

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Barras orgánicas de fruta, chía y vegetales



NUEVO LANZAMIENTO

Barras orgánicas de fruta, chíá y vegetales en Estados Unidos

1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch, la marca de barras nutritivas KIND, con sede y mercado de distribución principal en Estados Unidos, ha lanzado una nueva línea de barras cuyos únicos ingredientes son frutas, vegetales y chíá. Este producto es completamente orgánico (apto para veganos y libre de lácteos) y se vende bajo las siguientes presentaciones: Piña-Coco-Chía, Cerezos-Manzana-Chía, Mango-Manzana-Chía, Durazno-Pera-Zanahoria-Betarraga, Piña-Plátano-Col Crespas-Espinaca, entre otras combinaciones. Este producto viene en una caja de 4.9 oz. y contiene cuatro barras, que pueden ser de un mismo sabor o combinaciones. Tiene un costo de 4.99 USD y a diferencia de las clásicas presentaciones de KIND, empaques transparentes que permiten ver los ingredientes, los empaques son de colores muy vívidos. Esto va de acuerdo con las frutas con las que elaboran el producto. Además, al ser un producto que busca posicionarse como una marca saludable, en su empaque resaltan mucho sus ingredientes e incluyen una tabla nutricional al lado derecho de cada barra.

En lo que corresponde a la marca, KIND ha ganado mucha confianza dentro de los consumidores americanos. Según el portal Canadean de una encuesta realizada en el año 2016, el 56% de los consumidores son influenciados por cómo impactará cada producto en su salud. Dentro de las grandes empresas de cereales, KIND ha tenido un mayor crecimiento gracias a su apuesta por opciones saludables, sobre todo cuando se trata de productos al paso. La marca siempre ha apostado por vender al consumidor productos naturales, lo cual se verifica con sus empaques transparentes y su lema principal: “Ingredientes que puedes ver y pronunciar”.

| Foto de referencia | Información relevante del producto | |
|---|------------------------------------|--------------------|
|  | Marca | Pressed by KIND |
| | Empresa manufacturera | KIND LLC |
| | Precio | 4.9 oz. – USD 4.99 |
| | País de fabricación | Estados Unidos |
| | País de distribución | Estados Unidos |
| | Fecha de lanzamiento | 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. 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 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.

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 al mercado de snacks (dulces y salados) y snacks de fruta, se estima que cerrarán el 2016 con un crecimiento del 3%. Según Euromonitor, uno de los snacks con mayor nivel de popularidad son productos altos en proteínas. Las barras energéticas han tenido el mejor rendimiento, con un crecimiento del 11% en lo que va del 2016. En general, el mercado de snacks se ha beneficiado estos últimos años; no solo por la preferencia hacia opciones más saludables, sino por ser un producto que se adapta muy fácil a la falta de tiempo para cocinar y obtener los nutrientes necesarios. Las barras elaboradas por KIND han tenido un rol clave gracias al lema mencionado previamente. Sin embargo, tuvieron ciertos problemas con la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos dado que sus barras superaban el límite de grasas saturadas permitidas (Alimentos como el maní, si bien posee grasas saludables, poseen mucha grasa) en presentaciones pequeñas.

Con respecto a los snacks de fruta, también han tenido una gran acogida entre los consumidores americanos. Según Euromonitor International, su valor en ventas ha incrementado 1% en el 2016 y 8% desde hace un año. Muchos padres de familia están comenzando a ver los snacks de fruta como la mejor opción para darles a sus hijos ante la gran oferta existente. Un factor clave en el incremento de ventas fue el rol del internet y las compras online.

Existe una buena posibilidad de que la nueva línea de barras tenga un alto grado de aceptación. La preferencia por productos saludables cada vez es mayor y eso lo evidencia el crecimiento en ventas de KIND. Según Euromonitor, su participación de mercado pasó de 0.9% en el 2012 a 3.62% en el 2016. Según el portal Fortune, estas barras se pueden encontrar en más de 80,000 locales en Estados Unidos de todo tipo¹.

¹ Información extraída de: FORTUNE. "Why Kind bars are suddenly everywhere" En: <http://fortune.com/2014/02/10/why-kind-bars-are-suddenly-everywhere/> (12/09/2016; 2:32 p.m.)

3. Estadísticas de exportación

Según las estadísticas de Business Intelligence, durante los primeros 7 meses del 2016, las exportaciones de plátano tuvieron un crecimiento del 11%. Entre los 5 principales destinos se encuentran los Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Bélgica y Corea del Sur, con participaciones del 34%, 31.7%, 11.8%, 8.5% y 4% respectivamente. De los 5 grandes socios, Bélgica y Corea del Sur tuvieron los crecimientos más significativos, con variaciones de 84% y 61%. Estados Unidos y Alemania tuvieron caídas de 2% y 7% respectivamente.

Por otro lado, los plátanos frescos fueron la presentación que mayores montos de exportación registraron en el 2016, con 89 millones de US\$ durante los siete primeros meses (Crecimiento de 9.6% frente al periodo enero-julio del 2015). Los snacks de plátano fueron la segunda presentación más popular (5.7 millones de USD), mientras que el congelado (298,000 USD), el chocolate (272,000 USD) y la pulpa (284,000 USD) tuvieron participaciones menores. De estas presentaciones, los snacks y el chocolate a base de plátano tuvieron crecimientos de 12% ambos². Los plátanos congelados tuvieron una caída muy fuerte en estos siete meses, con una variación negativa del 74%.

| Exportaciones de Plátanos por Tipo de Presentación (millones US\$) | | |
|---|--------------|--------------|
| Presentación | Ene-Jul 2015 | Ene-Jul 2016 |
| Fresco | 81.2 | 89.0 |
| Snack | 5.1 | 5.7 |
| Congelado | 1.2 | 0.3 |
| Chocolate | 0.2 | 0.3 |
| Pulpa | 0.0 | 0.3 |
| Deshidratado | 0.1 | 0.1 |

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

² Para el año 2015 no hubo información de la pulpa de plátano, por lo que su crecimiento sería del 100%.