



El Mercado de las Superfruits en Estados Unidos 2015 / Oficina Comercial en Miami



SUPERFRUIT- UNA TENDENCIA DE VIDA SANA

Superfruit es un concepto que ha sido creado por el mercado como una herramienta de marketing. Hasta ahora, no existe una definición oficial por parte de la FDA o el departamento de Agricultura de Estados Unidos. Su uso se inicia aproximadamente en el año 2005 y su denominación se encuentra asociada a frutas que aportan los nutrientes básicos necesarios para mejorar la salud de las personas, reducir el *riesgo* de sufrir enfermedades y se consumen como parte de una dieta normal. Los principales actores del mercado reconocen el término.

“Superfruit” son frutas reconocidas por ser ricas en vitaminas y antioxidantes, con un alto valor nutricional en comparación con otras frutas y verduras consumidas habitualmente por la familia media. Es decir, ofrece algo “extra”. Poseen sustancias biológicamente activas y que han demostrado incidir positivamente en el metabolismo.

Según el “Natural Research Institute”, una Superfruit puede tener decenas de veces la cantidad de antioxidantes que las frutas comunes. Las características genéticas de estas especies, en condiciones ambientales favorables, permite desarrollar y maximizar sus contenidos de antioxidantes. Si bien, son muchos factores los que afectan su precio y la disponibilidad, aquellas con mayor presencia en el mercado son: acaí, goji, mangostán, noni, granada, maqui, arándanos y cranberry. Una característica importante de los Superfruit es que satisfacen la necesidad del consumidor de adquirir productos que entreguen un beneficio de salud tangible, tengan buen sabor y su consumo los ayude a sentirse bien. Por otro lado, estos ofrecen al consumidor la emoción de probar algo nuevo con beneficios nutricionales superiores, lo cual puede ser probado científicamente. Por otro lado, se sienten atraídos por estos productos, ya que en su mayoría provienen de regiones lejanas y exóticas.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES.

Dentro de la categoría “Superfruit”, con mayor presencia en el mercado, se encuentra el arándano. Si bien, Chile es productor de maqui, granada y arándanos, en términos estadísticos, se analizará este último debido a su crecimiento anual y la relevancia del mercado norteamericano como principal destino de las exportaciones. Durante el año 2014, los 3 principales países proveedores de arándanos para Estados Unidos fueron Chile (44,50%), Canadá (26,91%) y México (12,95%). Si bien Estados Unidos es el principal mercado de exportación para Chile, el periodo 2014 muestra una baja debido a paros portuarios y disminución de la oferta producto de factores climáticos.

EXPORTACIONES CHILENAS

Estados Unidos, Holanda y Reino Unido suman cerca del 80% de la exportación total de arándanos de Chile al mundo en 2014. Estados Unidos es el principal destino, con un 55,96% de participación de mercado ese mismo año. Holanda y Reino Unido con un 13,63% y 9,74%, respectivamente (Fuente: Serv. Nac. Aduana Chile).

Respecto al periodo 2013, las exportaciones totales de Chile aumentaron un 10,71% en 2014. Sin embargo, hacia Estados Unidos éstas se vieron disminuidas en un 10,08%. Para Holanda y Reino Unido, las exportaciones en 2014 aumentaron un 69,37% y 11,50% respectivamente.

SITUACIÓN ARANCELARIA APLICABLE A CHILE.

Chile cuenta con arancel 0% y no hay otros impuestos.

Listado de arancel general: <http://hts.usitc.gov/?query=0810>

Análisis y comentarios

Los productos funcionales son todos aquellos productos que, en su forma natural o procesada, contienen componentes con efectos beneficiosos para la salud que van más allá de la nutrición, dentro de los cuales se encuentran los Superfruit. En Estados Unidos, los alimentos funcionales representan más del 38% del valor de mercado mundial, alcanzando un nivel de ventas mayor a los 16 millones de dólares en 2013. Desde 2009, este mercado ha crecido más de 29%, lo que demuestra el aumento de la popularidad de la categoría. Por otro lado, en Estados Unidos las ventas de estos alimentos comprenden casi el 5% de la venta del mercado global de alimentos, con una estimación de crecimiento anual entre 8,5% y 20%, muy por sobre el promedio de la industria, la que tendría un crecimiento estimado entre un 1% y 4% anual.

Lo anterior, explica en parte el crecimiento de la exportación de Superfruits y la diversificación de mercados de importación, en que algunos países han aumentado significativamente sus envíos a Estados Unidos.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES ARANDANOS

| | TOTAL US\$ IMPORTACION ARANDANOS EEUU 2014 | CRECIMIENTO 2014 / 2013 (%) |
|-----------|---|-----------------------------------|
| MUNDO | 588.308.585 | 9,76 |
| CHILE | 262.099.223 | -4,10 |
| CANADÁ | 158.331.174 | -3,89 |
| MÉXICO | 76.158.740 | 112,81 |
| ARGENTINA | 69.041.154 | 42,79 |
| PERÚ | 12.613.651 | 125,43 |

Fuente: U.S. Department of Commerce, Bureau of Census



La distribución y el consumo de superfruit en Estados Unidos

Al evaluar la distribución y consumo de los “superfruit”, se debe considerar que cuando estos productos se presentan como productos elaborados (jugo, polvo, etc.), estos son considerados como “superfoods” y para ambos casos, la clasificación general corresponde a productos funcionales.

La distribución de un producto funcional dependerá de su formato final. Si este es fruta fresca (superfruit) o un producto elaborado (superfoods). La comercialización para ambos se realiza bajo la misma estructura. La diferencia se encuentra en el “Retailer”, quien pone el producto a disposición del consumidor final. Dentro de éstos, se pueden encontrar supermercados, restaurantes, hoteles, cruceros, tiendas especializadas, convenience stores, etc. Dado que las propiedades de los “superfruit” son, en cierta medida, reconocidas por el mercado, el canal de distribución más eficiente serán supermercados con foco en productos naturales y tiendas especializadas, ya que es en estos canales donde el consumidor busca alimentos saludables, jugando el empaque un rol fundamental para la percepción del cliente final. Si estos transmiten un claro mensaje de un “super alimento”, su demanda puede tener una mayor proyección, pues esta categoría en los Estados Unidos se encuentra en un etapa de auge, sus ventas siguen superando la de los alimentos tradicionales, ya que sus particularidades han logrado cubrir las necesidades de diversos grupos de consumidores que buscan una vida sana y así evitar enfermedades, ya que están conscientes de la salud

y el envejecimiento. Respecto al consumo de los superfruit con mayor demanda en el mercado y en los que Chile cuenta con un potencial exportador, los arándanos son consumidos en su mayoría frescos, ya que el mercado reconoce con claridad su propiedad antioxidante. En el caso de las granadas, éstas también gozan de gran popularidad por las mismas propiedades. Contribuiría a prevenir enfermedades como el cáncer. Su consumo es en formato de arilos o jugos. Por su parte, el maqui (berrie) es un producto que de a poco ha ido ganando un espacio en el mercado, debido a que su cantidad de antioxidantes es superior a la de cualquier otro berrie. Además, tendría propiedades anti-obesidad, una de las principales preocupaciones del consumidor actual. Por otro lado, Estados Unidos es uno de los mayores productores de cranberries en el mundo, por lo cual su consumo es tanto en fresco como elaborado. Si bien, esto puede llevar a pensar que existen pocas oportunidades para este producto, existe un espacio de desarrollo interesante si se trabaja en contra-estación y con diferencia en la productividad, ya que Chile posee condiciones climáticas que ayudan a generar un producto que se puede diferenciar del local.

PARTICIPACION DE MERCADO POR CANAL DE DISTRIBUCION DE PRODUCTOS ESPECIALIZADOS EN 2013 EN ESTADOS UNIDOS

| CANAL | PARTICIPACIÓN DE MERCADO |
|---------------------------|--------------------------|
| SUPERMERCADO CONVENCIONAL | 35% |
| TIENDAS DE ESPECIALIDAD | 21% |
| FOODSERVICE | 14% |
| NATURAL SUPERMARKET | 12% |
| MASS (EJ. WALMART) | 6% |
| DELIS | 1% |
| GIFT STORES | 1% |
| CLUB STORES (EJ. COSTCO) | 1% |
| OTROS | 10% |

Fuente: Specialty Food Association

Principales actores en la distribución

Los principales actores en la distribución de productos funcionales son las tiendas especializadas y supermercados de productos naturales. Dentro de los con mayor participación de mercado se destacan los siguientes: Erewhon Natural Foods Market www.erewhonmarket.com, Whole Foods www.wholefoodsmarket.com, Gelson's www.gelsons.com Trader Joes www.traderjoes.com y Bristol www.bristolfarms.com.

VENTAS SUPERMERCADOS EN ESTADOS UNIDOS 2013

| COMPAÑÍA | VENTAS (millones de dólares) |
|----------------------|------------------------------|
| KROGER CO | 85,65 |
| SAFEWAY | 37,50 |
| PUBLIX | 29,97 |
| AHOLD USA | 26,12 |
| HEB | 19,68 |
| ALBERSTSONS | 19,45 |
| DELHAIZE AMERICA INC | 18,82 |
| WAKEFERN | 14,10 |
| WHOLEFOODS MARKET | 12,49 |
| SUPERVALU | 10,97 |
| ALDI | 10,89 |
| BI-LO | 9,08 |

Fuente: EUROMONITOR