

PRO ECUADOR Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York

El consumo de Piña fresca en Estados Unidos

Elaborado por: Equipo OCE Nueva York

Fecha: diciembre 2017

La piña es una de las frutas con mayor demanda de consumo en los Estados Unidos por sus altos beneficios nutricionales y su contenido de vitamina C y antioxidantes, el consumo de éste producto es promovido a través de los programas de salud del gobierno estadounidense para la población, especialmente enfocados en los niños.



La demanda de piña fresca en este mercado, no solo se debe al consumo de la población anglosajona, sino también de la población hispana y asiática, quienes la consumen regularmente.

De acuerdo a un estudio publicado por la firma consultora Euromonitor, el consumo de esta fruta en Estados Unidos muestra un crecimiento en los últimos años, se estima que el consumo per cápita de ésta fruta entre los estadounidenses aumentó en un 63% de 2002 a 2016. El consumo de la piña per cápita es de 3.17 kg al año; mientras que el crecimiento del volumen estable se ha mantenido, en un total del 3% CAGR durante este periodo.



Según los expertos, gran parte de este crecimiento en el consumo de la piña se debe a que los minoristas venden piña fresca troceada en envases muy prácticos dentro de la sección de productos perecibles; lo cual se alinea con la tendencia del consumidor estadounidense quien busca alimentos, altamente nutritivos, fáciles de consumir, es decir que no implique tiempo de preparación.

Cabe notar que tradicionalmente la piña es una fruta considerada por los consumidores como difícil de manejar y laboriosa al momento de pelar.

Los precios al consumidor oscilan entre USD 2.99 y USD 4.99 dependiendo del establecimiento, si es orgánica o no; la calidad y tamaño del producto. La piña troceada

se la puede encontrar entre USD 1.99 y USD 3.99 dependiendo del peso y cantidad, usualmente vienen en empaques plástico sin marca.

IMPORTACIONES DE PIÑA FRESCA

Según las cifras de USITC a octubre de 2017, el principal proveedor de piña fresca para los Estados Unidos fue Costa Rica, puesto que abarca el 83% del total importado; seguido por México con el 8%, Honduras con el 4% y Guatemala con el 2%; Ecuador ocupa el octavo lugar como proveedor con apenas el 0.11% de participación.

A continuación, se observa la evolución de exportaciones de los principales países competidores en los últimos 3 años:

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE PIÑA FRESCA 0804.30							
MILES USD FOB							
PAÍSES	2014	2015	2016	2016 ENE-OCT	2017 ENE-OCT	% PART. 2017 ENE-OCT	% VAR 2016-2017 ENE-OCT
COSTA RICA	534,898	492,995	522,732	432,961	442,973	82.86%	2.31%
MÉXICO	21,255	39,058	47,673	43,026	41,265	7.72%	-4.09%
HONDURAS	20,878	24,347	24,863	21,451	23,771	4.45%	10.82%
TAILANDIA	11,109	8,608	9,712	8,087	7,717	1.44%	-4.58%
GUATEMAMA	6,832	6,697	8,178	7,738	9,397	1.76%	21.44%
PANAMÁ	2,777	3,057	3,070	2,528	2,850	0.53%	12.74%
COLOMBIA	837	2,447	2,207	1,832	1,994	0.37%	8.84%
ECUADOR	2,393	3,035	1,808	1,778	588	0.11%	-66.93%
REP. DOMINICANA	920	1,539	1,485	1,354	914	0.17%	-32.50%
DEMÁS PAÍSES	2,255	3,599	2,169	1,936	3,141	0.59%	62.24%
TOTAL	604,154	585,382	623,897	522,691	534,610	100.00%	2.28%

Fuente: USITC

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en New York

Tal como podemos observar en las cifras que anteceden, Estados Unidos registró importaciones desde Ecuador por USD 1.8 millones de piña fresca durante el período de enero – octubre de 2016, mientras que en el mismo período del 2017 se observa un decrecimiento del 66%. Esto se debe básicamente al incremento en la producción de Costa Rica de hasta 200,000 toneladas/año, esto ha vuelto al Ecuador menos competitivo en precios; adicionalmente que la oferta se ha diversificado a otros mercados, como el chileno, por ejemplo, sobre todo por los costos logísticos más económicos.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución en este mercado incluye al exportador, seguido por la cadena al distribuidor mayorista que son aquellos que se encargan de entregar a los supermercados y los distribuidores minoristas, quienes son el último eslabón de la

cadena y venden al consumidor final. En ocasiones también se cuenta con un agente o bróker de importación previo a la entrega del producto al distribuidor.



La piña se comercializa en el sector minorista y foodservice principalmente como producto fresco y procesado (congelado para la venta al por menor y se comercializa picado) y también se pueden encontrar en los supermercados en envases plásticos para lunch de los niños.

PERMISOS Y REQUISITOS

La piña es uno de los productos frescos que se encuentra en la lista de productos admisibles a Estados Unidos, proporcionado por el “Vegetable and Quarentine Protection Manual” (APHIS-PPQ). Para importar el producto se debe obtener el permiso respectivo ante la USDA-APHIS del Departamento de Agricultura de E.E.U.U.

De acuerdo a información del APHIS, la piña ecuatoriana puede ingresar por todos los puertos de Estados Unidos con excepción de Hawaii debido a la protección de la producción nacional en ese Estado. Mayor información en el siguiente link: https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=9079

La piña fresca ecuatoriana se encuentra exenta de arancel debido a las preferencias arancelarias que otorga Estados Unidos por la aplicación del SGP. Es importante mencionar que la variedad de piña que se exporta de Ecuador a Estados Unidos es la MD2.

Los principales certificados que se requieren para exportar piña al mercado estadounidense son HACCP, buenas prácticas agrícolas, así como también certificados orgánicos que son muy valorados en el mercado.

FUENTES Y LINKS DE INTERÉS:

- Euromonitor: Fuits in the US, Apr2017 <http://www.euromonitor.com>
- United States Department of Agriculture
- USITC | United States International Trade Commission

MAYOR INFORMACIÓN:
newyork@proecuador.gob.ec