Tendencias de la alimentación americana en 2020

Los productos alternativos y la reutilización del desperdicio alimentario, entre las más destacadas.

ALIMENTACIÓN|INDUSTRIA Y DISTRIBUCIÓN|DESPERDICIO ALIMENTARIO

AMÉRICA|ESTADOS UNIDOS

WASHINGTON, DC
05.12.2019

El final de noviembre trae una de las fiestas más tradicionales de los Estados Unidos, Thanksgiving, asociada al pavo asado con batatas, judías verdes, puré de patatas y salsa de "cranberries", un arándano originario del noreste de Norte América, y, de postre, pastel de calabaza.

También, es el momento para hacer pronósticos sobre el nuevo año que se aproxima.

Entre las previsiones de los analistas para el mercado americano de la alimentación se encuentran las siguientes:

Expansión de los productos sustitutivos de la carne. Los productos basados en proteínas de origen vegetal, preparados a semejanza de la carne, van a experimentar una gran expansión. Aparecerán nuevas empresas productoras, en competencia con las pioneras Impossible Meat and Beyond Meet. Se espera que 2020 sea también el año del lanzamiento de la primera carne producida en laboratorio. Algunas de las más importantes industrias cárnicas americanas están incluso cambiando su denominación, pasando de ser compañías cárnicas a "industrias de proteína".

Reciclado del desperdicio alimentario en productos comestibles. Se estima que el 40% de los alimentos producidos en EE. UU. se desperdicia. Una gran parte de este desperdicio se genera en los hogares y en la cadena de suministro. Tanto las autoridades de los estados como las autoridades locales están trabajando junto con las industrias alimentarias para reducir los niveles de desperdicio y transformar el que permanezca en productos aprovechables y que generen beneficios.

Convergencia de la alimentación y la belleza. Esta tendencia, que apareció en 2019, consta de dos partes. Por un lado, habrá un crecimiento de la tendencia a usar determinados alimentos para usos cosméticos. Por otro, determinados alimentos se van a utilizar como ingredientes en cosméticos y productos de belleza. Este fenómeno está generando un cambio de tendencia en el consumidor americano, situando la alimentación como un elemento de gran importancia, muy por encima de lo que venía siendo hasta ahora.

Papel de los consumidores. Los consumidores van a tener un mayor control de la industria alimentaria que en el pasado. Las redes sociales son un potente canal de información en las manos de los consumidores, a quienes dan un poder que no habían tenido hasta ahora. Por ello, la industria alimentaria debería poner mayor atención en conocer y entender los intereses de los consumidores, sus gustos y prioridades en lo que se refiere a la alimentación. De acuerdo con los analistas americanos, la difusión de las opiniones de los consumidores sobre determinados productos va a anular el marketing alimentario. Esta tendencia va a hacer desaparecer productos de los lineales que serán sustituidos por los que mejor se adapten a las tendencias marcadas por los consumidores.

Detallistas. 2020 será el año de la expansión de los productos diseñados a medida para cada cadena de distribución, bajo sus especificaciones y comercializados con marca propia. Esta puede ser una amenaza para la industria alimentaria, que estaría sujeta a mayores presiones sobre los márgenes de productos propios.

Industrias emergentes. Desde 2014, las empresas de capital-riesgo han estado invirtiendo en empresas emergentes, de pequeño tamaño con productos disruptivos. Estos inversores, hasta ahora, no han impuesto resultados concretos sobre sus socios. Así, se ha visto aparecer y desaparecer productos de las estanterías con rapidez, como los "snacks" basados en insectos. Sin embargo, 2020 puede ser el año en que se exija a las industrias emergentes resultados más concretos para obtener financiación. La evaluación de las posibilidades de éxito es esencial para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo.