

Asociación Argentina de Economía Agraria

Cadena de valor de la sidra en la Norpatagonia.

Fecha: 30/08/2022

Categoría: Trabajo de investigación

María Malaspina¹
mlmalaspina@hotmail.com

1° autor

Patricia Villarreal²
villarreal.patricia@inta.gob.ar

2° autor

¹ Facultad de Ciencias Agrarias – Ruta 151 km 12,5 (CP8305) – Cinco Saltos, Río Negro. Argentina.

² Facultad de Ciencias Agrarias - Ruta 151 km 12,5 (CP8305) – Cinco Saltos, Río Negro. Argentina.

Cadena de Valor de la sidra

Resumen

El proceso de elaboración de sidra en Argentina nace y se vincula al agregado de valor de manzanas y peras que no se comercializan en fresco. El consumo de sidra presenta indicadores positivos de crecimiento a nivel global. La pregunta es: qué modificaciones deben realizarse desde la producción y oferta de la sidra norpatagónica para beneficiarse de esta aparente revitalización del consumo?. El objetivo del presente trabajo es identificar posibles limitantes en la cadena de producción y oferta de la sidra para acceder a nuevos segmentos etarios y geográficos, y desestacionalizar el consumo. El sector está configurado por una multiplicidad de modelos de negocios, que incluyen filiales de empresas multinacionales, empresas regionales, cooperativas de productores y pequeños elaboradores artesanales. La metodología consistió en analizar la información del sector sidrero para detectar limitaciones en su desarrollo y proponer lineamientos para la creación de políticas públicas que permitan revertir estas limitaciones. Esto implica trabajar en múltiples temas: el marco legal, las políticas de financiamiento para inversiones y capital de trabajo, la comunicación en la cadena, los acuerdos con la producción de materia prima y el abastecimiento de insumos, los programas de promoción de exportaciones.

Abstract

Palabras claves

Sidra – cadena de valor – estacionalidad – calidad - políticas

Eje temático: economía de la producción, demanda y oferta de alimentos

Introducción

La industria de la sidra nace en Argentina como resultado del incipiente desarrollo de la producción de manzanas para consumo en fresco, aprovechando la oportunidad que genera la fruta de descarte. El proceso se consolida como una propuesta de valor agregado, para luego adquirir dinámica propia.

Actualmente la mayor parte de la sidra elaborada en el país se comercializa en el mercado interno, especialmente en los principales centros poblados. El consumo se caracteriza por ser fuertemente estacional.

Informes recientes del consumo de sidra en Argentina son alentadores posicionando al país en el primer lugar del consumo en América Latina y un crecimiento en la base de consumidores (Pedreschi y Villarreal, 2021).

La sidra posee un consumo difundido globalmente. El 57% corresponde a Europa (UE), 11% América del Norte, 11% África, 8% Australasia, 7% Europa del Este, 5% América Latina, 1% Asia (Villarreal y Malaspina (2020) cit AICV). El consumo per cápita varía de 14,5 litros/persona/año en Inglaterra, a 2,3 en España y 1,2 en Francia.

La demanda sostenida se debe en buena parte a la desestacionalización del consumo, ya que tanto en Europa como en EEUU la sidra es la gran alternativa para los jóvenes, que buscan un producto de gran calidad, fresco y de buen paladar, factible de ser consumido tanto en una fiesta como en una reunión con amigos (Villarreal, Malaspina, 2020).

En muchos lugares se observa un fenómeno de creciente diferenciación. En Francia se ofrecen sidras más dulces y menos alcohólicas, amargas y más alcohólicas. En Inglaterra sidras con frutos y hierbas y más del 14% de graduación alcohólica (specialty ciders), otras con menos del 2% de alcohol (french style), por citar algunos ejemplos (Villarreal, Malaspina, 2020).

La pregunta es cómo trasladar estos indicadores positivos del consumo a un desarrollo integral de la producción regional de sidra, o dicho de otra manera, qué modificaciones deben encararse desde la producción y oferta de la sidra norpatagónica para beneficiarse de esta aparente renovación del consumo.

El objetivo del presente trabajo es identificar posibles limitantes en la cadena de producción y oferta de la sidra norpatagónica para lograr acceder a nuevos segmentos etarios y geográficos así como lograr una mayor desestacionalización de su consumo.

La hipótesis que subyace es que la baja calidad del producto y poca flexibilidad para innovar conspiran para el crecimiento del consumo de sidra; además la débil integración horizontal de la cadena limita los espacios para el debate de este tema.

El análisis sectorial se realiza a través del enfoque de cadena de valor, que se enmarca dentro de la Nueva Economía Institucional (North (1993), Fumbatu y Richter (1997), Molteni (2006)), y sostiene que los análisis de la producción se deben realizar dentro del continuum que los contiene, considerando que parten de materia prima y llegan finalmente a manos del consumidor.

Independientemente de la etapa de la cadena en que se centre el análisis, el producto debe ser concebido de manera tal que se adapte a las exigencias, gustos y necesidades de un segmento de consumidores, a los que la empresa ha decidido dedicar sus esfuerzos, en función de sus objetivos y estrategias. Con estas premisas, la empresa se aprovisiona de materia prima, efectúa las operaciones que le confieren agregado de valor, y libera su producto al mercado, de donde será adquirido para ser consumido o para continuar con el

proceso de acondicionamiento, transformación o lo que sea necesario hasta arribar al consumo final (Piñones Vásquez et al, 2006).

Esto implica la convivencia, negociación, competencia, cooperación permanente y simultánea de varios agentes, ante la presencia de un objetivo común. Involucra una mirada y un aprendizaje conjunto, la posibilidad de ganancias compartidas, externalidades positivas o negativas, un costo de oportunidad en el uso y disponibilidad de factores de producción.

El enfoque de cadena de valor provee de la mirada sistémica requerida para interpretar este conjunto de sucesos simultáneos e interdependientes. Facilita la comprensión del funcionamiento de un proceso productivo desde el punto de vista tecnológico, económico y del flujo de información, identifica puntos críticos y cuellos de botella, permite la comparación entre cadenas similares y la evolución en el tiempo, ayuda a detectar alternativas en los posibles mercados, contribuye a identificar dónde se concentra el mayor poder de negociación de la cadena y medir el impacto de posibles cambios del entorno. Todo esto permite, en definitiva, detectar fallas que limitan la competitividad del producto o sector (Alvarado Ledesma, 2005).

Las cadenas de valor pueden ser conformadas por una cantidad variable de eslabones o etapas. Las cadenas pueden ser largas o cortas según el número de eslabones que las compongan, independientemente de su ubicación geográfica.

CEPAL (2016), señala que las cadenas cortas se vinculan comercialmente a través de los Circuitos Cortos de comercialización (CC). Éstos desarrollan nuevas definiciones de calidad asociadas con lo local o con la especificidad natural, coexisten con otros canales de ventas, donde se ofrecen productos no diferenciados. El CC se vincula con los conocimientos que tienen los consumidores y vendedores acerca del origen geográfico de los alimentos, considera al territorio como elemento central del análisis de las modalidades de comercialización. De alguna manera, el consumidor asocia y conecta lugares de producción (paisajes atractivos, habitantes amables y cordiales), con las personas que lo producen (Viteri et al, 2019).

El sector sidrero de la Patagonia Norte, objeto de este análisis, presenta distintas configuraciones, desde cadenas de valor extendidas geográficamente a cadenas cortas de alcance local. Participan una multiplicidad de modelos de negocios, que incluyen filiales de empresas multinacionales, empresas industriales de familias de la región, cooperativas de productores y pequeños elaboradores artesanales. Esta diversidad debe ser integralmente comprendida al momento de detectar limitaciones y pensar en medidas tendientes a fomentar la desestacionalización y acceder a nuevos consumidores.

Metodología

La metodología del presente trabajo consistió en analizar la información sobre el sector sidrero de la Norpatagonia Argentina para detectar limitaciones en su desarrollo y proponer lineamientos para la creación de políticas públicas que permitan revertirlas.

La información primaria corresponde a encuestas semi-estructuradas a los elaboradores industriales y artesanales de sidra de la región del Alto Valle de Río Negro. Además, la información que surge de las actas de la “mesa de la sidra”³, espacio interinstitucional en

³ La “mesa de la sidra” se realizó con presencia del sector público, gobierno de Río Negro – INTI- INTA – U.N. Río Negro – U.N. Comahue, y del sector privado elaboradores industriales y artesanales, realizada en dos encuentros presenciales durante el año 2019.

el que participaron los autores de este trabajo. También se utilizó información secundaria de comercio exterior y estadísticas de producción del país y el mundo, y se enriqueció con aportes obtenidos de bibliografía, especialmente la elaborada por entidades regionales y nacionales de investigación y desarrollo⁴. La estadística de comercio exterior de la sidra argentina se confecciona a partir de la información de la base de datos SOFTRADE. Los precios del mercado Argentino corresponden al relevamiento realizado por la empresa TOP INFO MARKETING.

La información así obtenida se sometió al proceso de análisis que propone el enfoque de cadena de valor proporcionado por el “Manual cadenas de valor agropecuarias” elaborado en 2011 por Gonzalo Manrique (Proyecto BID Rural).

Para cada ítem analizado se identificaron las principales limitaciones para el desarrollo de la cadena y se elaboraron propuestas de políticas públicas tendientes a eliminar o morigerar su efecto.

Resultados y discusión

La sidra, junto con la sidra de pera, es definida globalmente el Codex Alimentarius⁵ “Vinos de fruta elaborados a base de manzana (sidra) y pera (sidra de pera)”. La amplitud de esta definición explica que en el mercado internacional el producto ofrecido con la denominación de sidra adquiera formas muy variadas en cuanto a características tales como contenido de azúcares, graduación alcohólica, aromas especiales, entre otros.

En el país el Código Alimentario Argentino (CAA)⁶ determina las características que debe reunir un producto para responder a las especificaciones de “sidra”, según la etapa productiva (sidra base y sidra):

- ✓ sidra base es “la bebida que resulta exclusivamente de la fermentación alcohólica normal del jugo recién obtenido de manzanas sanas y limpias de uso industrial, con o sin la adición de hasta un 10% de jugo de pera obtenido en idénticas condiciones que el jugo de manzana y fermentado en forma conjunta o separada”. La graduación alcohólica mínima permitida es $4,5 \pm 0,3$ % v/v.
- ✓ sidra es “la sidra base, endulzada y gasificada” con graduaciones alcohólicas mínimas permitidas de $4,0 \pm 0,3$ % v/v

La sidra puede ser descrita por la forma en que se percibe desde los sentidos: sabor, color, aromas, sus características organolépticas (Gonzalez Flores, 2016); los dos últimos están dados por los éteres combinados con los alcoholes (INTI, 2013).

- ✓ Sabor: “Según el contenido de azúcar, la sidra se clasifica en seca, semi-seca y dulce y según la presencia de espuma, en tranquila y espumosa”.
- ✓ Percepción visual: “Color amarillo dorado intenso, con tonalidades verdosas; su aspecto es límpido, brillante y luminoso denotándose la presencia de finas burbujas y buena densidad en copa”.

⁴ Universidad Nacional del Comahue, Universidad Nacional de Río Negro, INTI, INTA, MINAGRI.

⁵ El Codex Alimentarius es una colección de normas alimentarias aceptadas internacionalmente y presentadas de modo uniforme. El objeto de estas normas alimentarias es proteger la salud del consumidor y asegurar la aplicación de prácticas equitativas en el comercio de los alimentos

⁶ Ley 18.284 – 18/07/09 – Decreto 2126/7 Reglamentario de la Ley 18284) en su artículo 1085 del Capítulo XIII – Bebidas fermentadas

- ✓ Aroma: “Denota nariz limpia y franca de intensidad media, con aroma de manzana, notas cítricas de lima y pomelo y presencia de aromas secundarios propios de la fermentación (Chandon, 2003)”.

En la elaboración se admite el agregado de anhídrido sulfuroso o bisulfitos alcalinos puros para prolongar la vida útil del producto evitando el deterioro causado por microorganismos. Estos productos tienen un nivel máximo de tolerancia (320 mg de anhídrido sulfuroso total); además, deben declararse en la lista de ingredientes por ser un producto alergénico (INTI, 2013).

También está permitida la incorporación a la sidra base, como endulzante, de sacarosa y/o jarabe de maíz de alta fructosa y/o zumo concentrado de manzanas. Cabe destacar que quedan excluidas de la definición de sidra “las sidras obtenidas por utilización de residuos del prensado de frutas. Las que hayan sido adicionadas de sustancias que, aun siendo naturales en las sidras modifiquen o alteren la relación entre sus componentes” (CAA).

