tema de la diversificación se ha vuelto prioritario, y en ese sentido nos encontramos con que la industria brasileña ha impulsado, por ejemplo, un nuevo modelo de negocios que se ha denominado Panaderías Concepto, donde los industriales están

trabajando en la ampliación de su mix de productos, incorporando panes especiales, chocolates, helados, sándwiches, pizzas, frutas y, sobre todo, mucho Food Service", detalla Giovanni Mendoça de ABIP.

Similar iniciativa encontramos en la industria uruguaya, donde debido a una baja en el consumo y producción promedio durante el último tiempo, el sector se está concentrando en concretar una estrategia para aumentar su oferta. Carlos Leal, Encargado General del Centro de Industriales Panaderos del Uruguay (CIPU), explica que "los empresarios del rubro están intentando ampliar la actividad para paliar la baja en las ventas. Así, han comenzado a sumar productos de confitería, pastelería y sandwichería, y también un número muy importante se ha volcado a la elaboración de comida rápida en sus establecimientos".

Por último, otro tema que marca una lamentable característica para lo que es el mercado de esta industria, es el que relata Pío Pantoja de ASPAN Perú, quien indica que "las panaderías artesanas se han visto bien complicadas en el último tiempo, e incluso varias de ellas han tenido que cerrar sus puertas, a raíz de la irrupción de los supermercados y de la misma canibalización que ha implicado una competencia que a veces se da de modo desleal. Esto ha perjudicado el crecimiento del sector y ha disminuido sus opciones para innovar y diferenciarse".

Algunas conclusiones de relevancia

Expuesta esta pequeña muestra, que nos otorga una rápida visión de lo que es el escenario de la panadería artesana en los principales puntos de Latinoamérica, saltan a la vista algunas conclusiones que son de gran importancia para contextualizar y dimensionar lo que es la realidad de esta industria a nivel local.

De este modo, podemos observar que en Chile el precio del pan es uno de los más reducidos del continente, a pesar de que el principal insumo del sector, la harina, presenta un costo que no es precisamente de los más bajos. Y a ello se suman las constantes alzas en los precios de los combustibles y en otras materias primas.

De lo anterior se desprende que más que un tema de rentabilidad, el mercado panadero nacional responde a una lógica de volumen, que lo vuelve altamente complejo si consideramos la enorme cantidad de actores que presenta y los inconvenientes asociados a la competencia desleal que proviene del comercio clandestino y de las grandes superficies.

Asimismo, resalta el hecho de que nuestro país entrega (en proporción a sus habitantes), el mayor número de puestos laborales en Sudamérica para esta actividad, lo cual es muy destacable si consideramos el hecho de que en Chile se pagan los mejores salarios de Latinoamérica para el rubro.

En síntesis, como industria artesana obtenemos un pan de reconocida calidad, pero con altos costos de producción (por el elevado valor de la mano de obra y de los insumos), que vendemos a un precio final más bien barato, todo lo cual hace muy destacable la labor que lleva adelante el sector, con el objetivo de sobrevivir pese a las adversas condiciones que debe enfrentar a diario.