

Ing. Alim. Elizabeth P. Lezcano  
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

# Cereales para el desayuno



El presente trabajo contempla los **Productos a base de cereales inflados o tostados** (incluye a los copos o *flakes* de maíz), las **Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar**, los Granos de avena aplastados o en copos, y los **Granos de los demás cereales aplastados o en copos**. A los fines informativos, cabe aclarar que el empleo de la denominación “*Cereales para el desayuno*” comprende indistintamente a estos cuatro tipos de productos.

Fotos: SAGyP.

El Capítulo IX del Código Alimentario Argentino (C.A.A.), que se ocupa de “**Alimentos Farináceos- cereales, harinas y derivados**” dedica varios artículos a las definiciones que involucran a estos productos alimenticios:

**Art. 644:** “Entiéndese por Cereales, las semillas o granos comestibles de las gramíneas: arroz, avena, cebada, centeno, maíz, trigo, etc.

Los Cereales destinados a la alimentación humana deben presentarse libres de impurezas, productos extraños, materias terrosas, parásitos y en perfecto estado de conservación, y no se hallarán alterados, averiados o fermentados.

En general no deben contener más de 15% de agua a 100°-105°C.

Queda permitido el pulimento, lustre, abrillantado o glaseado de los cereales descortezados (arroz, cebada, etc), mediante glucosa o talco, siempre que el aumento de peso resultante de esta operación no exceda del 0,5% y blanqueado con anhídrido sulfuroso, tolerándose la presencia en el cereal de hasta 400 mg de SO<sub>2</sub> total por Kg”.

**Art. 645:** “Los Cereales podrán presentarse como:

1. Cereales inflados (Puffed Cereals), obtenidos por procesos industriales adecuados mediante los cuales se rompe el endosperma y los granos se hinchan.

2. Cereales aplastados, laminados, cilindrados o roleados (Rolled Cereals), preparados con granos limpios liberados de sus tegumentos y que después de calentados o de ligera torrefacción se laminan convenientemente.

3. Cereales en copos (Flakes) preparados con los granos limpios, liberados de su tegumento por medios mecánicos o por tratamiento alcalino, cocinados con la adición de extracto de malta, jarabe de sacarosa o dextrosa y sal, secado, aplastados y tostados”.

## Historia de los cereales para el desayuno

Los cereales para el desayuno procesados tienen sus orígenes en el movimiento vegetariano del último cuarto del siglo XIX, que involucró a miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en los Estados Unidos. El primer cereal para el desayuno, “*Granula*”, fue creado en 1863 por James Caleb Jackson, en Dansville, Nueva York. El cereal no prosperó por la escasa practicidad de su preparación, ya que para consumir el producto era necesario dejarlo en remojo durante la noche anterior.

En 1877, John Harvey Kellogg, inventó un bizcocho hecho de trigo, avena y harina de maíz para pacientes del Sanatorio Battle Creek que padecían problemas intestinales. Inicialmente, su producto también se llamó “*Granula*”, pero cambió a “*Granola*” tras un fallo judicial. Más tarde, su hermano, Will Keith Kellogg inventó los copos de maíz y en 1906 fundó la compañía Kellogg’s (*Corn Flakes* de Kellogg’s es su marca más conocida).

No pasó mucho tiempo sin que un antiguo paciente del Sanatorio Battle Creek, C. W. Post, iniciara una empresa rival (*Post*) y creara otra de las grandes marcas de hojuelas o copos de maíz en los Estados Unidos, los *Post Toasties*.

Actualmente, existen muchas otras marcas producidas por diferentes fabricantes. En los Estados Unidos, por ejemplo, compiten más de 76 de ellas.

## Numerosas variedades

En el mercado se pueden encontrar distintos tipos de **Cereales para el desayuno**. La variedad es muy amplia:

- ❖ Los copos se obtienen de harinas refinadas y contienen sal, azúcar y malta entre otros ingredientes. Suelen estar fortificados con vitaminas y minerales, con el fin de compensar el efecto del refinado al que se someten las harinas.
- ❖ Los inflados se elaboran insuflando aire a presión a pequeños fragmentos de masa creados con harina refinada de diversos granos. Son más ligeros y crujientes que otros cereales pero contienen menos fibra.
- ❖ Integrales y ricos en fibra: las variedades integrales se elaboran con el grano entero del cereal. Su aporte nutritivo y de fibra es mayor que el de los cereales refinados. También son ricos en

fibra los que incorporan frutos secos y frutas desecadas.

