

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

## Nuevo Lanzamiento en Retail

Comida para bebés a base de plátano en Estados Unidos



## NUEVO LANZAMIENTO

### Comida para bebés a base de plátano en Estados Unidos

#### 1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch, la marca estadounidense Beech-Nut Nutrition Co. ha lanzado una nueva serie de comida para bebés bajo el nombre Beech-Nut Organic Coldpuree. Este alimento, destinado a infantes de 2 a 6 meses, se vende en una presentación de bolsa de 3.5 oz., que puede volver a ser sellada y cuesta 1.79 USD. Este nuevo producto es completamente orgánico. Las seis variedades bajo la cual se puede encontrar son: Pera & Albaricoque; Manzana, Piña, Papa Dulce & Avena; Vainitas & Palta; Banana, Arándano & Palta; Banana, Cereza & Remolacha; y Pera, Calabaza & Arándanos Rojos. Todas estas variedades son comercializadas en forma de puré frío, lo cual ayuda a proteger los nutrientes y sabores. El aire se remueve para poder mantener el color y la frescura de los ingredientes, sin tener que adicionar preservantes artificiales. “Frío” se presenta como la palabra clave para dar a los consumidores la impresión de que una bebida o comida es de mejor calidad, preservación y nutrición. Esto resalta debido a que permite mantener los nutrientes de los ingredientes naturales utilizados, así como para evitar preservantes artificiales. Asimismo, la facilidad de manejo del producto, debido a su envase en forma de bolsa y con la posibilidad de volver a ser sellado, se muestra como una alternativa a los envases tradicionales de vidrio para comida para bebés. Este nuevo tipo de envase permite que el bebé pueda aprender a ingerir los alimentos por su propia cuenta con mayor rapidez.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Beech-Nut Organic ColdPuree
	<b>Empresa manufacturera</b>	Beech-Nut Nutrition Co.
	<b>Precio</b>	3.5 Oz. – US\$ 1.79
	<b>País de fabricación</b>	Estados Unidos
	<b>País de distribución</b>	Estados Unidos
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Agosto 2016

Fuente: Product Launch

#### 2. Mercado de distribución: Estados Unidos

Además de la victoria del “Sí” en el referendo del Reino Unido para desligarse de la Unión Europea, el crecimiento lento de Estados Unidos ha llevado a que se revisen y ajusten muchas de las proyecciones de crecimiento global para lo que queda del año. La mayoría de estos ajustes tienden a la baja con respecto a los pronósticos previos.

Según el portal web Euromonitor International, las elecciones presidenciales en Estados Unidos serán un cambio político bastante importante. La posibilidad de una victoria de Donald Trump puede significar un riesgo para la economía estadounidense y, en general, para las economías de países desarrollados.

Adicionalmente, ya se esperaba que la economía estadounidense se desacelere durante el 2016, debido a un mayor fortalecimiento del dólar y al debilitamiento de la demanda externa que enfrentan países desarrollados como Estados Unidos, así como también una menor inversión en los sectores de energía y minas.

La economía estadounidense creció, en términos reales, solamente 0.3% durante el segundo trimestre del 2016, a pesar de significar incremento con respecto al primer trimestre (de 0.2%). Durante este mismo periodo, la producción industrial continuó cayendo en una base anual.

Se espera que, junto a las consecuencias de la ya mencionada decisión del “Brexit”, el crecimiento lento de la economía lleve a la Reserva Federal de Estados Unidos (FED) a meditar bien y posiblemente detener los planes de incrementar sus tasas de interés. Sin embargo, movimientos en la economía local y global podrían generar movimientos sorpresa en la política monetaria norteamericana.

La producción industrial se contrajo en 1.2% durante el segundo trimestre del año, siguiendo una caída de 1.6% durante el primer trimestre. Esta contracción se debió a la debilidad persistente del sector de productos de energía y a una caída en el segmento de bienes de consumo. Euromonitor International proyecta que el crecimiento en la producción industrial seguirá siendo bastante suave, alcanzando posiblemente un 0.1% durante el último cuarto del año. Estas proyecciones descansan sobre diversos factores, incluidos un dólar más fuerte, los prospectos de un crecimiento global más lento y el efecto de los precios bajos del petróleo que se esperan durante la segunda mitad del 2016 (lo que impactará negativamente la actividad extractiva relacionada con el petróleo “*shale*” en suelo americano).

La deuda pública de E.E.U.U. alcanzó un nivel alto de US\$ 19.4 trillones al final de la primera mitad del 2016. Como porcentaje del PBI, la deuda pública alcanzó la cifra de 106.1% y se espera que continúe subiendo en lo que queda del año, como resultado de un presupuesto grande para gastos públicos para el año fiscal 2016, así como para el crecimiento sostenido en gasto propuesto para el presupuesto del 2017.

El consumo privado se vio sostenido durante el inicio del 2016 por el incremento en el empleo y el crecimiento en los préstamos de consumo, mientras que la deuda de los hogares continúa reduciéndose. En 2015, el consumo privado final creció en 3.3%; sin embargo, las expectativas para el 2016 no son tan altas.

En el ámbito laboral, la tasa de desempleo fue de 5.3% en el 2015 y se espera que hacia finales del 2016 se reduzca a 4.9%. A medida que el empleo crece, las compañías empiezan a incrementar sus salarios y a buscar muchos trabajadores bajo la modalidad de tiempo parcial. Pese a esto, el tiempo necesario para llenar un puesto de trabajo se acerca a su mayor valor en una década.

Por otra parte, la población estadounidense ha ido creciendo durante los últimos años alrededor de 1% y durante el 2015 alcanzó los 322 millones. La edad media durante

dicho año fue de 37.8 años, superando por más de dos años a la de inicios de siglo (35.4 años en el 2000). Se espera que esta edad sea de 40.3 años hacia el año 2030. Si bien la población norteamericana se encuentra envejeciendo de manera sostenida, este efecto se ve contrarrestado por el proceso de inmigración que atraviesa el país.

El incremento de la población también se ha debido a una tasa de fertilidad de 1.9 niños por mujer durante el 2015, y dicha tasa debería mantenerse estable durante lo que resta de la presente década. Asimismo, la edad promedio de las mujeres al momento de su primer hijo fue de 29.1 años el año pasado y se espera que aumente en unos 4.4 años en los siguientes 15 años. Adicionalmente, se pronostica que la población hispana crecerá a una mayor tasa que la no hispana en el futuro.

En lo que respecta a la industria de alimentos y, en particular, comidas y bebidas orgánicas, en 2015 se registraron a nivel global ventas de cerca de U\$ 35 miles de millones, con un incremento previsto para el periodo 2016-2020. Norteamérica generó la mayor cantidad de ventas, representando cerca del 46% del volumen total de ventas en el año mencionado.

Hacia mediados del 2015, la comida para bebés había registrado un incremento de 2% en el valor corriente. Entre los productos más fuertes de esta categoría, se encontraba la leche en polvo. Los precios unitarios aumentaron durante el 2015, debido a que muchos productos empezaron a convertirse en Premium, se incrementó la oferta de productos de naturaleza orgánica y también al incremento del envasado en bolsas. Se espera que, hasta el 2020, la comida para bebé presente un crecimiento anual compuesto promedio de 1% en cuanto a valor de ventas.

La comida de bebé empaquetada en bolsas especiales es la categoría más fuerte en términos de precios unitarios en este tipo de alimentos. Nuevas marcas como Ella's Kitchen, Sprout, entre otros, se encuentran dirigiendo esta tendencia. Este tipo de productos son más caros debido a la ingeniería necesaria en la producción de los empaques, además de que son, en su gran mayoría, altamente orgánicos. Esta categoría ha cobrado mucha fuerza debido a que permiten a los bebés tener la posibilidad de empezar a alimentarse solos a una temprana edad.

No obstante, pese a la dominancia de este tipo de envases, aún no se tiene certeza sobre si seguirán dominando el mercado en los próximos años, debido a que puede que se regrese a los productos en jarras de vidrio. Muchos críticos de la comida empaquetada en bolsas sostienen que se sacrifica el elemento de unión que se genera al alimentar al bebé, por pasar a un estilo de alimentación mucho más rápida o *express*. Algunos doctores alegan que muchos problemas dentales se han incrementado debido a la mayor cantidad de bebés alimentados de esta forma.

### 3. Estadísticas de exportación

Según las estadísticas de Business Intelligence, Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones peruanas de bananas o plátanos, con una participación de alrededor de 37% durante el 2015. Le siguen Países Bajos (33%), Alemania (15%), Bélgica (6%) y Corea del Sur (3%), dentro de los cinco primeros compradores.

Por otro lado, los plátanos frescos fueron la presentación que mayores montos de exportación registró, con 145 millones de US\$ durante el 2015. Los plátanos deshidratados fueron la segunda presentación más popular, mientras que el plátano liofilizado y en snack tuvieron una pequeña popularidad entre las exportaciones de plátanos.

Exportaciones de Plátanos por Tipo de Presentación (miles de US\$)		
Presentación	2015	2014
Fresco	145,266	119,365
Deshidratado	191	20
Liofilizado	74	-
Snack	55	97
Congelado	5	45
Polvo	-	0.2

Fuente: Business Intelligence. Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú