NEGOCIOS

ARTEFACTOS DE ILUMINACIÓN CON DISEÑO LOCAL

EN FOCO

EL NUEVO POLO GASTRONÓMICO DEL PASAJE ECHEVERRÍA

+ DOSSIER

Industria vegana, desde vinos hasta cosméticos

pymes

Cultura emprendedora

ABRIL 2022

Con un pie al otro lado

Nueve casos de empresas que instalaron una filial en países limítrofes. Buscan mejorar sus exportaciones, o van con fábrica propia. O hacen como Tecnoperfiles, que se instaló en Chile y desde allí reexporta hacia nuevos mercados.

#217 PRECIO EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES Y CBA: $ 400. RECARGO DE ENVÍO AL INTERIOR: $ 60. IVA IN. BUENO

Certificado vegano, otra forma de agegar valor

Más de 300 marcas ya lograron el aval para casi 900 productos en la Argentina. Esta tendencia ya abarca a vinos, alimentos, cosméticos y artículos de higiene personal. Por Hernán Murúa

12%

de la población argentina, cinco millones, integra la comunidad vegana-vegetariana, según Kantar Insights Division.

Nada menos que cinco millones de personas, sólo en la Argentina. Hasta esa cifra ascienden los integrantes de la comunidad vegana-vegetariana, de acuerdo con un estudio de la consultora Kantar Insights Division. Equivale al 12% de la población de nuestro país, tres puntos porcentuales más que un año atrás. En tanto, otro 12% confiesa haber reducido sustancialmente su consumo de carne.

CRUZAT. "Logramos la certificación después de una ardua auditoría en la que se analizaron hasta los mínimos detalles", señaló Andrés Heiremans.

"Estuvimos mucho tiempo con nuestros proveedores, verificando procedencias de las materias primas".

COSMÉTICOS. Cuvage certificó su línea de esmaltes de uñas tradicionales, conformada por más de 130 tonalidades, dijo Joaquín Mur.

Cabe aclarar, por si fuera necesario, que un vegetariano no come carne ni derivados de animales. Mientras tanto, un vegano, además, rechaza el uso de cuero, lana, seda, cosméticos y cualquier otro producto de origen animal.

Este cambio en los hábitos de consumo se manifiesta, según los expertos, en la exigencia de productos que respeten el medio ambiente y estén alineados con el cuidado de la salud humana. De esta manera, determina una nueva relación con las marcas.

La tendencia hacia el incremento del consumo de productos veganos, entonces, no sólo obliga a las fabricantes de alimentos, bebidas, artículos para el cuidado personal y cosméticos a adecuar sus ofertas.

También demanda por parte de compradores mayoristas y minoristas un aval que les permita a los consum-

idores identificar fácilmente los productos sin ingredientes de origen animal, incluidos los aditivos y coadyuvantes.

Ana Cherasco, responsable de certificación de VEG Argentina, cuyo esquema desarrollado por la certificadora Liaf Control sigue la norma ISO 17030, lo confirma. "El crecimiento de certificaciones del último año fue de 326%. Ya sumamos 892 productos diferentes, de 308 marcas de consumo masivo, entre bebidas alcohólicas y sin alcohol, alimentos, productos de higiene personal, cosméticos e indumentaria", agregó.

En el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) desarrollaron el Sello IRAM-V para que los consumidores cuenten con la certeza de que un producto es vegano. "Es la primera y única certificación con reconocimiento internacional, basada en la norma ISO 23662:2021", señalaron desde la entidad.

Agregaron: "Nuestro sello brinda confianza, además de facilitar la identificación y el etiquetado. Puede encontrarse en indumentaria y calzado, alimentos y materias primas, cosméticos, artículos de higiene y cuidado personal y productos para la limpieza, blanquería, bazar y decoración, entre otros".

DESDE CERO

Uno de esos productos es la barra de pasas y arándanos sin azúcar agregada, lanzada en noviembre del 2020 por la firma Muecas, con sede en Villa Martelli, en la Zona Norte del Gran Buenos Aires.

"La creamos desde cero con la intención de que sea vegana y certificada", subrayó Demián Alterman, socio gerente de la empresa. "Intentamos ofrecer productos para que cada vez más personas nos puedan conocer. Como el veganismo crece día a día, queremos ser una marca de referencia en esa búsqueda. Por eso, creemos que la certificación será un pilar de la marca en los próximos años y, de hecho, estamos trabajando en nuevos productos a certificar", continuó.

