

## Productos funcionales

Los alimentos funcionales son aquellos que incluyen algún componente activo que ejerce un efecto beneficioso para la salud del consumidor, independientemente de su valor nutricional. Forman un heterogéneo conjunto de presentaciones y ofertas sobre el que resulta extremadamente difícil efectuar aproximaciones contrastadas. Aparecen en la práctica totalidad de los sectores alimentarios y, en términos generales, puede afirmarse que han protagonizado uno de los comportamientos más dinámicos del sector alimentario durante los últimos años. Se indica que algo menos de la mitad de los consumidores adquiere en la actualidad de forma habitual algún alimento funcional y que éstos pueden representar ya algo menos del 30% del valor global del mercado español. Las primeras legislaciones sobre productos funcionales aparecieron en Japón (1991) y Estados Unidos. La Unión Europea dispone ya de una legislación propia donde se establecen las características de los alimentos enriquecidos con esteroides vegetales que contribuyen a reducir los niveles de colesterol.

Dentro de las ofertas funcionales más consolidadas se encuentran los yogures, de los que casi la mitad de los vendidos en nuestro país incluye la incorporación de algún elemento que fortalece sus propiedades saludables. También las leches funcionales son las que han registrado tasas de crecimiento más importantes en sus ventas y representan ya algo menos del 20% del total de ventas. Las bebidas funcionales suponen un mercado de unos 340 millones de litros, de los que el 67% está compuesto por bebidas a ba-



se de leche y el 33% restante a base de zumos. Los alimentos enriquecidos con soja han conseguido también asentarse en el mercado español. La oferta más popular es la leche de soja, que en sus orígenes era considerada un alimento dietético, pero que hoy día se contempla como una oferta dietético-funcional, destinada a los intolerantes en lactosa, pero también a los consumidores preocupados por una alimentación equilibrada. Aparte de la leche también han aparecido zumos, postres, galletas, pan de molde, conservas de pescado y aceitunas que incorporan soja para potenciar sus cualidades más positivas. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*No puede proponerse una categorización cerrada de las empresas productoras y comercializadoras de alimentos funcionales, ya que lo habitual es que se trate de industrias de diferentes sectores alimentarios que han incorporado este tipo de alimentos a sus catálogos más clásicos. De todas maneras, puede indicarse que, en términos generales, son los grupos más grandes y más dinámicos los que han potenciado estas ofertas, atraídos por sus interesantes índices de crecimiento. También la complejidad de su elaboración actúa como un elemento que dificulta la incorporación a este mercado de operadores con escaso potencial de innova-*



*ción. Dentro de las bebidas funcionales, la empresa líder controla el 40% de las ventas, mientras que las marcas de distribución superan el 27%. En el caso de las leches enriquecidas con calcio, las marcas blancas suponen el 44,6% de todas las ventas en volumen y el 22% en valor, mientras que la primera enseña marquista llega hasta el 28,1% y el 57,3%, respectivamente. Por lo que hace referencia a la leche de soja, la empresa líder controla el 36% de las ventas, mientras que la segunda supera el 18%. La confitería funcional se encuentra repartida entre dos grandes operadores, con porcentajes del 48% y del 41%. ○*