



Tendencias de Alimentos Funcionales en Argentina

DICIEMBRE/2017 Oficina Comercial de Chile en Buenos Aires



Alimentos funcionales procesados

■ DESCRIPCIÓN DE LA TENDENCIA/ PRODUCTO

Considerando el avance de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT), y de acuerdo a la recomendación de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Ministerio de Salud de Argentina analiza la prevalencia de estas enfermedades para establecer las metas necesarias que permitan abordar de manera integral esta problemática. En este contexto, la industria alimentaria es un eslabón fundamental, que deberá desarrollar y proveer de una mayor oferta de alimentos con nuevos perfiles nutricionales, cuya finalidad sea la de colaborar con el trabajo de frenar este tipo de enfermedades.

■ SITUACIÓN DEL MERCADO.

En Argentina, las principales líneas de investigación y desarrollo para alimentos funcionales están orientadas a mejorar o reducir el riesgo de Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT), tales como obesidad, diabetes y dislipemias (altos niveles de lípidos). Hacia estas patologías se están destinando actualmente acciones en la industria alimentaria que buscan desarrollar productos más saludables para mejorar la calidad de los nutrientes ingeridos por la población. La industria local ha desarrollado alimentos con propiedades saludables comprobables: prebióticos y probióticos (Código Alimentario Argentino).

Como ocurre a nivel mundial, actualmente también en Argentina se observa en los consumidores una creciente tendencia a elegir alimentos que se asocien con su salud y bienestar. Esta situación se aprecia en la oferta de productos cuya rotulación destaca que contienen cierto tipo de fibra dietética, que son integrales, que poseen ácidos grasos omega-3, antioxidantes u otros componentes que el consumidor común está aprendiendo a reconocer como aporte saludable.

Algunas consideraciones, que surgen de un estudio del Ministerio de Ciencia y Tecnología de Argentina (MINCYT - 2016), hacen suponer una demanda real de alimentos funcionales: un promedio de 2,1% de los estudiantes presenta bajo peso, mientras que un promedio del 34,5% presenta sobrepeso u obesidad (Ministerio de Salud, 2012); encuestas locales muestran deficiencias de alimentación en adolescentes y niños (calidad y cantidad); el consumo de lácteos en el desayuno alcanza al 21,7% de los chicos/as y a medida que estos crecen se incrementa el no consumo de lácteos en el desayuno; el consumo promedio semanal de verduras crudas o cocidas (sin considerar papa, batata, choclo o mandioca), es inadecuado o insuficiente en casi el 60% de la población entre 2 y 17 años; más del 65% de los chicos/as registra consumos adecuados o aceptables de carne (68,8% y 18,8%, respectivamente). El binomio sobrepeso/obesidad continúa en alza, 6 de cada 10 argentinos registra exceso de peso, de los cuales 2 son obesos. La evolución de la prevalencia de obesidad pasó del 14,6% en 2005 al 18% de 2009, y al 20,8% en 2013; mientras que el sobrepeso, con un comportamiento similar, evolucionó del 34,4% en 2005, al 37,1% en la última medición (Ministerio de Salud, 2014).

No existen cifras oficiales de importaciones de estos alimentos específicos puesto que no existe desgravación de glosas arancelarias con esta descripción, tampoco de la participación de Chile en este sector.

En los últimos años, sobre todo los supermercados, han introducido una variada gama de marcas privadas para este segmento, que privilegian con espacios en góndola y promoción en el área de cajas.

■ CERTIFICACIONES/NORMATIVA/ESTÁNDARES EXIGIBLES EN EL MERCADO

Argentina no cuenta con una definición consensuada sobre los alimentos funcionales. Sin embargo, el Código Alimentario Argentino (CAA) en los artículos 1389 y 1390, define a los alimentos probióticos y prebióticos, respectivamente. Los alimentos funcionales no curan ni previenen por sí solos alteraciones ni enfermedades, no son indispensables y sus efectos benéficos deben



estar científicamente fundamentados; pueden resultar un complemento interesante, dentro de una estrategia que promueva una buena salud, pero no cumplen por sí solos el objetivo de preservarla.

1. Normas y reglamentos

- Código Alimentario Argentino: (Resolución Conjunta SPReI N° 261/2011 y SAGyP N° 22/2011) y (Resolución Conjunta SPReI N° 229/2011 y SAGyP N° 731/2011)
- (http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/CAPITULO_XVII.pdf)
- RESOLUCION 1083/2009 - SALUD PUBLICA, Estrategia Nacional para la Prevención y Control de Enfermedades no Transmisibles y el Plan Nacional Argentina Saludable.
- Disposición ANMAT N° 907/11, creó en el ámbito de la Dirección Nacional de la ANMAT el “Observatorio ANMAT”
- RESOLUCIÓN conjunta 161/2013 y 213/2013. Información Nutricional Complementaria.
- DISPOSICION 7730 /2011 ANMAT. Publicidad.
www.infoleg.gob.ar

▪ MERCADO POTENCIAL

Uno de los objetivos de la agroindustria alimentaria local argentina al 2030, ante el crecimiento poblacional, considerando el aumento de la población de mayor edad, la mayor relevancia de las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) y las modificaciones en los hábitos de consumo, es introducir cambios tecnológicos en los procesos productivos, que logren competitividad de la agroindustria y mayor oferta de productos saludables. Cabe señalar que Argentina es un mercado de 44.044.811 de habitantes (estimaciones INDEC). El grupo etario más dominante es entre 25 y 54 años (con una edad promedio de 35 años), con 39,2% (año 2016, estudio UCES).

En Argentina, ya se planteó que las principales líneas de investigación y desarrollo para alimentos funcionales están orientadas a mejorar o reducir el riesgo de Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT), como obesidad, diabetes y dislipemias. Los productos a base de frutas y hortalizas, snacks saludables, bebidas, entre otras, tendrían un nicho de mercado interesante en el mercado, ya que las líneas de producción locales están orientadas hoy principalmente a lácteos, cereales, infusiones y huevos enriquecidos.

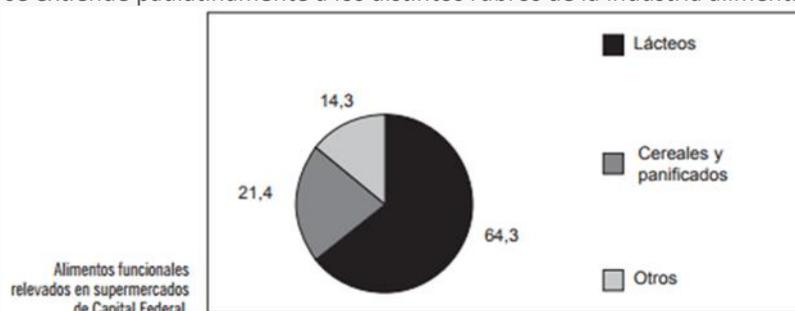
▪ PRINCIPALES ACTORES Y AGENTES RELEVANTES EN EL MERCADO.

1. Importadores

La Dirección General de Aduanas y la Administración Federal de Ingresos Públicos han dejado de publicar datos de Comercio Exterior desagregada por importador, por lo que al momento de realizar este análisis no existen datos de éstos por productos específicos.

2. Retailers

Un relevamiento realizado por la Universidad de Buenos Aires muestra una presencia significativa de este tipo de alimentos en Argentina, lo cual estaría indicando que existe un mercado local para este tipo de productos. Se relevaron catorce productos, observándose una fuerte prevalencia de alimentos lácteos (64,3%), seguido por cereales y panificados (21,4%). Sin embargo, también se han encontrado otros productos como yerba mate y huevos enriquecidos con omega3, indicando que la tendencia de consumo de alimentos saludables se extiende paulatinamente a los distintos rubros de la industria alimenticia.



Fuente: Jiménez, M.F.; Amador, A.C. y H. Cetrángolo. 2012. “La producción de alimentos funcionales desde el sector primario. Perspectivas y Potencialidades”. Rev. Agronomía & Ambiente FA-UBA, Buenos Aires, Argentina



3. Consumidor final/Asociaciones de consumidores

Actualmente, se observa en los consumidores una creciente tendencia a elegir los alimentos que se asocian con su salud y bienestar. Esta situación se aprecia en la oferta de productos cuya rotulación destaca que contienen cierto tipo de fibra dietética, que son integrales, que poseen ácidos grasos omega-3, antioxidantes u otros componentes que el consumidor común está aprendiendo a reconocer como aporte saludable.

Es decir, el nuevo consumidor no ve los alimentos solamente como una fuente para satisfacer una necesidad básica, sino que está cada vez más consciente de los beneficios que los mismos pueden aportar a su salud y bienestar. Hoy existe un consenso de que una buena alimentación aumenta el bienestar general y las expectativas de vida. Todo esto también muy fomentado con programas en diversos medios de comunicación, en especial la televisión.

