



Para ver el informe completo [inicie sesión](#) o [cómprelo en línea haciendo click aquí](#)

# ALIMENTOS FUNCIONALES

## “Sector Alimentos Funcionales – Brief Sectorial”

CLAVES Información Competitiva S.A.



**Sector Alimentos funcionales: es un negocio que se halla en desarrollo cuya oferta en volumen viene creciendo a una Tasa anual promedio del 7,9% desde el año 2010. El consumo per cápita es de casi 60 kg/habitante/año y ello incluye a lácteos, fórmulas infantiles, cereales, farináceos y bebidas entre otros.**

*El informe recientemente finalizado que analiza la dimensión de este mercado y la performance de los competidores en cada uno de los segmentos, revela que el sector alcanzará su pico productivo y de consumo en 2013 y que continuará su ritmo de crecimiento favorecido por una demanda de productos que mejoren la salud de las personas.*

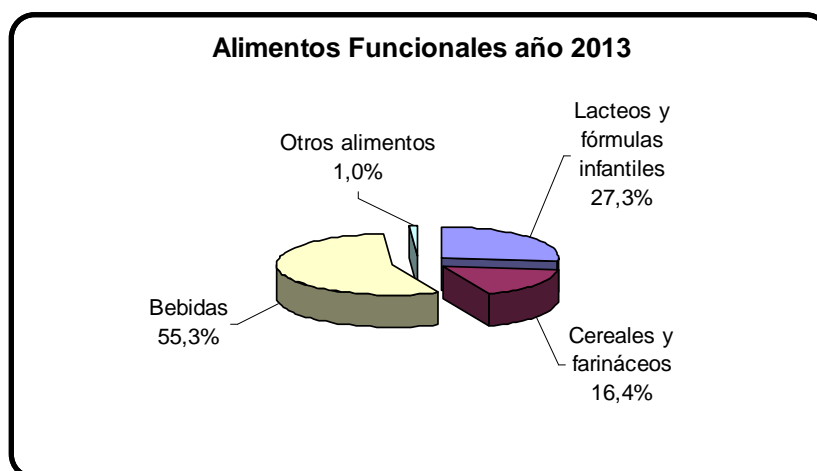
Una de las características destacables de este sector es que los integran las empresas de alimentos y bebidas de mayor importancia económica del país y éstas ofrecen sus productos funcionales bajo sus principales marcas.

**Para ver el informe completo [inicie sesión](#) o [cómpralo en línea haciendo click aquí](#)**

En el segmento de lácteos y fórmulas infantiles dominan las firmas Mastellone, Sancor Danone y Nestlé con las marcas son Cereacol, Ser, Sancor Bebe, Sancor Bio, Danonino, Activia, Cindor, Nido y Nesquick. En el corto plazo todas las empresas lácteas ofrecerán leches, yogures y quesos crema con adición de vitaminas. Para la comercialización de lácteos funcionales existen alianzas estratégicas como la División Nutricia Baby entre Danone y Bagó y la venta de acciones de Sancor a la Mead Johnson Nutrition (USA) para la producción y ventas externa (especialmente Venezuela y Brasil) de sus fórmulas infantiles. Algunos de estos funcionales utilizan en sus fórmulas componentes prebióticos y probióticos

Las bebidas funcionales se presentan en formas de polvos para diluir, jugos de soja, jugos fortificados, y algunas aguas saborizadas. Las empresas que dominan este segmento son Mondelez con su marca Tang, Unilever con el jugo AdeS, Coca Cola con los jugos Cepita, Danone con su línea Levité, Pepsico con H2oh! y la dietética Ivess – Cormillot.

Completan la lista de alimentos funcionales Molinos Río de la plata con sus pastas secas fortificadas Matarazzo y Luchetti, los panes integrales del Grupo Bimbo (Bimbo – Lactal – Fargo) y las galletitas fortificadas marca Bagley, Ser, Cerealitas y Granix. Entre las grandes novedades del sector se hallan la yerba con prebióticos marca Unión de Establecimientos Las Marías y los huevos con Omega 9 de Codepra y Avicoper.



Fuente Claves con información propia

La tendencia del mercado es mantener sus crecimientos y la participación de los productos será creciente dentro de las empresas y algunas se hallan en franco proceso de inversión en este sentido como el caso de Sancor que amplió la línea de alimentos infantiles en la usina de Sunchales y de Nestlé que está construyendo una fábrica de envases para Nesquik. La firma Molino Cañuelas avanza en la producción de harinas y fideos fortificados

## PRINCIPALES 5 TENDENCIAS ESTRATÉGICAS

1.- Mejora de la imagen, publicidad y promoción de los productos: Algunos productos funcionales tienen una imagen negativa frente a grupos de consumidores que tratan incluso de difundir probables aspectos negativos. Las empresas trabajan para que los consumidores los reconozcan por sus cualidades positivas. La utilización de todos los medios virtuales (website - Twitter - Blogs) para la promoción de los productos funcionales es un hecho en las principales empresas y esto se incrementará en el futuro.

Para ver el informe completo [inicie sesión o compléte en línea haciendo click aquí](#)

2.- Desarrollo de nuevas presentaciones: Se espera que las empresas realicen nuevas presentaciones de algunos productos funcionales dentro del rubro de lácteos, bebidas y cereales. Si bien no serán grandes innovaciones tecnológicas se avanzará en la adición de vitaminas, semillas y minerales necesarios para una mejor alimentación

3.- Desarrollo del mercado externo: Desarrollar estrategias para incrementar las exportaciones y de modo especial los mercados latinoamericanos aprovechando que muchas empresas tienen actividad en estos países.

4.- Inversiones en activos específicos: Las principales empresas (Sancor - Nestlé - Danone) han realizado inversiones en activos específicos para la producción de alimentos funcionales y son varias las que han presentado planes de inversión en este sentido algunos de los cuales se hallan en ejecución.

5.- Alianzas estratégicas: Muchas empresas (Sancor Mead - Danone Arcor - Danone Bagó) ya tienen sus alianzas estratégicas para incrementar su participación en los mercados. Esto se profundizará en el corto plazo.

---

Más información acerca de servicios y estudios disponibles en [www.claves.com.ar](http://www.claves.com.ar)