



## El Mercado de Productos Gourmet\* en Estados Unidos 2016 / Oficina Comercial en Nueva York



### Productos Gourmet en EE.UU. Un mercado creciente.

- Las importaciones de productos gourmet por parte de EE.UU. superaron los US\$2.100 millones. EE.UU. se ha convertido en un gran consumidor de este tipo de alimentos caracterizados por su mayor valor agregado y por su diferenciación en cuanto a calidad y beneficios que presentan. Del total importado, Chile representa hoy un 2,6%.

- PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES.** Chile se encuentra en la octava posición como proveedor de alimentos gourmet a EE.UU. con US\$55 millones en 2015.\* Dentro de los siguientes productos: aceite de oliva, confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas, preparaciones para salsa, condimentos y sazonzadores. Cabe destacar que las exportaciones presentan un incremento de 55% respecto al año 2014. El principal proveedor es Italia con US\$551 millones y una participación de mercado de 26% en 2015.

- EXPORTACIONES CHILENAS:** Las exportaciones chilenas de productos gourmet se benefician de arancel de 0% y alcanzaron los US\$55 millones en 2015, en que se destaca el crecimiento en un 58% del aceite de oliva. Chile es el 6<sup>to</sup> proveedor de aceite de oliva en EE.UU. y el 4<sup>to</sup> en confituras, jaleas y mermeladas. Si bien, las exportaciones de condimentos experimentaron un crecimiento de 80% las cifras exportadas apenas alcanzan los US\$132 mil. La participación de mercado de Chile en el mercado gourmet de EE.UU. representa un 2,6%.

- ANÁLISIS Y COMENTARIOS :** Las exportaciones de productos gourmet chilenas a EE.UU. se han incrementado. Sin embargo, la participación de mercado aún es pequeña. Existe una alta competencia de Italia y España en aceite de oliva, Francia y Canadá en confituras, jaleas y de Canadá, México e Italia, en preparaciones y condimentos. Como se observa, Chile tiene un enorme desafío y grandes oportunidades en este sector, que se deberán aprovechar con una estrategia concreta de inserción en el mercado.

### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAÍS SOCIO	TOTAL US\$ 2015	CRECIMIENTO (%) 2015/2014
ITALIA	550.971.380	4%
CANADÁ	258.704.047	-4%
MEXICO	203.456.159	5%
ESPAÑA	200.084.791	-25%
TÚNEZ	147.817.467	323%
TAILANDIA	77.651.416	-6%
CHINA	75.883.299	13%
<b>CHILE</b>	<b>55.319.110</b>	<b>55%</b>

Fuente: Global Trade Atlas

### La distribución y el consumo de los productos gourmet en Estados Unidos

Las ventas de productos gourmet en EE.UU. tuvo un record de venta en 2014, superando los US\$100 millones (22% superior a lo observado en 2012), según indica Specialty Food Report 2015. Donde las principales categorías son quesos y café, carnes y productos del mar.

Al igual que en la mayoría de los productos, existen dos canales de comercialización: el tradicional y el Foodservice. Dentro del canal tradicional, se encuentran los supermercados y tiendas gourmet. La introducción de un producto nuevo en el mercado requiere de inversión en marketing y promoción, generando diferenciación en cuanto a precio, calidad, diseño, etc. Es fundamental contar con un importador o distribuidor en el mercado. Por otro lado, las tiendas gourmet buscan productos únicos o especiales. Por lo tanto, los importadores son más pequeños o simplemente estas tiendas importan directamente. En consecuencia, el exportador debe dar a conocer su producto ya sea en ferias u otro canal de promoción.

En relación al Foodservice, se encuentra principalmente el catering aéreo, cruceros y grupos hoteleros, los que compran a través de importadores y distribuidores. La mayoría de las compañías centran su abastecimiento con un importador o distribuidor en particular.

Las compras por internet también se han transformado en una excelente opción siendo utilizadas principalmente por familias jóvenes, caracterizadas por trabajar fuera del hogar y donde esta forma de compra facilita y optimiza el tiempo de sus miembros.

\* En el presente estudio se consideran los siguientes productos : aceite de oliva, confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas, preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores.



## PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN SUPERMERCADOS

VENTAS POR CANAL DE RETAIL	2014 US\$ Millones	Variación % 2012 - 2014
PRINCIPALES TIENDAS	41.989	18,6%
TIENDAS GOURMET	5.546	18,5%
TIENDAS DE ALIMENTOS NATURALES	3.697	27,7%
PUBLIX SUPER MARKETS	51.232	19,2%

Durante los últimos años, la industria gourmet en EE.UU. ha tomado gran relevancia. Es así como su participación de mercado en la industria global de alimentos en los EE.UU. alcanzó a un 15% en 2014.

Si se analiza el crecimiento de las ventas de la industria gourmet en el año 2014, se constata un incremento del 19%, versus un crecimiento de un 2% generado por la industria de alimentos. Finalmente, las ventas de retail, tiendas gourmet y tiendas naturales sobrepasaron los US\$85 mil millones en 2014. Dentro de los principales supermercados gourmet, se encuentran, entre otros : WHOLE FOODS, FOOD EMPORIUM, GARDEN OF EDEN, DEAN & DELUCAS.

Las cifras antes indicadas muestran la tendencia del consumidor a adquirir productos con mayor valor agregado. Es un consumidor orientado a adquirir productos saludables, con beneficios para la salud y con características diferenciadoras.

*Fuente: Specialty Food Association, The State of the Specialty Food Industry 2015.*

## Principales actividades y ferias especializadas para productos gourmet

### FERIAS EN EE.UU.:

- Summer Fancy Food Show/26-28 Junio 2016/ New York/ [www.fancyfoodshows.com](http://www.fancyfoodshows.com)
- Winter Fancy Food Show/22 – 24 Enero, 2017/San Francisco/ [www.fancyfoodshows.com](http://www.fancyfoodshows.com)
- National Restaurant Association Restaurant Show/21-24 Mayo, 2016/Chicago/ <https://show.restaurant.org/Home>

### ACTIVIDADES PROCHILE 2016 – ALIMENTOS:

- Sabores de Chile en el marco de Chile Week/24 – 25 Octubre/Miami
- Sabores de Chile en el marco de Chile Week/ 26 -28 Octubre/ Nueva York

## Normativas aplicables y requisitos importación.

El principal organismo que está cargo de las normativas de importación es el U.S. Food and Drug Administration = FDA. Asimismo, la U.S. Environmental Protection Agency - EPA, es la agencia encargada de regular los residuos de pesticidas en los productos agrícolas importados. Para mayor información, visitar los siguientes links:

<http://www.fda.gov>

<https://www3.epa.gov>

## Conclusiones y recomendaciones

Existen grandes oportunidades en el mercado norteamericano para los *productos gourmet importados*. Sin embargo, dada la alta competencia, diversidad y altos estándares exigidos por el consumidor local, es fundamental invertir en marketing, posicionamiento y promoción del producto entre los consumidores locales. Se debe estar dispuesto a invertir tiempo y recursos, visitar el mercado a clientes actuales y potenciales, realizar degustaciones, testeos del producto, campañas de MKT enfocada en las características atractivas del producto.

Se debe realizar una investigación de mercado para seleccionar el nicho apropiado al que se quiera llegar (considerando las características del producto).

Finalmente, se debe contar con una estrategia de mercado e introducción del producto global, con una mirada a largo plazo, que permita una inserción concreta y real.

Para mayor información sobre la categoría de Productos Gourmet en EE.UU., o para participar en algunas de estas actividades, favor contactar al email [aschlanbusch@prochile.gob.cl](mailto:aschlanbusch@prochile.gob.cl)