



El Mercado de la Carne Bovina Natural en EE.UU. 2015 / Oficina Comercial en Los Ángeles

Carne Natural. Un Mercado de Nicho en Expansión



Carne Natural aquella producida para consumo humano que no contiene ningún ingrediente artificial ni colorante agregado (ni preservantes) y que es mínimamente procesada.

De acuerdo a FreshLook Marketing Data, el crecimiento en ventas (en US\$) del segmento carne orgánica/natural fue de 17,8% comparado con el 6,7% del correspondiente a la carne regular (1er trimestre 2015 respecto a igual periodo 2014). La participación de mercado de carne bovina del segmento, en el mismo periodo, fue de 6,3% del monto total consumido de carne bovina (+ 2% superior a igual periodo de 2014 y cerca del 5% que en 2010).

Encuesta realizada por American Marketing Institute y American Meat Institute a consumidores estadounidenses (Nov 2013) refleja que un 34% de los encuestados compró carne natural en los últimos tres meses (8% mas que periodo anterior). Sus motivadores de consumo fueron: estar libres de sustancias que querían evitar (46%) y mejor sabor (44%).

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES.

Los principales proveedores de carne bovina fresca o refrigerada, tanto regular como natural, fueron durante el 2014: Canadá, México y Australia (partida arancelaria 0201). Cabe destacar que la partida 0201 incluye carne bovina tanto regular como natural, no existe estadística que permita diferenciarlas.

Arancel general: 4,4 centavos de dólar por kilo. Están liberados de impuestos como Chile: África, Australia, Bahrain, Cafta, Canadá, Caribe, Colombia, Corea, Israel, Pacto Andino, Panamá, Jordania, Marruecos, México, Omán , Perú y Singapur.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

EXPORTACIONES CHILENAS

Chile se encuentra en el lugar 10 del ranking, con una participación inferior al 1 % (partida arancelaria 0201).

ANÁLISIS Y COMENTARIOS

Estados Unidos importó carne bovina fresca o refrigerada, regular y natural, principalmente del grupo conformado por Canadá, México y Australia, que en 2014 alcanzó casi el 96% de participación de mercado.

Los proveedores de América del Sur y Centroamérica fueron: Nicaragua, Uruguay, Costa Rica, Honduras y Chile, con una participación del 3% del total de valores importados.

Si bien la participación de Chile es mínima, existen amplias posibilidades de crecer en montos exportados, enfocándose en el nicho natural, que alcanza mayor precio, aprovechando el TLC, las barreras geográficas naturales y normativa zoonosanitaria que protegen la sanidad de la producción ganadera en Chile.

PAÍS	TOTAL US\$ 2014	% Crecimiento 2014/ 2013
Canadá	1.029.216.729	39,36
México	739.772.417	46,09
Australia	497.703.976	94,55
Nicaragua	37.280.623	92,17
Uruguay	21.450.204	53,68
Japón	12.449.898	48,94
Nueva Zelanda	11.941.926	36,73
Costa Rica	7.631.667	44,94
Honduras	5.327.522	- 1,74
CHILE	8.388	33,27

Fuente: Global Trade Atlas

La Distribución y el Consumo de Carne Bovina Natural en Estados Unidos

De acuerdo al Reporte de la Conferencia Anual de la Carne 2014 en EE.UU., el ritmo acelerado de compra en esta categoría, se debe a una mayor disponibilidad del producto en los distintos canales y a la disminución del diferencial de precio respecto de los convencionales.

Quienes compran carne natural-orgánica y sus percepciones de la categoría:

- Universitarios con ingresos por sobre promedio
- Mayor propensión entre jóvenes (39 años o menos)
- Mayor ingreso (US\$100 mil o mas) prefiere carnes más saludables, cortes más magros y control de porciones
- 47% de los consumidores la considera como opción
- 78% de los consumidores acepta información nutricional disponible
- 38% de los actuales compradores espera incrementar su consumo en los próximos 3 meses

TYSON FOODS, SYSCO, CARGILL Y US FOODS abastecen prácticamente la totalidad de las tiendas, cadenas de supermercados, carnicerías y CANAL HORECA en Estados Unidos.

Fuente: www.meatconference.com/sites/default/files/POM-2014.pdf



PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA CARNE (POR PUNTO DE VENTA)

Los canales Supercenters y Supermercados, siguen creciendo en popularidad entre los consumidores que los prefieren a la hora de seleccionar el lugar donde comprar carnes.

CANAL	%			
	2014	2013	2012	2011
SUPERMERCADOS	27	25	29	30
SUPERCENTERS	62	65	62	59
WAREHOUSE CLUB	6	6	6	5
NATURAL/ORGÁNICO	2	1	0,6	0,3
CARNICERÍAS	3	2	2	3
OTROS	1	1	1	2

Fuente: Reporte de la Conferencia Anual de la Carne 2014

VENTA DE CARNE NATURAL POR PUNTO DE VENTA EN ESTADOS UNIDOS (2014)

Casi la mitad de los compradores de la categoría proteínas naturales y/o orgánicas compra en la sección de carnes en los supermercados.

Tienda Primaria para compra de productos	SUPERMERCADO	SUPERCENTER	WAREHOUSE CLUB	NATURAL/ORGÁNICO	CARNICERÍAS	OTROS
ABARROTES	62%	29%	6%	2%	1%	1%
CARNES ROJAS Y POLLO	64%	21%	7%	3%	5%	1%
CARNES ROJAS Y POLLO ORGÁNICO/NATURAL	47%	20%	10%	15%	5%	3%

Fuente: Reporte de la Conferencia Anual de la Carne 2014

Principales Actores en la Distribución

Actores mas relevantes en el mercado local son: TYSON FOODS, productores y distribuidores de carne bovina, cerdo y pollo, tanto a tiendas retail (WALMART representa aprox. 10%), como a canal Horeca, con ganancias que superan los 30 mil millones de dólares; seguido de SYSCO, distribuidor mas importante para canal HORECA de América del Norte (62% a cadenas regionales y nacionales de comida rápida - WENDY'S representa aprox. 5%) con ganancias que bordean los US\$ 7 mil MM carne de vacuno y cerdo.

EMPRESA	% PARTICIPACIÓN	WEBSITE
TYSON FOODS INC.	50,4	www.tyson.com
SYSCO CORP.	16,2	www.sysco.com
CARGILL INC.	10,6	www.cargill.com
US FOODS	7,7	www.usfoods.com
OTROS	15,1	

Fuente: IBIS World

Principales actividades y ferias especializadas para la Carne/Natural

FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES (LINKS A FUENTES)

- Meat Conference www.meatconference.com (Nashville, Febrero)
- Meat Industry Management Conference www.meatinstitute.org (Carlbud, Abril)

PRODUCTO PROCESADO

- Natural Products Expo West www.expowest.com (Anaheim, Marzo)
- NRA Show <http://show.restaurant.org> (Chicago, Mayo)
- Western Food Service and Hospitality Expo www.westernfoodexpo.com (Los Angeles, Agosto)
- Northwest Food service Show <http://nwfoodserviceshow.com> (Portland, Abril)

ACTIVIDADES PROCHILE 2015 – CARNE BOVINA/NATURAL

- Sabores de Chile en Los Ángeles, California / Octubre 22



■ Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes

Regulaciones generales para la importación de carne:

www.fsis.usda.gov/wps/portal/fsis/topics/international-affairs/importing-products

Regulaciones para Carne Natural

Definición USDA: aquella producida para consumo humano que no contiene ningún ingrediente artificial ni colorante agregado y que es mínimamente procesada.

Existen además algunos programas voluntarios para la crianza del vacuno, que tienen exigencias como el no uso de antibióticos, ni de hormonas, verificación de procesos, etc. como:

- Programa “Never Ever” (Verificación del Proceso por el USDA): requisitos para adherirse a él: www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Never%20Ever%203.pdf. Otros Programas de Carne Natural: en que protocolos, definiciones y regulaciones son establecidos por una empresa u organización que es dueña de la marca, como:
 - CAB (Certified Angus Beef) Natural Beef Program, www.cabpartners.com
 - Coleman Natural Foods, LLC Beef Program, www.colemannatural.com
 - Creekstone Farms, Natural Beef Program, www.creekstonefarms.com
 - Laura's Lean Beef Company, <http://laurasleanbeef.com>
 - Maverick Ranch Natural Meats, www.maverickranchmeats.com
 - Meyer Natural Angus, www.meyernaturalangus.com
 - National Beef Natural Beef Program, www.naturewellbeef.com

■ Conclusiones

Cabe destacar la conveniencia de fomentar, entre los productores chilenos, la adhesión tanto a los estándares del USDA aplicados a la carne natural, como a los programas voluntarios ya mencionados, en consideración al alto crecimiento experimentado por el segmento en este mercado y gran potencial que Chile tiene de incrementar sus montos exportados, enfocándose en un nicho que alcanza un mayor precio de mercado.

Lo anterior, tiene especial sentido si se considera que el foco en este segmento es acorde con una tendencia alimentaria de largo plazo, sustentada en fuertes motivadores de consumo como lo son la alta conciencia de la relación dieta-enfermedad (presente en mas del 95% de la población), la percepción del daño que provocan los pesticidas y la incidencia que problemas de seguridad alimentaria tienen en el aumento de su consumo.

Finalmente, hay que considerar el significativo aumento de supermercados y tiendas especializadas en el segmento, como también de las áreas destinadas a estos productos, en supermercados y tiendas tradicionales.

Supermercados y tiendas naturales mas relevantes en la Costa Oeste de EE.UU.:

www.wholefoods.com

www.erewhonmarket.com

www.raleys.com

www.bristolfarms.com

www.lassens.com

www.newleaf.com

www.traderjoes.com

www.mothersmarket.com

www.foodsofparadise.com

www.gelsons.com

www.lazyacres.com

www.oliversmarket.com

www.sprouts.com

www.thewholewheatery.com

www.molliestones.com

www.marketofchoice.com

www.newseasonsmarket.com

www.pccnaturalmarkets.com

Para más información sobre la categoría de Carne Bovina Natural en Estados Unidos para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con ProChile Los Angeles al email lwalker@prochile.gov.cl

Fuente: www.meatconference.com/sites/default/files/POM-2014.pdf