4. Posición de competidores en el mercado (local e importado)

Existen dos tipos de empresas en Argentina que en la actualidad se encuentran desarrollando alimentos funcionales. Por un lado, empresas de renombre como ARCOR, PEPSICO, SANCOR, por mencionar algunas y otras, de menor tamaño, que con el apoyo de instituciones como el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) ó el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial), han desarrollado líneas de productos. En el siguiente punto, se encuentra en detalle cada proyecto.

Respecto de productos importados, no se ha podido identificar ninguno. Sin embargo, se estima que varios importadores de alimentos y supermercados se encuentran importando este tipo de alimentos.

5. Competidores o Actuales proveedores

En el mercado local hay oferta de lácteos enriquecidos, algunos ejemplos son Actimel (Danone, segunda marca de La Serenísima), queso marca Sancor, Yogour marca lloy, yerba mate CBSE y Unión (Las Marías).

Proyectos que se han desarrollado con apoyo del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA:

- **Leche de cabra funcional**, cabras alimentadas con semilla de chia, generando leche con mayor contenido de ácido graso alfa-linolénico omega-3, que ayuda a controlar el colesterol y la presión alta.
- **Queso enriquecido con fitoesteroles y antioxidantes naturales**, que ayudan a reducir los niveles de colesterol total y del LDL, conocido como colesterol malo. (INTA /PyME Lácteos Capilla del Señor S. A.)
- **Aditivo en polvo (probiótico)** con el uso de tecnología para una alimentación inclusiva (cepa autóctona aislada de leche materna)
- **Huevos con omega 3**, a través de la modificación en la dieta de las hembras ponedoras con semillas de lino, chia, aceite de lino y pescado, resultan huevos con cinco veces más omega-3 (n-3), ácidos grasos poliinsaturados que son beneficiosos para los seres humanos: permiten reducir los riesgos vinculados a enfermedades cardiovasculares, arteriosclerosis, artritis, y otras enfermedades autoinmunes. (Gallinger/INTA).
- **leche funcional**—reducida en grasas saturadas con incremento del ácido linoléico conjugado (CLA), a partir de alimentación estratégica de vacas lecheras con fuentes de ácidos grasos poliinsaturados (Verónica/INTA).

El Centro de Cereales y Oleaginosas del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), trabaja con empresas que producen y comercializan legumbres sin procesar. El objetivo del INTI es desarrollar distintos procesos para obtener harinas de legumbres y productos derivados, para su introducción en la industria alimentaria.

Otros:

- Wohl Prebiotic, primera línea de prebióticos bautizada (Kässel Pharmaceutical). favorece la regularidad intestinal diaria y la salud digestiva.
- Glassup , refrescos funcionales, a base de relajantes y naturales como valeriana, pasiflora, manzanilla y melisa y otro destinado a aumentar la concentración y el rendimiento mental y físico que contiene ginseng, ginko biloba, fósforo, triptófano, extracto de té verde y cafeína,
- Quaker - Pepsico – Barra de cereal 7 granos.
- ARCOR – barras cereal mix.
- Great Value (marca de Walmart)- Barras de cereales.



- Egran- Barras de cereales-
- Georgalos – Barras de cereales.
- Gallo –Barra de cereales

IMPORTADORES/DISTRIBUIDORES EN EL MERCADO

Empresas identificadas como potenciales Importadores/Distribuidores de Alimentos Funcionales

EMPRESA	IMPORTADOR /DISTRIBUIDOR	SITIO WEB
Walmart Argentina	Importador/Distribuidor.	http://www.walmart.com.ar/
Jumbo Argentina	Importador/Distribuidor	https://www.jumbo.com.ar
Alimentos Villares	Importador/Distribuidor de productos gourmet, frutos secos, deshidratados, entre otros	http://alimentosvillares.com.ar
Bavosi	Comercializa distintas líneas de productos, como ser conservas de vegetales, de frutas y de pescados; frutas secas y desecadas;	http://www.bavosi.com.ar/index.php
Tradecos	Importador/distribuidor de pulpas y jugos de fruta, frutas congeladas, productos sustentables y orgánicos	http://www.tradecos.com.ar/
Agrana Fruit	Importador/Distribuidor de pulpas de frutas y frutas congeladas.	http://www.agrana.com.ar/
Geson SA	Importador/Distribuidor de Productos gourmet y diferenciados	http://www.geson.com.ar/
Grandiet	Distribuidor de productos saludables	https://grandiet.com/

■ POSICIONAMIENTO Y OPORTUNIDADES PARA EL PRODUCTO CHILENO

1. Oportunidades detectadas:

Las tendencias de consumo de los alimentos funcionales muestran que las principales categorías son la leche, el yogur, los cereales, las galletitas y los jugos; todas ellas con una amplia experiencia en el desarrollo de productos funcionales. No así de subproductos de frutas y hortalizas y deshidratados/congelados y, por lo tanto, es allí donde surge un nicho de mercado que Chile podría abastecer. Excelente oportunidad para la industria que elabora snacks, refrigerios o berries congelados.