El emprendedor adviertió que los consumidores se interesan cada vez más en el detalle de los productos. "Como marca, tenemos la responsabilidad de brindar las herramientas para que puedan elegir con libertad. Hoy,

"Nuestro sello facilita la identificación y el etiquetado. Está en indumentaria y calzado; alimentos y cosméticos, entre otros".

"Queremos ser una marca de referencia en el veganismo. La certificación será un pilar de la marca".

MUECAS. Sus barras de pasas y arándanos fueron certificadas por Liaf Control y representan 20% de sus ventas, dijo Demián Alterman.

Vegetarianismo es no comer carne ni derivados de animales. El veganismo, además, rechaza el uso de cuero, lana y cualquier producto de origen animal.

el mercado precisa productos certificados, con trazabilidad y rótulos claros", enfatizó.

Las 600.000 unidades comercializadas de la barra certificada -a un precio al consumidor final que ronda los 85 pesos, en el momento de escribir esta nota- ya representan un 20% de las ventas totales de la firma, a poco más de un año de ser presentadas en sociedad.

"Para 2022 proyectamos un crecimiento en la venta de unidades totales de 35%, pero del 50% de la barra vegana certificada. La marca planea una expansión regional, y vemos a nuestra barra vegana ocupando un rol muy importante en ese proceso", concluyó.

HIGIENE Y COSMÉTICOS

La tendencia no se ciñe tan sólo a los alimentos. La empresa Cuvage certificó, en octubre pasado, su línea de esmaltes de uñas tradicionales, conformada por más de 130 tonalidades. Se trata de los productos de mayor rotación de esta firma con sede en Cañuelas.

"Estuvimos mucho tiempo en contacto con nuestros proveedores, verificando procedencias de las materias primas y excipientes utilizados para su elaboración", aseguró Joaquín Mur, socio del emprendimiento, acerca del desarrollo de los productos veganos. "El mercado de la cosmética es muy dinámico. Y como empresa medianamente joven, nos gusta innovar y buscar las últimas tendencias mundiales con relación al consumo", agregó.

Mur destacó que, desde la certificación, se incrementaron las ventas en más de 20.000 unidades de los esmaltes -a un precio minorista del orden de 190 pesos, al cierre de

Este cambio en los hábitos de consumo se manifiesta en la exigencia de productos que respeten el medio ambiente y estén alineados con el cuidado de la salud.

esta nota-, lo que equivale al 35% de los despachos totales de la firma. "Consideramos que este incremento va a ser aún mayor, debido a la cantidad de consultas que tenemos para incorporar la línea de esmaltes", se entusiasmó el emprendedor.

Dentro del segmento de la higiene personal, la copa menstrual Real Cup también cuenta con el certificado vegano prácticamente desde su lanzamiento, en septiembre pasado.

"Con la primera copa menstrual certificada vegana de industria nacional, queremos generar un impacto positivo con respecto al medio ambiente y a los animales. Tanto nuestros consumidores como nuestros clientes B2B, además, valoran mucho que tengamos este certificado", resaltó Desirée Cox, gerente de Marca de Real Cup.

En la actualidad, la firma Caimán fabrica en Paso del Rey, en la Zona Oeste del Gran Buenos Aires, unas 50.000 copas menstruales por mes, lo que representa el 35% de los despachos totales de la empresa. Se comercializan en cajas de dos unidades, a un precio minorista que ronda los 700 pesos, en el momento de redactar estas líneas.

"Queremos generar un impacto positivo con respecto al medio ambiente y a los animales".

REAL CUP. La copa menstrual producida en Paso del Rey por Caimán cuenta con certificiación desde su lanzamiento, dijo Desirée Cox.

"Para 2022 buscamos duplicar las ventas. De hecho, contamos con una matriz productiva para fabricar 400.000 copas por mes, y esperamos la masificación del producto para usar toda la capacidad instalada", agregó la ejecutiva. La empresa, además, exporta a Chile, Uruguay y Paraguay el 30% de su producción de copas menstruales veganas.

BODEGAS

Sin embargo, es la industria vitivinícola una de las pioneras en la elaboración y comercialización de productos con certificación vegana, sobre todo a raíz de la demanda originaria de la Unión Europea, Europa del Este, Brasil y los Estados Unidos. Como consecuencia, ya más de 60 bodegas de nuestro país cuentan con el sello correspondiente.