El proceso de elaboración de sidra industrial en Argentina nace y se vincula al agregado de valor de la fruta para consumo en fresco. No se conocen en la zona experiencias de plantaciones de fruta especialmente destinadas a esta producción. Siendo la sidra un destino secundario, la fruta que se envía a la industria no necesariamente cumple con los requerimientos para una producción sidra de alta calidad de acuerdo con los parámetros internacionales, especialmente en lo que hace a la homogeneidad de producto.

La selección y mezcla de variedades de manzana se señalan como factores críticos para la obtención de un producto de calidad, a la vez pueden dar lugar a la diferenciación de tipos y marcas comerciales. Los frutos deben ser seleccionados para evitar la incorporación de unidades dañadas o con podredumbres. Como factores críticos se mencionan la higiene, el mínimo contacto de la bebida con el aire y la temperatura, no debe sobrepasar los 15°C para evitar la proliferación de microorganismos indeseables (INTI, 2013). Una vez finalizada la maduración se obtiene la llamada sidra base.

A la sidra base se le efectúa corte, endulzado y gasificación, obteniéndose la sidra tal como la conocemos, que finalmente es embotellada y comercializada. Los aspectos claves en esta última etapa del proceso son la limpieza de la botella, evitar el contacto de la sidra con el aire, con metales como el hierro o el cobre, evitar una cámara de aire entre el líquido y el corcho. Durante el transporte y almacenamiento no se deben crear condiciones anaeróbicas, y se debe evitar el calor (INTI, 2013).

En el año 2013, el INTI, a través del programa de desempeño de productos, efectuó una evaluación de 30 marcas de sidra diferentes ofrecidas en las góndolas de los supermercados. La evaluación consistió en verificar el cumplimiento de todos los parámetros exigidos a la bebida por el Código Alimentario Argentino (CAA). El resultado puso de relevancia la falta de cumplimiento, y de fiscalización de los parámetros antes descritos, en particular en valores de “extracto seco”, “presencia de benzoato” y “acidez volátil”. También se detectaron inconvenientes en el etiquetado y en la calidad del corcho o elemento de cierre de algunas de las botellas analizadas (INTI, 2013).

En la comercialización todas las compañías realizan segmentación por calidad, ofreciendo al menos dos calidades, una que se diferencia por precio y en general va con etiqueta blanca, y otra que compite por calidad normalmente identificada con etiqueta negra.

El comportamiento de los precios está relacionado con la estrategia de marketing. Las empresas líderes en producción industrial aplican una estrategia competitiva de liderazgo en costos para algunas de sus marcas, buscando colocar grandes volúmenes en su

negociación con cadenas de super/hipermercados . Otras marcas, posicionadas como premium, obtienen precios más altos. También existen propuestas novedosas o que imitan la sidra artesanal, buscando atraer a consumidores jóvenes (Pedreschi, Villarreal, 2021).

Los precios de las sidras premium llegan a cuadruplicar los precios de las otras opciones. Se observa una alta estacionalidad en los precios, que aumentan significativamente en la cercanía de las fiestas de fin de año. Como aspecto positivo se destaca una tendencia creciente de los precios en moneda constante.

Tabla 1- Precios promedios semanales en moneda constante \$/litro, según marca

MARCA	sem 47-19	sem 49-19	sem 51-19	sem 1-20	sem 3-20	sem 5-20	sem 46-20	sem 48-20	sem 50-20	sem 52-20	sem 2-21
REAL	233,52	244,57	254,87	244,39	257,91	252,25	328,05	338,96	314,29	279,93	293,33
LA VICTORIA	174,43	155,92	147,27	143,17	143,17	143,17	182,83	182,83	180,15	176,94	177,08
DEL VALLE	164,69	148,74	148,10	152,56	156,39	149,24	194,13	190,16	198,15	173,87	166,67
1930 SACCANI	368,72	362,92	328,55	335,91	340,17	331,00	430,35	435,05	420,07	412,59	392,78
1888 SAENZ BRIONES	422,55	404,94	383,94	386,57	407,40	410,58	497,45	454,78	498,32	495,18	493,61

Fuente: Pedreschi y Villarreal, 2021

Las marcas de sidra artesanal aplican estrategias de diferenciación, con propuestas tales como “espumante de pera”, sidras varietales, entre otras.

La información del mercado internacional es importante para proyectar una estrategia nacional de inserción en el mismo. La dinámica de crecimiento de cada mercado, el tipo de consumidor, la preferencia por determinadas sidras, la identidad geográfica protegida, entre otros, debe ser tenida en cuenta para posicionar las sidras argentinas. Ablin (2015), destaca el dinamismo del mercado de la sidra en el Reino Unido, Estados Unidos y Australia; como consecuencia de la variedad de sabores y envases, que permite captar nuevos adeptos.

El balance comercial es positivo para Argentina. En 2020 las exportaciones ascendieron a casi USD 4 millones, mientras que las importaciones no superaron los USD 100 mil. En la figura 1 se observan exportaciones por un valor máximo en 2016 de casi doce millones de dólares, a partir del cual disminuye, alcanzando en 2020 tres millones quinientos mil dólares de valor FOB. Las exportaciones se concentran en pocas empresas, muchas de ellas asociadas a bodegas viñateras.



Figura 1- Evolución exportaciones argentinas, valor FOB (SOFTRADE)

Las exportaciones se destinan a países del continente, principalmente a Paraguay (70% del valor FOB), Chile (15%), Bolivia (10%) y Uruguay (3%), el destacado lugar de Paraguay es señalado por Becerra (2016).

Como puede verse en la figura 2 el comportamiento de las exportaciones es marcadamente estacional, registrando los máximos entre agosto y noviembre de cada año.

