

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Salsa de guacamole con mango y limón en Canadá y
Estados Unidos



NUEVO LANZAMIENTO

Salsa de guacamole con mango y limón en Canadá y Estados Unidos

1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch, la marca estadounidense Sabra Dipping Company ha lanzado una nueva presentación de guacamole con mango y limón como los ingredientes novedosos. Este producto tiene a Canadá y Estados Unidos como principales mercados de distribución. El producto viene en una bolsa plástica de 198 gr. y tiene un costo de 2.97 USD. El producto tiene como objetivo atraer a los consumidores que piensan en su salud y aquellos que deseen experimentar con nuevos sabores y estén familiarizados con el mango y el limón.

Con respecto a la presentación, el producto viene en un envase plástico y con una cobertura de cartón. En esta última, se destaca que el producto está hecho de vegetales y frutas al incluir imágenes de mango, palta, limón y cebolla. También se resalta el hecho de que posee 25% menos grasa que el guacamole normal. Por último, en la parte posterior se incluye una pequeña tabla nutricional y algunas propiedades del producto (Libre de gluten, Kosher y recomendaciones de uso). El empaque plástico transparente le permite ver al consumidor la salsa ofrecida y ver su frescura.

Acerca de la empresa manufacturera, Sabra Dipping Company se encarga de fabricar 4 tipos de acompañamientos y salsas: humus, guacamole, salsas caseras y salsas a base de yogurt griego. La empresa vende sus productos en Estados Unidos y Canadá. Fue fundada en 1986 con centro de administración en White Plains, Nueva York.¹

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Sabra
	Empresa manufacturera	Sabra Dipping Company
	Precio	198 gr. – 2.97 USD
	País de fabricación	México
	País de distribución	Canadá y Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Octubre 2016

Fuente: Product Launch

¹ Información extraída de Bloomberg:
<http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=23721041> (8/11/2016; 10:24 a.m.)

2. Mercado de distribución: Norteamérica (Canadá y Estados Unidos)

Según un artículo de Euromonitor a setiembre del 2016, el crecimiento de Estados Unidos y Canadá fue moderado en el 2015. La economía canadiense reflejó un crecimiento lento y poco balanceado entre sus regiones, por lo que el crecimiento del PBI real fue 1.1% en el 2015. Se espera que este año haya un crecimiento de 1.3%. Por el lado de la economía estadounidense, el crecimiento ha sido 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%). La economía canadiense será impulsada por su producción energética y demanda doméstica; la americana, por el consumo privado (3.3% el 2015)

Con respecto a los indicadores macroeconómicos, el incremento en el nivel de precios para Estados Unidos fue de 0.1%; mientras que para Canadá 1.1% en el 2015. En este 2016, se proyectan niveles de inflación de 1.3% y 1.4% respectivamente para los países en mención. 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. En el caso canadiense, la tasa de interés es de 0.5%, tal como fue fijada en la última reunión el 13 de julio.

Sobre las exportaciones e importaciones de Norteamérica, la región norteamericana importa casi el 35% de la zona Asia Pacífico, un 13.5% provienen de manera interna (Importaciones de Estados Unidos a Canadá y viceversa), 18% proviene de Europa y el 7.7% de Latinoamérica. Con respecto a las exportaciones, las exportaciones realizadas de manera interna representaron el 21.4% del total, seguido de Latinoamérica (20.1%), la zona Asia Pacífico (19.5%) y Europa (9.9%). Según el portal CIA World Factbook, las principales importaciones canadienses están compuestas por maquinaria y equipos, vehículos motorizados, petróleo, químicos y bienes de consumo durables. Por el lado estadounidense, las principales fueron los bienes de capital (computadoras, partes automotrices, etc.) y bienes de consumo (Autos, ropa y medicina). En el 2015, el petróleo representó el 8.2% de sus importaciones. En lo que respecta a las exportaciones, Canadá exportó vehículos motorizados y partes, insumos para la maquinaria, equipos de telecomunicación y químicos, estructura exportadora similar a la de Estados Unidos.

En lo que corresponde al mercado laboral, la agricultura emplea al 1.7% del total de la fuerza laboral. El sector manufacturero llegó a producir el 12.2% 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% 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. En el caso canadiense, el desempleo fue de 6.9% en el 2015 y se espera un 7.0% a fines del 2016. Si bien la tendencia es negativa, Canadá logró crear 158,000 nuevos empleos y hubo un incremento en los salarios reales.

Un aspecto muy importante es la edad promedio de Norteamérica y el rápido proceso de envejecimiento por el que están pasando. Según Euromonitor, esto puede generar una disminución del crecimiento potencial del PBI. La población estadounidense fue de 322 millones en el 2015 y la edad media fue de 37.8 años. Por otro lado, la población canadiense fue de 35.9 millones y la edad media 40.5 años. En el 2030 se espera una edad media estadounidense de 40.3 años y que el 22% de la población canadiense supere los 65 años de edad.

En lo que respecta al mercado de salsas en Norteamérica, el volumen de ventas se mantuvo constante en el 2015, llegando a los 7 billones de unidades. El mercado norteamericano se está inclinando cada vez más hacia productos Premium de este tipo, básicamente por una mayor preferencia de preparar comidas de calidad en casa. Las salsas “masificadas” (Ketchup, Ranch, entre otros.) no encajan mucho con esta visión. Es por eso que salsas Premium de ensaladas, tales como Brianna’s o Girard, se están consolidando cada vez más. Se espera que el mercado tenga un crecimiento promedio de 1%, llegando a los 7.2 billones de unidades vendidas en el 2020. Las presentaciones más pequeñas y exclusivas serán las que motivarán el principal crecimiento.

En el caso canadiense, el mercado de salsas tuvo un crecimiento un poco menor al 1% en el 2015. Al igual que en Estados Unidos, la cocina en casa tuvo un rol fundamental para el desarrollo de este mercado. Las salsas picantes fueron las que tuvieron un mejor desempeño, llegando a crecer 3%. En lo que corresponde al contenido nutricional de las diversas salsas, los consumidores canadienses han rechazado diversas presentaciones, ya que ven a estos productos que no aportan mucho en términos nutricionales. Esto ha hecho que varias empresas reduzcan los niveles de azúcar y grasa, e incluso fortifiquen sus salsas para captar mercado. Existe una tendencia a ofrecer alternativas más saludables, al igual que productos Premium.

Según un artículo publicado en Euromonitor, una de las mayores tendencias serán las salsas y acompañamientos saludables; específicamente, salsas y acompañamientos altos en proteína. Se pronostica que estos incrementarán el consumo de vegetales y frutas. Los clásicos snacks de galletas y carbohidratos preparados irán perdiendo participación.

3. Estadísticas de exportación

Según las estadísticas de Business Intelligence, Holanda es el principal destino de las exportaciones peruanas de palta, con una participación de alrededor de 39% durante los primeros nueve meses del 2016. Le siguen España (18.7%), Estados Unidos (17.2%), Reino Unido (11.2%) y Chile (4.4%), dentro de los cinco primeros compradores. En estos nueve meses, el total de exportaciones de palta crecieron un 23.4% con respecto al año pasado, llegando a exportar un total de 412 millones de US\$.

Por otro lado, las paltas frescas se mantienen como el tipo de presentación con mayor participación de mercado, al representar el 92.4% del total. A su vez, estas tuvieron un crecimiento positivo de 28.8%, llegando a los 380 millones de US\$. Las paltas congeladas no tuvieron una variación positiva, mientras que el aceite creció en 13.6% frente al año pasado. Cabe destacar que este último aún no representa ni el 1% del total de exportaciones de este insumo.

En lo que corresponde a las exportaciones de mangos, Estados es el principal destino de las exportaciones, con una participación del 32.2% durante los nueve meses del 2016. Le siguen Holanda (26.2%), Reino Unido (7.0%), Canadá (5.2%) y Corea del Sur (4.8%). En estos nueve meses, el total de las exportaciones cayó en 6.8% con respecto al año pasado. De los países mencionados, solo Canadá y Corea del Sur tuvieron variaciones positivas de 1.4% y 3.5% respectivamente. El total de exportaciones de mangos fue de 205 millones de US\$.

Los mangos frescos fueron la presentación que mayores montos registró, a pesar de haber tenido una variación negativa (-16.1%): Pasó de 148.4 a 124.5 millones entre enero y setiembre del 2015 y 2016 respectivamente. A los mangos frescos, con una participación del 60.6%, le siguen los mangos congelados (32.4%), la pulpa (4.2%) y el mango deshidratado (1.5%). A pesar de que el mango deshidratado tiene una pequeña participación de mercado, esta fue la que más creció al variar en 124.6%.

Por último, dado que el país de fabricación del producto es México, es importante conocer el comportamiento de ambos productos, palta y mango, en este mercado. Según las estadísticas de Business Intelligence, las exportaciones de mango hacia México sumaron 1.9 millones de US\$ y crecieron en 334%. En el caso de las paltas, estas no representan una fuerte exportación peruana hacia México, dado que este es el principal productor del mundo aportando al 30% de la cosecha mundial.² A pesar estos, las exportaciones de paltas peruanas crecieron en 2817%, pasando de 22 000 US\$ a 641 732 US\$.

² Información extraída de: <http://www.gob.mx/se/articulos/mexico-es-el-principal-productor-y-exportador-de-aguacate-en-el-mundo> (8/11/2016; 3:23 p.m.)

Exportaciones de Palta por Países (millones de US\$)				
País	Ene-Set 2015	Ene-Set 2016	Var %	Participación 2016
Países Bajos (Holanda)	118.5	161.4	36.2%	39.2%
España	50.5	76.9	52.3%	18.7%
Estados Unidos	89.1	71.0	-20.4%	17.2%
Reino Unido	33.0	46.3	40.2%	11.2%
Chile	18.9	18.2	-3.9%	4.4%
Resto	23.5	38.0	61.7%	9.2%
Total	333.5	411.8	23.4%	100.0%

Exportaciones de Paltas por Tipo de Presentación (millones de US\$)				
Presentación	Ene-Set 2015	Ene-Set 2016	Var %	Participación 2016
Fresco	295.2	380.3	28.8%	92.4%
Congelado	18.0	17.1	-5.3%	4.1%
Pulpa	10.0	10.1	1.0%	2.4%
Aceite	1.2	1.3	13.6%	0.3%
Resto	9.2	3.0	-67.9%	0.7%
Total	333.5	411.8	23.4%	100.0%

Exportaciones de Mango por Países (millones de US\$)				
País	Ene-Set 2015	Ene-Set 2016	Var %	Participación
Estados Unidos	75.9	66.1	-13.0%	32.2%
Países Bajos (Holanda)	67.9	53.8	-20.7%	26.2%
Reino Unido	16.1	14.4	-10.2%	7.0%
Canadá	10.6	10.7	1.4%	5.2%
Corea del Sur (República de Corea)	9.4	9.8	3.5%	4.8%
Resto	40.5	50.5	24.7%	24.6%
Total	220.4	205.3	-6.8%	100.0%

Exportaciones de Mangos por Tipo de Presentación (millones de US\$)				
Presentación	Ene-Set 2015	Ene-Set 2016	Var %	Participación 2016
Fresco	148.4	124.5	-16.1%	60.6%
Congelado	60.7	66.6	9.7%	32.4%
Pulpa	6.6	8.7	31.8%	4.2%
Deshidratado	1.4	3.0	124.6%	1.5%
Resto	3.3	2.5	-24.5%	1.2%
Total	220.4	205.3	-6.8%	100.0%

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