

U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 21 No. 5



DE MARCA PROPIA A SER TENDENCIA: El Notable Crecimiento de la Marca Propia en los Estados Unidos

Tras años cargando con estigmas y connotaciones negativas, la categoría de marcas propias en Estados Unidos ha logrado reposicionarse como una alternativa premium, enfocada en el valor, capaz de competir en precio, calidad y sabor —y la pandemia jugó un papel clave en ese cambio.

“El Covid fue un catalizador del interés por las marcas propias. Llevó a los consumidores a probar nuevos productos y a comprender la calidad y especificaciones de esos artículos”, explicó Pam Ofri, Directora de Marcas Propias en Wakefern Food Corp., durante una sesión sobre la evolución del sector en el Foro de Alimentos y Bebidas 2024 organizado por Forvis Mazars.

“En Wakefern nos esforzamos por ofrecer productos de calidad igual o superior a las marcas nacionales. Y cuando decimos ‘o superior’ es la razón por la que invertimos tanto tiempo y recursos en la calidad: Wakefern es el sello que respalda cada producto”, añadió.

Esa estrategia parece haber rendido frutos como dice Wakefern, pues en 2024, las ventas de alimentos y bebidas de marcas propias en Estados Unidos, alcanzaron un máximo histórico de 271 mil millones de dólares, con un aumento interanual de 3.9 %, muy por encima del 1 % de crecimiento registrado por las marcas nacionales, según datos de Circana citados por la Private Label Manufacturers Association (PLMA).

Este crecimiento récord refleja una ola de innovaciones centradas en el valor, apoyadas en co-packing por contrato, proveedores especializados de ingredientes y alianzas de co-branding, que dan vida a productos con apariencia y atributos premium, pero con precios significativamente menores.

A continuación, se presentan algunas de las principales innovaciones y tendencias del sector de marcas propias en Estados Unidos, y cómo los importadores internacionales pueden aprovecharlas a su favor.

(Continúa en pag. 2)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org

1 Valor Plus: Precios Escalonados con Mejores Oferta

En un entorno económico desafiante, los consumidores —cansados de la inflación— siguen buscando indulgencia, pero solo si el presupuesto lo permite. Esta tensión ha impulsado el surgimiento de marcas “Value Plus”, como Bettergoods de Walmart, la marca propia más nueva y grande que este minorista ha presentado en las últimas dos décadas.

Con unas 300 referencias que abarcan congelados, lácteos, botanas y bebidas, Bettergoods se apoya en tres pilares: toques culinarios, formatos a base de plantas, y etiquetas “hecho sin”, manteniendo el 70 % de sus SKU’s por debajo de los 5 dólares.

Target con su línea minimalista Dealworthy y Kroger con las extensiones de su marca premium Private Selection también siguen esta fórmula de precios escalonados con sabores elevados.

Según una encuesta reciente de NielsenIQ, el 44 % de los consumidores considera que las marcas propias ofrecen una buena relación calidad-precio, el 40 % las ve como una alternativa válida a las marcas nacionales, y el 35 % cree que algunas incluso igualan o superan la calidad de las marcas reconocidas.



2 Bebidas Funcionales y Con Bajo Contenido o Sin Azúcar

Las bebidas funcionales están marcando tendencia, y los retailers lo saben. Walmart creó el espacio “Modern Soda” dentro de sus tiendas, consolidando una categoría impulsada por marcas como OLIPOP, Poppi y Zevia —sodas con fibra, beneficios digestivos o sin azúcar, con sabores que apelan a la nostalgia, - y las marcas propias no son la excepción.

La línea Great Value Sport, lanzada a nivel nacional en 2024, cuesta 30 % menos que Gatorade, ofreciendo versiones con y sin azúcar, SKU’s de electrolitos en sabores clásicos de frutas.

Mas allá de las bebidas hidratantes, los minoristas exploran concentrados de café cold-brew, tónicos con gas y aguas infusionadas con colágeno, mientras aumenta la demanda ingredientes importados como fibras prebióticas, extractos botánicos y endulzantes naturales, para replicar la fórmula de funcionalidad + sabor que tanto atrae al consumidor consciente de la salud.

3 Botanas que Combinan Nostalgia, Proteína y Etiquetas Limpias

El consumidor estadounidense se siente atraído por snacks con toque nostálgico, como los dulces liofilizados de Sow Good de Texas, o las botanas de carne altas en proteína de Chomps en Chicago.

Al mismo tiempo, la marca LesserEvil que hace popcorn orgánico, ha perfeccionado el concepto de la “indulgencia limpia”, tan exitosamente que The Hershey Company la adquirió por 750 millones de dólares en abril.

Con los compradores de marcas propias siguiendo de cerca estas microtendencias, pronto veremos palomitas “better for you” con aceite de aguacate, jerky de res alimentada con pastura y snacks de fruta liofilizada, todos con claims de sostenibilidad y origen natural.

4 Comidas y Snacks Congelados de Inspiración Global

El pasillo de congelados es, para muchos consumidores, un terreno neutral en cuanto a marcas, y los supermercados lo están capitalizando. Según Circana, las ventas unitarias de carnes procesadas congeladas de marca propia crecieron 33 % en tocino, 14 % en salchichas de desayuno y 13 % en tiras de pollo en 2024.

Concurrentemente los retailers también han incorporado sabores del mundo, desde dumplings de BBQ Coreano y bowls de Tikka Masala, hasta falafel Mediterráneo, muchas veces elaborados por empresas medianas especializadas como Deep Indian Kitchen o innovadores de comidas a base de plantas como Tattooed Chef.

Además, el consumidor moderno busca tanto conveniencia como valor, lo que impulsa la demanda de mezclas de arroz listo para microondas y platillos congelados rápidos y fáciles de preparar, creando oportunidades para marcas, retailers y proveedores.

5 Plant-Based 2.0: Lácteos, Panificación y Más

Aunque el sector plant-based en general continúa enfrentando retos, algunas categorías muestran un crecimiento sólido, como los postres helados de leche de avena y las alitas sin carne en sus nuevas líneas de producto.

La marca Simple Truth de Kroger casi ha duplicado su portafolio a base de plantas, incorporando helados de leche de almendra, crumble de proteína de chícharo y tortellini vegano.

Recientes fusiones y adquisiciones como la compra de Siete Foods, empresa México-Estadounidense fabricante de botanas sin granos por PepsiCo por 1,200 millones de dólares, lo que subraya la demanda constante de productos libres de alérgenos y con apropiación cultural.

¿Qué sigue para las marcas propias?

Los analistas de la industria predicen que la participación de las marcas propias en Estados Unidos podría alcanzar el 30 % de las ventas de víveres en los próximos años, potencialmente igualando a los Europeos.

La fórmula del éxito es clara: combinar valor y conveniencia con innovación y sabores de inspiración internacional.



Comida Congelada 2025: Cuatro Innovaciones que Están Llenando los Congeladores de Estados Unidos

Desde platillos listos para calentar con sello de chef, hasta postres de inspiración global con sabores en tendencia como el ube (camote morado filipino), el pasillo de congelados nunca había estado tan dinámico —y los Estadounidenses lo están disfrutando.

El mercado de alimentos congelados de Estados Unidos es el más grande del mundo, representando aproximadamente 39 % de la participación global, según el informe “The Future of Frozen Food 2025” de Conagra.

La categoría de comidas congeladas, que incluye desde platillos familiares y pizzas hasta productos para desayuno y comidas para llevar como burritos, han sido favorecidos por esta tendencia, representando 32 % de las ventas totales de congelados, con un valor de 28,900 millones de dólares en las 52 semanas que terminaron el 20 de octubre de 2024, de acuerdo con datos de Circana.

A continuación, se presentan algunas de las tendencias e innovaciones más relevantes dentro de esta industria global que vale 91,300 millones de dólares.

Comidas Para Calentar & Comer Premium

Los consumidores estadounidenses están más ocupados que nunca y tienden a elegir comidas congeladas listas para calentar, ya que son rápidas, prácticas y fáciles de preparar, además de más saludables y accesibles que la mayoría de la comida rápida tradicional.

Aunque los presupuestos de las familias estadounidenses se han reducido, las expectativas en la experiencia de sabor y alta calidad han crecido. Esto ha abierto paso a una nueva generación de comidas congeladas premium, diseñadas para ofrecer experiencias que necesitan los consumidores, —particularmente aquellos que son endosados por celebridades, como Martha Stewart Kitchen, con una línea de platillos, postres, botanas y guarniciones congeladas creada en alianza con Marquee Brands.

Asimismo, las colaboraciones con restaurantes están ganando terreno, con ejemplos como la línea Home Menu de P.F. Chang's o las hamburguesas congeladas de Wendy's, que Kroger comenzó a vender en la primavera, que ofrecen una experiencia nivel restaurante pero en casa, sin los costos de envío.

Mini Sancks y Bocados para Picar

Los snacks y bocadillos de tamaño mini, han ganado popularidad en los últimos meses, con un aumento del 31 % en el consumo anual y ventas que superan los 2,400 millones de dólares, según Circana. No obstante, la preferencia varía por generación: los consumidores jóvenes —especialmente Gen Z y Millennials— son más inclinados a comprar este tipo de productos que las generaciones más mayores.

