

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Comida precocinada a base de quinua en Australia



NUEVO LANZAMIENTO COMIDA PRECOCINADA A BASE DE QUINUA EN AUSTRALIA

1. Producto

De acuerdo a Product Launch y Bloomberg, la empresa multinacional estadounidense Mars, Incorporated, fundada en 1891 con sede en Mclean, Virginia; dedicada a la producción y comercialización de diversos productos alimenticios, recientemente ha ampliado su línea a través de un novedoso producto. Se trata de una comida precocinada a base de quinua, arroz integral, tomate y albahaca; comercializado bajo la marca Uncle Ben's. Teniendo en cuenta que se puede servir de forma rápida y simple, se adapta con facilidad a los consumidores sin tiempo. Asimismo, atrae a los consumidores conscientes de su salud, ya que más de la mitad de los consumidores en Australia cree que la quinua y el arroz integral tienen un impacto positivo sobre su salud (encuesta global del consumidor realizada por Canadean en el segundo trimestre de 2014). Si bien el presente análisis se centra en Australia, el producto también se comercializa en países como Estados Unidos, el Reino Unido, entre otros. El producto se encuentra disponible en su presentación de bolsa stand-up de 250 gramos y se comercializa a través de supermercados y diversos portales on-line.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Uncle Ben's
	Empresa manufacturera	Mars Incorporated
	Precio	AUD ¹ 3,50 / US\$ 2,62
	País de fabricación	Australia
	País de distribución	Australia
	Fecha de lanzamiento	Mayo 2016

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución : Australia

De acuerdo a Euromonitor, el desempeño de la economía australiana está por debajo de las tendencias a largo plazo. El turismo, la construcción y la mejora de la confianza empresarial son las causas del fortalecimiento de los sectores no-mineros. Sin embargo, la mayor estabilidad en los precios de los commodities deprimen las ganancias mineras. El lento crecimiento de la productividad es otro obstáculo. La deuda de los hogares ha aumentado a casi el doble del nivel de ingreso anual disponible, reduciendo la demanda de viviendas. Por estos motivos, se espera que el PIB real crezca moderadamente en los próximos años, alcanzando una tasa anual de 2,8% en el 2020.

Con respecto a la población, el número de personas con edad mayor a los 65 años se ha duplicado desde 1980, alcanzando 3,6 millones en el 2015 (14,9% de la población total) y se espera que para el 2030 esta proporción alcance 18,7%. Por otro lado, la tasa de ahorro

¹ AUD: Dólar Australiano

de Australia es una de las más altas de todos los países desarrollados, en 2015 el ahorro representaba el 15,1% de la renta disponible y se espera que esta proporción ascienda a 15,2% en 2016. Del mismo modo, en términos reales, el gasto de consumo per cápita ascendió a A\$ 39,472 (US\$ 29,661) en 2015 y se espera que este indicador crezca 0,8% en términos reales en 2016. El gasto de consumo en educación, bienes de salud y servicios médicos serán las categorías de mayor crecimiento en el periodo 2015 - 2030, debido a la mayor demanda, los cargos adicionales de la educación privada y la creciente fila de ancianos.

Con respecto a la categoría de comidas precocinadas, ésta ha logrado un crecimiento en valor actual de 8% en 2015 luego de lograr un crecimiento de 10% en 2014. Si bien este crecimiento se debe en parte a la falta de tiempo que experimentan los consumidores de Australia, las mejoras en la calidad y el atractivo de las comidas precocinadas fueron los principales impulsores de su crecimiento en 2015. El precio unitario medio ha aumentado como consecuencia, pasando de \$ 14.80/kg en 2014 a \$15,04/kg en 2015. Por otro lado, las comidas precocinadas refrigeradas fueron la línea más dinámica en 2015, registrando un crecimiento en valor actual de 27%, luego de lograr un crecimiento continuo de dos dígitos en la última década. Las dos principales cadenas de supermercados, Coles y Woolworths, han tenido éxito en transformar esta línea en una categoría de destino e incluso en ampliar sus ocasiones de uso para, aparte de la cena, incluir también el almuerzo.

En relación a la premiumización, ésta ha ocurrido particularmente en la línea de pizzas congeladas, la cual registró un crecimiento en valor actual de 5% en 2015, mientras que el volumen de ventas se redujo 6% el mismo año. Por otro lado, Australia tiene una de las tasas más altas de consumo per cápita de comidas precocinadas congelados en el mundo, la cual asciende a A\$ 33 (US\$ 25). Por otro lado, el tamaño de mercado de las comidas precocinadas congeladas en Australia es de A\$ 790 millones (US\$ 587 millones) se ve estimulado por la presencia de pasteles de carne, ampliamente considerado como uno de los platos más australianos por excelencia. Por otra parte, a pesar de que las comidas precocinadas tienen un fuerte nivel de ventas minoristas no realizadas en negocios (un 4% debido principalmente a las ventas al por menor en internet), los supermercados siguen siendo el principal canal de distribución y son responsables del 81% del valor de las ventas.

Con respecto al consumo de las comidas precocinadas congeladas, éste se da en mayor parte por los consumidores menos ricos, dado que los representantes de hogares más ricos prefieren salir a comer o pedir comida para llevar cuando están demasiado ocupados para cocinar. La calidad percibida de muchas comidas precocinadas refrigeradas está cambiando esta dinámica mediante la atracción de los consumidores ricos, así como los de bajos ingresos. Al atraer a una nueva y próspera población objetivo a la categoría de comidas precocinadas, es probable que su tamaño de mercado crezca considerablemente. La expansión de las comidas precocinadas refrigeradas no está ocurriendo únicamente en relación con el público objetivo, sino también por el lado de ocasiones de consumo, dado que también se está promoviendo a las comidas precocinadas refrigeradas como una opción ideal para el almuerzo, en particular para los consumidores que no trabajan cerca de los cafés populares.

Australia tiene un alto consumo per cápita de comidas precocinadas en general, aunque no tan alto como el de otros países comparables, como por ejemplo: Reino Unido, Estados Unidos y Canadá. Por lo tanto, hay mucho campo para un mayor crecimiento. Una categoría en la que Australia se está quedando atrás en términos de consumo es la de comidas precocinadas refrigeradas. A pesar de un fuerte crecimiento en los últimos años, el consumo per cápita de Australia de comidas preparadas refrigeradas sigue siendo una fracción de la del Reino Unido, un mercado que los gestores de los dos supermercados más importantes de Australia, Coles y Woolworths, tienen como objetivo imitar. Se espera que las comidas precocinadas refrigeradas crezcan a una tasa compuesta anual de 8% (a precios constantes de 2015) durante el período 2015 - 2020, lo cual la convierte en la línea más vibrante.

Un factor que probablemente frene el crecimiento de comidas precocinadas es el número de australianos en edad de trabajar, el cual está cayendo lentamente debido al envejecimiento de la población de Australia. Las comidas precocinadas son predominantemente elegidas por los consumidores sin tiempo, una situación rara vez experimentada por aquellos que están jubilados. A medida que la generación baby-boomer de Australia alcanza la edad de jubilación, también se aleja del público objetivo que tienen las comidas precocinadas. En consecuencia, se espera que el crecimiento del volumen de ventas disminuya marginalmente durante el período 2015 - 2020. Por el contrario, la línea de loncheras refrigeradas probablemente cobre mayor importancia como resultado del aumento esperado en el número de escolares durante el período de pronóstico.

Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX la totalidad de exportaciones de quinua en el 2015 sumaron aproximadamente US\$ 154 millones, de los cuales 95,9% se envió en grano, 1,4% en salsa, 0,8% en hojuelas, 0,4% en harina y 0,4% en pasta. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (46,6% de participación), seguido por Holanda (7,7%), Canadá (7,5%), Reino Unido (5,3%) e Italia (4,9%). Con respecto a Australia, es nuestro 10mo destino con una participación de 3,1%.

Exportaciones Totales de Quinua		
Miles de US\$		
Presentación	FOB 2014	FOB 2015
Grano	199 878	147 815
Salsa	226	2 143
Hojuelas	901	1 214
Harina	627	670
Pasta	222	639
Resto	770	1 597
Total	202 623	154 079

Fuente: MAPEX - SUNAT