

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN ESTADOS UNIDOS

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES-INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

2021



ESTADOS UNIDOS

GOBIERNO



Fuente: The World Factbook-CIA

TIPO DE GOBIERNO:

Republica Federal Constitucional

DIVISIÓN ADMINISTRATIVA:

50 estados y 1 distrito federal

CAPITAL:

Washington D.C.

JEFE DE GOBIERNO:

Joseph R. Biden Jr.

PIB PER CÁPITA:

\$ 62,530 (2019 est.)

PARTIDOS POLÍTICOS:

Demócrata y Republicano



GEOGRAFÍA

POBLACIÓN:

334.99 millones de habitantes (Julio 1, 2021)

10 ciudades más pobladas en Estados Unidos



Fuente: U.S. Census Bureau for the United States

CLIMA:



Clima variado, predomina las temperaturas templadas, tropicales en Hawái y Florida, ártico en Alaska.



ESTADOS UNIDOS

ETNIAS

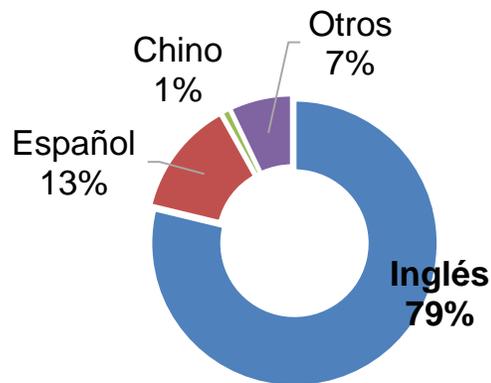


Fuente: U.S. Census Bureau

*El % de categorías raciales no combinarlo con el valor de hispanos o latinos.

*Los hispanos pueden ser de cualquier raza.

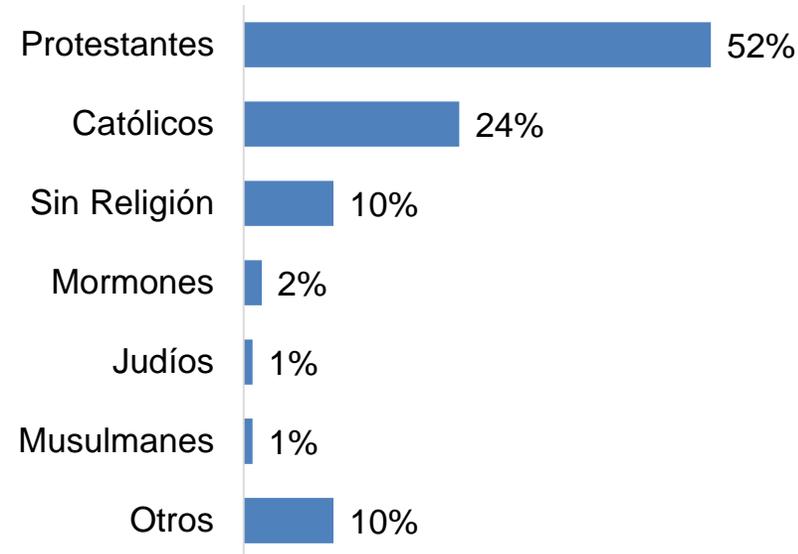
IDIOMA



Fuente: The World Factbook-CIA

- No hay lengua oficial.
- Inglés, es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la más hablada.

RELIGIÓN



Fuente: The World Factbook-CIA

EDAD PROMEDIO

Hombres



37 años

Mujeres



39 años

Fuente: U.S. Census

Perfil del país:



En 2019, se mantuvo en el **3° puesto**, detrás de Francia y España, y por delante de China e Italia.



Se encuentra en el **6° puesto** de 190 países.



Ocupa el **puesto 10** entre 160 países..



Acuerdos de Libre Comercio en vigor con **20 países**. Entre ellos, están Chile, Perú, Colombia, Panamá.





El consumidor estadounidense:

Los consumidores esperan que las marcas se posicionen, de una forma más amplia, dentro del ámbito de salud física/mental, relajación y bienestar financiero.

01



02

Durante mayo 2021, los hogares estadounidenses gastaron, aproximadamente, USD 220 en alimentos preparados y consumidos en casa.



