

**CASO DE MARKETING
“LOS CHIFLES PIURANOS,
UNA OPORTUNIDAD
EN EL MUNDO DE LOS SNACKS”**



AUTOR
ERIC MAYORGA

UNIVERSIDAD DE PIURA

“LOS CHIFLES PIURANOS, UNA OPORTUNIDAD EN EL MUNDO DE LOS SNACKS”

METODOLOGÍA

Objetivo :

El presente caso de marketing tiene por objetivo presentar los chifles piuranos, snacks típicos de la región norte del Perú que tienen una alta demanda local y regional, como base de estudio para profundizar temas del área de marketing, en especial los temas de producto y precio.

Para ello, el presente documento recoge algunos aspectos importantes como son: la descripción de producto, la historia, el mercado, las marcas participantes, su oferta y sus precios, así como la información relativa al sector de los snacks a nivel internacional y nacional para poder desarrollar una estrategia de ingreso y gestión.

Escenario : Año 2018

País : Perú

Ciudades : Piura

Temas Desarrollados

- Producto
- Precio
- Estrategia competitiva

Palabras Claves

- Chifles
- Emprendimiento
- Estrategia de introducción
- Lanzamiento de productos
- Estrategia de precios
- Presentación, marca, etiqueta y empaque
- Registro sanitario
- Investigación de mercado
- Benchmarking
- Canal moderno
- Canal tradicional
- Mercado internacional

Recomendaciones

1. La información se presenta de modo general y no tiene por objetivo mostrar algún aspecto particular ni negativo de las ciudades, país, sector, actividades mencionadas ni participantes.
2. Los nombres que se presentan en el caso son ficticios y no están relacionados con ningún aspecto de la realidad.
3. Las situaciones presentadas corresponden a un escenario en particular por lo que no se desea definir modelos de gestión únicos. Las alternativas y respuestas en el desarrollo del caso son amplias.

RESUMEN EJECUTIVO

ESTRUCTURA

1. Chifles
2. Historia
3. Mercado de los Chifles (nacional)
4. Snacks
5. Mercado de los Snacks (internacional y nacional)
6. Evaluación del sector de los chifles en Piura
 - Producto
 - Presentación
 - Marca
 - Logo
 - Envase
 - Etiqueta
 - Otros
 - Precios
 - Ingreso al mercado
 - Precios competitivos
 - Precios con descuento
 - Otras variables
 - Plaza y Promoción

“LOS CHIFLES PIURANOS, UNA OPORTUNIDAD EN EL MUNDO DE LOS SNACKS”

LOS CHIFLES

El chifle es un plátano frito en aceite y sal que tiene forma de hojuelas, aros, rodajas, láminas o tiras que se consume en el Perú ¹.

Este snack² es característico de la gastronomía norteña, especialmente de la ciudad de Piura, donde el chifle se fríe en aceite vegetal con fuego de leña del algarrobo, abundante sal y se presenta acompañado de maíz salado y cecina³ y ha venido ganando adeptos a nivel nacional por lo sabroso y adictivo de su sabor. El chifle acompaña en la actualidad, no sólo la comida piurana y norteña sino también las comidas criolla y marina en muchas casas, cafeterías y restaurantes de distintos formatos y niveles a nivel nacional.

HISTORIA

El origen del nombre chifle es muy interesante pues data de varios años atrás, según el estudioso Carlos Arribazalaga tenemos que :

“...Pensar que chifle es término tallán era muy aventurado, más cuando el plátano con que está hecho provino de lejanas colonias portuguesas en África y el sudeste asiático (afronegrismos son, por ello, guineo y banano). Chifle es palabra castellana antigua que proviene de chiflar como chiflado, chiflón (peruanismo ya mencionado por Benvenuto Murrieta en 1936) y mercachifle, aunque sus significados ahora sean tan dispares que resulte opaco su origen común. A su vez, chiflar y silbar provienen del latín sifilare y sibilare. Las dos soluciones han mantenido su respectivo nivel de uso, más popular en chiflar que en silbar, más culto.

Como chiflar sirve a menudo para hacer burla de alguien, chiflado pronto se sustantiva para designar a la persona de la que todos hacen burla, hasta que su extraño comportamiento termina denominándose chifladura.

Así también, como el viento suena en nuestros oídos como si estuviera chiflando, no hay obstáculo para que un golpe de viento sea llamado chiflón. Es americanismo, lo que comprueba la mayor difusión del término popular a este lado del idioma. Aparece, en referencia a unas danzas vinculadas con personajes míticos prehispánicos en las tradiciones de Huarochirí, en un documento fechado en 1656 del Archivo Arzobispal, mencionado por Manuel Burga.

¹ ORIGEN. Piura busca declaratoria de chifle como producto de bandera nacional
<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-piura-busca-declaratoria-chifle-como-producto-bandera-nacional-206720.aspx>

² SNACK. Bocadito, entremés o piqueo.

³ CECINA. Carne salada secada al sol.

En fin, igual que de silbar se creó el silbato, de chiflar se creó chifla o chifle. El término, que hoy se emplea de modo restringido para nombrar el silbato o reclamo utilizado para cazar aves, tuvo gran vitalidad en otro tiempo, pues dio lugar al compuesto mercachifle: persona que vende mercancías con ayuda de un chifle o silbato. Juan de Arona dice: Chifla, chifladera, chiflato, chifle, chiflo, chiflete, y finalmente el aumentativo chiflón, designan todos un silbato o pito, o instrumento para silbar”. A inicios del siglo XVII lo utiliza el jesuita González Holguín en su diccionario, como sinónimo de silbato para explicar el significado del quechua cuyuyna, aunque en la entrada cuyuyni habla solamente de 'silvar con la boca. ”

...

Los chifles o chifres ‘cuernos’, pasaron a designar a las ‘rodajas de plátano frito’ por metáfora, ya que los retorcidos chifles asemejan la forma de unos cuernecillos. De la misma manera el eufemismo cachos con que se designan ahora los cuernos de los animales (originalmente el término significaba ‘pedazo pequeño de alguna cosa’, del latín capulus, ‘puño’, y de donde deriva también cachete), sirve ahora para llamar, en la forma del diminutivo cachitos a unos panecillos en forma de media luna similares a cuernecillos. Es decir, se repite la misma metáfora que dio origen al piuranismo chifle, aunque ésta última no es opaca en absoluto. En cambio, en el oriente peruano, el origen de chifle se hace opaco al designar ‘carne seca machacada, con tajadas pequeñas de plátano verde, fritas en manteca”. Aunque probablemente el producto tiene el mismo origen, la carne seca ha dejado allá de ser un acompañamiento de las rodajas de plátano para convertirse en el protagonista de la preparación culinaria. Ha sufrido un cambio semasiológico.”⁴

SECTOR DE LOS CHIFLES

El mercado de los chifles se ha desarrollado teniendo varias marcas representativas de la ciudad. El diario “El Tiempo” destaca en su artículo sobre los mejores chifles de la ciudad ⁵ las siguientes marcas: Chifles Olaechea, Especiales San Miguel, José Antonio, Otero y menciona como otras recomendaciones de la ciudad: Mi Clarita, Mechita, Keylita, Central, Taxi y Crickets.

En el año 2007, el gobierno regional declaró la última semana del mes de noviembre como la “Semana regional del chifle piurano”⁶ a través de la ordenanza regional 138-2007/GRP-CR. Iniciativa promovida por la Asociación de Productores del Chifle Piurano - APROCHIP, el colectivo integral de desarrollo de Piura – CID, conjuntamente con el apoyo de FONCODES y la Cooperación Suiza – Swisscontact, dentro del proyecto “Posicionamiento comercial del chifle piurano” .

⁴ CHIFLE ORIGEN. ARTÍCULO CULTURA CULINARIA

<http://culturaculinaria.blogspot.pe/2007/10/de-chiflecitos.html>

⁵ DIARIO EL TIEMPO . Los mejores chifles de Piura, según nuestros lectores. 18 de Diciembre 2017.

