

WINTER FANCY FOOD 2010

Apreciaciones en cuanto al mercado de “ Specialty Foods” en la Costa Oeste de EEUU.

I. ASPECTOS GENERALES:

La Costa Oeste de los Estados Unidos tiene como estados representativos a Washington, Oregon, California, Nevada, Arizona, Nuevo México , Oklahoma y Texas . Esta región concentra una población de 85 millones, lo que representa casi un tercio del total de habitantes.

Es importante destacar que de según el US Census Bureau, la población hispana en los estados considerados suma 26 millones de habitantes – 58% del total nacional – convirtiendo a la zona en un interesante nicho de mercado por explotar. Así, en California se registran 13 millones de hispanos, en tanto que en Texas hay 9 millones y en Arizona 2 millones.

Por otro lado, la región se caracteriza por registrar un alto poder adquisitivo. Esta es una zona que concentra el desarrollo de la industria informática y de tecnología. Compañías y transnacionales de la talla de Google, Adobe, Microsoft Office, entre otras, han establecido California como su principal centro de operaciones.

PUNTOS DE ACCESO:

- Puertos de Acceso: Los Ángeles, San Diego y San Francisco en California; Nogales en Arizona, Seattle en Washington, Galveston y Houston en Texas; entre otros.
- Aeropuertos: Los Angeles International Airport (LAX) y San Francisco International Airport (SFO) y Oakland International Airport (OAK) en California, Dallas – Forth Worth International Airport y George Bush International Continental Airport (TX) entre otros.

II. TENDENCIAS.

Se conoce por “Specialty Foods” a aquellos productos alimenticios que tienen un valor agregado relacionado a uno o más de los siguientes aspectos: origen, procesamiento particular, empaque, oferta limitada, exclusividad, canales de distribución.

Los Specialty Foods con demanda creciente la última década son principalmente los: Orgánicos, de Comercio Justo, Gourmet y los llamados nostálgicos.

- **Productos Gourmet:** un estudio de la consultora Package Facts destaca el interés y las mayores ventas de estos alimentos en algunas partes de Estados Unidos, especialmente en la costa oeste. Esto a pesar de la crisis económica y la reducción del presupuesto que la mayoría de los ciudadanos invierten en comida. Como ejemplo, señalan que en la llamada “Bay Area” de San Francisco, la llegada de la crisis no ha hecho disminuir el consumo de comida delicatessen, sino ha mantenido su crecimiento a unas tasas que doblan las de la comida en general. De acuerdo al estudio, si bien el 51% de los consumidores cenan más en casa, un 76% asegura que no está dispuesto a renunciar a la calidad de los alimentos que consume. El estudio revela que en esta zona, los ciudadanos se inclinan en un 13% más de las ocasiones por la buena comida en comparación al resto del país.

Esto sumado al auge de la comida fusión, ha puesto en un lugar privilegiado los restaurantes exclusivos de comida peruana, y como efecto se ha originado un incremento en el consumo de los ingredientes característicos tales como variedad de ajíes, frutas exóticas, maíz morado y granos andinos.

La Embajada Peruana ha registrado 70 restaurantes peruanos en el estado de California, de los cuales sobresalen LA MAR, LA COSTANERA, EL LIMON. Estos últimos están ubicados en zonas comerciales importantes en la Bahía de San Francisco y son visitados por comensales del sector A y B.

- **Productos orgánicos:** un estudio realizado por la empresa de investigación Mintel, el 40% de los consumidores norteamericanos no ha cambiado sus hábitos de compra de productos orgánicos y sólo un 3% señaló que ha dejado de adquirir estos productos. Si bien las ventas en los supermercados han disminuido ligeramente en 2009 (-0.3%), se espera que el sector de alimentos y bebidas orgánicas se recupere durante el periodo 2010-2012, aunque no a las tasas registradas previas a la recesión.

En este marco, se observa que cada vez son más los cafés que ofrecen comida saludable e incluso hay restaurantes de comida rápida, que incluye delivery, a base de productos saludables. Según un estudio del grupo NPD uno de cada cuatro norteamericanos consume productos orgánicos, siendo San Diego, Seattle y San Francisco las ciudades norteamericanas que registran las mayores tasas de consumo.

- **Nichos identificados en la Winter Fancy Food:**

La participación en la Winter Fancy Food ha sido oportuna para conocer nichos de mercado que se vienen desarrollando dentro de los Specialty Foods, los cuales han llamado la atención de principales retailers y distribuidores. Entre estos tenemos a los llamados **Good – for – you – foods**, en relación a la preferencia por comer alimentos frescos y procesados orgánicos y naturales. Así también el **Coconut** y los **Exotic citrus**, tienen cada vez mayores adeptos tanto en snacks como en bebidas frías. Por otro lado, los productos **gluten – free**, (libres de ingredientes derivados del gluten) han incrementado su demanda luego de la publicación de estudios médicos que afirman las consecuencias negativas del consumo de gluten para la salud. Finalmente, los productos **nostálgicos**, fueron ofertados por los pabellones país buscando abastecer los supermercados y tiendas especializadas que han contemplado anaqueles para su venta.