- ❖ Muesli: se compone de cereales (*avena, arroz inflado, trigo, maíz, etc.*), frutos secos (*nueces, almendras, avellanas...*) y frutas desecadas o deshidratadas (*pasas, manzana, plátano, coco, fresas, etc.*).
- ❖ Las barritas de cereales: pesan poco, caben en cualquier bolsillo, resisten mejor el calor y el frío sin necesidad de aislante térmico, se deshacen en la boca casi sin esfuerzo y se digieren fácilmente, pero aportan menos energía y nutrientes que un puñado de cereales ingeridos junto a una taza de leche. Sus ingredientes son: salvado, copos de avena, trigo, maíz, arroz, pasas, almendras, manzana, azúcar, miel, lactosa y otros componentes lácteos, leche en polvo, chocolate, etc. Algunos fabricantes las enriquecen con proteínas lácteas o vegetales, como las de soja.
- ❖ *Oatmeal, porridge* o gachas: las gachas de avena pueden hacerse con granos cortados a cuchillo (*tradicional en Irlanda y Escocia*) o con copos de avena (*tradicional en Inglaterra y los Estados Unidos*). Se conocen simplemente como *porridge* (“*gachas*”) en el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Canadá, y como *oatmeal* (“*harina de avena*”) en los Estados Unidos. Son también un desayuno tradicional en Escandinavia e Islandia, conociéndose como *havregrød* en Dinamarca, *havregrynsgröt* en Suecia, *havregröt* en Noruega, *hafra-grautur* en Islandia, y puuro en Finlandia.

En todos los casos, es común que el elaborador decida fortificar este tipo de productos con vitaminas y minerales tales como el hierro para complementar el aporte nutricional de los mismos.

## Las materias primas

### Cereales y sus harinas

El maíz, el trigo, el arroz y la avena son los principales cereales utilizados como materia prima para elaborar las diferentes variedades de cereales para el desayuno. Con el maíz se obtienen los tradicionalmente conocidos copos o *flakes*; la avena suele laminarse; con el arroz se elabora arroz inflado, y el trigo suele consumirse como trigo triturado o inflado. Asimismo, con los cereales procesados pueden obtenerse las barras de cereal, ampliamente aceptadas los consumidores.

### Azúcar

Los cereales para el desayuno suelen comercializarse azucarados

para lograr la aceptación de los niños, sin embargo, en los últimos tiempos la industria procura bajar su contenido para transformarlos en opciones que no incrementen el aumento de peso corporal.

### Sal

En la actualidad, la industria de los cereales para el desayuno se ha propuesto reducir la cantidad de sodio que aportan estos productos. Varias de las asociaciones que representan al sector, en los principales países productores y consumidores, reclaman su reducción.

### Extracto de malta

A la maltosa se le llama también “*azúcar de malta*”, ya que aparece en los granos de cebada germinada. El extracto de malta corresponde a una mezcla de azúcares naturales que resultan de la hidrólisis enzimática de la cebada malteada, y debido a su especial sabor, color y agradable aroma, se utiliza ampliamente en la industria alimentaria.

### Jarabe de maíz

Industrialmente se obtiene a partir de la hidrólisis ácida del almidón de maíz, y se conoce como *jarabe de maíz de alta fructosa o JMAF*. Las ventajas para los industrializadores de alimentos radican en que el producto es líquido a temperatura ambiente, lo cual facilita las operaciones de mezclado e incorporación a las formulaciones. Además, tiene un poder endulzante superior al de la sacarosa y la glucosa.

### Vitaminas y minerales

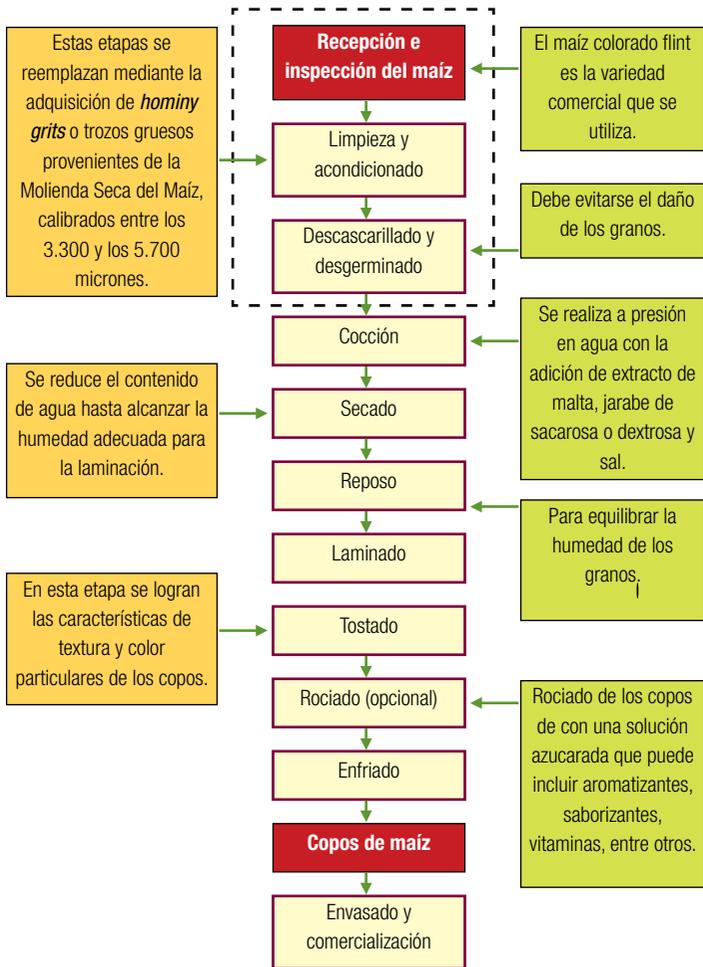
Los cereales para el desayuno figuran entre los alimentos más utilizados para enriquecerlos o fortificarlos con vitaminas y minerales. Se trata de componentes que deben añadirse en el momento indicado del proceso de producción para poder asegurar su presencia en el producto final.

