

U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 18 No. 2



VENTAS DE PET FOOD CRECEN y la salud es la Razón del Éxito

El alimento para mascotas, se ha convertido en una industria enorme: tan solo las ventas en 2021 de alimento para perro alcanzaron US\$38 mil millones, mas de 37% del total del mercado de productos para mascotas que asciende a US\$103 mil millones, de acuerdo con el American Pet Products Association (APPA). Se espera que este numero continúe creciendo en el 2022, y Statista espera que el alimento continúe siendo el producto con mas ventas este año.

De hecho, las ventas de alimento para mascotas se espera que aumenten aproximadamente 5.8% de acuerdo con APPA. Esto es un poco menos del crecimiento de 6.4% reportado por Packaged Facts en el 2021, pero muy arriba del 3% a 4% de años previos a la pandemia.

El numero de dueños de mascotas ha crecido desde la primera ola de COVID-19 en los Estados Unidos, y los papás de mascotas, están contentos de poder gastar su dinero en sus amigos peludos. De acuerdo con APPA, 70% de los hogares estadounidenses tienen al menos una mascota, de los cuales 69 millones tienen un perro; 45.3 millones tienen un gato y 11.8 millones tienen un pez de agua dulce.

Específicamente, los hogares con perros han ido en aumento: un Estudio Nacional de Consumidores hecho por MRI-Simmons, encontró que el numero de hogares sin hijos, creció 20% entre 2010-11 y 2020-21, mientras que el numero de hogares con perros, pero sin niños, creció 27%. Además, el numero de hogares con personas en edad de retiro con perros, creció 67% de acuerdo von PetFoodIndustry.com

Uno de los principales factores de crecimiento de este tipo de hogares es el concepto de “mascotas son familia”, que puede hacer crecer el gasto en productos y servicios para mascotas, incluyendo al alimento, en hogares sin niños. Statista encontró, que el dueño de perro promedio, gasta US\$442 tan solo en el alimento, mientras que el dueño de gato promedio, gasta US\$329.

(Continúa en pág. 2)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org

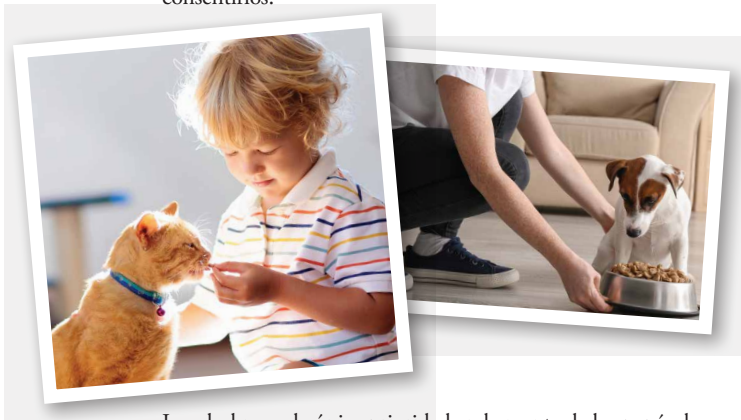
Sin embargo, la gente de todas las edades esta gastando mas en sus mascotas. Los milenials constituyen la mayoría de los dueños de mascotas con el 32%, (comparado don el 27% de los Baby Boomers), y son conocidos por consentirlos como si fueran niños. Esto esta haciendo que crezca el interés en la salud de las mascotas en todo Estados Unidos, lo que a su vez esta modificando el gasto de los consumidores.

Por ejemplo, las ventas de suplementos para mascotas, aumentaron US\$1,470 millones en 2020, y se espera que continúen creciendo a un ritmo promedio por año del 5.9% hacia 2028, de acuerdo con Grand View Research. El interés en alimentos orgánicos también esta creciendo, de acuerdo con IMARC Group. El gasto en esta área se espera que crezca 10.6% para el 2026, pues los papás de mascotas, quieren evitar los aditivos como antibióticos, colores artificiales y conservadores. Además, las opciones orgánicas están creciendo para incluir mas productos con opciones como los alimentos crudos, los hechos en casa, congelados o deshidratados. Los alimentos para mascota no-orgánicos, se espera que representen la mayoría de las ventas de alimento en los años que vienen, pero esa diferencia esta disminuyendo constantemente.

Los milenials constituyen la mayoría de los dueños de mascotas con el 32%, (comparado don el 27% de los Baby Boomers), y son conocidos por consentir a sus mascotas como si fueran niños. Esto esta haciendo que crezca el interés en la salud de las mascotas en todo Estados Unidos, lo que a su vez esta modificando el gasto de los consumidores.

Otro mercado creciente, aunque controversial, es el del alimento vegano. Este mercado se espera que crezca de US\$9,300 millones en 2022, a US\$15,600 millones hacia 2029, de acuerdo con Pet Food Industry. Este tipo de alimento, es mucho mas popular para perros, -con mas de 10% de los dueños prefiriendo dietas veganas para ellos-, que para los gatos, -con solo 3.3% prefiriendo vegano-. Los gatos en particular, son carnívoros y ponerlos en una dieta a base de plantas, requiere tomar precauciones.

Solo porque mas consumidores tienen entre sus prioridades a la salud, eso no significa que los fabricantes deberían olvidarse de los populares premios. Las ventas de premios o botanas para mascotas crecieron 15% para alcanzar US\$9,900 millones en 2021, y Packaged Facts espera que esta categoría mantenga un ritmo de crecimiento combinado del 12% por año hacia 2025, cuando se espera que las ventas totales alcancen US\$15 mil millones. A los papás de mascotas, definitivamente les importa la salud de sus amigos peludos, pero también les gusta consentirlos.



La salud no es la única prioridad en la mente de los papás de mascotas. Los problemas de cadena de suministro en el 2021, han afectado a algunos consumidores y estos crearon un grupo al que Euromonitor llama "Backup Planners".



Estos consumidores buscan activamente alternativas y opciones que tienen etiquetas similares a las de sus marcas preferidas, -lo cual significa que siempre hay espacio para nuevas e interesantes formulaciones-, y los fabricantes deberían estar al tanto de las oportunidades para los alimentos para mascota probadamente buenos, que pueden ser interesantes para los consumidores que no pueden acceder a los preferidos de costumbre.

Esto también beneficia a los fabricantes que venden a través que diferentes canales incluyendo ventas directas al consumidor, y servicios de suscripción. Los proveedores locales podrían no tener producto en stock, pero los clientes se sienten mas cómodos cuando pueden encontrar productos directamente del fabricante o a través de servicios que han probado ser confiables durante meses.

Los fabricantes también pueden interesarse en tiendas cercanas a sus plantas de producción, ya que los consumidores consideran que las opciones de productos hechos localmente, son mas confiables.

Otras nuevas oportunidades de crecimiento, se pueden ver en categorías que están en vías de desarrollo. Una de estas tendencias con rápido crecimiento son las proteínas "primitivas", que conectan las dietas de perros y gatos con sus orígenes primitivos, con un énfasis en las carnes con sabores fuertes, de animales salvajes como el jabalí, venado y bison, de acuerdo con Acme Canine. La proteína de insectos también se incluye en esta categoría.

Los entusiastas dicen que las proteínas de carne salvaje e insectos, son mas saludables para los animales que los ingredientes tradicionales como pollo y res. Los alimentos a base de carnes primitivas, generalmente provienen de animales alimentados con pastos, están libres de antibióticos y hormonas, y la proteína de insectos es mas fácil de digerir, -estos atributos, mejoran todavía mas su halo.

Un área relacionada de interés, es la reducción de alimentos con saborizantes. Algunos ven a los saborizantes como elementos falsos que pueden ser utilizados para esconder ingredientes baratos, lo cual hace mas atractivos a los alimentos libres de aditivos. Las tendencias de crecimiento para el 2022, apuntan a que los papás de mascotas, busquen ayudar a sus compañeros a llevar vidas mas saludables y felices, -y buscar mejores alimentos para mascotas, será una gran parte de esta tendencia. Los fabricantes deberían observar las tendencias de los alimentos para humanos, y esforzarse por ofrecer productos que tengan atributos que ayuden a alcanzar el bienestar moderno y llevar estas tendencias al éxito.

La Rapidez Definirá al Retail de Alimentos en 2022, Desde Entregas mas Rápidas, hasta Alimentos Listos para Comer



La comida será mas rápida que nunca en el año que comienza, ya que los proveedores de alimentos le llevan el paso a clientes cada vez mas ocupados. En los últimos dos años, se ha visto una explosión en el interés en las compras online, pick-up en tienda, y ahora, la industria de los comestibles, vera crecer la demanda de entregas ultra-rápidas a través de servicios como DoorDash, y la expansión de alimentos listos para comer, como los de las tiendas Kroger, con las comidas de Cocinas Dark. Hace menos de una década, que las entregas en dos días, parecían el estándar imposible que todos aspiraban a alcanzar, pero ahora, treinta minutos se ha vuelto la norma que se espera que todos cumplan”, dijo a Grocery Dive, Anne Mezzenga, co-CEO de Omni Talk

La oferta esta principalmente enfocada en las áreas urbanas de alta densidad, pero ella espera que se expanda en el futuro cercano a los suburbios, -y las tiendas de abarrotes, tendrán que aprender a competir en este espacio. “Ya sea que se trate de “tiendas dark” (lugares de donde sale la mercancía solo para entregas, sin tener una tienda física), o centros de distribución, o por medio de socios estratégicos o adquisición de otras tiendas, cada abarrotero tendrá que encontrar una solución para las entregas instantáneas, para poder ser competitivos”, dijo Mezzenga.

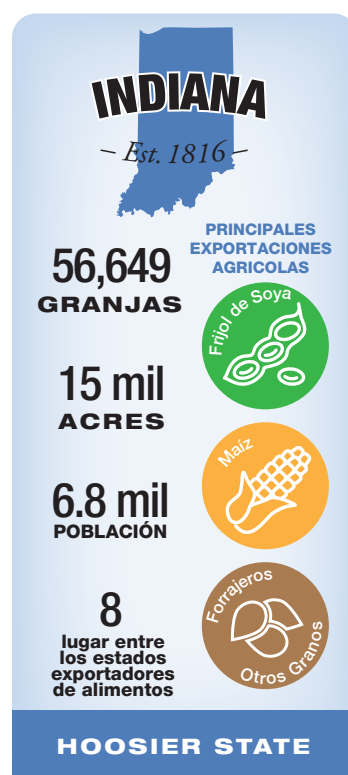
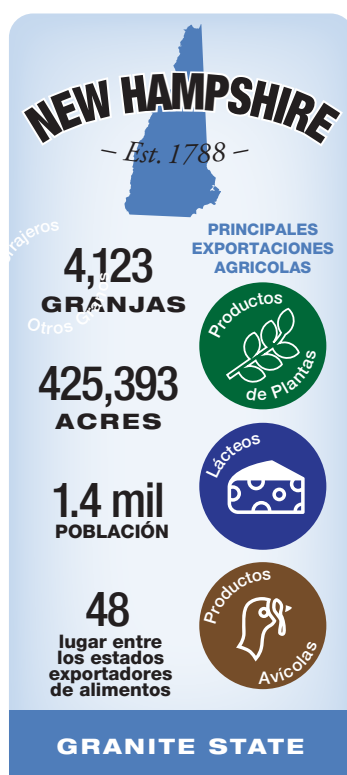
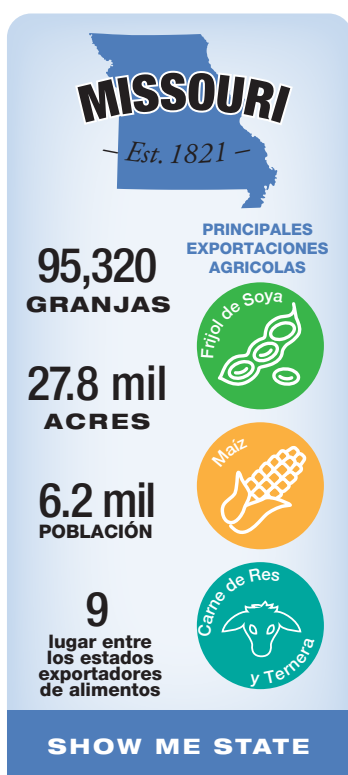
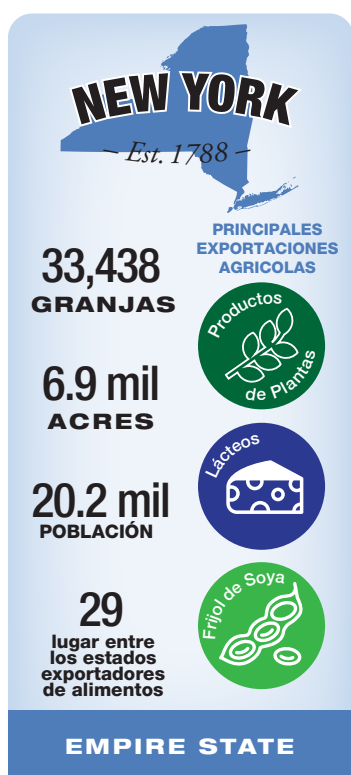
Desde luego que esta por verse, si esta tendencia puede rendir ganancias a largo plazo. Las empresas de “entregas instantáneas” han acumulado casi US\$7,600 millones de capital para fondearlas, con Gopuff siendo quien recibió mas de la mitad del total, de acuerdo con información de PitchBook, según el periódico The Wall Street Journal. Además de esto, esos servicios solo representan una pequeña fracción del total del valor de las ventas de alimentos, y habrá que observar que tanto pueden crecer.

Mezzenga espera que las compañías de entregas rápidas se consoliden, a medida que la demanda de entregas ultra-rápidas crezca. Vishwa Chandra, de McKinsey & Company, hizo la observación de que “ninguna de estas empresas es del tamaño adecuado”, lo cual no les permitirá encargarse de los altos volúmenes reales de entregas a nivel nacional. Si esta tendencia continua en crecimiento, la consolidación es la mejor forma de lograr el objetivo. La entrega rápida puede ser complementada con una mejor ampli-ficación y calidad de los supermercados, alimentos preparados, así como mejores herramientas digitales para ordenarlos. Las tiendas han estado contratando directamente, mas talento culinario para ayudarlos a preparar estos alimentos, los cuales son muy diferentes al antiguo pollo frito que mantenían bajo una lámpara de calor.

Algunas tiendas incluso se están asociando con restaurantes locales para asegurar la mejor calidad posible en alimentos preparados. “Hemos comenzado a ver como duplican el esfuerzo para ofrecer las mejores soluciones en alimentos preparados”, dijo Tanja Ebner, directora de la firma Oliver Wyman, a Grocery Dive. “Alimentos listos para comer, listos para cocinar, e incluso, platillos recién hechos con calidad de restaurante, que están listos para ser recogidos para entrega a domicilio”.



Perfiles Estatales del Centro y Noreste USA





Albanese Confectionery Group, Inc

Merrillville, Indiana

Por mas de 30 años, Albanese Confectionery ha hecho la Mejores Gomas y Chocolates del Mundo en los Estados Unidos. Nuestra receta para el éxito ha sido simple, poner por delante el sabor y la textura, siempre encontrando una mejor manera hacerlo y nunca tomarnos muy en serio. Nuestras gomitas saben diferentes, porque somos diferentes. Todas nuestras gomitas son hechas en nuestra planta en el corazón de Estados Unidos, y las hacemos solo con ingredientes de la mas alta calidad, de productores estadounidenses y europeos. La gomita con la "A" on the Tummy™, es mas suave y llena de sabor, son gomitas que saben jaciditas de principio a fin!

Combinando sabores naturales de frutas y vegetales de verdad, nuestras gomitas Ultimate™ 8

Flavor Gummi Bears™, elevaron la experiencia de sabor. La variedad de sabores de frutas de verdaderas, dan a tu paladar la experiencia de morder la fruta. Desde la piel por fuera hasta el jugo por dentro, tus papilas pedirán el siguiente sabor.

Libre de Alérgenos | Libre de Gluten | Sin Grasa | Bajo en Sodio | Hecho en USA
albanesecandy.com



Shrewd Food

Hauppauge, New York

Nuestras Keto Krac Bars son adictivas. Te van a hacer recordar a tus barras de chocolate favoritas en tu infancia, crujientes con chocolate de leche de verdad, que te llevarán al pasado. Se venden en empaques de 24 piezas porque... bueno, créenos, estamos seguros de que querrás comerte todas. Están hechas en los Estados Unidos y solo tienen 3g de carbohidratos por barra. "Es la mejor manera de ser Keto"

Keto Amigable! Bajo en Carbohidratos | Alto en Proteína | Libre de Gluten
shrewdfood.com



Rule Breaker Snacks

Brooklyn, New York

Rule Breaker Snacks son prueba de que los snacks saludables pueden saber delicioso, galletas suaves y bocados con vida de anaquel de 12 meses. Nuestro principal ingrediente son los garbanzos. Pero nuestros snacks son tan chicosos y deliciosos ¡que nunca te imaginarías! Nuestros sabores incluyen: Deep Chocolate Brownie, Chocolate Chunk Blondie, P'Nutter Chocolate Chip (sin nueces), y Birthday Cake. Nuestras presentaciones son, Rule Breaker Bites (bolsas de 114 gr) y galletas empacadas individualmente (54 grs).