2. Necesidades de adaptación/mejoras del producto chileno en el mercado de acuerdo a los requerimientos locales

“En la publicidad, propaganda y/o rotulo de productos alimenticios sólo podrá incluirse la información nutricional complementaria (CLAIMS) relacionada con el contenido de nutrientes y/o valor energético que contenga el producto y/o proceso de elaboración autorizado, de acuerdo al Código Alimentario Argentino y la relacionada con la declaración de propiedades saludables que se autoricen en el marco de la normativa vigente, pero no podrá hacerse ninguna referencia o mención a condiciones anormales o patológicas cuando no esté prevista en las citadas normas” . RES161 y 213/13. Información Nutricional Complementaria. 6/13. <http://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/215000-219999/216121/norma.htm>



Guía para la Presentación y Evaluación Científica de propiedades saludables - Disposición 7730/2011. http://www.anmat.gov.ar/boletin_anmat/noviembre_2011/Dispo_7730-11.pdf.

De acuerdo a la normativa local, no se pueden hacer alegaciones de salud sin tener pruebas contundentes sobre su seguridad y sobre los efectos publicitados. Todos los alimentos funcionales deben tener sustento científico, fruto de investigaciones de Instituciones idóneas que han provisto de esta información a la industria para formularlos.

3. Estrategias para enfrentar competidores

Es fundamental la generación de conocimiento y de tecnologías que se orienten al desarrollo, diferenciación y valorización de este tipo de alimentos, que respondan a las demandas de valor y calidad de los consumidores. Productos innovadores, con mayor valor agregado en Investigación y Desarrollo, serán los que se destaquen y tengan mayores posibilidades de desarrollarse en este mercado.

4. Envases/empaques (materiales, requerimientos especiales)

En Argentina, todos los envases en contacto con alimentos deben ser registrados ante el Instituto Nacional de Alimentos.

Instructivo para autorización de ingreso de envases en contacto con alimentos:

http://www.anmat.gov.ar/webanmat/formularios/importacion/Instructivo_LC_autorizacion_de_ingreso_de_Envases.pdf

■ PRINCIPALES ACTIVIDADES Y FERIAS INTERNACIONALES ESPECIALIZADAS

1. Feria AlimentAR 2018 (Feria de Alimentos, Bebidas y Tendencias). Próxima Edición, Fecha a definir, Buenos Aires.

■ Otras Imágenes afines a la temática del sector

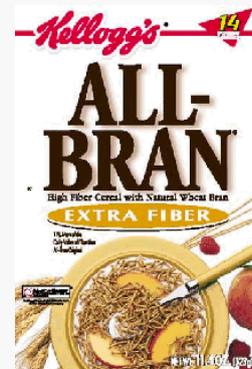
Algunos ejemplos de productos presentes en Argentina:



Glassup , refrescos funcionales



Leche Funcional CLA (Veronica/INTA)



Prebióticos



Probióticos

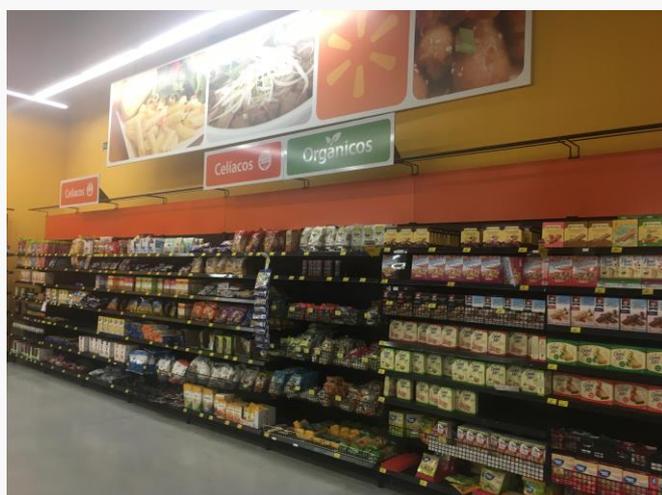




Yerba mate con propiedades funcionales



Lácteos funcionales (reducción del colesterol)



Vista de góndolas en Supermercado Walmart – DOT B.Aires

Autor: Noelia Muriel

Edición: Juan Páez.