

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Quinoa en Aceitunas de Tomate en Arabia Saudita



NUEVO LANZAMIENTO

Quinoa en Aceitunas de Tomate en Arabia Saudita

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, el creciente interés por la quinoa en Arabia Saudita ha llevado a diferentes empresas de manufacturas a presentar nuevos productos a base de quinoa en el mercado saudí. Este es el caso del lanzamiento de la nuevo Quinoa en Aceitunas de Tomates, una variante de la marca Bjorg Bio. Se vende en una bolsa de plástica de 250 gramos que puede ser colocada en el microondas y cuesta 29.75 riyales saudíes (SAR). Este producto orgánico puede ser preparado en cuestión de dos minutos y se presenta como una fuente de proteínas y fibra que no contiene azúcar. Estas características podrían ser un atractivo para los consumidores saudíes, quienes se preocupan por su salud, pero no cuentan con mucho tiempo. Estos consumidores buscan productos saludables y fáciles de preparar y consumir.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Bjorg Bio – Tomates Olivos
	Empresa manufacturera	Bjorg Bio
	Precio	29.75 SAR (7.9 US\$)/250g
	País de fabricación	Arabia Saudita
	País de distribución	Arabia Saudita
	Fecha de lanzamiento	Agosto 2016

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución: Arabia Saudita

Se espera que el crecimiento real de Arabia Saudita sea solamente de 1.6% durante el 2016, luego de una tasa de 3.4% en 2015. La incertidumbre global y una liquidez ajustada en el sistema bancario se presentan como problemas para Arabia Saudita. El gasto público también será recortado hasta casi 13% en 2016. Las tensiones regionales con Teherán también se muestran como una complicación adicional. El crecimiento en el sector petrolero podría caer hasta solamente 0.9%, comparado con el 3.1% en 2015. El crecimiento debería venir de otros sectores privados de la economía que, en general, se estima que podrían crecer a una tasa modesta de 3.8%.

Arabia Saudita está experimentando una escasez de viviendas bastante aguda. Aproximadamente se necesitan 3.3 millones para el periodo 2016-2026 a medida que la población crece. Un problema importante es que los propietarios cuentan con viviendas valiosas pero poco desarrolladas, debido a que los precios de la tierra están incrementando a una tasa de casi 7% al año. En respuesta, en Riyadh, capital de Arabia Saudita, se está introduciendo un impuesto controversial de 2.5% por vivienda no desarrollada.

La tasa de desempleo fue de 5.7% en 2015 y caerá mínimamente a 5.6% durante el 2016. Esta pequeña caída se atribuye a una caída esperada en la tasa de participación (la cual se estima

que actualmente asciende a 36% y mucho menos para el caso de las mujeres). Entretanto, la fuerza laboral crece a más de 5% anual.

Arabia Saudita verá gradualmente tasas de crecimiento real en incremento, llegando a alrededor de 3.5% por año en el 2020. En los sectores ajenos al petróleo, el crecimiento estará entre 4.2% y 4.5% por año en un horizonte medio, muy por debajo del promedio de largo plazo de 7%.

La venta de petróleo representa más del 90% de los ingresos fiscales y más del 80% de los ingresos por exportaciones. Aunque los precios sigan siendo bajos, desde Riyadh se continúa haciendo uso de grandes montos de petróleo crudo. Las inversiones en petroquímicos también han incrementado la relativa importancia del sector del petróleo.

Arabia Saudita continúa con sus esfuerzos por diversificar la economía. Se encuentran persiguiendo un plan de gasto de US\$ 130 mil millones para poder impulsar los sectores no petroleros. La principal pieza de este plan es el programa para construir una “ciudad económica”, el cual asciende a US\$ 26.7 mil millones (el mayor monto de inversión particular que se ha dado en el país). También se planea construir cinco otras ciudades en diferentes regiones. En adición, se está invirtiendo en infraestructura de transportes, financiamiento de pequeñas y medianas empresas y empresas conjuntas en refinería, minería y banca.

La industria bancaria saudí es una de las más rentables de la región. Una de las razones es que los bancos no pagan impuestos. El sector privado domina esta industria y se encarga del crédito otorgado y los depósitos recibidos. Las ganancias de los bancos han incrementado a medida que el país incrementa su producción de petróleo. El crédito doméstico continúa creciendo a una tasa estable. El valor real de los recibos extranjeros creció en 5.5% durante 2015 y se espera un crecimiento de 3.7% en 2016.

La población está creciendo a un paso activo. El número total de habitantes fue de 31.5 millones en 2015. Hacia 2030, se espera que la población total sea de 39.1 millones de habitantes.

Aunque la población sigue siendo relativamente joven, un proceso de envejecimiento se encuentra en desarrollo. La edad media en el 2015 fue de 28.4. La fertilidad también ha caído, pero de una tasa excepcionalmente alta. La fertilidad fue de 2.7 nacimientos por mujer durante el 2015 y se espera que caiga a 2 nacimientos por mujer en el 2030, justo por debajo de la tasa de reposición. Las políticas pro-natalistas del gobierno y el incremento persistente en el número de mujeres en edad adecuada para concebir asegurará que la población continúe creciendo por unos años.

En cuanto al sector de comida envasada, en el 2015 se presencié un crecimiento que seguía en línea con periodos anteriores, tanto en volumen como en valor. El crecimiento fue dirigido por actividades de importantes jugadores del mercado, tales como promociones en la tienda, desarrollo de nuevos productos e inversión en publicidad en diferentes tipos de medios. Más aún, el crecimiento de las ventas de alimentos saludables, sobre todo en los minoristas modernos, ayudará a que la comida empaquetada mantuviera su patrón de crecimiento.

Las compañías locales como Almarai Co. Ltd., Al Muhaidib Grains Co. y Saudi Vegetable Oil & Ghee Co. (SAVOLA) dieron una competencia fuerte a los actores internacionales en áreas como lácteos, arroz y pasta, así como en aceites y mantecas. Estas empresas se las arreglaron para

incrementar su base de clientes a través de productos de alta calidad a precios económicos. Además, invirtieron regularmente en desarrollo de nuevos productos. Los actores internacionales como Nestlé SA y Master Foods Middle East FZE también incrementaron sus esfuerzos por ganar más ventas al ofrecer productos de alta calidad e innovación.

Arabia Saudita ha presenciado un incremento en la preocupación de su población por la salud. Previamente, esta preocupación se encontraba entre expatriados occidentales quienes conocían más acerca de estilos de vida saludable y no saludable. Sin embargo, la obesidad y otras enfermedades relacionadas como enfermedades al corazón y diabetes alcanzaron niveles alarmantes, la gente empezó a darse cuenta de la importancia de tener un estilo de vida saludable. El gobierno también trata de impulsar campañas orientadas a la salud, así como reducir los costos relacionados con estas enfermedades. No solo se invierte en mejores instalaciones de salud, sino también en canales de comunicación para masificar los efectos de comer comida chatarra y las ventajas de una alimentación saludable.

Esta tendencia orientada a estilos de vida saludable aún se encuentra en sus primeras etapas. Sin embargo, algunas personas, sobre todo mujeres, son ahora más conscientes de su salud y, como resultado, más cuidadosas al escoger alimentos. Ahora se centran más en los ingredientes, tomando atención a los nutrientes que brindan y a productos con poca grasa. La mayoría de la población, no obstante, sigue sin estar muy al tanto y continúa consumiendo comida que no es saludable. En consecuencia, muchas categorías como margarina, vegetales y aceites de semillas, se han contraído, mientras que productos más saludables como aceite de oliva, miel, cereales y yogurt pro-biótico crecieron rápidamente. Muchas otras categorías, sin embargo, como chocolate, confitería y helados no fueron afectados como los productos consumidos por personas jóvenes, quienes no prestan mucha atención a los aspectos de salud.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas de Business Intelligence, entre los principales destinos de las exportaciones peruanas de quinua en el 2015 se ubican Estados Unidos (47%), Países Bajos (7.76%), Canadá (7.59%), Reino Unido (5.30%) e Italia (4.91%). Por su parte, Arabia Saudita se encuentra en el puesto número 26 de los compradores de quinua peruana, con una participación de menos de 1% del total.

Por otro lado, la principal presentación de quinua exportada durante el 2015 fue la de Grano, con aproximadamente un 96% del valor total exportado. Le siguen desde muy lejos las presentaciones en Salsa (1.24%), Hojuelas (0.7%) y Harina (0.39%).

Exportaciones Totales de Quinua (miles de US\$)		
Presentación	FOB 2014	FOB 2015
Grano	199,878	166,355
Salsa	226	2,143
Hojuelas	901	1,205
Harina	627	668
Resto	992	2,236
Total	202,623	172,608

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