

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Aguas frescas con sabor a mango



NUEVO LANZAMIENTO

Aguas frescas con sabor a mango

1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch, la marca estadounidense MillerCoors ha lanzado una nueva bebida con sabor a mango y bajo porcentaje de alcohol (4.2%) con mercado de distribución en los Estados Unidos. Según el portal Canadean, el objetivo de MillerCoors es expandir su oferta de bebidas mexicanas, ya que la nueva bebida, bajo el nombre de Zumbida, se relaciona con las tradicionales aguas frescas. También, buscan diversificar la forma en la que se puede presentar el alcohol, más allá de la cerveza, sidra, entre otros.

Con respecto a la presentación, las bebidas vienen en botellas de vidrio de 12 onzas y en paquetes de 6 unidades. La bebida, dado el color del mango, es anaranjada y el empaquetado se asemeja a una bandera mexicana invertida y con una ligera variación de colores (Turquesa en vez de verde y anaranjado en vez de rojo). Estos colores vívidos le dan una idea al consumidor de que está frente a un producto novedoso. A su vez, en el paquete especifican el volumen de alcohol que posee y el sabor de la bebida, haciendo referencia a la fruta.¹

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Zumbida
	Empresa manufacturera	MillerCoors
	Precio	-
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Setiembre 2016

Fuente: Product Launch

¹ Por el momento solo la ofrecen con sabor de mango

2. Mercado de distribución: Estados Unidos

Según un artículo de Euromonitor a setiembre del 2016, el crecimiento de Estados Unidos fue moderado en el 2015. La economía estadounidense ha tenido un crecimiento lento, pero se espera un mejor rendimiento en la segunda mitad del año. Se espera que a fines del 2016 el PBI real crezca en 1.6%, a pesar del lento crecimiento en los tres primeros meses del año (0.55%). Se espera que la economía norteamericana tenga una tasa de crecimiento anual de 2.2% entre el 2017 y el 2020.

Con respecto a los indicadores macroeconómicos, el incremento en el nivel de precios para Estados Unidos fue de 0.1% en el 2015. En este 2016, se proyectan niveles de inflación de 1.3%. Se espera que, junto a la 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 (0.5%). Sin embargo, movimientos en la economía local y global podrían generar movimientos sorpresa en la política monetaria norteamericana. Es importante mencionar que una posible victoria de Donald Trump puede significar un riesgo para la economía estadounidense y, en general, para las economías de países desarrollados.

Sobre las exportaciones e importaciones de los Estados Unidos, sus tres principales socios comerciales (China, Canadá y México) concentran más del 50% de total de bienes y servicios transados. Sobre las importaciones, el 20.9% provienen de China (480 billones USD aproximadamente), seguido de Canadá y México respectivamente. Un 27.1% del total de importaciones estadounidenses fueron maquinaria y equipos eléctricos, seguido de productos minerales, químicos y transportes. Con respecto a las exportaciones, el 18.8% de estas tuvieron como destino Canadá (280 billones USD aproximadamente), seguidos de México y China. Al igual que sus importaciones, sus exportaciones de maquinarias y equipos eléctricos representaron una buena parte de total, con una participación de 23.4%. Es importante recalcar que el lento desempeño estadounidense se tradujo en varios sectores económicos. Es por eso que las importaciones y exportaciones en el 2015 se redujeron en 4.5% y 7.1% respectivamente.

En lo que corresponde al mercado laboral, la agricultura emplea al 1.6% del total de la fuerza laboral y aporta una pequeña parte del PBI. Por otro lado, el sector manufacturero llegó a producir el 12.3% del PBI y emplear al 10.5% en el 2014. Sin embargo, el sector más importante sigue siendo el sector servicios, responsable de haber producido el 78.9% del PBI. Dentro de los servicios más destacados se encuentra el sector inmobiliario, transportes, servicios financieros y el sector salud.

Con respecto a los niveles de empleo e informalidad, la tasa de desempleo estadounidense 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.

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.

En lo que corresponde al mercado de bebidas alcohólicas en los Estados Unidos, este ha tenido un buen desempeño y sobrepasó las expectativas, tanto en volumen de ventas como en valor de ventas. El crecimiento en el valor de ventas fue mucho mayor al de volumen, lo cual se corrobora con el incremento de la venta de bebidas alcohólicas consideradas como “premium”. El crecimiento en volumen de debió gracias a los “millennials”².

Según el portal Euromonitor, en el 2015 se inició una gran ola de bebidas saborizadas con alcohol³ y liderado por pequeñas empresas. Con el paso del tiempo, las grandes empresas como AB InBev y MillerCoors decidieron ingresar al mercado. Aquí es donde se puede presentar un problema en el futuro: que las nuevas ofertas con un bajo porcentaje de alcohol dejen de ser vistas como productos alcohólicos y que vuelvan a ser consideradas como refrescos. Según Euromonitor, se puede el caso de que los consumidores las rechacen por sus altos contenidos de azúcar y, poco a poco, perder fuerza en la participación del total de bebidas alcohólicas. Se requiere de buenas campañas publicitarias para que se dé un buen grado de aceptación.

3. Estadísticas de exportación

Según las estadísticas de Business Intelligence, Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones peruanas de mangos, con una participación alrededor del 32% durante los primeros ocho meses del 2016. Le siguen Holanda (26%), Reino Unido (7%), Canadá (5%) y Corea del Sur (5%), dentro de los cinco primeros compradores. En estos ocho primeros meses, el total de exportaciones de mangos tuvo una caída del 7% con respecto al año pasado. Los únicos países, dentro de este top cinco, con variaciones positivas han sido Canadá y Corea del Sur (1% y 0.3% respectivamente). Es importante resaltar que el resto de países (y con una participación del 24% del total) han tenido un crecimiento del 24%.

Por otro lado, los mangos frescos fueron la presentación que mayores montos de exportación registró, con 124.2 millones de US\$ durante los ocho primeros meses. Le sigue el mango congelado (65.6 millones US\$), la pulpa (8.6 millones US\$) y el mango deshidratado (2.9 millones US\$). A pesar de que el mango deshidratado no tuvo una participación alta en el mercado (2.9 de 203.6 millones) este tuvo la mayor variación positiva, registrado un incremento de 113%. El congelado y la pulpa de mango también incrementaron el valor de sus ventas, con crecimientos de 8% y 32% respectivamente. Por otro lado, los mangos frescos cayeron de 148.4 a 124.2 millones de US\$, representando una caída del 16%.

² Los millennials son los jóvenes, y jóvenes adultos, nacidos entre los años 1980 y 1995, que se hicieron adultos y/o crecieron durante el cambio de milenio. Son consumidores muy digitales, sociales, críticos y un comportamiento de querer realizar varias cosas a la vez. En: <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.jtK8HEQ>

³ Inició con Not Your Father's Root Beer

Exportaciones de Mangos por Países (millones de US\$)				
País	Ene-Ago 2015	Ene-Ago 2016	Var %	Participación
Estados Unidos	75.8	65.9	-13%	32%
Países Bajos (Holanda)	67.9	53.6	-21%	26%
Reino Unido	16.1	14.4	-11%	7%
Canadá	10.4	10.6	1%	5%
Corea del Sur (República de Corea)	9.4	9.5	0.3%	5%
Resto	40.2	49.7	24%	24%
Total	219.8	203.6	-7%	100%

Exportaciones de Mangos por Tipo de Presentación (millones de US\$)			
Presentación	Ene-Ago 2015	Ene-Ago 2016	Var %
Fresco	148.4	124.2	-16%
Congelado	60.6	65.6	8%
Pulpa	6.5	8.6	32%
Deshidratado	1.4	2.9	113%
Resto	3.0	2.3	-22%
Total	219.8	203.6	-7%

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