Bajo en Azúcar | 100% A Base de Plantas (Vegano) | Libre de Gluten Certificado | Libre de los Alérgenos Comunes (Incluyendo Nueces) rulebreakersnacks.com



American Food Services, Inc.

Long Beach, New York

Tesi Bon Cheese Curlz & Cheese Balls son deliciosas botanas típicas de los Estados Unidos. Fuimos fundados en el 2005 y hemos tenido mucho éxito, especialmente en los mercados étnicos. Vendemos a retailers y mayoristas, y somos conocidos mundialmente y vendemos nuestros productos en Europa, Sudamérica, Medio Oriente y Asia. Nuestros chips están hechos a harina de maíz y queso cheddar genuino americano en polvo. Nuestras presentaciones: Bolas de Queso y Curls de Queso –Palitos crunchy de queso.

Nuestros empaques resellables facilitan que puedas llevarlos contigo y ¡disfrutarlos a cualquier hora del día! tesibon.com

Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Venus Wafers Inc.

Hingham, Massachusetts

Los panes planos Mariner Organic Flatbreads son horneados con los ingredientes mas finos, como todos los productos de Venus Wafers desde que empezamos a hornear hace 87 años. Mariner Organic Flatbreads son Certificados Orgánicos, libres de OMG, Vegano Verificado y aprobado Kosher. Disponibles en 3 sabores: Sal de Mar Multigrano / Sea Salt Multigrain, Romero / Rosemary y Granos Ancestrales / Granos Ancestrales.

Desde 1931, Venus Wafers es una empresa familiar, operada por sus dueños, pioneros de las saludables galletas y panes planos, para satisfacer a los cambiantes paladares de los consumidores que buscan productos de conveniencia. Desde el primer producto de su fundador hace mas de 90 años, una galleta hecha 100% con trigo integral, hasta sus galletas autenticas Lavasch, Galletas Stoned Wheat de trigo y sus panes orgánicos. Venus siempre ha hecho el esfuerzo de hornear con los mejores ingredientes para crear una variedad de formas y tamaños, en atractivos empaques. venuswafers.com

Orgánico Certificado | Libre de OMG | Vegano Verificado | Kosher Aprobado
venuswafers.com



Dairy Products Inc.

Eden Prairie, Minnesota

En Dairy Products Incorporated, no damos nada por hecho, -ni siquiera nuestra posición como líder indiscutible en la industria durante 25 años, ni tampoco el deseo de nuestros clientes por recibir el mejor producto por su dinero. Desde ingredientes lácteos de la mas alta calidad, hasta innovadores servicios para dar paz mental a sus programas de manejo de riesgo. DPI mantiene a sus clientes a la vanguardia. Proveemos ingredientes de Excelencia para las industrias de alimentación humana y animal, incluyendo exportaciones de SMP, WMP, SWP, Lactosa, Queso, Mantecquilla, WPC, WPI y mas.

dairyproductsinc.com

**Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org**



Downs Food Group

Mankato, Minnesota

Downs Food Group es uno de los mas grandes proveedores de platillos congelados, carne enlatada y carne congelada, produciendo cientos de miles de toneladas al año. Desde 1947, hemos trabajado con cientos de fabricantes de alimentos y retailers en los Estados Unidos, para identificar y surtir productos calidad Premium con proteínas e ingredientes innovadores.

Principalmente vendemos a retailers, co-packers y como ingredientes a los procesadores de alimentos. Con años de experiencia en fabricación de alimentos, nuestros especialistas en desarrollo de producto, están listos para trabajar de cerca con nuestros clientes para desarrollar alimentos customizados. Desde marinadores saborizados, hasta marcadores de grill, tenemos métodos y formulaciones para satisfacer las necesidades específicas de retailers, fabricantes y food service.

