



## El Mercado de Cítricos en Estados Unidos 2015 / Oficina Comercial en Chicago



### Un gran futuro para en un mercado actualmente prevalente

- Las exportaciones de cítricos chilenos al mercado norteamericano alcanzan montos significativos, con reales la posibilidades de incrementarlas. Estados Unidos es el destino final de un 72% de las exportaciones de cítricos. (Global Trade Atlas, 2015). Chile tiene la ventaja de la contra temporada, por lo que su cosecha no coincide con la de la competencia: EEUU y México.

- Principales Países Proveedores:** Los principales proveedores de cítricos a Estados Unidos son México, país que tiene el 47% del mercado, y Chile esta en el segundo lugar. En años recientes, otros países de Latinoamérica han tenido un crecimiento notable respecto a sus cifras de exportaciones a los EE.UU. México tuvo un crecimiento de 38% entre 2013 y 2014; Uruguay, en el mismo período, ocupó el octavo lugar y tuvo un crecimiento de 9.692%
- Exportaciones chilenas:** Chile tiene el 18,7% del mercado de cítricos importados en los Estados Unidos. El valor total de exportaciones de dicho producto es de US\$ 118 millones aprox., superado sólo por México (Global Trade Atlas, 2015). Las exportaciones chilenas disminuyeron un 12%, debido a heladas y sequías en el norte del país (V Región y norte del país), un efecto presente en todos los mercados con importaciones de dichos productos chilenos..
- Situación arancelaria aplicable a Chile:** Debido al TLC firmado entre Chile y los Estados Unidos, hay “arancel cero” para los productos chilenos.
- Otros impuestos.** Más del 80% de todos los cítricos importados a Estados Unidos entran en un programa de arancel cero.
- Análisis y comentarios:** Los principales cítricos exportados a Estados Unidos son clementinas, mandarinas y naranjas (códigos arancelarios: 080520 y 080510, respectivamente). En los Estados Unidos, las temporadas son cortas para dichos productos porque normalmente se consumen frescos. Es importante mencionar que Estados Unidos es productor de estos productos. Sin embargo, éstos normalmente no entran al mercado de productos frescos y son usados en jugos. La clementina es el cítrico principal importado de Chile, con un mercado de mayo a agosto (Burfield, 2015).

### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES A LOS EE.UU

	TOTAL US\$ 2014	CRECIMIENTO 2014 / 2013
MÉXICO	357.873.972	37,65%
CHILE	142.094.274	-12,94%
MARRUECOS	70.656.045	141,05%
ESPAÑA	53.272.064	-18,73%
SUDÁFRICA	51.901.646	-8,55%
PERU	39.644.256	60,18%
AUSTRALIA	11.941.479	-28,55%
URUGUAY	163.020.731	9.692,45%

Fuente: Global Trade Atlas, 2015

### La distribución y el consumo de Cítricos en los Estados Unidos

Por muchos años, la principal forma de consumo de cítricos fue vía jugo de naranja—la mayor cantidad fue de 1,6 millones de galones en los años 90—un 80% de este producto proviene de Florida. No han perdido el mercado, pero el consumo de jugo de naranja no ha crecido en los últimos 15 años, debido a las cosechas infectadas por “orange greening.” Expertos estiman que todas las plantaciones en dicho Estado están infectadas, causando un aumento en los precios de naranjas locales (Ferdman, 2014). Las clementinas y mandarinas son populares, particularmente porque están clasificadas como “easy peel,” para los niños.

### LOS 5 ESTADOS PRINCIPALES PARA LA IMPORTACION DE CÍTRICOS CHILENOS

ESTADO	% Cambio 2014/2013	2014		2013	
		Total US\$	% de Participación	Total US\$	% de Participación
CALIFORNIA	-3,89%	\$61.753.903	43,46%	\$64.253.794	39,37%
NEW YORK	-11,52%	\$30.932.057	21,77%	\$34.958.604	21,42%
NEW JERSEY	-7,64%	\$27.626.219	17,96%	\$25.516.952	16,93%
PENNSYLVANIA	-46,37%	\$6.674.917	4,70%	\$12.447.110	7,63%
FLORIDA	-52,09%	\$5.509.423	3,88%	\$11.500.067	7,05%
<b>TOTAL EE.UU.</b>	<b>-12,94%</b>	<b>\$142.094.274</b>	<b>100%</b>	<b>\$163.216.988</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas, 2015



## ■ Principales actores en la distribución

La distribución de cítricos en los Estados Unidos tiene dos fuentes principales, frescos y procesados ( para jugos u otros productos concentrados). Los distribuidores son muy importantes para los cítricos frescos, porque si ellos no tienen los recursos para preservar los productos, significa una pérdida de ventas. Normalmente, los productos con deficiente presentación, se incorporan en el canal de productos procesados. Hay canales de distribución específicos. Los principales serían los supermercados o hipermercados, donde los productos son accesibles a una mayor cantidad de consumidores. Los productos cítricos locales tienen la opción de participar en los “farmers markets,” una muestra dedicada al apoyo de la industria y productos de la región. Es necesario que los cítricos chilenos tengan mayor presencia en el canal de supermercados en los próximos años. Para los cítricos, hay varias empresas que hacen la distribución de productos chilenos, envasados con su marca/etiqueta. Estas empresas se conocen como “Cooperatives.”

### PARTICIPACIÓN DE MERCADO COOPERATIVAS

EMPRESA	PRODUCTO	MERCADO ESPECÍFICO	PRODUCTO PRINCIPAL	EN SUPERMERCADOS
SUNKIST	Clementinas	Adolescentes, personas con niños	Clementinas “Easy Peel”	SI
TAJÍN	Limones	Hispano	Jugo de Limones Verdes	SI
LIMONEIRA	Limones	Varios	Limones	SI
MILITARY PRODUCE GROUP	Varios	Militares/Veteranos	Los demás frutos frescos	SI (Sólo en DeCa, un supermercado militar)

Fuente: *Andnowuknow.com, 2013, 2015; Freshplaza.com, 2013*

## ■ Principales actividades y ferias especializadas para Cítricos en los Estados Unidos

### Ferias internacionales relevantes

- **Midwest Produce Conference and Expo**, 13-15 agosto 2015, Minneapolis, EE.UU-- [www.midwestproduceexpo.com](http://www.midwestproduceexpo.com)
- **PMA Fresh Summit**, 23-25 octubre 2015, Atlanta, EE.UU-- [www.pma.com](http://www.pma.com)
- **America’s Food and Beverage Show**, 26-27 octubre 2015, Miami, EE.UU-- [www.americasfoodandbeverage.com](http://www.americasfoodandbeverage.com)
- **NY Produce Show**, 1-3 diciembre 2015, Nueva York, EE.UU— [www.newyorkproduceshowandconference.com](http://www.newyorkproduceshowandconference.com)
- **United Fresh 2016**, 20-23 junio 2016, Chicago, EE.UU-- [www.unitedfreshshow.org](http://www.unitedfreshshow.org)

### Actividades ProChile 2015

- **Sabores de Chile**, Los Ángeles—Gastronomía en general, 22-23 octubre 2015
- Evento Gastronómico en Chicago, EE.UU 2015 (detalles por definir)

## ■ Normativas aplicables y requisitos importación

Los requisitos de importación para cítricos son: permiso de importaciones, que incluye un certificado de origen para contar con aranceles cero por el TLC EE.UU-Chile. Para naranjas, requieren fumigación en Chile ( si este no es el caso, necesitan un certificado fitosanitario de Chile y una declaración adjunta (APHIS, 2015). También se requiere el formulario PPQ 203, firmado por el inspector nacional en el país de origen. Para más información sobre productos específicos, entrar al sitio web: [www.aphis.usda.gov](http://www.aphis.usda.gov).

- **Conclusiones y recomendaciones:** Los cítricos chilenos ocupan una gran parte del mercado estadounidense, debido a efectivas campañas de marketing realizadas por el Comité de Cítricos Chilenos y tratarse de productos de alta calidad, comparada con proveedores locales, que han perdido el mercado principalmente por causas fitosanitarias. En 2014, **Chile fue el segundo exportador de cítricos más grande a los Estados Unidos**. Para mantener e incrementar las ventas en Estados Unidos se requiere preservar un adecuado plan de marketing y tener mas presencia en canal supermercados.

Para más información sobre la categoría de Cítricos en Estados Unidos o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Alexander Grabois al e mail [agrabois@prochile.gob.cl](mailto:agrabois@prochile.gob.cl).