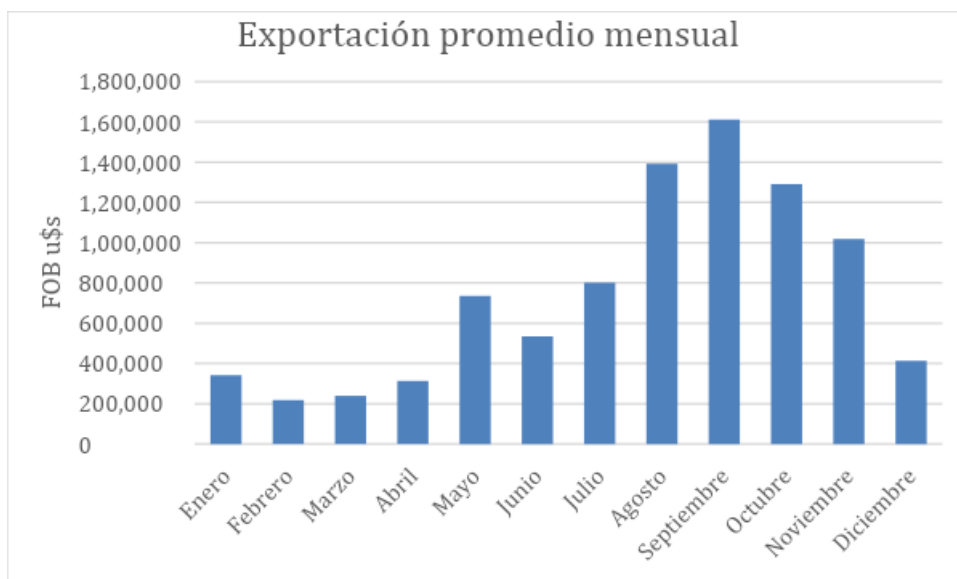


Figura 2- Estacionalidad de las exportaciones argentinas de sidra promedio 2015-2020 (SOFTRADE)

En cuanto a las importaciones argentinas, puede verse en la figura 3 que han experimentado un aumento entre 2017 y 2019, con una abrupta caída en 2020.

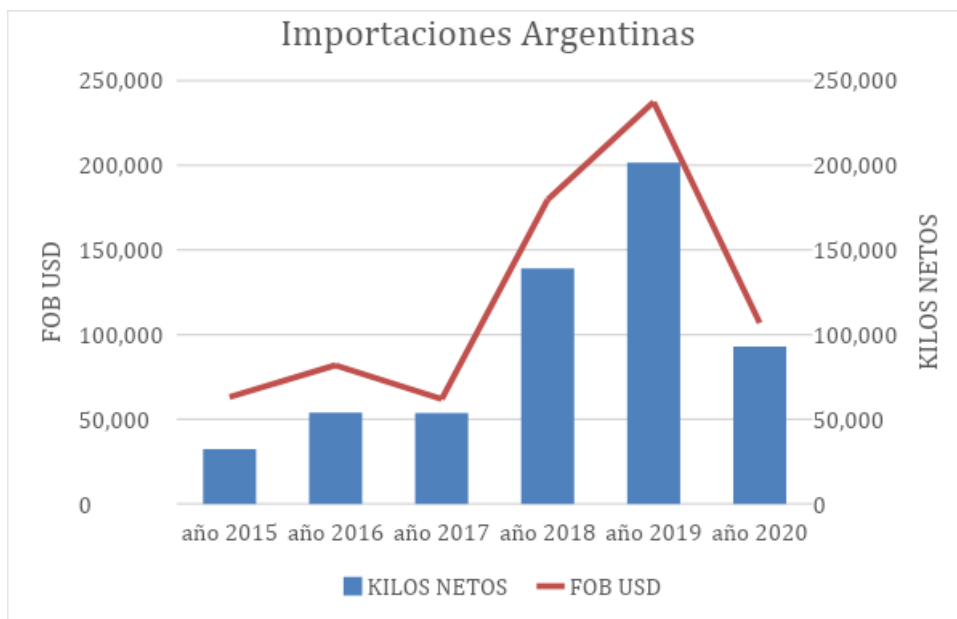


Figura 3- Evolución importaciones argentinas de sidra (SOFTRADE)

El origen de la sidra importada es de China (29% del volumen), Alemania (23%), Corea (23%), Países Bajos (18%), EEUU (5%) y Japón (2%).

En definitiva se señala que el balance de comercio exterior es positivo, y que el potencial de exportación es alto debido a los precios muy competitivos de la sidra argentina (Villarreal y Malaspina, 2020), aunque probablemente no se esté explotando en toda su dimensión por varias razones, entre las cuales se subraya que la calidad del producto no se ajusta a los estándares internacionales.

Caracterizado el producto y el mercado el análisis se focaliza en la cadena de valor. Las etapas de la cadena de valor industrial de la sidra son: producción primaria, producción de caldo, procesamiento en destino, comercialización mayorista y comercialización minorista (figura 4).



Figura 4: Esquema de la cadena de valor del proceso industrial. Fuente: Villarreal y Malaspina, 2020.

En la tabla 2 se detallan, para cada etapa, las actividades partiendo de la producción primaria de la materia prima, pasando por el proceso de producción de caldo de sidra y el embotellado, y finalizando con la vinculación con el consumidor por medio del comercio minorista.

Tabla 2- Principales etapas, actividades y agentes de la producción industrial de sidra en Argentina

Etapa	Actividades	Agentes	Ubicación
Proveedores de materia prima	Producción de fruta a campo Empaque y acondicionamiento de fruta (descarte destinado a sidra)	Productor independiente (“chacarero”) Empaque Acopiadores	Patagonia Norte
Producción de caldo base	Recepción y pesaje de materia prima, selección y descarte. Lavado y enjuague. Molienda. Prensado. Encubado. Desborre. Fermentación alcohólica. Clarificación. Cortes. Filtración.	industrias sidreras	Patagonia Norte
Procesamiento en destino	Carbonatado, fraccionamiento (embotellado) y distribución mayorista	Embotelladoras	Gran Buenos Aires
Comercialización mayorista	Venta de botellas en cajas	Embotelladoras	Gran Buenos Aires
Comercialización minorista	Venta envasado y en menor proporción en barril		Todo el país y algunos destinos externos

Fuente: Villarreal y Malaspina, 2020.

Si bien la producción de sidra de la Patagonia Norte es tradicionalmente industrial, en los últimos años ha ingresado al mercado un grupo de marcas obtenidas por métodos artesanales. Por eso, actualmente las sidras pueden ser categorizadas en industrial o artesanal, según el equipamiento y nivel de producción.

La elaboración de tipo artesanal resulta más atomizada y dinámica, adoptando diversas configuraciones y aceptando permanentemente nuevos entrantes. En cada agente se identifica una estrategia propia y particular, con diversos grados de integración. En líneas

generales, los elaboradores artesanales producen y comercializan en la misma región (Alto Valle de Río Negro y Neuquén), orientándose principalmente a abastecer el sector gastronómico, a ferias y eventualmente a vinotecas.

La ubicación geográfica de las etapas de la cadena varía según la naturaleza del encadenamiento productivo. En el caso de los elaboradores industriales, la cadena es extendida geográficamente. Como puede observarse esquematizado en la figura 4, parte de las etapas se llevan a cabo en torno a la producción de la materia prima (es decir, en origen), y otras que se ejecutan más cerca del consumo (en destino).

Cuando se hace referencia al origen, se considera la zona vinculada a la materia prima. La producción de manzanas y peras en Argentina se organiza principalmente en torno a la confluencia de los ríos Neuquén y Limay, en el extremo Este de la provincia de Neuquén, y a lo largo del río Negro, que va desde dicha confluencia hasta su desembocadura en el mar, especialmente en el Alto Valle y Valle Medio, en la provincia de Río Negro. Es en esta zona donde se localizan la mayoría de las industrias sidreras.

La localización geográfica está signada por el marco normativo, en tanto que define a la sidra base como “la bebida que resulta exclusivamente de la fermentación alcohólica normal del jugo recién obtenido de manzanas sanas y limpias”, que deja fuera de la legalidad a la posibilidad de obtener sidra a partir de jugos concentrados de manzana. Por otro lado, este mismo concepto conduce a que el proceso sea necesariamente realizado en las cercanías del producto fresco, para evitar costos mayores debido a un desplazamiento de la fruta fresca hacia otras regiones.

Las etapas de fraccionado, envasado y distribución se llevan a cabo en la zona de mayor consumo (destino), ubicado en los principales centros poblados, localizado a más de mil km de la zona de producción, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), el conurbano bonaerense, la ciudad de Córdoba y la ciudad de Rosario.

Por su parte, los elaboradores artesanales se encuentran más vinculados a los circuitos cortos de comercialización, y por ende toda la cadena mayormente se localiza dentro de la región.

En cuanto a la vinculación dentro de la cadena, se observa que en la elaboración industrial existen distintos niveles de integración vertical en las posibles configuraciones de la cadena de valor de la sidra (tabla 3). Son pocos los casos de integración aguas arriba entre la etapa de elaboración de sidra base y la de producción primaria, y no se registra ningún caso de integración con las empresas empacadoras de fruta. En general realizan su aprovisionamiento por compra a terceros, tanto productores como plantas de empaques y acopiadores.

La integración entre la etapa de producción de sidra base y la de fraccionamiento y distribución mayorista constituye el caso de buena parte de las empresas, que envasan en Buenos Aires en embotelladoras propias. Estas empresas participan con el mayor volumen de producción. Otra parte de las empresas elaboradoras contratan el servicio de envasado fuera de la región, implementando protocolos de vigilancia remota para evitar adulteraciones. Se dan algunos casos de envasado en origen, en diversas presentaciones, pero se trata de volúmenes sustancialmente inferiores.

La venta mayorista y minorista se observa fundamentalmente a través de cadenas de supermercados que no poseen ningún tipo de integración hacia atrás.

Tabla 3- Esquema de integración en la cadena de los elaboradores industriales

Etapa	La Reginense	La delicia	Cuvilier	Reino Castilla	CCU	La Asturiana
La materia prima, fruta, es propia	No. Compra a productores	Si, la fruta es de los socios	No. Compra a productores	No. Compra a empaques	No. Compra a grandes productores	No. Compra a productores y empaques
Elabora el caldo	si	si	si	si	si	si
Realiza el carbonatado	Si, a toda la producción	Si, a parte de la producción	s/d	no	Si, a toda la producción	s/d
Hace el envasado	Si, en la planta de V.Regina	No, contrata el servicio. Sólo sidra champanizada	Si, en la planta en Bs.As.	No, en vidrio. Tiene envasador a PET	Si, en la planta en Bs.As.	Si, en la planta en Bs.As.
Hace la distribución minorista	Si, hace venta directa	Si, a cadenas regionales.	No	Sólo de lo envasado en latas	Si, a cadenas nacionales	No
Vende al consumidor	No	No	No	No	No	No
Diferencia el producto	No	No	No	No	Si	No

Fuente: Villarreal y Malaspina, 2020.

La producción total anual de caldo de sidra se estima en 50 millones de litros (año 2021), de acuerdo con la distribución que se presenta en la figura 4.

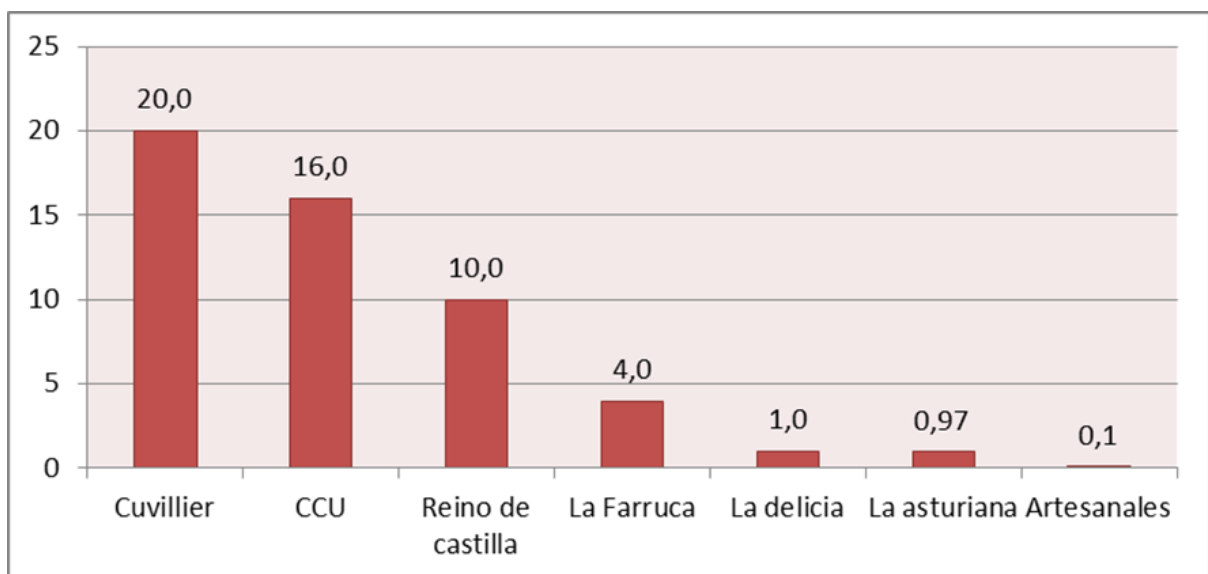


Figura 4: Producción estimada por elaborador (Fuente: comunicación personal con las empresas, temporada 2021-2022)

La mayor parte de la sidra elaborada en el país se comercializa en el mercado interno, especialmente en los principales centros poblados. La distribución minorista se realiza principalmente a través del canal supermercados, en botellas de 750 cc, 720 cc, 710 cc y en menor frecuencia, 500 cc.