Nuestra deliciosa receta de Mac & Cheese, incluye pasta con una cremosa salsa de queso. El resultado es un delicioso Mac & Cheese, que sirve como un perfecto plato principal o guarnición de otro platillo. Es buen complemento de un pollo frito o con un topping de tocino es delicioso. Podemos hacer el Mac & Cheese en presentación individual de 340 gramos (12oz), tamaño familiar de 907 gr (32oz) o multi-empaque para tiendas Club. Nuestro Mac & Cheese es perfecto para marca propia en cualquier lugar. downsfoodgroup.com

Visite a Food Export en estas Exposiciones

April 12-14, 2022 ANUFOOD Brazil – Sao Paulo, Brazil

April 20-22, 2022 SIAL Canada – Montreal, Canada

April 26-28, 2022 Seafood Expo Global – Barcelona, Spain

May 16-19, 2022 Expo ANTAD & Alimentaria – Guadalajara, Mexico

May 17-20, 2022 SIAL China – Shanghai, China

June 6-10, 2022 Seoul Food & Hotel – Seoul, South Korea

June 7-10, 2022 Alimentec – Bogota, Colombia

June 22-25, 2022 Food Taipei – Taipei, Taiwan

Sept. 5-8, 2022 Fine Food Australia – Melbourne, Australia

**¿Quiere conocer proveedores USA en estas exposiciones?
Pregunte como puede participar en nuestros servicios de Food Show PLUS!™**



Katz Gluten Free

Mountainville, New York

Esta empresa fue establecida a principios del 2006 por la Sra. Katz, con nada mas que una batidora casera, algunas recetas bien practicadas y un interminable animo por la perfección. Kats Gluten Free ofrece una extensa selección para satisfacer las demandas culinarias de cada consumidor intolerante al gluten. Hechas de ingredientes puros, totalmente naturales, frescos y de alta calidad, sin conservadores añadidos, ¡para ser consumidos sin culpa! En la actualidad, es una empresa líder y reconocida en la categoría, operando en instalaciones con tecnología de punta, certificados Libres de Gluten por GIG, con una confiabilidad sin par en el cumplimiento de los estrictos estándares de la certificación GF.

Nuestra fabrica es También completamente libre de nueces y de lácteos y es Kosher. Tenemos una gran selección para satisfacer la demanda culinaria de cada persona intolerante al gluten. Nuestros productos son hechos con ingredientes puros, totalmente naturales, frescos y de alta calidad, sin conservadores, para disfrutar sin culpa.

En la actualidad, somos reconocidos como lideres en la categoría, con distribución en todo Estados Unidos, en todos los canales de distribución. Somos la marca No.1 en la categoría de Desayunos/Postres congelados, de acuerdo con Spins. También estamos experimentando un buen crecimiento a nivel global, exportando a mas de 20 paises. katzglutenfree.com

**Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org**



Specialty Cheese Co Inc.

Reeseville, Wisconsin

Bharatma Paneer es un queso fresco estilo Indio, ganador de reconocimientos hecho en Wisconsin. Este queso semi-suave, tiene un sabor suave y fresco, sin sal, que puede ser usado en platillos salados o dulces. Es frecuentemente utilizado en currys, y platillos salteados, porque no se derrite. El Paneer no contiene rennet, así que es ideal para los consumidores que siguen una dieta estrictamente vegetariana.

Specialty Cheese Company es uno de los principales fabricantes de quesos étnicos Hispánicos, Indios, Medio Oriente, Griegos Polacos, Filipinos, y otros. En los últimos 25 años, Specialty Cheese Company ha logrado el éxito, concentrándose en la innovación y calidad superior de nuestros productos. specialcheese.com



Rip Van

New York, New York

Rip Van Wafels son una deliciosa botana dulce inspirada las tradicionales galletas Dutch Stroopwafel. Hechas con ingredientes limpios, Rip Van Wafels, te permite una indulgencia sin culpa. Este delicioso snack es perfecto para la gente ocupada que quiere satisfacer el antojo sin romper la dieta. Las galletas Rip Van Low Sugar son el complemento perfecto para una taza de café. Disfrútalas directo del empaque o pruébalas de la manera tradicional, colocándolas en sobre la taza de tu café caliente, para que cada bocado este suavizado por el vapor del café! Un delicioso bocado, fácil de llevar en el bolsillo, empackado individualmente, para llevarlo todo el día.

Con solo 120 calorías por galleta, Rip Van Wafels te permite darte un gusto nutritivo. ¡Ahora puedes disfrutar de un snack delicioso, sin sacrificar tu dieta! Los atletas de resistencia adoran nuestro bajo contenido de azúcar y altos carbohidratos por porción que los ayudan a entrenar por periodos mas largos y mas fuertes. ripvan.com



Bar B Que Specialties Inc.

Lincoln, Nebraska

Fat Boy Natural BBQ, es una línea de productos creados para mejorar cada platillo y cada ocasión de preparar una barbacoa. Nacida de las competencias de BBQ e incorporada en el 2002, la empresa Fat Boy BBQ, fue creada para comercializar los rubs utilizados en las competencias. Las habilidades adquiridas en estas competencias y el conocimiento obtenido de otros expertos en BBQ, condujeron al desarrollo de nuestros productos naturales.

Después de viajar mucho por Estados Unidos, nos educamos en los beneficios de utilizar rubs en los asados y carnes ahumadas, para mantenerlas jugosas y suaves. Después de usar varios rubs disponibles en el mercado, desarrollamos uno mas adecuado a nuestra operación. A medida que mas y mas gente conoció nuestros productos asados y ahumados, las solicitudes de productos para compra fueron mas frecuentes, y la empresa fue formada para venderlos.

Con el tiempo, este rub evoluciona para convertirse en nuestra línea de dieciséis rubs, varios de los cuales han ganado premios nacionales. Cada uno tiene un distinto sabor, nivel de picor y textura. Nuestros rubs sellan la superficie de la carne, para ofrecer un producto de carne jugoso y sabroso. A diferencia de algunas salsas en el mercado, nuestra variedad de nueve salsas estilo Kansas City, Southern y Southwest, son bien sazonadas y de consistencia espesa, que dan un gran sabor a sus platillos. La línea también incluye una salsa de Mostaza con Miel.
bestnaturalbbq.com



SCD Probiotics

Kansas City, Missouri

Le presentamos a Teem™ Defense – menos resfriados, mas sonrisas y mejores días para toda la familia. Esta simple idea, es la razón por la que un grupo de padres y madres de familia, microbiólogos y bioquímicos aquí en SCD Probiotics, se juntaron para crear nuestro mas reciente suplemento para la salud: Teem™ Defense.

Teem™ Defense es un tónico biótico, totalmente natural, cuyo motor es un equipo de probióticos sincronizados, con pre- y post bióticos. Estos ingredientes estudiados clínicamente, ayudan a balancear el intestino y la salud inmune* y ayudan a nutrir la comunicación, respuesta y recuperación inmunológica del intestino. *Para que te sientas mas resiliente y para que cuando te sientas mal, puedas recuperarte mas rápido.

SDC Probiotics, fabrica probióticos esenciales que son fermentados de modo tradicional, diseñados científicamente con naturaleza, -para sean mejor reconocidos por tu cuerpo. Como pioneros en la ciencia del microbiota, hemos estado estudiando y fabricando nuestros productos desde hace mas de 22 años. Creemos que mientras sigamos estudiando la biología como una química aislada, mas nos alejaremos de la cura. Nosotros combinamos los métodos de fermentación tradicionales, con la precisión científica para diseñar un probiótico que es lo mas cercano a lo natural, lo mas alineado con los sistemas naturales de tu cuerpo y cuidadosamente controlado para obtener verdaderos resultados de salud.

Formulado por Microbiólogos | A Base de Platas y Probióticos | Hecho con Ingredientes Estudiados Clínicamente | Líquido Probiótico Bio-Fermentado con Pre- y Postbióticos | Estable en Anaquel | Libre de Alérgenos Comunes | Cero Calorías! Cero Azúcar! Nada Artificial | Vegetariano | Hecho en USA

**Esta información no ha sido confirmada por el Food and Drug Administration. Este product no es apto para diagnosticar, tartar, curar, o prevenir ninguna enfermedad.*

Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org

noticias breves

Ventas de vegetales frescos orgánicos alcanzan US\$9 mil millones por primera vez en 2021. También rebasaron a los vegetales frescos convencionales en utilidades de ventas y en volumen, de acuerdo con el reporte 2021 Organic Produce Performance.

Los deli's de retailers están ofreciendo mas opciones internacionales en sus menús. Esto es debido a que la oferta atrae a los consumidores que buscan una experiencia, sin tener que ir a los restaurantes, reporto Supermarket News.

Encuestas recientes sugieren que los estadounidenses están poniendo mas picante a sus vidas. Una encuesta de Instacart encontró que el 74% de los estadounidenses, pone salsa picante en sus alimentos y casi la mitad (45%), dijo que pone picante en su comida al menos una vez a la semana.



Mas consumidores de Estados Unidos quieren snacks con "mayor concientización". El estudio State of Snacking mas reciente de Mondelez, indico que entre el 75% y 78% de los consumidores encuestados, dijo que situaciones como empaques de poco desperdicio, bienestar animal y ambiental, impactan su decisión de compra.

Los buffets están de regreso. Yelp Economic Average, estudió las búsquedas en la plataforma, y noto que las comidas comunales tuvieron un rebote en Q4 del 2021, con un crecimiento del 31% en búsquedas de buffets, reportó el Restaurant Business.



La demanda de café para tomar fuera de casa, creció substancialmente en 2021. La tracción en tiendas también permaneció fuerte, solidificando aun mas el interés en la categoría y su adaptabilidad para modificar el comportamiento del consumidor.

La aquafaba, parece ser la tendencia mas reciente que esta cobrando fuerza. El liquido resultante de los garbanzos cocidos, es un emulsificador, espesante y aglutinante muy útil, que se ha hecho popular en la cocina vegana como una alternativa al huevo, proveniente de plantas, reporto el St. Louis Post-Dispatch.

Tres cuartas partes de los consumidores en Estados Unidos, buscan alimentos y bebidas que sean hechas localmente. Esto representa un crecimiento del 5% desde 2019, de acuerdo con la encuesta 2021 Health + Wellness de Hartman Group. Además, dos tercios quiere productos que sean libres de hormonas y sin el uso de antibióticos, reporto Food Tecnology Magazine.

La carne de res Wagyu, gana tracción a nivel global. Un reporte reciente indica que el valor del mercado se espera que alcance US\$2,400 millones, progresando con un CAGR de 6.15% hacia el 2025.



U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST & FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Tim Hamilton
Director Ejecutivo

Greg Cohen
Gerente de Comunicaciones

Adolfo Montelongo
Coordinador de Comunicaciones - Contenidos

Laura Buske
Coordinadora de Comunicaciones - Publicaciones

Sarah Larson
Communications Associate
Social Media

Tia Regec
Asociado de Comunicación

Food Export Association of the Midwest
309 W. Washington, Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
312.334.9200

Michelle Rogowski
Subdirectora

Teresa Miller
Director de Asociaciones Estratégicas

Molly Burns
Gerente Branded Program

Brendan Wilson
Director del programa de marketing internacional

Food Export USA – Northeast
One Penn Center 1617 J.F.K. Boulevard,
Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

Howard Gordon
Gerente Branded Program

Andrew Haught
Gerente de Marketing Internacional

www.foodexport.org
Comentarios, preguntas
email: info@foodexport.org

SUBSCRIPCIONES

El boletín U.S. Foodlink está disponible bimestralmente en muchos países alrededor del mundo. Pregúntenos como tener acceso a este material en su país enviando un correo electrónico a: info@foodexport.org

 **Food Export - Midwest & Food Export - Northeast**

 **Food Export - Midwest & Food Export - Northeast**

 **foodexportsusa**

MISSION STATEMENT

El Boletín U.S. Foodlink y el boletín por correo electrónico son hechos para usted por Food Export Association of the Midwest USA y Food Export USA – Northeast, dos grupos regionales estatales comerciales de los Estados Unidos que promueven las exportaciones de productos agrícolas y alimentos de los Estados Unidos. Food Export Midwest y Food Export Northeast administran muchos servicios utilizando fondos del Programa de Acceso a Mercados (Market Access Program) del Servicio Agrícola del Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). U.S. Foodlink fue creado para dar a nuestros lectores información confiable en un formato fácil de leer.

Food Export-Midwest y Food Export-Northeast administran muchos servicios a través de la financiación del Programa de Acceso al Mercado (MAP) del Servicio Agrícola Exterior (FAS) del USDA. Las personas con discapacidad que necesiten adaptaciones razonables o medios alternativos de comunicación de la información del programa deben ponerse en contacto con nosotros. Además, la información del programa puede estar disponible en otros idiomas además del inglés. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast prohíben la discriminación en todos sus programas y actividades por motivos de raza, color, origen nacional, religión, sexo, identidad de género (incluida la expresión de género), orientación sexual, discapacidad, edad, estado civil, estado familiar/paterno, ingresos derivados de un programa de asistencia pública, creencias políticas, represalias o venganza por una actividad previa de derechos civiles. Para presentar una queja por discriminación en el programa, vaya a <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast son empleadores y proveedores con igualdad de oportunidades. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast no toleran el fraude y están atentos a la prevención del fraude en cualquiera de sus programas. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast se reservan el derecho exclusivo de aceptar o rechazar empresas en sus programas. Para conocer las políticas de participación completas y nuestro código de ética, visite: www.foodexport.org/termsandconditions.