### Proceso de elaboración

Según fuentes privadas vinculadas sector, sólo el 10% de los copos de maíz que se elaboran en Argentina son obtenidos a partir de los trozos gruesos o *homminy grits* de maíz colorado *flint*. Sucede que esta forma de producción ha sido desplazada por la cocción por extrusión, uno de los métodos más versátiles de elaboración de cereales puesto que permite numerosas

y variadas formas, tamaños y formulaciones posibles, lo que posibilita satisfacer y mejorar los requerimientos de fabricantes y consumidores.

**Gráfico N°1:**  
Producción de cereales para el desayuno por cocción del grano entero



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

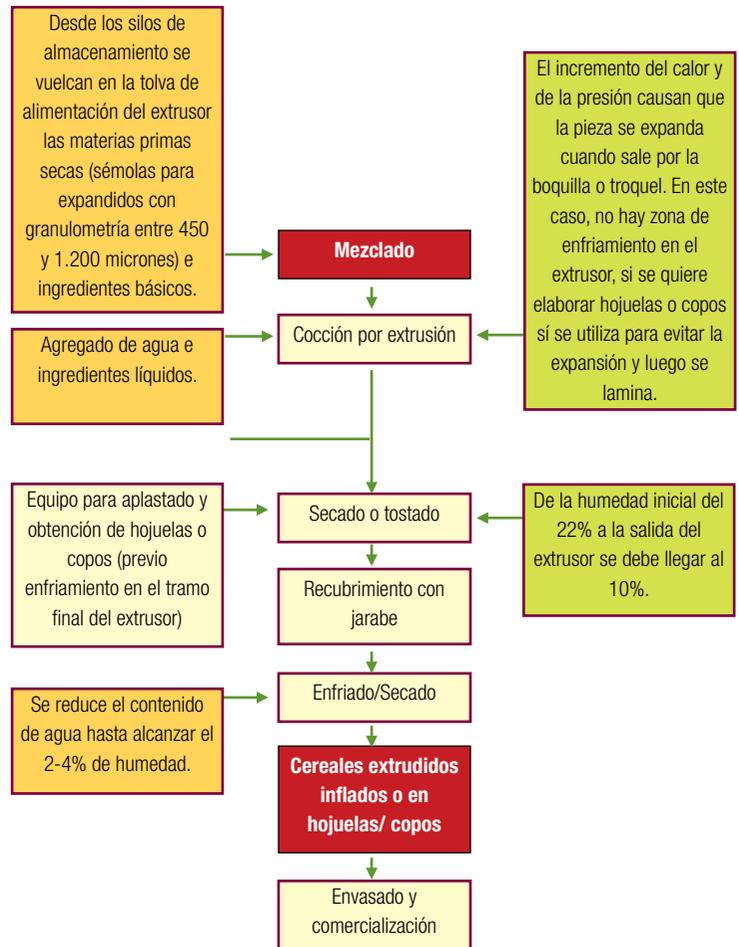
En la actualidad, la mayor parte de los cereales para el desayuno se obtienen por medio del proceso denominado **extrusión**, consistente en dar forma a un producto forzándolo a pasar a través de una abertura con diseño específico (*troquel o boquilla*), procedimiento que puede implicar, a su vez, un tratamiento de cocción.

Teniendo en cuenta su forma de elaboración, en el

mercado pueden encontrarse dos tipos de cereales: los productos directamente expandidos DEEC (*Direct Expansion Extrusion Cooking*) y los productos de expansión retardada PFEC (*Pellet to Flaking Extrusion Cooking*). Son tecnologías avanzadas que permiten producir en forma económica una amplia gama de productos con sabores, texturas, aromas, formas y características nutricionales diversas.

En el proceso de cocción por **extrusión con expansión directa**, el extrusor cocina las materias primas y simultáneamente texturiza y da forma a los productos finales.

**Gráfico N°2**  
Producción de cereales para el desayuno por cocción por extrusión con expansión directa



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

El proceso de **cocción por extrusión con expansión retardada** se emplea para elaborar cereales para el desayuno en copos aglomerados. En este caso, el extrusor sólo cocina las materias primas y, después, se producen los aglomerados por laminación.

La etapa de mezcla de los ingredientes es idéntica a la del proceso DEEC. La mezcla ingresa a la sección de cocción del proceso mediante un alimentador. Posteriormente transita por la sección de cocción del extrusor, donde un pre-acondicionador la calienta (75- 85 °C) y humedece (18- 20%). Los gránulos aglomerados se atemperan en un tambor a 40 - 60 °C luego pasan a un alimentador vibratorio, cayendo a continuación en la zona de rodillos dónde son aplastados. El formador de escamas son dos rodillos giratorios que posibilitan regular la distancia que los separa; tienen el interior refrigerado y cuentan con elementos rascadores en su parte externa.



Las escamas gomosas entran en la unidad de secado - tostado donde sufren, en una primera fase, un tratamiento de choque (220- 270 °C) secado e hinchado, en una segunda etapa un tostado (160- 200 °C). El tercer y último paso consiste en enfriar las escamas ya infladas y tostadas.

El producto queda terminado cuando a las escamas infladas y tostadas se les realiza un recubrimiento con jarabes, seguido del secado y enfriado.

### Mercado interno

En 2008 la producción de cereales para el desayuno rondó las 50 mil toneladas. El consumo anual *per capita* de ese año se estima en 0,49 Kg./hab./año y el de 2009, con una producción similar, en unos 0,5 Kg./hab./año. El incremento del consumo de 2009 se vincula al hecho de que el principal exportador volcó una mayor proporción de su producción al mercado doméstico.

Desde 2002, el consumo y la producción de cereales para el desayuno vinieron incrementándose, impulsados por la inversión realizada por los elaboradores para incrementar la capacidad instalada. En ese momento, el consumo ascendía a 200-300 gr./hab./año.

Anualmente, el consumo *per capita* de cereales para el desayuno en Europa varía desde 0,5 Kg. en Italia a 8 Kg en Irlanda.

Desde el punto de vista de la oferta, los productores de las barras de granola/cereales pueden considerarse como competidores potenciales mediatos de los elaboradores de golosinas. Sin embargo, desde el punto de vista de la demanda, sería razonable afirmar que el grado de sustitución de las barras de cereales con respecto a otras golosinas es prácticamente nulo, ya que los consumidores tienden a demandarlas por sus características particulares, la materia prima a partir de la cual se producen y el uso final, factores que las diferencian de cualquier otro tipo de golosinas.

El segmento de las barras de granola/cereales ha desempeñado un vigoroso crecimiento en los últimos tiempos. Las principales marcas comerciales existentes en el país son: **Cereal Fort (La Delicia Felipe Fort S.A.)**, **Chewy (Quaker)**, **Nature Valley (Generall Mills)**, **3 Arroyos (Laso S.A.- 3 Arroyos)**, **Cerealitas (Kraft Foods Argentina S.A.)**, **Cereal Mix (Arcor-Bagley Argentina)**, **Granix (Asociación Argentina de los Adventistas del 7mo. Día)**, **Flow Cereal y Forza (Georgalos Hnos. SAICA)**, entre otras.

La recuperación de la economía argentina iniciada a partir de 2002 favoreció el consumo de cereales para el desayuno. Pese

a que existen en el mercado marcas para todos los segmentos de poder adquisitivo, en Argentina aún se trata de productos que no son considerados como de primera necesidad, es decir que no integran la canasta básica de alimentos. Por ende, su demanda no responde a los mismos patrones que los productos con comportamiento inelástico.

Como en el resto del mundo, la conciencia por el cuidado de la salud también se ha instalado en el país, y como los cereales para el desayuno son vistos como productos sanos y nutritivos, el mercado interno se abre paulatinamente a su consumo. Desde su lanzamiento en el mercado argentino, las barras de cereales han sido aceptadas rápidamente, asociadas a lo natural y al cuidado de la salud.

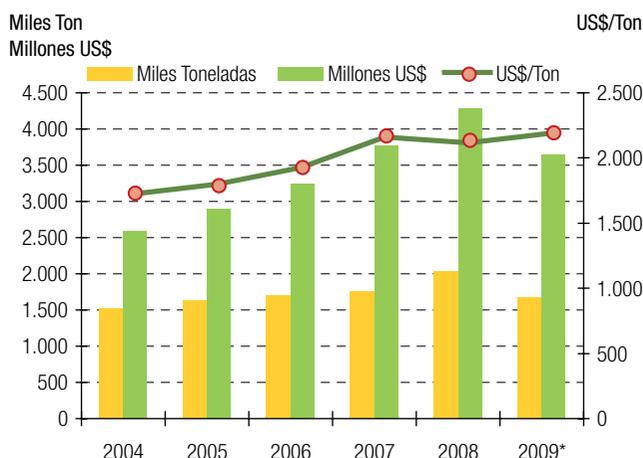
Asimismo, el consumo de cereales para el desayuno adosado a yogures ha tenido gran aceptación entre los consumidores argentinos. Estos productos incorporan unos 24 gr,ps de copos de maíz o de muesli para mezclar con el yogur.

### Comercio internacional

En 2008, la exportación mundial de cereales para el desayuno representó US\$ 4.288 millones (equivalentes a 2 millones de toneladas). Aunque será difícil que se supere este total en 2009 ya que sólo faltan informar sus cifras de comercio exterior unos diez países (sólo tres de los cuales se encuentran entre los principales actores de ese mercado), el hecho es que estos productos han alcanzado un verdadero suceso. Comparando las cifras de 2008 con los niveles alcanzados en 2004 (Gráfico N°3), en un lustro las exportaciones mundiales de cereales para el desayuno crecieron en términos de valor un 65,1 %, y el 34,3 % en cuanto al volumen.