III. Costa Oeste: Canales de Comercialización

El mercado de retail es dominado por importantes cadenas como:

- ✓ Supervalu

Es una importante cadena de retail en Estados Unidos, la cual tiene tiendas de alimentos a nivel nacional bajo distintos formatos y nombres. Entre estas destacan “Save a Lot”, su formato de tiendas de descuento. Son 1177 tiendas localizadas principalmente en las ciudades del medio oeste y Texas. Bajo el formato de supermercados tradicionales destaca “Albertsons”, con 497 tiendas localizadas principalmente en los estados norteamericanos de la región noroeste, así como en Nevada y Baja California. Adicionalmente, en Baja California se tiene a las denominadas “tiendas de vecindario” con seis establecimientos de nombre “Lucky”.

<http://www.supervalu.com>

✓ Raley's

Es una cadena de supermercados de propiedad familiar con 134 tiendas en el norte de California y de Nevada. Estas se distribuyen bajo distintos nombres: *Raley's Superstores* (83 establecimientos) distribuidos en el norte de California y Nevada; *Bel Air Markets* (21) localizados en la zona de Sacramento; Supermercados *Nob Hill Foods* (23) localizados tanto en la Bahía Este y Bahía Sur, así como en la costa central de la región de California; y los *Almacenes Food Source* (5) distribuidos en el norte de California. Estos últimos presentan un formato de venta al por mayor.

<http://www.raleys.com>

✓ Basha's

La compañía tiene más de 153 tiendas atendiendo en todos los condados de Arizona, así como Needles, California y Crownpoint, Nuevo México. Esta cadena trabaja bajo cuatro formatos: *Bashas'*, *Bashas' Diné*, *AJ's Fine Foods* y *Food City*, lo que le permite atender distintos tipos de vecindarios. Así, Food City ofrece productos étnicos e hispanos en Phoenix, Nogales, Tucson, El Mirage, entre otras ciudades en Arizona.

<http://www.bashas.com>

Otras cadenas importantes del área son King Ranch Market, Scolari's Food & Drug, G & J Brooks, W & N Enterprises, Safeway, Costco y Sam's Club. De otro lado, se pueden encontrar tiendas de alimentos especializados y naturales como:

✓ Whole Foods Market. El mas grande retailer de alimentos "naturales" y productos orgánicos, incluidos mariscos, abarrotes, carne y aves de corral, panadería, alimentos preparados y bebidas, vino, queso, como también de cuidado para el cuerpo, flores, productos para mascotas y productos para el hogar . La compañía vende tanto orgánicos como productos convencionales, y las marcas nacionales. Sin embargo prioriza la comercialización del primer rubro. Actualmente opera 279 establecimientos en EEUU, Canadá y Reino Unido. Cabe resaltar que es constantemente clasificada entre las empresas socialmente más responsables y ocupa el tercer puesto en la lista de los EE.UU. Agencia de Protección Ambiental de los Top 25 Green Power Partners.

✓ Bristol Foods: Pertenece al grupo Supervalu. Ofrece productos gourmet y alimentos especiales, siendo catalogado como el mejor "small market" debido a la alta calidad de los productos y ambientación de las tiendas. Las 16 tiendas están ubicadas en Baja California.

<http://www.bristolfoods.com/home.html>

✓ AJ's Fine Foods: Pertenece a la cadena Basha's y ofrece productos gourmet y especialidades, por lo que presta mucha atención al consumidor y los detalles. Cuenta con 13 establecimientos localizados en el estado de Arizona, principalmente en el área de Phoenix y Tucson.

<http://www.ajsfinefoods.com/>

✓ Trader Joe's: Es una cadena de tienda de alimentos localizados en California, Arizona, Nevada, Nuevo México, Oregon, Washington, entre otros estados norteamericanos. Ofrece productos tradicionales como productos exóticos, de alta calidad. En sus locales se puede encontrar productos con certificación Kosher y orgánicos.

<http://www.traderjoes.com/index.html>

✓ Andronico's: pequeña cadena de tienda de alimentos. Cuenta con ocho tiendas en el estado de California, localizadas en San Francisco, Berkeley, Palo Alto, San Anselmo y Los Altos. Promociona la alimentación mediterránea la cual se basa en el consumo de vegetales, frutas y pescado. En sus locales

se puede encontrar productos con certificación Kosher, comercio justo, orgánicos, libre de azúcar o gluten; así como productos bajos en sodio.

<http://www.andronicos.com/index.php>

- ✓ Draegars: tienda especializada en ofrecer productos delicatessen y especialidades para lo cual se proveen de ingredientes de alta calidad y procedentes de distintas partes del mundo. Está ubicado en la bahía de San Francisco.

<http://www.draegers.com/>

Otras cadenas importantes son Mollystones y Williams & Sonoma. En tanto que entre los grandes distribuidores e importadores de productos pesqueros se encuentran:

- ✓ American Fish & Seafood
- ✓ Santa Monica Seafood
- ✓ Di Carlo Seafood Co.
- ✓ King's Seafood
- ✓ East Coast Seafood
- ✓ Shamrock Foods Co.
- ✓ International Marine Products Inc
- ✓ Seattle Fish Company of New Mexico

IV. VISITAS A SUPERMERCADOS: 20 de enero

Se visitó los supermercados de Whole Food www.wholefoods.com y Trader Joes www.traderjoes.com. El primero es considerado el principal retailer de productos naturales y orgánicos en USA. Los compradores básicamente pertenecen a los sectores A y B, en este caso de la bahía de San Francisco. Luego de recorrer los anaqueles se identificó una variedad de productos producidos en Perú, tales como espárragos y café. Resalta la línea de productos TerrAmazon de Brandstorm está siendo comercializada como producto exclusivo del supermercado. www.terramazon.com/. Dicha línea cuenta con productos en base a cacao, yacón, sachá inchi, entre otros.

Cabe resaltar que un representante de Whole Foods visitó el pabellón Perú y se mostró muy interesado en el pisco peruano, actualmente esta intercambiando información con la empresa Valle Inca.

En el caso de Trader Joes, es una cadena de supermercados de productos convencionales y naturales y/o orgánicos. Los precios son relativamente menores a WholeFoods, en relación a esto se pudo verificar que está dirigido a compradores del sector B y C. El único producto distinguido por su procedencia peruana en el empaque fue el espárrago. Por otro lado se observó la exhibición de paltas hass tanto orgánicas como convencionales, cafés de origen, espárragos, alcachofas, palmitos y quinua orgánica. Cabe señalar, que de los 10 cafés de origen ninguno provenía de Perú, estos distinguían procedencia de México, Ecuador, Bolivia, Costa Rica, República Dominicana, entre otros.



Fig.1. Vista fontral de Trader Joe`s



Fig.2. Espárragos de Perú convencionales en anaqueles de Trader Joes



Fig. 3 y 4. Paltas orgánica y convencional. El costo de la palta orgánica es un 6US\$ / 4 unidad.



Fig 5. Alcachofas y palmitos en anaqueles de Trader Joes.



Fig. 6. Oferta de Cafes especiales: Orgánicos, de Comercio Justo y de Origen



Fig 7. Banana chips orgánicos y deshidratados de mango y piña

IV. SOBRE OFERTA EXHIBIDA

Los productos exhibidos durante la Winter Fancy Food 2010, fueron:

Alimentos procesados

- Salsas
- Tapenades
- Alcachofas y espárragos en Salmuera
- Quinoa – Granos y Flakes
- Canihua – Granos y Flakes
- Palmitos
- Maíz en diversas presentaciones
- Trucha en diferentes cortes y presentaciones
- Café Verde
- Aceite de Oliva
- Chicha morada
- Pisco: Acholado y Quebranta

Entre los productos con mayor demanda se encuentran los espárragos y alcachofas, registraron ventas por más de un millón de dólares proyectadas a 12 meses. Le siguen los ajíes en sus diferentes presentaciones y el pisco, en el caso de este último se proyectaron ventas por US\$ 300 000 en un año, lo cual es un indicador positivo por ser un producto de pequeños volúmenes y precios altos. Sin embargo; se ha observado que la cadena de distribución aún no está consolidada por lo que queda apoyar en la identificación de importadores que cuenten con los permisos exigidos por la Food and Drugs Association (FDA) para la importación y comercialización de alcohol (establecida según grados de concentración de alcohol). Así también, la trucha ahumada en diferentes cortes y presentaciones resultó de interés para distribuidores y retailers de la línea de seafood. Este producto tiene como principal competidor al salmón, disponible en supermercados de productos convencionales y orgánicos. La mayoría de oferta observada en la feria en lo que respecta a esta línea ofrecía básicamente al salmón en diferentes presentaciones.

Lesly Vera Gonzales
Dpto. de Agro y AgroIndustrias
PROMPERU