También se comercializa en comercios especializados, en cervecerías, restaurantes y bares. Una práctica novedosa en este tipo de comercios es la de ofrecer sidra tirada. En este último canal (restaurantes y bares) la sidra es un producto de baja importancia en volumen en relación a otras bebidas alcohólicas. Los testimonios de dos entrevistados que elaboran cerveza así lo corroboran: *“en promedio deben consumir 500 litros de sidra al año, y de cerveza son 6500 litros/mes. Se ve un crecimiento desde que empezaron de 100 a 500 litros/año”* (cervecería OWEN); *“La proporción de venta de sidra en relación a la cerveza es de 1000 litros de sidra por cada 60.000 litros de cerveza”* (cervecería CRAFTER).

En cuanto a la investigación y asistencia técnica, existen en la región dos entidades donde hace varios años se están generando conocimientos en torno a la sidra: el INTA y el INTI. Para la realización del presente trabajo se han consultado tesis magistrales y otros papers vinculados a la industria. Un instituto de CONICET ha desarrollado levaduras específicas para la fermentación del jugo de manzanas destinado a la producción de sidras. Hay equipos de trabajo completos pertenecientes a la Universidad Nacional del Comahue y la de Río Negro avocados a la investigación del tema. Algunas de las empresas, las más innovadoras, se mantienen en contacto con estos equipos, han colaborado, participado y eventualmente se han beneficiado con sus desarrollos.

Tanto la provincia de Río Negro como la de Neuquén han desarrollado acciones para el desarrollo de la industria. Se tiene conocimiento de líneas de financiamiento destinadas a equipamiento en el caso de Río Negro, y de cursos de capacitación para elaboradores artesanales en el caso de Neuquén.

Para abordar estos temas se formó la “mesa de la sidra” con presencia del sector público, gobierno de Río Negro – INTI- INTA – U.N. Río Negro – U.N. Comahue, y del sector privado elaboradores industriales y artesanales. Esta iniciativa de coordinación fue positiva, en largo tiempo, fue la primera experiencia de encuentro para manifestar la mirada particular de la situación por la que atraviesa la cadena de valor. El problema identificado en la “mesa de la sidra” fue la mediocre calidad de algunas sidras y su repercusión en el consumo.

La “mesa de la sidra” buscó llegar a acuerdos para ajustar algunos de los parámetros de calidad especificados en el CAA, con el objeto de mejorar las características organolépticas de la sidra y por ende la percepción del consumidor.

En la tabla 4 se especifican los cambios al CAA que se acordaron en los encuentros. Los artículos referidos a la característica de la “sidra base”, las prácticas de manipulación y las tolerancias para el consumo, tuvieron acuerdo en algunas modificaciones y/o en ampliar los procesos de fiscalización de cumplimiento de la normativa para mejorar la calidad de la sidra (Minuta de reunión 28-8-2019).

Tabla 4- Acuerdos de modificaciones al CAA de la mesa de la sidra

ARTÍCULO	CAA	PROPUESTA	FUNDAMENTO	OTROS
1085 definición sidra base	Permite la adición de hasta 10% jugo de pera	Permitir la adición de hasta 10% jugo de manzana al fermentado de peras	Incluir en el CAA la definición de la sidra de pera	
	Graduación alcohólica mínima 4,0% en vol a 20°C	ninguno	ninguno	Es necesaria una autoridad regulatoria que controle el cumplimiento de la normativa
1087 prácticas de manipulación lícitas	Adición de hasta 250 mg/l de ácido sórbico o su equivalente en sales de potasio o calcio	Reducir la adición de ácido sórbico o su equivalente en sales de potasio o calcio a 200 mg/l	Promover la utilización de materia prima en buenas condiciones	
	Anhídrido sulfuroso total menor a 320 ppm	No hubo acuerdo en nuevos valores	Reducir la cantidad a utilizar porque es alergénico	En códigos de otros países se fijan en 200 ppm
1091 tolerancias de sidras aptas para consumo	Acidez volátil menor a 2,5 g/l, expresada en ácido acético	Acidez volátil menor a 2 g/l, expresada en ácido acético	Reducir la tolerancia para promover el uso de materia prima en buen estado	

Fuente: Villarreal y Malaspina, 2020.

Hubo temas tratados en la mesa sobre los que no hubo acuerdo. Entre ellos la ventaja de identificar en la etiqueta la variedad de manzana usada, reducir el contenido de azúcar, permitir el uso de esencias – aromas – saborizantes, el contenido máximo de anhídrido sulfuroso, entre los más importantes. Para saldar las diferencias se hizo una encuesta a todos los elaboradores para conocer su opinión al respecto.

De las respuestas puede concluirse que los elaboradores opinan que:

- ✓ No es necesario identificar la variedad de manzana con la que se elabora la sidra.
- ✓ Debe reducirse el contenido de azúcar. Se propuso usar la misma clasificación de los vinos espumantes: nature, extra brut, demisec, dulce.
- ✓ Se aprueba usar endulzantes naturales como estevia.
- ✓ No se acepta el uso de esencias, saborizantes ni aroma.
- ✓ No se acepta elaborar sidra a partir de jugo concentrado de manzana.
- ✓ No hay objeción al proceso de pasteurización, pero no se considera necesario.
- ✓ El anhídrido sulfuroso no debe superar las 200 ppm

- ✓ Debe implementarse las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)
- ✓ Debe existir un órgano regulador de la actividad como lo hay en el sector vitivinícola.

En relación a este último punto no hay un acuerdo claro. Al consultar a la industria respecto de la necesidad de un organismo que controle la calidad del producto y fiscalice los procesos, la opinión está dividida entre quienes consideran que no es necesario, quienes piensan que debe ser controlada la última etapa de producción, y una tercera opinión es que sí es necesario que existan mayores controles de calidad para jerarquizar el producto. Los elaboradores artesanales coinciden con la postura de aumentar la fiscalización de la calidad del producto, en particular porque valoran el potencial de exportación que posee.