"La industria vitivinícola lidera esta tendencia, gracias a la Resolución 2019-14-APN-INV-MAGYP, mediante la cual el Instituto Nacional de Vitivinicultura le otorgó a una certificación voluntaria, como es la certificación de productos veganos, un carácter mandatorio para su rotulado", explicó Ana Cherasco.

Además de la evaluación del origen de las materias primas, los aditivos y coadyuvantes empleados, la clave pasa por la etapa de clarificación de los vinos. En ese proceso, se reemplaza el uso de caseína, gelatina o albúmina de huevo, todos derivados de animales, por proteínas y bentonitas, en el primer caso de origen vegetal y en el segundo, mineral.

"Certificamos porque teníamos un cliente en el Reino Unido que necesitaba vinos aptos para veganos".

Francisco Rodríguez, socio y brandmanager de Corbeau Wines, lo ratificó: "En 2019, nos convertimos en la primera bodega en certificar vino vegano a granel. Luego, también lo hicimos con nuestras etiquetas Pixels y Mad Bird". Con esta oferta, la bodega con sede en San Martín, Mendoza, facturó $200 millones de pesos el año pasado y prevé alcanzar los $340 millones este año.

"La principal razón fue que teníamos un cliente en el Reino Unido que necesitaba vinos aptos para veganos. A partir de ahí, decidimos que todos los productos que salieran de nuestra bodega debían serlo. En 2017 decidimos no utilizar ningún producto de origen animal para la clarificación", completó el empresario.

Dedicada exclusivamente a la producción de espumosos, también Bodega Cruzat cuenta con certificación vegana en sus etiquetas Single Vineyard Finca La Dama, Cruzat Naranjo, Cuvée y Premier. "Logramos la certificación después de una ardua auditoría en la que se analizaron todos los procesos y hasta los mínimos detalles", señaló Andrés Heiremans, gerente general de la firma con sede en Perdriel, Luján de Cuyo, Mendoza.

"Como sucede en el resto del mundo, la búsqueda de productos naturales es una tendencia que, afortunadamente, pisa cada vez más fuerte en la Argentina. La certificación vegana, así como la orgánica que recientemente logramos, es una herramienta que nos permite ofrecer transparencia y mostrar un compromiso con el *terroir* desde el día cero", se explayó. La firma vendió 382.789 botellas con sello vegano en 2021 -el 15%, con destino a la exportación-, a precios minoristas en el rango de 1.400 a 2.600 pesos por unidad.

HASTA EN JUGOS

Incluso la tendencia también llegó a productos intrínsecamente de origen vegetal como las sidras, los jugos y los energizantes en base a manzana.

Es el caso de Cuvillier, que cuenta con dos bodegas en Río Negro y planta fraccionadora en San Fernando, en el Gran Buenos Aires. Ya certificó tres marcas de sidras -Del Valle, 1930 y Pyrus Patagonia- junto con sus jugos Del Valle y los energizantes Z Energy Drink.

"El cliente exige las certificaciones, y eso tiene un valor agregado a la hora de elegir el producto. Es un plus que se le brinda al consumidor para que defina su elección en la góndola. Acompañamos esta exigencia, ya que los productos certificados bajo una entidad responsable reflejan calidad y cuidado", dijo Melina Saccani, socia de la firma.

En números, la firma comercializa 25 millones de botellas anuales de sidra Del Valle, a un precio minorista del orden de los 200 pesos; 150.000 de Pyrus, a 260 pesos por unidad; 6.000.000 de litros de jugos, a 85 pesos el litro, y 2.000.000 de latas de energizantes, con un precio minorista de 120 pesos cada una. "Este año realizamos un acuerdo con Cervecería y Maltería Quilmes ellos manejan la comercialización y distribución de Sidra 1930", añadió.

Vocera del grupo familiar propietario de la bodega, Saccani agregó que parte de la cultura de la empresa "es acompañar los cambios y mejorando la tecnología, la calidad y el diseño. Para nosotros, es fundamental escuchar al mercado, saber qué es lo que exige y poder cumplirlo", completó. ●

CONTACTOS

Bodega Cruzat
bodegacruzat.com
Corbeau Wines
corbeauwines.com
Cuvage
cuvage.com.ar
Cuvillier
delvalle.com.ar
Muecas
muecas.com.ar
Real Cup
realcup.com.ar
VEG Argentina
vegargentina.com