En referencia a los distintos tipos de productos que se comercializan como cereales para el desayuno a nivel mundial (divididos en cuatro grupos por posiciones arancelarias), puede apreciarse que el

**Gráfico 3**  
Exportaciones mundiales de cereales para el desayuno



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos UN ComTrade 2010  
\* Sin informar: Japón, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Viet Nam e Irán.

Exportaciones mundiales (Toneladas)							
NCA (HS 1996)	Descripción del producto	Años					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009*
1904.10	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales	922,876	1,063,593	1,049,708	1,125,049	1,172,902	1,061,427
1104.12	Granos de avena aplastados o en copos	285,246	317,592	330,066	323,109	357,228	339,212
1104.19	Granos de los demás cereales aplastados o en copos	202,739	117,496	175,129	146,994	344,133	121,633
1904.20	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar	110,271	129,190	144,375	165,272	168,179	151,806
<b>TOTAL</b>		<b>1,521,132</b>	<b>1,627,870</b>	<b>1,699,277</b>	<b>1,760,424</b>	<b>2,042,441</b>	<b>1,674,076</b>

\* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japón, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

Exportaciones mundiales (Millones US\$)							
NCA (HS 1996)	Descripción del producto	Años					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009*
1904.10	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales	2,111	2,374	2,641	3,028	3,388	2,908
1904.20	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar	259	299	347	429	502	406
1104.12	Granos de avena aplastados o en copos/	173	183	214	254	314	273
1104.19	Granos de los demás cereales aplastados o en copos	54	41	44	61	84	53
TOTAL		2,597	2,897	3,246	3,771	4,288	3,640

\* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japon, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

## Países exportadores

En el período 2008-2004, los diez primeros exportadores de cereales para el desayuno han concentrado, en promedio, una participación del 72% respecto al volumen total comercializado y del 79%, en cuanto al valor. De ellos, Alemania, el Reino Unido, Francia, los Estados Unidos y Canadá han sido los principales vendedores de los últimos cinco años (ver Tablas N°4). En el 2009 los cinco registraron bajas en el valor unitario promedio de la tonelada exportada, situación debida a la crisis financiera mundial de fines de 2008. Estados Unidos padeció la mayor baja, un 18%.

Desde el año 2006 las exportaciones argentinas de cereales para el desayuno superan las 10 mil toneladas anuales, ostentando una tendencia creciente, tanto en volumen como en valor. En 2009 se exportaron 12 mil toneladas por un valor

mercado exportador es liderado año a año, tanto en volumen como en valor, -su participación es del 62% y 81% en promedio, respectivamente-, por los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”**, definición que incluye a los tradicionales copos o **flakes** de maíz.

El crecimiento mundial del volumen de las exportaciones de los cereales para el desayuno a lo largo del quinquenio 2008-2004 se debe principalmente a la creciente concientización de los consumidores respecto a temas referidos a la salud y a la dieta equilibrada

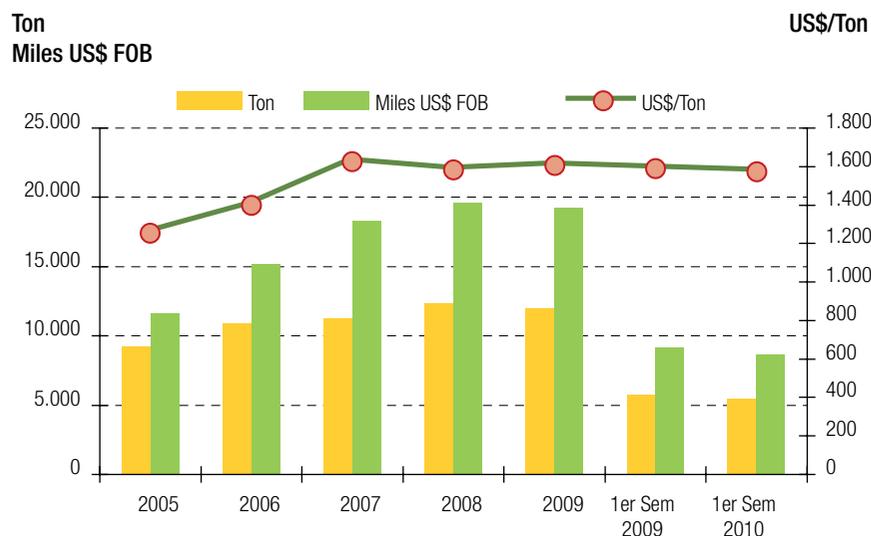
Por otra parte, se observa que la composición de las exportaciones ha sido estable en cuanto a la participación de cada una de las cuatro posiciones arancelarias que componen el sector de los cereales para el desayuno, con una marcada tendencia creciente del precio promedio, a lo largo de estos años, de cada uno de los productos.

