

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Hamburguesa a base de algarrobo en Estados Unidos



NUEVO LANZAMIENTO HAMBURGUESA A BASE DE ALGARROBO EN ESTADOS UNIDOS

1. Producto

De acuerdo a Product Launch y LinkedIn, la empresa Beyond Meat, especializada en la fabricación de deliciosos y nutritivos productos 100% vegetarianos dentro de los cuáles se incluyen: tiras de pollo, albóndigas, hamburguesas, entre otros; recientemente ha ampliado su línea de alimentos a través de un sabroso producto. Se trata de una hamburguesa 100% vegetariana a base de algarrobo lanzada bajo la marca Beast Burger como parte de la gama de sustitutos de carne ofrecida por la empresa Beyond Meat. Las hamburguesas son promocionadas como productos con más proteínas y hierro que la carne vacuna, más omegas que el salmón y libres de soja, gluten, grasas animales, colesterol e ingredientes OGM (organismos genéticamente modificados). Asimismo, su etiquetado menciona que contienen una extensa mezcla de nutrientes para un rendimiento óptimo y para ayudar a la recuperación muscular. Curiosamente, esta línea de producto no está necesariamente orientada hacia veganos o vegetarianos, sino hacia deportistas y aquellos que buscan los componentes fundamentales para el crecimiento muscular encontrados en la carne (como los aminoácidos, minerales, minerales, oligoelementos y carbohidratos) para obtener el máximo número de proteínas, hierro y otros beneficios nutricionales. Actualmente el producto solo se comercializa en Estados Unidos; se encuentra disponible en su presentación de caja de cartón con contenido neto de 8 onzas (227 gramos – dos unidades) y tiene como principal canal de venta a las tiendas minoristas (Whole Foods, Target, Safeway, Publix, Walmart, entre otras) y varios distribuidores del sector de la alimentación de los Estados Unidos.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Beast Burger
	Empresa manufacturera	Beyond Meat
	Precio	US\$ 5,99
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Mayo 2015

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución : Estados Unidos

De acuerdo a Euromonitor, Estados Unidos tiene una población de 322 millones de habitantes con una edad promedio de 37.8 años y aunque la sociedad estadounidense está envejeciendo moderadamente, la continua afluencia de inmigrantes compensa este proceso. Actualmente EE.UU. es el quinto país hispanohablante más grande del mundo y se espera que en el futuro la población hispana crezca a un mayor ritmo que la población no-hispana.

Por otro lado, dado que Estados Unidos es el mercado de consumo más importante a nivel mundial, su dependencia a las exportaciones es baja. Las exportaciones representaron el 8,4% del PBI en el 2015, frente al 8,7% en el 2008. Se proyecta que las exportaciones (en dólares) se incrementen en 4,6% en el 2016 después de un descenso del 7,1 % en el 2015. La desaceleración de las exportaciones se debe principalmente a la caída de la demanda externa de los principales socios comerciales y al fortalecimiento del dólar.

Adicionalmente, la aprobación de tres acuerdos comerciales - con Colombia, Panamá y Corea del Sur - debería impulsar la economía hasta en US\$ 14,4 mil millones y añadir miles de puestos de trabajo en el mediano plazo. Del mismo modo, la conclusión con éxito del Acuerdo de Asociación Trans - Pacífico (TPP) con Japón y otros países de Asia y América Latina debería ayudar a impulsar las exportaciones en el mediano plazo. El TPP tiene un impacto importante e involucra países que representan el 40% de la economía mundial. Además, Estados Unidos está negociando un nuevo acuerdo con la Unión Europea (UE) conocida como la Asociación de Comercio e Inversión Trans - Atlántico (TTIP).

Con respecto a la categoría de carnes procesadas, hay una amplia gama de diferentes sustitutos de la carne en los EE.UU. La mayor atención e inversión en estos productos ha mejorado el sabor de los sustitutos de la carne en los últimos años, con muchas variedades igual de sabrosas que la carne real y con una textura agradable. De acuerdo con un estudio realizado por la Vegetarian Times, con datos recogidos por RRC Associates (una firma de investigación en Boulder, Colorado), más de un 3% de los adultos estadounidenses son "estrictamente vegetarianos", mientras que un millón adicional se considera vegano, es decir no consumen carne o productos de origen animal tales como productos lácteos o huevos. Asimismo, 22,8 millones de personas adicionales se alinean con una dieta vegetariana, evitando la carne siempre que existen sustitutos convenientes disponibles. Este segmento de la población, es decir, aquellos que tratan de evitar la carne cuando sea posible, probablemente sean los principales impulsores de los sustitutos de la carne dado que los verdaderos vegetarianos constituyen una pequeña fracción de la población. Estos productos también son populares entre los judíos observantes quienes disfrutan del sabor de la carne, pero que al mismo tiempo quieren consumir productos no cárnicos en sus comidas (de acuerdo con Kashrut) como por ejemplo, los lácteos.

Los estadounidenses están valorando cada vez más los ingredientes en lugar de las calorías, prefiriendo alimentos producidos naturalmente en lugar de que sean bajos en grasa o calorías. Otra tendencia en la dieta que ha tenido un efecto sobre el consumo de carne es el rechazo al gluten. En conjunto, estas tendencias han sido a la vez una bendición y una maldición para la industria cárnica.

Por otro lado, los sustitutos de la carne eran anteriormente consumidos casi exclusivamente por los vegetarianos y veganos que buscaban un snack o una opción de sándwich que imite el sabor y la textura de la carne para sus antojos de proteínas. Sin embargo, en la actualidad existe una tendencia por parte de los consumidores de carne hacia la compra de estos productos a fin de reducir su consumo cárnico.

El anuncio de la Organización Mundial de la Salud del 2015, respecto a que la carne roja procesada es cancerígena, ha llegado en un momento en que muchos estadounidenses ya

están tratando de evitar las carnes procesadas por razones de salud. Por lo tanto, el anuncio combinado con las tendencias alimentaria pre-existentes en el país, probablemente resulten en una continua (pero leve) disminución del volumen de consumo per cápita de la carne roja procesada.

Por último, se espera que la línea de sustitutos de carne refrigerada tengan el mejor rendimiento durante el período 2015 - 2020, con una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de 5% a precios constantes de 2015, tanto en volumen como en valor. El fuerte crecimiento de la línea será impulsado por el hecho de que su valor y volumen de ventas son relativamente bajos en comparación con otras líneas. El crecimiento también será apoyado por la innovación continua, con nuevos productos que sepan cada vez más a carne de verdad.

Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX la totalidad de exportaciones de algarrobo en el 2015 sumaron aproximadamente US\$ 0,5 millones, de los cuales 87,6% se envió en polvo, 9,9% en miel y 2,3% en harina. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (66,9% de participación), seguido por Australia (14,7%), Reino Unido (2,8%), Países Bajos (2,7%) Sudáfrica (2,7%) y Chile (2,1%).

Exportaciones Totales de Algarrobo		
Miles de US\$		
Presentación	FOB 2014	FOB 2015
Polvo	215	411
Miel	53	46
Harina	16	11
Resto	3	1
Total	286	469

Fuente: MAPEX - SUNAT