<http://eltiempo.pe/los-mejores-chifles-de-piura-segun-nuestros-lectores-mp/>

⁶ SEMANA REGIONAL DEL CHIFLE PIURANO. OR N138-2007/GRP-CR

El mercado no tiene datos actualizados al no estar regido ni institucionalizado; sin embargo, por las publicaciones se tiene cierta información del mercado nacional, datos referenciales como :

Chifle El Ayabaquino

Es un negocio individual que empezó el empresario Noé Jiménez hace veinte años, actualmente tiene una empresa con 30 trabajadores y 300 involucrados indirectamente, necesitando 5,000 plátanos verdes diarios (en temporada alta llega hasta 10,000) para producir los famosos chifles. Su objetivo es exportar 20 Tn mensuales de chifle.⁷

Chifles Olaechea

La historia de esta marca nace del esfuerzo de la Señora Lidia Vega viuda de Olaechea, quien al quedarse viuda, empezó el negocio con 100 plátanos. Ella indica que su mercado está distribuido en 70% Piura y 30% Chiclayo, Trujillo y Lima. No está interesada en exportar porque el producto natural tiene una vida de 03 meses.⁸

Chifles Crickets

Esta empresa tienen una producción de 8,000 Kg al mes de chifles y representa el 40% de los ingresos. Entre los nuevos planes está innovar en los sabores (ajo, queso , leche de tigre, etc.), también está avanzando una negociación con un socio para exportar y la producción de una marca B con precios más bajos.⁹

⁷ AYABAQUINO. Año 2011. RPP. <http://rpp.pe/peru/actualidad/el-chifle-de-piura-se-prepara-para-conquistar-el-mundo-noticia-428502>

⁸ LA ABUELITA OLAECHEA. DIARIO CORREO <https://diariocorreio.pe/edicion/piura/los-tradicionales-chifles-de-la-abuelita-lidia-758127>

⁹ CRICKETS. CRICKETS <https://gestion.pe/economia/empresas/cricket-s-industrias-agricolas-proyecta-terminar-ano-dos-tiendas-nuevas-provincias-147913>

SECTOR DE LOS SNACKS

“El término snack proviene del inglés y significa alimento ligero que se consume entre comidas.”¹⁰. Este término es sinónimo de piqueo, entremés o bocado, palabras que varían según el lugar de origen donde se refieran.

DENOMINACIONES REGIONALES

Entre las principales denominaciones regionales tenemos ¹¹

- Argentina: picada o copetín.
- Chile: picoteo o copetín.
- Colombia: pasabocas, picadas, mecato o aperitivos.
- Costa Rica: picaritas o snacks.
- Cuba: chucherías.
- Ecuador: piqueo o chuchería.
- El Salvador: boquitas o churritos.
- España: aperitivos o picoteo.
- Guatemala: boquitas.
- México: botanas o aperitivos.
- Perú: piqueo.
- República Dominicana: papitas.
- Uruguay: picada, bocaditos o copetín.
- Venezuela: pasa palos.

MERCADO DE LOS SNACKS (NACIONAL E INTERNACIONAL)

El sector de los snacks es un mercado muy dinámico y bastante representativo dentro de los productos alimenticios. Los últimos años se han incorporado varios productos relacionados enriqueciendo la oferta y marcando una tendencia en el consumo. Según la consultora internacional Nielsen Holdings ¹², este mercado tiene un volumen de ventas de US\$ 374 millones de dólares y presenta la siguiente composición:

EL MERCADO MUNDIAL DE LOS SNACKS

Ventas en miles de millones de US\$ en el 2013.

Europa	167
Estados Unidos	124
Asia	46
América Latina	30
Oriente Medio/Africa	7

Fuente: Nielsen Holdings.

proexpansión*

¹⁰ SNACK. <https://www.significados.com/snack/>

¹¹ DENOMINACIONES REGIONALES. <https://es.wikipedia.org/wiki/Snack>

¹² CUADRO MERCADO MUNDIAL DE LOS SNACKS. *Artículo mercado de los snacks*
<http://proexpansion.com/es/articles/637-mercado-de-snacks-america-latina-es-la-region-con-mayor-crecimiento>

Estas cifras muestran un nivel interesante en los mercados más desarrollados, como son los países de Europa y América del Norte, pero a su vez un alto potencial de crecimiento en los mercados en desarrollo como son Asia y América Latina. En el mismo artículo indican que América Latina registró un crecimiento de 9% vs el año anterior.¹³

Un segundo concepto importante en este sector es el foco en los productos naturales, como indican en otro estudio realizado por la consultora internacional AniaForward: “Una creciente preocupación por su salud, mayor oferta de este tipo de productos en el mercado, el cuidado de la línea, conveniencia, cambios en los hábitos de consumo y unas cualidades organolépticas mejoradas, son los principales motivos a los que atribuyen un mayor consumo (50%) de snacks saludables.”¹⁴

¹³ PARTICIPACION DE AMERICA LATINA. ARTÍCULO DE SNACKS

Artículo mercado de los snacks

<http://proexpansion.com/es/articles/637-mercado-de-snacks-america-latina-es-la-region-con-mayor-crecimiento>

¹⁴ MERCADO NATURAL. Estudio de Ania Forward. ARTICULO AGRARIA PERU

Tendencias: Se incrementa en 50% el consumo de snacks saludables

<http://agraria.pe/noticias/se-incrementa-en-50-el-consumo-de-snacks-saludables-13649>

LOS CHIFLES PIURANOS, UNA OPORTUNIDAD EN EL MUNDO DE LOS SNACKS

HOJA TÉCNICA DE CAMPO

Evaluación del Mercado de los Chifles

Presentaciones. Presente una foto de cada marca y describa el producto con todas sus características.

Marca	
Abuelita Lidia Olaechea	
Olaechea	
San Miguel	
La Española	
Crickets	
Mercado	

Etiquetas. Detalle la etiqueta comercial y la información que presenta.

Marca	
Abuelita Lidia Olaechea	
Olaechea	
San Miguel	
La Española	
Cricket	
Mercado	

Formatos. Indique qué presentaciones tiene el producto de las sugeridas en el cuadro.

Marca	125 gr.	250gr.	500 gr.	1 Kgr	Otro
Abuelita Lidia Olaechea					
Olaechea					
San Miguel					
La Española					
Cricketts					
Mercado					

MIX COMERCIAL ADICIONAL AL CHIFLE – Otros productos desarrollados. Indique qué otros productos relacionados ofrece esta marca.

Marca				
Abuelita Lidia Olaechea				
Olaechea				
San Miguel				
La Española				
Cricketts				
Mercado				

Precios – Canal Moderno 1 (Tottus/ Plaza Vea/ Metro). Detalle los precios según uno de los formatos de canal moderno seleccionado.

Marca	125 gr.	250gr.	500 gr.	1 Kgr.
Abuelita Lidia Olaechea				
Olaechea				
San Miguel				
La Españolita				
Crickets				
Mercado				

Precios – Canal Moderno 2 (Tottus/ Plaza Vea/ Metro). Detalle los precios según uno de los formatos de canal moderno seleccionado.

Marca	125 gr.	250gr.	500 gr.	1 Kgr.
Abuelita Lidia Olaechea				
Olaechea				
San Miguel				
La Españolita				
Crickets				
Mercado				

Precios – Canal Tradicional. Detalle los precios según uno de los formatos de canal tradicional seleccionado. Tienda de la marca.

Marca	125 gr.	250gr.	500 gr.	1 Kgr.
Abuelita Lidia Olaechea				
Olaechea				
San Miguel				
La Españolita				
Crickets				
Mercado				

SECTOR DE LOS SANCKS – Detalle otros productos relacionados al Chifle en la oferta del Canal Moderno.

[illegible]

LOS CHIFLES PIURANOS, UNA OPORTUNIDAD EN EL MUNDO DE LOS SNACKS

TEMAS PARA DESARROLLAR

- 1. Desarrolla un análisis FODA del sector de chifles en Piura.**
- 2. Prepare una propuesta para el ingreso de una nueva marca. Sustente.**
- 3. Prepare una propuesta de precio para una nueva marca. Sustente.**
- 4. Estime las principales acciones de respuesta que realizará la competencia.**

TEMAS DE MARKETING

Presentación

- Información
- Posicionamiento

Etiquetas

- Información comercial
- Información de salud
- Otros

Mix Comercial

- Amplitud
- Longitud
- Profundidad

Precios

- Precio promedio
- Precio premium
- Precio económico
- Precio con descuento
- Punto de equilibrio

PREGUNTAS SOBRE EL CASO

- 1. ¿Qué es un producto?**
- 2. ¿Qué es el precio?**
- 3. ¿Qué es el Benchmarking?**
- 4. ¿Cuáles son las estrategias de ingreso a un mercado?**
- 5. ¿Cuáles son las estrategias de respuesta?**

TEMAS PARA REFLEXIONAR

- Rol de los Empresarios
- Rol del Marketing
- Rol del sector gastronómico
- Rol del sector gubernamental
- Rol de las asociaciones

OTRAS PREGUNTAS RELACIONADAS

- ¿Funciona la asociación en el Perú?
- ¿Cuáles son las ventajas de la asociación?
- ¿Cuáles son las desventajas de la asociación?
- ¿Cuáles son las ventajas de la exportación?
- ¿Cuál es el concepto de producto bandera?

ANEXOS

1. DIARIO EL TIEMPO

¿"Chifle" es una palabra piurana?

<http://eltiempo.pe/chifle-una-palabra-piurana/>

12:00 pm | 15 de enero 2017

Uno de nuestros *snacks* más característicos es el chifle piurano y es indispensable en cualquier comida regional o en los encargos que piden cuando se enteran que estamos por Piura y vamos a regresar: ¡Trae chifles! Sin embargo, la palabra chifle tiene un origen que no es precisamente autóctono. Aquí te explicamos por qué.

La mismísima Martha Hildebrandt consignaba el término chifle entre los de origen incierto en su tesis doctoral (1949). El padre Esteban Puig, un estudioso de los piuranismos, creyó en un primer momento que se trataba de un indigenismo tallán, pero luego desistió de esta idea sin atribuirle un origen seguro.

Para el estudioso Carlos Arrizabalaga, autor de "El dejo piurano", pensar que chifle fuera un término tallán era muy aventurado, más cuando el plátano proviene de las colonias portuguesas del África.

"Chifle es palabra castellana antigua que proviene de chiflar como chiflado, chiflón y mercachifle, aunque sus significados ahora sean tan dispares que resulte opaco su origen común", indica en su libro.

Arrizabalaga afirma que chifle originalmente era el instrumento que se usaba para *chiflar*, así como silbato es el instrumento que sirve para silbar. Este objeto se hacía con un cuerno de res al que se le practicaba un orificio para poder llamar a largas distancias. "En Guatemala chifle significa todavía tal apéndice", indica en su libro.

Concluye que nuestros chifles pasaron a designar a las rodajas de plátano fino por metáfora, ya que los retorcidos chifles asemejan a la forma de unos cuernecillos. Del mismo modo que el término cachos sirve para los conocidos cachitos de pan que tienen forma de media luna.

2. ARTÍCULO ANDINA

Piura busca declaratoria de chifle como producto de bandera nacional

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-piura-busca-declaratoria-chifle-como-producto-bandera-nacional-206720.aspx>

09:32 | Piura, nov. 30 (ANDINA).

DANIEL LAZARTE

La Asociación de Productores de Chifles Piuranos (Aprochip) coordina con diversas entidades de la zona para lograr que el chifle, piqueo hecho a base de plátano verde y frito en aceite y sal, sea declarado producto bandera nacional y con ello impulsar su exportación.

José Salazar, presidente encargado de Aprochip, informó que la organización que dirige está integrada por 14 productores de chifles que comercializan este producto a nivel de todo el departamento.

“Comercializamos los chifles a nivel regional, por ello el interés en que se convierta en producto de bandera nacional para captar mercados extranjeros, tal como lo ha hecho la empresa piurana Industrias Agrícolas que exporta a Chile y Estados Unidos”, dijo a la agencia Andina.

Señaló que para alcanzar esta meta existen ya dos consorcios debidamente constituidos en Aprochip, y el gobierno regional de Piura dio un paso importante al declarar la última semana de noviembre de cada año como la “Semana Regional del Chifle Piurano”.

Así desde el 25 hasta el 29 de noviembre en la ciudad de Piura se desarrolló una serie de actividades turísticas y culturales en honor al chifle piurano.

“Nosotros buscábamos el día del chifle, pero conseguimos la semana del chifle, así que vamos por un buen camino, sobre todo porque también recibimos el apoyo de Produce y de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo”, indicó.

Explicó que en las celebraciones de Navidad y Año Nuevo se registra mayores ventas de chifles y se producen más de 200 kilos diarios, “pues es una tradición acompañar el pavo con dicho producto.

Para elaborar el chifle los productores compran el banano de la selva, el bellaco o el dominico de Tumbes. Sin embargo, cuando hay escasez por la temporada de lluvias tienen que comprar el plátano “artón” proveniente de Ecuador. El kilo de chifle es comercializado a 12 nuevos soles.

Aprochip cuenta con una marca patentada en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) y registro sanitario, que permite vender su producción como un consorcio en nuevos y mejores mercados.

Se calcula que los productores asociados a Aprochip dan empleo directo a un promedio de 100 familias en las diferentes etapas de la producción.

Cada productor tiene un ingreso mensual superior a los 10 mil soles, lo cual significa que se trata de una actividad dinámica, sostenible y rentable. Al año las empresas crecen 20 por ciento, según la asociación. Aprochip, fundada en febrero de 2007, es miembro del Registro Nacional de Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas (Renamype).

3. DIARIO EL TIEMPO

Los mejores chifles de Piura, según nuestros lectores

<http://eltiempo.pe/los-mejores-chifles-de-piura-segun-nuestros-lectores-mp/>

12:10 pm | 18 de diciembre 2017

En nuestro afán por descubrir cuáles son los chifles favoritos de los piuranos, le preguntamos a nuestros lectores a través de nuestro fan page de Facebook. Estos son los resultados que obtuvimos:

Piurano que se respeta come chifles todo el año (hasta en Navidad). ¡Recomiéndanos tus chifles favoritos!

Los chifles más ricos de Piura

Estos son las chifles que más recomiendan nuestros lectores:

Chifles de Lidia Olaechea

Chifles Especiales San Miguel

Chifles José Antonio

Chifles Otero

Otras recomendaciones en Piura:

Chifles Mi Clarita

Chifles Mechita

Chifles Keylita

Café Central

Café Taxi

Crickets

4. ARTÍCULO DIARIO GESTIÓN

CRICKETS

<https://gestion.pe/economia/empresas/cricket-s-industrias-agricolas-proyecta-terminar-ano-dos-tiendas-nuevas-provincias-147913>

Industrias Agrícolas proyecta terminar el año con dos tiendas nuevas en provincias

G de Gestión. Antes de terminar el año, abrirá dos tiendas más fuera de los “aeropuertos, cuya inversión bordea los US\$ 10 mil en cada instalación.



La casa de la familia Augusto en Piura cedió, desde el 2001 y por los siguientes 10 años, un espacio a Cricket's Market, la primera tienda propia de Industrias Agrícolas, cuyo portafolio hasta ese momento se limitaba a chifles y otras frituras.

Más adelante comercializaron maní, pasas y habas, y ahora el plan es convertir la firma en una marca de productos regionales, que van desde la miel de algarrobina y el tamarindo azucarado típico de Piura hasta cecina de la selva y demás bocadillos.

"Cricket's nació en 1993 para darle un valor agregado a la plantación de 45 hectáreas de plátanos que tenía mi padre camino a Chiclayo. Empezamos vendiendo en el supermercado de esa época y luego abrimos la tienda en mi casa, que fue icónica para los piuranos. Hoy tenemos seis", detalla Ricardo Augusto, gerente general de Industrias Agrícolas desde Piura, donde tiene tres locales y, por un acuerdo con Aeropuertos del Perú (ADP), maneja otras tres en Trujillo, Chiclayo e Iquitos.

Antes de terminar el año, abrirá dos tiendas más fuera de los aeropuertos, cuya inversión bordea los US\$ 10 mil en cada instalación. Trujillo, Chiclayo, Talara y Lima son sus principales objetivos, aunque su mayor canal de distribución en la capital son los supermercados. De hecho, desde hace cinco años mantiene un almacén en Chorrillos.

Expansión. Si bien los chifles son casi sinónimo de Cricket's – nombre que surgió como un juego de palabras por el crujir del producto –, estos representan, con una producción de 8 mil kilos al mes, solo el 40% de los ingresos de la empresa, mientras que los productos regionales ya concentran el 20%.

Con todo, hay nuevos planes para los tradicionales snacks. Además de innovar en sabores (chifles con sabor a ajo, queso, leche de tigre, etc.), Augusto adelanta que está negociando una alianza con una compañía de un país vecino para la producción de otra marca de chifles, que sería destinada a la exportación. Y en el mediano plazo espera lanzar una nueva marca propia de chifles para el mercado local con precios más bajos.

Ver para comer. El envase de los chifles Cricket's ha ido variando en las últimas dos décadas. Iniciaron con la típica bolsa transparente con impresión externa, hasta que hace unos diez años optaron por cambiar a la bolsa metalizada que utilizan las grandes compañías de snacks.

Sorprendentemente, sus ventas cayeron de manera drástica. Tras un estudio descubrieron que el público peruano prefiere los chifles en las bolsas de plástico transparente, pues da la impresión de un producto fresco y artesanal. Así lo venden ahora.

5. ARTÍCULO DE SNACKS

Artículo mercado de los snacks

<http://proexpansion.com/es/articles/637-mercado-de-snacks-america-latina-es-la-region-con-mayor-crecimiento>

Mercado de Snacks: América Latina es la región con mayor crecimiento
07 de octubre de 2014

Las ventas totales de snacks en el 2013 sumaron 374 mil millones de dólares.

El crecimiento de las ventas en América Latina ha sido de 9% en el 2013.

El mercado de snacks en el Perú

El mercado de piqueos y snacks alcanzó los 374 mil millones de dólares en ventas el año pasado, lo que significó un crecimiento del 2% con respecto al año anterior. Aunque esta cifra no ha significado un incremento sustancial con respecto al año pasado, hay sectores dentro de este mercado que si merecen un especial análisis.

Según un estudio realizado por la compañía Nielsen, Europa es responsable de casi la mitad de las ventas de snacks en el mundo con un 45%. Sin embargo, es América Latina la región que más crecimiento ha experimentado en el último año en este mercado con un incremento del 9%, por encima del promedio.

EL MERCADO MUNDIAL DE LOS SNACKS

Ventas en miles de millones de US\$ en el 2013.

Europa	167
Estados Unidos	124
Asia	46
América Latina	30
Oriente Medio/Africa	7

Fuente: Nielsen Holdings.

proexpansión*

Este incremento se debe en gran parte al boom de snacks y piqueos salados en la región, el cual ha crecido un 21%. En el caso de Perú, la producción de snacks en base a productos nativos como la cancha chullpi o el maíz gigante del Cusco explican este crecimiento. Sin embargo, los tipos de snacks varían dependiendo de la región.

En Europa y Estados Unidos los snacks dulces son los que más ventas generan. En América Latina los salados, en Asia los congelados, mientras que en Oriente Medio y Africa los snacks de carne seca tienen bastante acogida.

También el factor salud pesa más al momento de elegir un snack. Cada vez más consumidores prefieren que los ingredientes sean naturales. Así lo dice el 45% de encuestados quienes prefirieron snacks que no contengan colores ni saborizantes artificiales, así como organismos genéticamente modificados.

Sin embargo, lo cierto es que la mayoría de snacks presentes en el mercado son altamente calóricos y no aportan nutrientes al consumidor. Este hecho preocupa dado que casi la mitad de encuestados dijo consumir un snack como alternativa al desayuno, almuerzo o cena. Según el mismo estudio, el porcentaje de personas que empiecen a reemplazar las comidas por snacks irá creciendo dado el ritmo rápido del día a día. Esto debe significar un reto para las empresas, en desarrollar productos no sólo con sabores atractivos sino que nutran al consumidor y le permitan seguir sus actividades diarias con la misma fuerza y vitalidad.

6. ARTÍCULO AGRARIA PERÚ

Tendencias: Se incrementa en 50% el consumo de snacks saludables

<http://agraria.pe/noticias/se-incrementa-en-50-el-consumo-de-snacks-saludables-13649>

Piden que esta línea de productos se potencie con elementos naturales como fruta, quinua, aceite de frutos secos y aloe vera.

(Una creciente preocupación por su salud, mayor oferta de este tipo de productos en el mercado, el cuidado de la línea, conveniencia, cambios en los hábitos de consumo y unas cualidades organolépticas mejoradas, son los principales motivos a los que atribuyen un mayor consumo (50%) de snacks saludables, según los resultados obtenidos del estudio realizado por la consultora AiniaForward.

Sin embargo, casi el 60% de los consumidores consultados declara que mejoraría los snacks actuales potenciando, sobre todo, el factor natural. Así, entre los snacks saludables mejor valorados destaca la fruta troceada, seguida muy de cerca por los frutos secos y, en tercer lugar, la fruta deshidratada.

Además, el 70% de los consumidores opina que para que un snack sea saludable debe estar elaborado con ingredientes naturales como fruta (73%), quinua (55%), aceite de frutos secos (almendra, nueces, anacardo y avellana, 47%) y aloe de vera (41%).

Se observa una mayor conciencia medioambiental en el consumidor que, en un 58% de los casos pide que el envase de los snacks saludables que consume sea reciclable y un 53%, que sea biodegradable. Asimismo, se manifiesta una preferencia por los formatos individuales en snacks como consecuencia de factores como: conveniencia, mejor conservación, mayor control de calorías ingeridas, etc.

Estos datos se han presentado en la jornada Diseñando los ingredientes para los alimentos del futuro que ha tenido lugar recientemente en Ainia centro tecnológico (España), y en la que se han dado a conocer las últimas tendencias e ingredientes en el sector alimentario, así como tecnologías como la microencapsulación o la extrusión que permitirán desarrollar los alimentos del futuro.

La preferencia por formulaciones naturales, incluyendo opciones vegetarianas y veganas, marca el diseño de nuevos alimentos y bebidas que incorporan ingredientes obtenidos de plantas, semillas, frutas, granos y vegetales en distintos formatos (helado de coco, aguacate y avena, mantequillas y hamburguesas vegetales, chocolate con espinacas o agua con sustancias derivadas de las plantas...) para dar respuesta a una mayor preocupación de los consumidores por el cuidado de la salud y el bienestar personal.

Fuente: Alimarket

BIBLIOGRAFÍA

1. KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, “Marketing”. Ed. Pearson Educación, México, Decimo Cuarta Edición. 2012.
2. MAYORGA, David y ARAUJO, Patricia. “La Administración Estratégica en la Mercadotecnia Peruana”. Biblioteca Universitaria. Universidad del Pacífico. Lima 1999.
3. NAGLE, Thomas, HOGAN, John y ZALE, Joseph. The strategy and tactics of pricing. Ed. Pearson. New Jersey 5th ed. 2011.

WEB

WEB CRICKETS

<http://www.snackscricket.com>

APEOSAE- ECUADOR

<http://www.aeosae.com>

APROCHIP –PERÚ NO ACTIVA

LINKOGRAFÍA

ANEXOS

1. DIARIO EL TIEMPO

¿”Chifle” es una palabra piurana?

<http://eltiempo.pe/chifle-una-palabra-piurana/>

2. ARTÍCULO ANDINA

Piura busca declaratoria de chifle como producto de bandera nacional

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-piura-busca-declaratoria-chifle-como-producto-bandera-nacional-206720.aspx>

3. DIARIO EL TIEMPO

Los mejores chifles de Piura, según nuestros lectores

<http://eltiempo.pe/los-mejores-chifles-de-piura-segun-nuestros-lectores-mp/>

4. ARTÍCULO DIARIO GESTIÓN CRICKETS

<https://gestion.pe/economia/empresas/cricket-s-industrias-agricolas-proyecta-terminar-ano-dos-tiendas-nuevas-provincias-147913>

5. ARTÍCULO DE SNACKS

Artículo mercado de los snacks

<http://proexpansion.com/es/articles/637-mercado-de-snacks-america-latina-es-la-region-con-mayor-crecimiento>

6. ARTÍCULO AGRARIA PERÚ

Tendencias: Se incrementa en 50% el consumo de snacks saludables

<http://agraria.pe/noticias/se-incrementa-en-50-el-consumo-de-snacks-saludables-13649>

OTROS

FOTO DE CARÁTULA

<http://walac.pe/chifles-piuranos/>

Miércoles 21 de Febrero de 2018