Las opciones saladas dominan el segmento y han crecido 36 %, impulsadas por productos como las bolitas de risotto empanizadas Arancini, y los ravioles tostados de Bertolli. La tendencia también se ha extendido al desayuno, con la popularidad de mini donas y bocaditos de huevo congelados, también están experimentando un crecimiento importante.

Indulgencias Better-for-You

Hoy en día, muchos consumidores priorizan su salud y bienestar, pero no están dispuestos a renunciar al postre. De hecho, buscan lo mejor de los dos: un antojo dulce que no provoque picos de azúcar, y los fabricantes están ofreciendo precisamente eso.

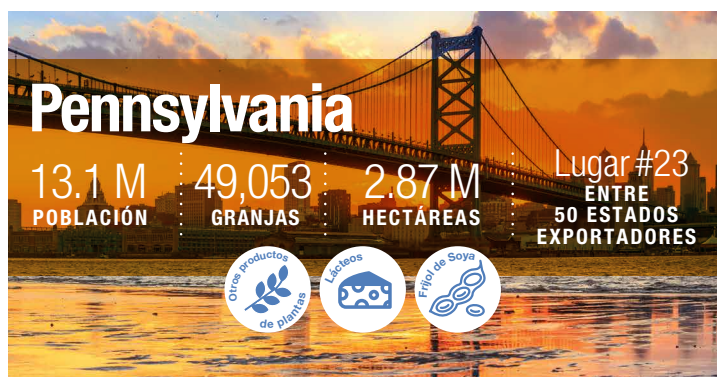
La marca GoodPop de Austin, Texas, ofrece mini paletas heladas de crema orgánicas con 40 calorías, mientras que otras han expandido la categoría con opciones keto-friendly, compatibles con medicamentos GLP-1, o con ingredientes “funcionales” como colágeno o adaptógenos. Las alternativas pant-based —como sorbetes de fruta natural o mochi de leche de avena— también están ganando tracción.

Comida Callejera Global en Formato Congelado

Aunque los sabores internacionales llevan tiempo en tendencia en Estados Unidos, la comida callejera congelada está viviendo un auge particular, reflejándose en el impresionante crecimiento del 26 % en los últimos dos años, alcanzando ventas por 543,500 millones de dólares en ventas, según Circana. Los cinco productos de comida callejera global con mayor crecimiento son: Bao buns (+583 %), Tacos (+54 %), Samosas (+32 %), Empanadas (+31 %) y Dumplings (+18 %). Los consumidores más jóvenes, —especialmente Gen Z, son 24 % más propensos a comprar alimentos congelados con inspiración global que las generaciones mayores. Entre las innovaciones más interesantes se destacan el Jollof Rice (arroz africano) congelado de Ayo Foods y las samosas Punjabíes con chutney de Sukhi's.

Está claro que los alimentos congelados han superado el estigma de la Cena para ver Televisión”, gracias a la llegada de productos premium que ofrecen formas más saludables de consentirse y sabores internacionales dignos de pasaporte. Todo indica que esta tendencia continuará expandiéndose en los próximos años.

Perfiles Estatales del Centro y Noreste de los Estados Unidos





Brooklyn Cured

Brooklyn, New York

En Brooklyn Cured, nuestros perfiles de sabor se inspiran en la diversidad cultural y la herencia culinaria de los barrios de Brooklyn —comunidades que han recibido a personas trabajadoras de todo el mundo. Comenzamos vendiendo nuestros embutidos en mercados locales, y hoy nuestros productos se encuentran en las principales cadenas de supermercados de Estados Unidos. Elaboramos productos únicos y con carácter, como Salami de Res Ahumado, Salami Toscano con Vino Tinto y Bresaola de Res, con la esperanza de que todos puedan disfrutar de la charcutería y tener un lugar en la mesa.

Ya sea a través de historias familiares, recuerdos entrañables o lazos culturales, la influencia de Brooklyn se extiende por todo Estados Unidos. Nuestros embutidos curados se elaboran con ese mismo espíritu de tradición y comunidad, invitándote a disfrutar sabores que rinden homenaje a la diversidad culinaria de nuestro querido barrio.



Chowarma Company

West Bloomfield, Michigan

Chowarma Company es el mejor fabricante de Comidas Frescas Listas para Llevar más deliciosas del mercado. Los supermercados y tiendas de conveniencia pueden renovar su oferta de productos y brindar mayor valor a sus clientes con nuestra línea de platillos Mediterráneos Heat & Serve, como shawarma, kebab y otras especialidades auténticas de las cocinas Italiana, Asiática y Mexicana, elaboradas con ingredientes naturales y nutritivos, sin rellenos ni conservadores añadidos. Las comidas se preparan frescas bajo pedido y se congelan inmediatamente para preservar todo su sabor y frescura.



Fortune Favors, LLC

Cottage Grove, Wisconsin

Fortune Favors está transformando el panorama de los snacks con sus Nueces Garapiñadas Artesanales, elaboradas con calidad excepcional, respondiendo a la creciente demanda mundial de indulgencias lujosas sin culpa. Nuestra innovadora técnica culinaria, potencia la riqueza natural de las nueces pecanas cultivadas en Estados Unidos, logrando un producto con solo 7 % de azúcar, muy por debajo del contenido típico de más del 50 % de azúcar que suele encontrarse en productos tradicionales.

Nuestro cuarteto insignia de experiencias de sabor —The Classic, The Spicy, The Everything y The Mesquite— combina preferencias internacionales de sabor con recetas simples, que incluyen solo de cuatro a seis ingredientes. Cada variedad es vegana, libre de gluten y 100 % de origen vegetal, diseñada para atender las necesidades nutricionales esenciales de consumidores en todo el mundo.

Con un crecimiento anual sostenido del 100 % desde 2018 y presencia en más de 2,500 puntos de venta en Estados Unidos, Fortune Favors ha demostrado una demanda sólida y constante en el mercado. Nuestra planta de producción en Wisconsin garantiza excelencia en calidad y confiabilidad logística, mientras nuestro posicionamiento de alto valor se integra al mercado global de frutos secos gourmet, valuado en 17,500 millones de dólares. Ofrecemos apoyo integral para la expansión internacional, incluyendo servicios de co-packing, soluciones de empaque personalizables y material promocional, permitiendo a distribuidores globales aprovechar el potencial de este segmento sobresaliente.



Herr Foods Inc.

Nottingham, Pennsylvania

Reconocidos como líderes en la industria de los snacks, Herr Foods, Inc. tiene su sede en Nottingham, Pensilvania. Esta empresa familiar y de operación independiente nació hace 79 años en Lancaster, PA, y hoy emplea a más de 1,500 personas. Nuestra línea de exportación de snacks de alta calidad, incluye más de 40 productos, incluyendo papas fritas, totopos de maíz y curls de queso, que actualmente se distribuyen en más de 50 países. Nuestra completa línea de ofrece precios competitivos y empaques atractivos.

El objetivo de la división de exportación es fortalecer las alianzas con distribuidores a través de una variedad de productos de gran sabor, incrementando de forma conjunta la rentabilidad y crecimiento del negocio. La línea de exportación de Herr's se basa en sus productos más vendidos en el mercado estadounidense, complementada con salsas de queso, dips, salsas tipo mexicana y otras especialidades seleccionadas estratégicamente para el éxito internacional.

Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Global Brand and Export Development, LLC

Naperville, Illinois

LA HISTORIA DE NUESTRA FUNDADORA - En 2013, la vida de Lauren Mariel dio un giro inesperado cuando su madre fue diagnosticada con una rara forma de cáncer de mama. En busca de una vía para canalizar su energía, Lauren, con ayuda de su padre, construyó una pequeña cocina de 46 metros cuadrados, y de ese espacio nació LIVE LOVE POP!™. Lo que comenzó como una misión personal para esparcir felicidad y amor, hoy se ha convertido en una marca reconocida a nivel nacional. Cada uno de nuestros siete sabores de popcorn apoya a una organización sin fines de lucro distinta, por ejemplo, nuestro sabor Truffle Salt (Sal de Trufa) contribuye a la investigación contra el cáncer de mama, en honor a la madre de Lauren, quien hoy se encuentra en remisión.

Nuestras palomitas-popcorn se elaboran en pequeños lotes, siguiendo la receta y el método artesanal que Lauren aprendió de su madre, para lograr un sabor auténtico, equilibrado y distintivo. Nos enorgullece ofrecer snacks gourmet bajos en calorías —solo 50 calorías por taza—, sin OGM, sin gluten, veganos y con certificación kosher. Como empresa propiedad de mujeres certificada por WBENC, en LIVE LOVE POP!™ reafirmamos nuestro compromiso con la calidad, el cuidado y la contribución social. Te invitamos a unirte a nuestro movimiento de “Selfless Snacking”, compartiendo amor y esperanza con cada bolsa.



Klein's Kosher Ice Cream

Brooklyn, New York

Los helados sin lácteos de Klein's se distinguen como la máxima indulgencia para quienes buscan un postre congelado libre de culpa y de origen vegetal. Elaborados con un compromiso absoluto con el sabor y la calidad, estos helados son celebrados por su textura rica y cremosa, capaz de rivalizar con las versiones tradicionales a base de leche. Lo que realmente distingue a Klein's es su cuidadosa selección de ingredientes premium plant-based, que garantizan un sabor intenso y exquisito, sin comprometer las preferencias ni las necesidades alimentarias de cada consumidor. Disfruta los helados sin lácteos de Klein's en nueve sabores irresistibles: Napolitano, Vainilla, Vainilla-Chocolate, Vainilla Fudge, Cookies 'n Cream, Coffee Royal, Menta con Chispas, Caramel Fudge y Masa de Galleta (Cookie Dough). Además, Klein's ofrece una amplia línea de helados kosher, nieves y sorbetes, disponible en versiones con y sin lácteos/veganas, sin azúcar, totalmente naturales, sin nueces, reducidas en grasa y libres de gluten. Cualquiera que sea tu necesidad alimentaria, en Klein's compartimos una misma pasión: tratar a todos de la misma manera. KosherIceCream.com

Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Health Garden of NY Inc.

Paterson, New Jersey

Hoy en día, Health Garden es la única empresa que ofrece una línea completa de endulzantes y naturales, sin OGM, sin gluten, kosher y de bajo índice glucémico. Nuestros productos están libres de químicos y aditivos artificiales, pero tienen un efecto secundario imposible de evitar: provocan sonrisas sinceras.

Nuestra Misión - En Health Garden, creemos que un estilo de vida saludable y una actitud positiva van de la mano. La felicidad de nuestros clientes es nuestra prioridad, y por ello ofrecemos únicamente endulzantes 100 % naturales, de baja carga glucémica y de la más alta calidad.



Leelanau Cellars

Northport, Michigan

Witches Brew. Leellanau Cellars, ha elaborado vinos galardonados y accesibles en el norte de Michigan durante más de 50 años y esta bodega familiar se ha convertido en una de las más grandes del Centro de los Estados Unidos, reconocida por su calidad, valor y colecciones de temporada.

Su vino insignia, Witches Brew, se ha consolidado como el vino especiado favorito de Estados Unidos. Esta tradición otoñal combina notas cálidas de canela, nuez moscada y jengibre, y puede disfrutarse frío, tibio o intensamente caliente —perfecto para reuniones de otoño, noches acogedoras y todo lo demás.

Adorado en todo el país, Witches Brew se encuentra ya disponible en 43 estados y ganó aún más popularidad cuando Target y Trader Joe's lo incorporaron a sus tiendas en todo el territorio estadounidense el año pasado. Con su sabor atrevido, estilo festivo y fiel comunidad de seguidores, esta etiqueta continúa creciendo en popularidad año tras año.

Farm Fresh Bubbly. Desde hace seis años, Farm Fresh Wine Company ha cultivado una base leal de consumidores gracias a su compromiso con la elaboración artesanal de vinos frutales 100 % naturales, que celebran los más frescos sabores de cada estación. Utilizando ingredientes de alta calidad y una dulzura equilibrada, Farm Fresh se ha posicionado como una opción ideal para quienes buscan una experiencia divertida, sabrosa y auténtica.

Entre sus propuestas más destacadas se encuentra la línea Farm Fresh Bubbly Moscato, una mezcla ligeramente espumosa de vino Moscato con fruta real, disponible en sabores de frambuesa, arándano, zarzamora y durazno. Además la presentación en botella, los Bubbly Moscatos también se ofrecen en prácticas latas, ideales para disfrutar en picnics, reuniones al aire libre o eventos casuales, sin renunciar al estilo ni a la calidad.



Martin's Famous Potato Rolls and Bread

Chambersburg, Pennsylvania

Desde 1955, Martin's Famous Pastry Shoppe, Inc., con sede en Chambersburg, Pensilvania, ha elaborado con dedicación sus reconocidos panes y bollos de papa. Utilizando recetas perfeccionadas a lo largo del tiempo, la familia Martin continúa ofreciendo productos de panadería de calidad excepcional favoritos de millones alrededor del mundo. Su compromiso se centra en hornear solo con los mejores ingredientes, como harina de trigo sin blanquear y de alto contenido de proteína, leche entera, papa, mantequilla y azúcar de caña pura.

Estos ingredientes premium, dan como resultado panes de textura suave y esponjosa, con un sutil sabor mantecoso y dulce, ideales para acompañar platillos dulces, salados y sándwiches. Para más información, visite <https://foodservice.potatorolls.com/>



Nutty Naturals

Paterson, New Jersey

En Natural Cravings, creemos que cada snack puede convertirse en una experiencia divertida, llena de sabor e inolvidable. Nuestra misión es simple: ofrecer botanas de alta calidad, accesibles e innovadoras que despierten el paladar y hagan que quieras volver por más. Con una amplia variedad de productos y presentaciones, convertimos el acto de botanear en una aventura de sabor. Nuestros productos no contienen colorantes artificiales ni aditivos sintéticos.

¿Que nos hace destacar? Nuestros sabores intensos, ideas creativas y empaques atractivos que llaman la atención en cualquier anaquel. Nos mantenemos a la vanguardia de las tendencias para crear snacks que no solo se ven increíbles y que saben aún mejor, -se trata del placer en cada bocado.

Nuestra colección de Pretzels Cubiertos con Yogurt es una deliciosa combinación de dulzura cremosa y crujiente textura. Incluye sabores como Coconut Crème, Blueberry, Strawberry, Orange Creamsicle, Key Lime, Raspberry, Lemon Crème y Yogurt clásico —cada uno una reinterpretación juguetona y artesanal de un clásico, elaborada con la calidad que distingue a Natural Cravings.

Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Righteous Felon LLC

Exton, Pennsylvania

Righteous Felon es una marca de botanas de carne premium en rápido crecimiento que está redefiniendo la categoría de snacks saludables con sabores atrevidos, irresistibles y auténticos, elaborados con ingredientes naturales y alto contenido de proteína. Inspirados en el movimiento de la cerveza artesanal, la marca combina creatividad culinaria con una narrativa ingeniosa y provocadora, ofreciendo snacks de res, cerdo y pavo totalmente naturales que conectan con el consumidor moderno, consciente de su salud. Con un rápido crecimiento omnicanal y presencia en más de 10,000 puntos de venta — incluyendo Costco, Amazon, Tractor Supply y Giant —, Righteous Felon continúa expandiéndose a nivel nacional sin perder su esencia artesanal. Los principales productos de la marca —jerky, bastones de carne y biltong— elaborados con carne de los Estados Unidos, libre de antibióticos, cuidadosamente sazonada para ofrecer el doble de sabor que la competencia.

Impulsada por una base de consumidores leales y tasas de recompra líderes en la industria, Righteous Felon no solo está ganando espacio en los anaqueles: está construyendo un movimiento que une salud, humor y actitud emprendedora.



Route66 International, Inc.

Hackensack, New Jersey

Route66 International Inc. ha sido desde 2016 un proveedor de confianza para restaurantes, chefs y profesionales del foodservice. Como una empresa de propiedad minoritaria e impulsada por la innovación, nos especializamos en ingredientes premium orientados al bienestar, diseñados para satisfacer las necesidades de mercados globales diversos. Nuestra planta de producción en Estados Unidos, equipada con tecnología de última generación, garantiza calidad, frescura y sabor consistentes en cada lote. Nuestro producto Seaweed Topping with Almonds -Alga Marina con Almendras, es un potenciador instantáneo de sabor y textura, que combina alga marina tostada crujiente con almendras rostizadas, semillas de ajonjolí, azúcar y sal. Las almendras aportan un toque sutilmente nuezudo, las semillas de ajonjolí brindan una nota tostada, y el alga marina añade un umami natural que realza y eleva cualquier platillo. Envasado en una botella de 135 g con doble apertura, permite una aplicación precisa o un sazonado generoso, ideal para bowls de arroz, ensaladas, platos con fideos, rollos de sushi y más. Vegano, libre de gluten, sin MSG ni aditivos artificiales, es un condimento tipo furikake perfecto para cocinas internacionales que buscan sabores premium listos para usar, optimizando tiempos de preparación, ofreciendo versátiles aplicaciones para los menús.



Simply Organic Maple

Waterville, Vermont

Pure Vermont Maple – Elaborado para el Mundo, Hecho en los Estados Unidos
Producción Cero Carbono – Fuente Única, No Mezclada

En Simply Organic Maple™, nuestra granja familiar ubicada en el norte de Vermont cultiva con dedicación 17,000 árboles de maple en más de 160 hectáreas, para producir el jarabe de maple orgánico de origen único más fino del mundo. Vendemos exclusivamente a los mercados internacionales, destinando todos nuestros esfuerzos y recursos a fortalecer y apoyar a nuestros socios globales de distribución.

Más que jarabe, Simply Organic Maple™ ofrece una línea completa de dulces de maple, crema de maple y azúcar granulada de maple, todos elaborados con cero emisiones de carbono, -manteniéndonos a la vanguardia en estándares de neutralidad de carbono. Gracias a nuestras opciones flexibles de embotellado y empaque, somos un socio confiable para distribuidores, tiendas gourmet y mercados de alimentos especializados en todo el mundo. Revalorando el mercado del auténtico Jarabe de Maple Puro de Vermont, para compartir su sabor con el mundo. www.simplyorganicmaple.com



US Greens, LLC

Lamed, Kansas

US Greens es una empresa familiar de tercera generación por más de 70 años, ha producido vegetales verdes de alta calidad. La compañía cultiva y procesa alfalfa, cebada verde, brócoli, acelga, kale, avena verde y pasto de trigo en formato de polvos concentrados. Todos nuestros vegetales verdes premium de hoja entera, se cultivan en campos orgánicos certificados ubicados en Kansas. Los productos de US Greens cuentan con certificaciones orgánica, libre de gluten, Non-GMO Project Verified y Kosher. Nuestros ingredientes se utilizan ampliamente en la formulación de suplementos deportivos y nutricionales, barras de proteína, smoothies, jugos y pastas. Para mayor información precios o muestras, por favor contacte a: Allen Levine allen@USGreens.net o Marisa Ford marisa@USGreens.net USGreens.net



Value Wholesale

dba Prefer Products Brands

Oak Park, Michigan

Descubre el auténtico sabor del Mediterráneo con Royal Fine Foods, una marca propia premium ofrecida por Value Wholesale. Desde aceites para cocinar ricos y aromáticos hasta especias fragantes, quesos llenos de sabor, tahini y dulces tradicionales, Royal Fine Foods lleva calidad y herencia culinaria a cada mesa. Nuestra extensa línea de productos incluye también ingredientes esenciales como pasta de tomate, legumbres, vinagres y pan molido, ideales para crear platillos deliciosos y equilibrados, inspirados en la dieta mediterránea. Con sede en Metro Detroit, Michigan, Value Wholesale ofrece distribución global eficiente y un servicio excepcional para retailers. ¿Listos para llenar sus anaqueles? Visiten www.ValueWholesale.com para abrir una cuenta y recibir su orden hoy mismo.



Grace Ryan Organics dba Struesli

Newtown, Connecticut

Struesli está redefiniendo la categoría de granola con un enfoque moderno, limpio y nutritivo. Nació del propósito de una chef privada que buscaba crear una opción densa en nutrientes y libre de granos para clientes con restricciones alimentarias. Struesli es hecho con una mezcla de ingredientes orgánicos y sencillos, sin avena, sin azúcar añadida ni rellenos. En su lugar, combina tiger nuts (chufas), con una selección de nueces y semillas premium. Disponible en presentaciones de 255gr/9 oz y 907gr/2 lb, en tres mezclas exclusivas.

Struesli es naturalmente vegano, paleo y libre de gluten, respondiendo a la creciente demanda de consumidores que buscan opciones saludables para el desayuno o el snack. Es perfecta sobre yogurt, bowls de smoothie, ensaladas o directamente del empaque. Con sede en Newtown, Connecticut, Struesli está listo para expandirse mediante alianzas estratégicas con retailers y oportunidades de exportación. Si está buscando una granola elevada, ideal para quienes buscan bienestar, Struesli es su alternativa. <https://struesli.com/>

Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org

noticias breves

Un nuevo informe de The Harris Poll revela que el 72 % de los estadounidenses está preocupado por los aranceles, lo que representa un incremento del 11 % desde mediados de enero. Además, el 60 % de los encuestados espera que los aranceles eleven los precios, y el 66 % afirma que es más probable que compre marcas que demuestren empatía ante la situación económica.

Para la Generación Z, comer y beber son experiencias multisensoriales, donde la textura resulta tan importante como el sabor, creando una experiencia más interactiva y divertida.

Los medicamentos GLP-1 podrían provocar una disminución del 1.2 % al 2.9 % en el volumen de consumo en Estados Unidos, según un informe de Big Chalk. Actualmente, 11.2 % de los consumidores estadounidenses utilizan algún fármaco GLP-1, y un 8.3 % adicional considera iniciar su uso en los próximos 12 meses.

Un nuevo estudio revela que los consumidores están más dispuestos a probar huevos a base de plantas cuando se integran en platillos conocidos, como los pancakes, en lugar de presentaciones individuales. Aunque persisten dudas sensoriales, las experiencias positivas previas pueden impulsar futuras compras, según reportó Vegonomist.

Michelob Ultra está conquistando al público interesado en el bienestar, posicionando la cerveza como una elección de estilo de vida, más que como un simple placer de fin de semana. Su perfil bajo en calorías y su asociación con el fitness, sirven como modelo estratégico para otras marcas de cerveza que buscan mantenerse relevantes.

Pese a que los consumidores se muestran más cautelosos con sus presupuestos en 2025, muchos siguen dispuestos a gastar más en productos que consideran emocionalmente gratificantes. De acuerdo con una encuesta de Optimum Retailing, el 72 % de los consumidores ha realizado una compra discrecional no planificada en tienda en los últimos treinta días.

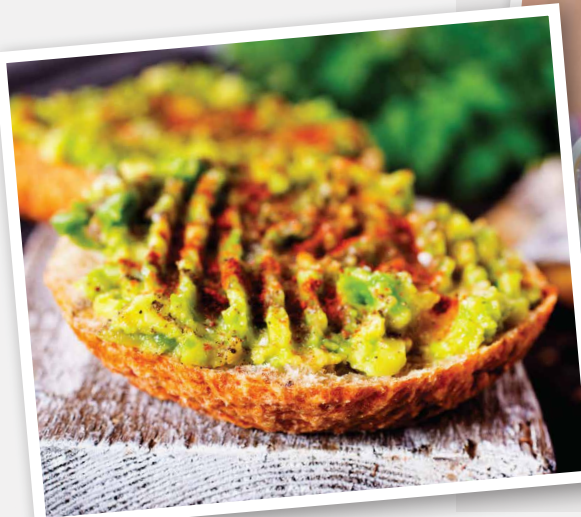


Las generaciones Z y Millennial no se cansan del fenómeno “Summerween”, Esta tendencia ha impulsado ventas tempranas de dulces de temporada, con marcas que destacan por sus campañas creativas y experiencias diseñadas para compartirse en redes sociales.

El chocolate funcional está en auge, incorporando ingredientes como hongos lion's mane-melena de león y colágeno. Basándose en la larga tradición de asociar el chocolate con beneficios para la salud, los fabricantes están experimentando con sabores que disimulan los ingredientes funcionales, con la esperanza de que los consumidores perciban estas opciones como saludables y no meramente indulgentes.

En una encuesta reciente, cuando se preguntó a los Gen Z qué alimentos o bebidas les gustaría probar en formato de salsa, el 10 % de los encuestados mencionó una soda—ya sea por nombre de marca o por su perfil de sabor.

El “Spaghet””, conocido también como el “Aperol spritz en tiempos de recesión”, podría convertirse en la bebida del verano, al ofrecer una alternativa más económica al cóctel tradicional al incorporar cerveza Miller High Life en la mezcla. De acuerdo con Business Insider, las búsquedas del cóctel de cerveza y rose aumentaron 65 % interanual en el primer semestre de 2025, y 1,000 % en comparación con 2022.



U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST &
FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Brendan Wilson
Director Ejecutivo / CEO

Michelle Rogowski
Directora de Operaciones/
Directora Adjunta

Laura England
Directora de Comunicación/
Directora Adjunta

Teresa Miller
Directora de Programas y
Asociaciones

Gina Donio
Gerente de Marketing y
Comunicaciones

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

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

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](https://www.instagram.com/foodexportsusa)

 [foodexports4941](https://www.youtube.com/channel/UC...)

 Food Export -Midwest &
Food Export -Northeast

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 datos creíbles e información confiable en un formato fácil de leer.

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. Personas con discapacidades que requieran adaptaciones razonables o medios de comunicación alternos para conocer la información del programa, deberán contactarnos. Adicionalmente, la información del programa, puede estar disponible en otros idiomas además del inglés. Food Export Midwest y Northeast prohíben la discriminación en base a raza, color, nacionalidad, religión, sexo, identidad de género (incluyendo expresión de género), orientación sexual, discapacidad, edad, estatus marital, estatus familiar/parental, ingreso derivado de programas de asistencia del gobierno, creencias políticas, represalia o venganza por actividades previas relacionadas con derechos civiles, en todos sus programas y actividades. Para presentar una queja por discriminación, vaya a <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>. Food Export Midwest y Food Export Northeast, son empleadores y proveedores que ofrecen igualdad de oportunidades. Food Export Midwest y Food Export Northeast no toleran el fraude, y son vigilantes de la prevención de fraude en cualquiera de sus programas. Food Export Midwest y Food Export Northeast se reservan el derecho de aceptar o negar a las empresas la participación en sus programas. Si desea revisar las políticas de participación y nuestro código de ética visite: