



El Mercado de Productos Orgánicos en EE.UU.

FECHA : Mayo/2016 Oficina Comercial en Miami



El consumo de productos orgánicos en Estados Unidos

La demanda de alimentos y bebidas orgánicas en Estados Unidos ha crecido rápidamente, principalmente por un consumidor mejor informado con gustos y preferencias focalizadas en una alimentación sana, preocupación por la salud y el medio ambiente, existiendo un creciente rechazo por alimentos que contengan materias primas genéticamente modificadas. Este mercado es uno de los más grandes para este grupo de productos, y prevén que este crecimiento continuará a corto y mediano plazo. Por otro lado, si bien existe una producción nacional importante, ésta no logra cubrir la demanda.

Principales Países Proveedores

Las importaciones de productos orgánicos alcanzaron los 1.4 billones de dólares en 2013, siendo los productos más importados las bananas, café, aceite de oliva, mangos, vinos y soya. Los principales países son México, Italia, Perú, Colombia y Francia, los cuales alcanzan el 40% del total de las importaciones a USA. Alrededor de 100 países abarcan el total de importaciones.

Exportaciones chilenas

Para Chile, EE.UU. es el principal destino de las exportaciones de vino, con un total exportado en 2015 de 249,78 millones de dólares y una participación de mercado de 13,56%, lo cual significó una disminución de -4,76% respecto a 2014.

Situación arancelaria aplicable a Chile

Chile posee arancel 0 para este tipo de productos, información de arancel general:

<https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>

Análisis y comentarios

La demanda local por productos orgánicos ha ido creciendo a 2 dígitos desde 1990 y esto ha entregado un incentivo a la industria que se ha visto reflejado en un aumento considerable de la oferta de frutas, vegetales, lácteos y aves. EE.UU. exportó 537 millones de dólares en 2013

en la categoría orgánica, y en su mayoría fueron frutas y vegetales, siendo México y Canadá los principales destinos con un 80% aproximado del valor total. Sin embargo, la producción local no logra cubrir la demanda total y el mercado refleja un total de importaciones de productos orgánicos de 1.4 billones de dólares en 2013.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE VINO ORGANICO EN 2013

	IMPORTACION 2015 mill US\$	% CRECIMIENTO 2014 / 2015
1 Italia	1692,49	-0,04
2 Francia	1556,31	2,70
3 Australia	428,32	-4,51
4 Nva Zelanda	362,42	10,23
5 Argentina	342,69	-3,16
6 España	335,19	-2,16
7 CHILE	287,91	-3,73
TOTAL	5378,50	0,40

Fuente: Global Trade Atlas

La distribución y el consumo de productos orgánicos en Estados Unidos

El fuerte crecimiento de la demanda por productos orgánicos en las últimas décadas, ha llevado a que las ventas de este segmento crezcan de \$3.6 billones en 1997 a \$39 billones en 2014. Estudios demuestran que el 84% de la población consumió productos orgánicos, sin embargo la producción no ha tenido el mismo aumento, siendo uno de los principales desafíos de la industria local, se estima que la producción local alcanza a cubrir sólo el 4% del total de las ventas, siendo esto una gran oportunidad para proveedores extranjeros.

Si bien el mercado orgánico se encuentra bastante desarrollado, aun no se distingue un grupo significativo de importadores dedicado 100% a la importación de productos orgánicos. En su mayoría, este tipo de productos son parte de su portfolio total. Por ello, para poder detectarlos de mejor manera, es clave conocer el canal final de distribución. Por ejemplo, las tiendas de especialidad en su mayoría tienen dentro de su oferta productos orgánicos.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO

Canal	%
Mercado retail masivo (supermercado, drugstore.etc)	49%
Tiendas especializadas	41%
Otros	10%
TOTAL	100%

Fuente: www.marketresearch.com



■ Principales actores en la distribución

Los principales actores en la distribución de productos orgánicos 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).

PARTICIPACIÓN DE MERCADO SUPERMERCADOS 2014 DE LOS PRINCIPALES RETAILERS EN ESTADOS UNIDOS

Retailer	% participación de mercado	Retailer	% participación de mercado
Walmart	24,5	Wholefoods	2,4
Kroger	12,9	Target	2,2
Costco	7,6	Peapod	0,1
Safeway	6,2	Freshdirect	0,08
Publix	4,3	Instacart	0,02
Albertsons	3,9	Otros	32,3
HEB	3,4		

Fuente: [statista.com](http://www.statista.com)

■ Principales actividades y ferias especializadas para productos orgánicos

Ferias internacionales relevantes

Natural Products Expo East: 22 al 24 de Septiembre de 2016 - <http://www.expoeast.com/>

Natural Products Expo West: 9 al 13 de Marzo de 2016 - <http://www.expowest.com/>

Actividades ProChile 2016

Chile Week – 24 y 25 de Octubre de 2016.

■ Normativas aplicables y requisitos importación.

Información sobre regulaciones de importación:

<http://www.aphis.usda.gov/wps/portal/aphis/ourfocus/importexport>

<http://www.cfsan.fda.gov/~mow/simport.html>

Etiquetado: <http://www.cfsan.fda.gov> o <http://www.cfsan.fda.gov>

Ley bioterrorismo: <http://www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html>

La certificación orgánica en EE.UU. regulada por el USDA: <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/>

Conclusiones y recomendaciones

Los productos orgánicos han pasado a ser más que un producto de moda para los consumidores americanos, hoy son parte de la dieta de muchas familias y ya tienen su espacio ganado en las góndolas. El principal factor de esta tendencia es la necesidad de contar con una percepción de saludable, sustentable y sin pesticidas en los productos que se consumen. Por ello, Estados Unidos ha desarrollado en los últimos años un mercado orgánico bastante activo, cubriendo su demanda no sólo con producción local, sino que además a través de la importación. En este sentido, uno de los 4 productos con mayor nivel de importación son frutas y vegetales, vinos y aceite de oliva. Éstos son parte clave de la oferta exportable nacional de Chile y por ende, una clara oportunidad de mercado, industrias que en Chile han logrado un desarrollo de producto acorde a los requerimientos en mercados internacionales. Sin embargo, es fundamental que se trabaje en la comunicación del mensaje “orgánico”. Dado el fuerte crecimiento de esta industria, cada día es más importante y parte de las exigencias, comunicar de manera eficiente las propiedades naturales de los productos de esta categoría, destacando además características como el origen. El consumidor local valora estos elementos y está dispuesto a pagar por ello. El desarrollo de campañas comunicacionales asociativas presenta especial importancia, ya que el consumidor valora percibir aquellos factores diferenciadores que tienen que ver con el origen del producto. Los productores deben desarrollar estrategias que tengan como foco central el conocer las propiedades diferenciadoras que tiene Chile que permiten describir a un “oferta orgánica única” en el mundo. Cabe señalar que la contra estación es otro elemento clave diferenciador respecto a los competidores.

Para más información sobre la categoría de productos orgánicos en Estados Unidos o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Prochile Miami al email us.miami@prochile.gob.cl