Destino de las exportaciones argentinas 2009					
País exportador		Toneladas	Millones US\$	Participación	
				Volumen	Valor
1	Reino Unido	225,218	681	13%	19%
2	Alemania	268,401	653	16%	18%
3	Estados Unidos	210,731	408	13%	11%
4	Francia	120,176	341	7%	9%
5	Canadá	216,421	301	13%	8%
6	Bélgica	87,106	214	5%	6%
7	México	56,072	175	3%	5%
8	China	63,801	128	4%	4%
9	Australia	65,369	75	4%	2%
10	Guatemala	28,318	56	2%	2%
-	Otros	332,465	608	20%	17%
Total exportaciones mundiales de 2009		1,674,076	3,640	Concentración de los 1ros 10 exportadores #DIV/0!	
				80%	83%

\* Aún no se encuentran disponibles los datos de Japon, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Vietnam e Irán.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos de UN ComTrade 2010.

**Gráfico 4**  
**Exportaciones argentinas de cereales para el desayuno**



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos UN ComTrade 2010  
\* Sin informar: Japón, Holanda, Rep. de Corea, España, Polonia, Arabia Saudita, Hungría, Viet Nam e Irán.

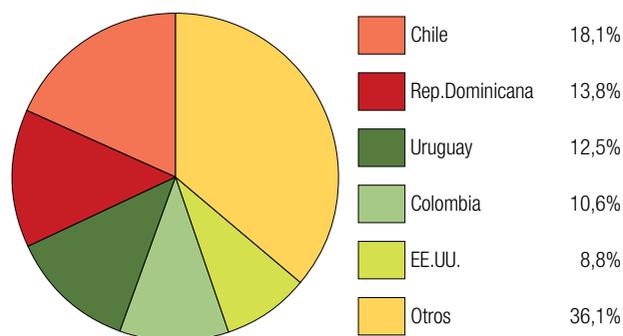
promedio, para el quinquenio 2009-2005.

En 2009 el principal destino de las exportaciones de cereales para el desayuno en valor fue Chile (18,1%); se ubicó en segundo lugar la República Dominicana (13,8%), y Uruguay (12,5%) resultó el tercer destino en importancia (Gráfico N°5).

### Importaciones argentinas

En el período bajo análisis las importaciones argentinas de cereales para el desayuno muestran una tendencia creciente, tanto en volumen como en valor. En 2009 se importó un total de 5.347 toneladas por valor de US\$ FOB 9 millones, lo que significó respecto a 2005 un incremento del 37,4% y 74,7%, respectivamente. Cabe destacar que el año pasado resultó el de mayor volumen de importaciones de estos productos para

**Gráfico 5**  
**Destino de las exportaciones argentinas de cereales para el desayuno**



Fuente: Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos DGA.

de US\$ FOB 19,3 millones, lo que significó respecto a 2005 incrementos del 29% y 65,5%, respectivamente.

Encuanto a los distintos tipos de productos que Argentina comercializa como cereales para el desayuno (*divididos en cuatro grupos por posiciones arancelarias*), los que lideran el mercado exportador, año a año, son los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”** (*incluye a los tradicionales copos o flakes de maíz*), tanto en volumen como en valor, su participación fue respectivamente del 80,6% y del 75,9% en

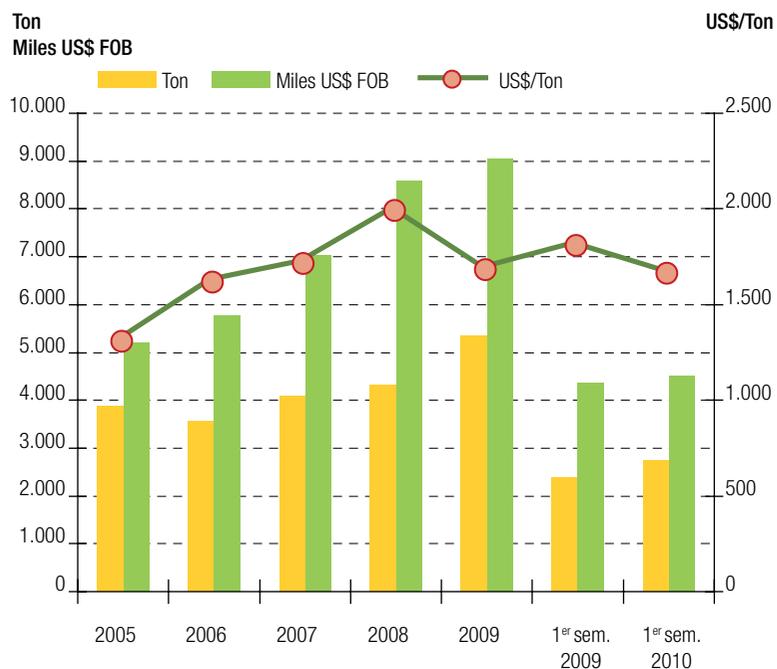
nuestro país, que muy posiblemente se vea superado por las importaciones de 2010, que a nivel semestral ya superan en un 14,4% a las del primer semestre de 2009 (Gráfico N°6).

A lo largo del período 2009- 2005, el mayor volumen anual de importaciones de Argentina se concentró en los **“productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado de cereales”** (*que incluye a los flakes o copos de maíz*). En el quinquenio, estos productos registraron una participación anual promedio del 77,9%, respecto al total de cereales para el desayuno importados.

En cambio, Argentina no registró importaciones de **“granos de los demás cereales aplastados o en copos”** entre los años 2009- 2005.

En 2009, los tres principales proveedores externos de cereales para el desayuno concentraron más del 96% del volumen total importado (y el 93,4% del valor). El más importante exportador fue Brasil, cuyos productos alcanzaron una participación del 58% respecto al volumen total importado ese año (59,7% del valor). Le siguieron Chile con el 29,8% (26,1% del valor) y Estados Unidos con el 8,2% (7,8% del valor).

**Gráfico 6**  
**Importaciones argentinas de cereales para el desayuno**



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos DGA.

Posición Arancelaria	Descripción	Tratamiento arancelario
1904.10.00	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 16%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 0%.
1904.20.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 16%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 0%.
1104.12.00	Granos aplastados o en copos: de avena	Derechos de exportación del 20%. Derechos de importación extrazona del 10%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 2,7%.
1104.19.00	Granos aplastados o en copos: de los demás cereales	Derechos de exportación del 5%. Derechos de importación extrazona del 10%. Derechos de importación intrazona del 0%. Reintegros extra e intrazona del 2,7%.

Fuente: AFIP, actualizado al 17 de agosto de 2010

### Tratamiento arancelario

Dentro del sector de los cereales para el desayuno, los productos que presentan el tratamiento arancelario más desfavorable a los fines de incentivar la exportación son los **“granos aplastados o en copos de avena (1104.12.00)”**, ya que cargan con los derechos de exportación más altos, del 20% y con un reintegro de 2,7%.

Por otro lado, desde este mismo punto de vista, los más favorecidos resultan ser los **“granos aplastados o en copos de los demás cereales (1104.19.00)”**, que pagan derechos de exportación del 5% y reciben reintegros del 2,7% (ver Tabla N° 4).

### Principales empresas de Argentina

#### 3 Arroyos S.A. (Laso S.A.)

Empresa 100% argentina dedicada a la elaboración integral de cereales para el desayuno, barras de cereal y avenas. Fue fundada en 1987 y comenzó elaborando distintos derivados de avena para consumo humano.

En 1993, comenzó a desarrollar cereales para el desayuno y barras de cereal. Más tarde, en 1997, se inició un fuerte plan de inversión en tecnología, con la adquisición de maquinaria de última generación de origen alemán y norteamericano.

Cuenta con tres plantas industriales: **“Chaco”** (1982), ubicada en la ciudad de Tres Arroyos (producción de avenas y copos de maíz naturales y azucarados); **“Pepe Gándara”** (2000), situada en el Parque Industrial de Tres Arroyos (elaboración de cereales extrudidos y granolas) y planta **“Pampitas”** (2004), ubicada en el Parque Industrial de Pilar (copos de maíz natural, copos de maíz azucarados y barras de cereal).

#### Alimentos Granix

La empresa pertenece a la iglesia Adventista del Séptimo Día, e inició la producción de sus primeras

## Los niños y los apurados

Para impulsar su crecimiento comercial, en los últimos años el principal fabricante de cereales para el desayuno (*Kellogg*) encaró una combinación de fuerte innovación de producto dentro del sector premium de la salud y en las carteras de producto. Su decisión abrió la puerta a una serie de ajustes y cambios que son seguidos con mucha atención por los especialistas en *marketing*.

Los analistas de la industria señalan que *Kellogg* ha sido particularmente exitoso en identificar e innovar en los principales segmentos de cereales para el desayuno (por ejemplo, para adultos, la salud y para niños), e identifican tres factores significativos en el mercado internacional de cereales para el desayuno:

- ❖ La demanda de los niños.
- ❖ Las promociones y publicidades crecientes.
- ❖ La demanda de productos nutraceuticos y orgánicos.

La publicidad en televisión e Internet, los *sponsors*, y el *merchandising* son aspectos vitales del mercado de los cereales azucarados para niños. Esto es lo que conduce a los fabricantes de alimentos, sobre todo en Europa Occidental y Asia, a mantenerse junto a las tendencias sociales de los niños uniendo sus cereales para el desayuno a los últimos juguetes, deportes, dibujos populares, películas y música.

Los fabricantes llegan cada vez más al público infantil y a los consumidores jóvenes a través de páginas *web* específicas de los cereales para el desayuno donde las mascotas de producto ayudan a los consumidores jóvenes (principalmente 5 a 14 años que son vistos ampliamente como el principal objetivo) a aumentar su conciencia sobre los cereales para el desayuno azucarados.

La alianza *Kellogg/Disney*, que generó cereales como *Mickey's Magix*, *Hunny B's*, y *Buzz's Blasts*, es un ejemplo de cómo los fabricantes de cereales para el desayuno han creado productos a base de cereales ligándolos a personajes bien conocidos de *Disney*.



Fuentes de la industria indican de modo similar que para avanzar en el mercado de los cereales resulta muy útil declarar que una marca de cereal (por ejemplo, *Corn Flakes*) es "un producto nuevo y mejorado" o que brinda al consumidor alguna ventaja extra, por ejemplo, ayudar a tener "un corazón saludable".

Muchos productos a base de cereales ahora suelen ser considerados algo más que alimentos para el desayuno, y de manera creciente son vistos por muchos consumidores como alimentos que promueven la buena salud, como sucede por ejemplo con *Kellogg's Smart Start* y *General Mills' Harmony*.

Dentro del área de los orgánicos, los grandes fabricantes de cereales para el desayuno han tenido en los últimos años una presencia creciente. Por ejemplo, *Kellogg* ha comprado *Kashi* y *Worthington* mientras que *General Mills* fue detrás de *Small Planet Foods* y su marca *Cascadian Farms*. Simultáneamente *General Mills* también lanzó su propio cereal orgánico *Sunrise* bajo su línea *Big G/Chex*.

Los analistas señalan que mujeres y niños configuran nichos de mercado prometedores para los fabricantes de cereales para el desayuno en los países desarrollados. Las consumidoras femeninas están usualmente interesadas en necesidades dietarias/nutricionales específicas del género (por ejemplo, productos que contienen

ácido fólico, hierro y calcio). Los niños son atraídos hacia los cereales que tienen un gusto atractivo y resultan “*divertidos*” de comer.

Al tiempo que los consumidores de Europa Occidental y América del Norte se encuentran cada vez más urgidos por la falta de tiempo y conscientes de la necesidad de preservar su salud, los fabricantes de cereales lanzan productos innovadores dirigidos a satisfacer esos requerimientos.

Los analistas relatan que no sólo son fabricantes buscando mejorar sus métodos de procesamiento para desarrollar mejores gustos, texturas, y formas para los productos, sino que también procuran servir mejor a la “*vida urgida*” de consumidores que comen algo camino al trabajo o directamente saltean el desayuno. Por ejemplo, en el Reino Unido y Australia varios fabricantes han alcanzado distintos grados de éxito con un lácteo que se bebe directamente del cartón y que contiene cereal.

galletitas dulces en la década de 1960. Al iniciarse la siguiente década, Granix amplió su participación en el mercado con el lanzamiento de la primera línea de galletitas *crackers* con salvado, con soja y sin sal, en tamaño sandwichera.

La firma posee tres plantas: una en Florida y dos en Baradero. En ellas elaboran dos líneas de cereales: una *Premium* que se comercializa en cajas de cartón y otra de cereales envasados en bolsas de polietileno tipo *flow pack*.

#### **General Cereals S.A.**

Es una empresa de capitales nacionales fundada en 1994, con el objeto de producir cereales para el desayuno con tecnología de vanguardia. Su planta, ubicada en la localidad bonaerense de Jáuregui -entre Lujan y Mercedes-, fue entregada llave en mano por la firma Bühler (origen Suizo / Alemán) y puesta en funcionamiento en el año 1996. En 2003 concretó la incorporación de una segunda línea.

#### **Elaboradora Argentina de Cereales S.R.L. (subsidiaria de PepsiCo Inc.)**

La empresa era la subsidiaria en Argentina de *The Quaker Oats Company*, firma estadounidense que en 2001 se fusionó con *PepsiCo Inc.* Comercializa las barras de cereales “*Chewy*”.

#### **Fuentes consultadas**

Código Alimentario Argentino - Base de datos de la Dirección General de Aduanas (DGA) - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) - Dictamen de concentración N° 250/01 caratulado “*The Quaker Oats Company y PepsiCo Inc.*” de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) - Wikipedia - Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) - *Financial Food*- Municipalidad de Tres Arroyos, Buenos Aires - Base de datos de las Naciones Unidas (UN *Com Trade database*) - *Cereal Food World*, VOL. 46, N° 10, “Utilizando la extrusión para crear cereales para el desayuno”, 2001- Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) - IBIS *World Industry Reports- European Breakfast Cereal Association (CEEREAL)* - *Association of Cereal Food Manufacturers (ACFM)*- (IBCA)- Entrevistas a expertos del sector.

Foto: SAGyP

## ANÁLISIS FODA

### Fortalezas

- ◆ Argentina es un importante productor y exportador de maíz colorado *flint* y de trigo.
- ◆ Recuperación del poder adquisitivo luego de la devaluación del peso argentino en el año 2002.
- ◆ Los cereales para el desayuno son productos considerados saludables y nutritivos.

### Oportunidades

- ◆ Automatización y control de los procesos, reducción de los tiempos muertos, estandarización y mejora de la calidad de los productos.
- ◆ Innovación y desarrollo de cereales para el desayuno funcionales (*nuevas aplicaciones más allá de la adición de calcio y vitaminas*).

### Debilidades

- ◆ Cosechas de cereales afectadas por la crisis del campo a partir del año 2007.
- ◆ Dependencia de innovaciones provenientes de otras industrias (*químicas, metalmecánicas, envases*).
- ◆ El consumo per capita argentino se encuentra alejado de los promedios europeos.

### Amenazas

- ◆ Altos costos para posicionar la marca (*marketing, publicidad y promociones*).
- ◆ Dificultades en el abastecimiento de gas en la época invernal.
- ◆ Aparición en el mercado de "*marcas blancas*".