De la participación en este espacio de coordinación pueden identificarse dos posturas respecto del producto, por un lado, quienes exigen el cumplimiento de los parámetros de producción para elaborar sidra, y por el otro, quienes proponen flexibilizar los estándares para incluir productos diferenciados.

Otra de las dificultades que se detectan en el análisis es que el embotellado debe realizarse fuera de la región productora por las dificultades para acceder a las botellas a un precio competitivo, les resulta difícil competir con la demanda de la industria vitivinícola por la cantidad y el precio que pueden pagar, teniendo en cuenta que en el mercado el precio de una botella de vino es, en general, muy superior a la de sidra.

Las políticas públicas se enmarcan en una estrategia cuyo punto de partida es la situación actual del sector y la problemática que enfrenta, y demanda una visión conjunta de lo que el sector debería ser en el futuro. “*Debe estar firmemente radicada en la historia y en la evaluación del potencial futuro del sector*” (Norton, 2004). A continuación (Tabla 5), se proponen lineamientos para la creación de políticas públicas, considerando las características del sector y apuntando a sus posibilidades de desarrollo futuro.

Tabla 5: Propuestas de lineamientos para la creación de políticas públicas en función los limitantes al desarrollo de la cadena de valor de la sidra

Aspecto de la cadena de valor	Breve reseña del aspecto analizado	Limitantes para el desarrollo del sector inherentes al aspecto analizado	Propuesta de lineamiento para política pública
Características del producto	Sidra. Definición nacional del CAA.	La sidra puede mostrar marcadas diferencias entre países. La sidra argentina tiene parámetros organolépticos menos flexibles que en otros países productores. Esto dificulta la comparación de precios y los análisis de competitividad.	El concepto de sidra actual (CAA) tal vez sea útil para su comercialización en el mercado interno, pero debe pensarse una definición complementaria que permita darle un marco legal a su exportación con un perfil organoléptico más adaptado a los requerimientos de los consumidores globales.
Requisitos de calidad	Salvo excepciones, se percibe a la sidra como un producto de baja calidad. Atendiendo esta situación se reúne la	Más allá de que los gustos y preferencias de los consumidores hay parámetros organolépticos sobre los que la percepción es claramente negativa, como el uso de	Se propone crear un ente especializado para el control de los procesos de producción de sidra, similar al Instituto Nacional de Vitivinicultura, para intensificar controles en el proceso de producción, generar además herramientas crediticias y de capacitación

	<p>mesa de la sidra, buscando generar mínimos acuerdos para incorporar al CAA.</p>	<p>anhídrido sulfuroso. El uso de este producto, junto con el dulzor excesivo, enmascara otros sabores y aromas poco deseables, vinculados a una deficiencia de la materia prima.</p> <p>La industria compite en costos, por lo que los esfuerzos por el aprovisionamiento de materia prima adecuada (exenta de pudriciones y otro tipo de contaminaciones no deseadas) no has sido exitosos. Esto arrastra a la industria a un círculo vicioso del que le resulta muy difícil salir.</p>	<p>para acompañar a la industria en la renovación del equipamiento y la adquisición de know how.</p>
Estructura de cadena de valor	<p>En el país conviven dos tipos de producción de sidra: industrial y artesanal, con diferentes configuraciones de cadena de valor. La industrial es una cadena larga y desarrollada, con un mayor despliegue territorial. La artesanal es una cadena corta.</p>	<p>En el caso de la producción industrial, de mayor relevancia en cuanto a volumen, se observa un desdoblamiento geográfico del proceso en dos regiones. Esto es explicado por el hecho de que el principal mercado consumidor está en los grandes centros urbanos. Además, la fabricación de botellas, que es el envase más frecuente en la comercialización de sidra, está distante de la zona de producción de la materia prima de la sidra.</p>	<p>Muchos de los actores de la cadena que recomiendan el embotellado en origen para garantizar la identidad del producto final. Se recomienda un análisis exhaustivo sobre costos y beneficios de la implementación de esta práctica.</p>
Agentes de la cadena y sus interacciones	<p>Poca integración vertical con el abastecimiento de materia prima y la comercializada. Variable grado de integración vertical entre la elaboración y el fraccionamiento. Escasa integración y/o coordinación horizontal.</p>	<p>Se observa en algunos casos una falta de integración y diálogo entre las etapas de producción de sidra base y de fraccionamiento. Esto se ve profundizado por el desdoblamiento geográfico del proceso y la inexistencia de instituciones de control específicas para el producto. La dificultad para reunir a los actores y obtener consensos mínimos en la mesa de la sidra evidencia la escasez de diálogo dentro y entre las empresas del sector.</p>	<p>Se propone generar eventos de interés (como eventos educativos con expertos elaboradores de otros países, mesas de negociación, congresos) que alienten el diálogo y el intercambio de ideas dentro de la cadena.</p>
Servicios de apoyo	<p>Presencia de equipos de investigación (UNCo, UNRN, INTA, INTI) colaborando con el desarrollo del producto.</p> <p>Interés de los gobiernos provinciales en</p>	<p>Hay iniciativas de innovación y el desarrollo de nuevos y mejores productos en el caso de las empresas que mayor interacción poseen con los entes de investigación y desarrollo</p>	<p>Se propone intensificar la organización de eventos específicos para el sector, afín de mejorar la interacción público privada</p>

	desarrollar el sector.		
Identificación de insumos (entrada) y de productos/subproductos (salida)	Se señalan como factores críticos para la obtención de un producto de calidad: la materia prima, la graduación alcohólica, el agregado de conservantes. La diferenciación por calidad se comunica a través de distintas marcas comerciales y etiquetas.	La calidad de la fruta que se destina a la sidra no necesariamente cumple con los requerimientos para una producción de alta calidad, especialmente en lo que hace a la homogeneidad de producto. El MINAGRI ha elaborado Guía de buenas prácticas de elaboración industrial y artesanal. Pero el monitoreo y fiscalización de su cumplimiento es ocasional. No existe un ente fiscalizador específico. En algunos casos el abastecimiento de materia prima se ve limitado por factores financieros.	Debe darse cumplimiento a las consideraciones de las BPM. La actual tarea de monitoreo y fiscalización a cargo de “salud pública” y “bromatología”, debería ser más exhaustiva o bien estar a cargo de un ente creado a tales efectos. La guía de Buenas Prácticas de Manufactura debe actualizarse con los avances en investigación y desarrollo de las instituciones académicas y agencias de desarrollo de la región. Se propone la creación de instrumentos financieros que le permitan a la industria contar con capital de trabajo a fin de poder ser más selectivos en el abastecimiento de la materia prima.
Características de la oferta	La oferta asciende a 50 millones de litros por año, y participan al menos seis industrias y numerosos elaboradores artesanales de la región.	La oferta se destina principalmente al mercado interno, sin innovar demasiado en el envase ni mostrar modificaciones significativas en la calidad del producto. Las propuestas innovadoras son de bajo volumen, destinadas a nichos de mercado. Las empresas tradicionales son reacias a realizar grandes apuestas para modificar la oferta.	Hacer estudios de preferencia de los consumidores a nivel nacional
Precios, segmentación estrategias de marketing	A nivel internacional posicionan a la sidra Argentina entre los valores más bajos del mercado. Los precios son muy estacionales. Conviven en la industria actores centrados en la producción y otros en el mercado, con estrategias características de cada enfoque. Conviven variadas estrategias de marketing, algunas que consideran elementos del marketing estratégico y	Siguen siendo los paradigmas del momento la desestacionalización del consumo, la calidad del producto, las variaciones en las características sensoriales de la tradicional sidra dulce de manzana	Estudios de precios de productos sustitutos según canal comercial. Impacto de las estrategias de marketing implementadas. Alentar la innovación en cuanto a las calidades organolépticas como de envasado y presentación de la sidra a través de la creación de concursos y eventos demostrativos.

	operacional y otras que sólo mantienen las tradiciones.		
Comercio exterior	Balance comercial positivo. Exportaciones a países limítrofes, concentrados en empresas líderes y/o vinculadas a otras actividades.	No se observan exportaciones de sidras artesanales. No se observan estrategias de fomento de exportaciones en el sector. Aumento del consumo del producto en otros países y precios muy competitivos del producto nacional, lo que podría implicar una posibilidad de crecimiento	Se propone implementar estrategias de promoción de exportaciones, tales como alentar y apoyar económicamente la participación de los elaboradores en ferias y eventos internacionales vinculados al producto, alentar herramientas de diferenciación tales como certificados de calidad, identidad geográfica protegida

Conclusiones

Desde la perspectiva del desarrollo del sector agroalimentario argentino, el complejo sidrero presenta varias características promisorias. Aporta valor al sector frutícola, implica inversión en capital y genera puestos de trabajo.

La industria sidrera se encuentra arraigada a las tradiciones de la región, pero todo indica que a lo largo de los años ha ido perdiendo relevancia debido al crecimiento de otras bebidas y a la carencia de una dinámica virtuosa intrínseca.

Algunos indicadores positivos muestran que el sector parece revitalizarse desde lugares diferentes: crecimiento de los elaboradores artesanales, recobrado el interés de los consumidores jóvenes.

En este sentido será necesario mejorar la calidad e identidad del producto. Esto implica trabajar en múltiples temas: el marco legal, las políticas de financiamiento para inversiones y capital de trabajo, la comunicación dentro de la cadena, los acuerdos con la producción de materia prima y el abastecimiento de insumos claves, los programas de promoción de exportaciones.

Bibliografía

Ablin A (2015). Cadena de valor de la sidra. Informe de Producto N° 2 http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/AyB/bebidas/productos/Sidra_2015_11Nov.pdf

Alvarado Ledesma, M. (2005). Marketing agroindustrial, la cadena de valor en los agronegocios. Ed. Ariel. Buenos Aires

Bestard P. y Villarreal P. (2021). Chicha de manzana. Anclaje cultural de la “Sidra artesanal”. En revisión editorial Revista de Historia de la Facultad de Humanidades U.N.Comahue.

CEPAL (2016). Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40688/1/S1600739_es.pdf

CHANDON, J. A. (2003). Faites votre cidre. Ed D'utovie. Francia.

Corti, G. (2008). Elaboración de sidra (en línea). Fruticultura y Diversificación N°56. Consultado julio 2021. Disponible en <http://docplayer.es/29131657-Diversificacion-gilda-corti-tecnica-inti-elaboracion-de-sidra-no562008.html>

González Flores M. (2016). Saccharomyces uvarum de ambientes naturales y bebidas fermentadas de la Norpatagonia. Caracterización y potencial para elaborar sidras a bajas temperaturas. Tesis U.N.Comahue.

INTI (2013). Sidra. Programa de desempeño de productos. Consultado agosto 2018. Disponible en <https://www.inti.gob.ar/publicaciones/buscador>

Manrique, G. (2013). Manual de cadenas de valor agropecuarias. Proyecto BID Rural. https://www.academia.edu/37772971/Manual_Cadenas_de_Valor_Agropecuarias_PROYECTO_BID_RURAL_ATN_ME_11055_RG_Expansi%C3%B3n_a_Zonas_Rurales_de_un_Sistema_Microfinanciero_Integral. Accessed 2022

Mollejo V. (2018). https://www.alimente.elconfidencial.com/gastronomia-y-cocina/2018-07-15/auge-sidra-alternativa-cerveza_1589741/

Norton, R. (2004). Política de desarrollo agrícola. Conceptos y principios. FAO. <http://www.fao.org/3/y5673s/y5673s00.htm#Contents>

Pedreschi R. y Villarreal P. (2021). La sidra en el mercado argentino: elementos del marketing estratégico y operacional <http://rdi.uncoma.edu.ar/handle/123456789/16200/browse?type=author&value=VillareaI%2C+Patricia>

Piñones Vásquez, S., Acosta Avila, L., Tartanac, F. (2006). Alianzas Productivas en Agrocadenas. Experiencias de la FAO en América Latina. En línea. I.S.B.N.: 92-5-305517-0. FAO. Santiago, CL. Disponible en: <http://www.rlc.fao.org>

SENASA, (2020). Anuario estadístico. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anuario_estadistico_senasa_crpn_2020.pdf

Victoria, M. (2011) Integración vertical para la cadena de valor en los agronegocios (en línea). Revista Estudios Agrarios. Volumen 17 Número 49. Pág: 71 a 95. Disponible en: <https://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-agrarios/articulo/integracion-vertical-para-la-cadena-de-valor-en-los-agronegocios>

Villarreal P. y Malaspina M. (2020). Panorama internacional de la sidra.