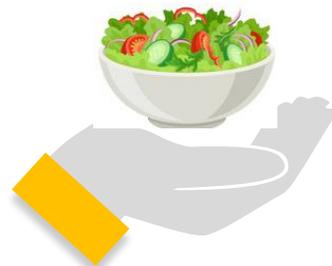
En el mercado estadounidense el 54% dice que están consumiendo productos más frescos que hace un año.

03



04

Post-pandemia, el 46% de los consumidores americanos buscan pasar tiempo con personas, familia o amigos.



Los consumidores prefieren los productos que se basan en lo natural, lo ecológico, que apoyan causas sociales, y que tratan al personal de manera justa.

05



Cultura de Negocios

UN BUEN PLAN DE NEGOCIO

Los analistas americanos son grandes «admiradores» de los planes de negocio, y los tienen muy en cuenta.



NEGOCIACIÓN GANAR - GANAR

Intente siempre que sus negociaciones sean con un estilo “ganar-ganar”.



NEGOCIADORES DIRECTOS, BREVES y CLAROS

Valoran a los negociadores que actúan de forma práctica y rápida.



TIEMPO ES DINERO

Esta frase se toma muy en serio en el ámbito de los negocios. Siempre vaya al punto.



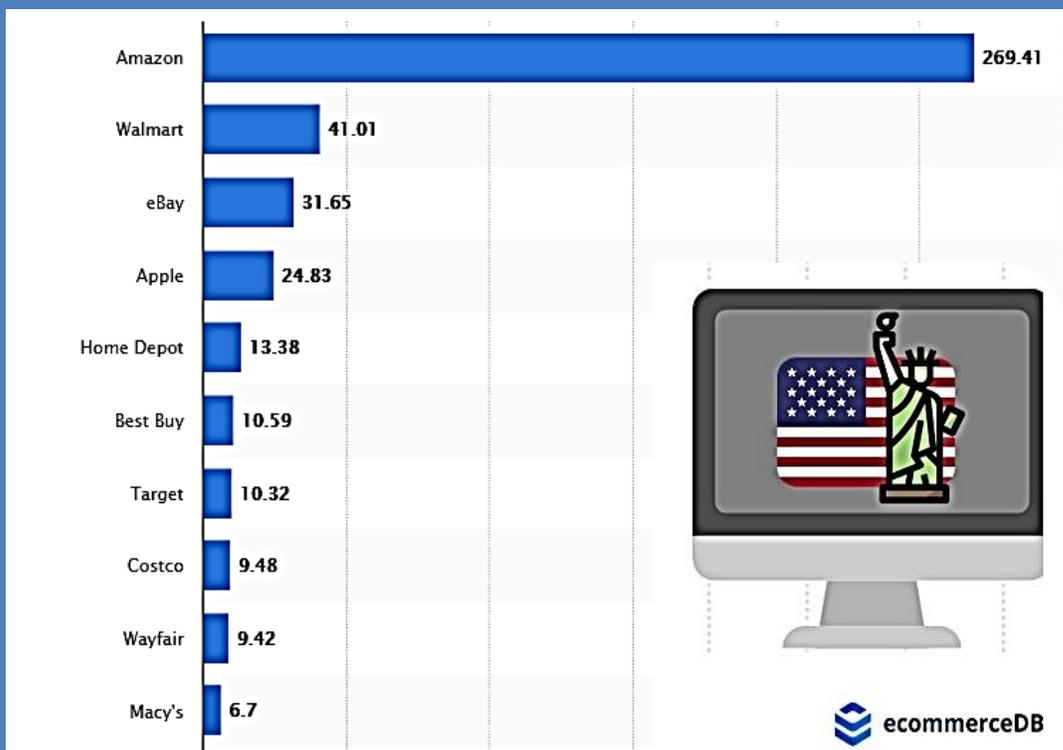
DOMINIO IDIOMA INGLES

El empresario norteamericano supone que el visitante habla inglés. Si no habla este idioma, es necesario contar con un intérprete.



E-COMMERCE

The top 10 U.S. online stores by net sales in 2020
eCommerce net sales generated in the U.S. in million US\$ in 2020



Fuente: Statista 2021



■ 2DO. MERCADO + GRANDE DE E-COMMERCE EN EL MUNDO

Estados Unidos es uno de los mercados B2C más grandes del mundo.

■ CRECIMIENTO RÁPIDO Y CONSTANTE

Promedio del 7% anual entre 2019 y 2024

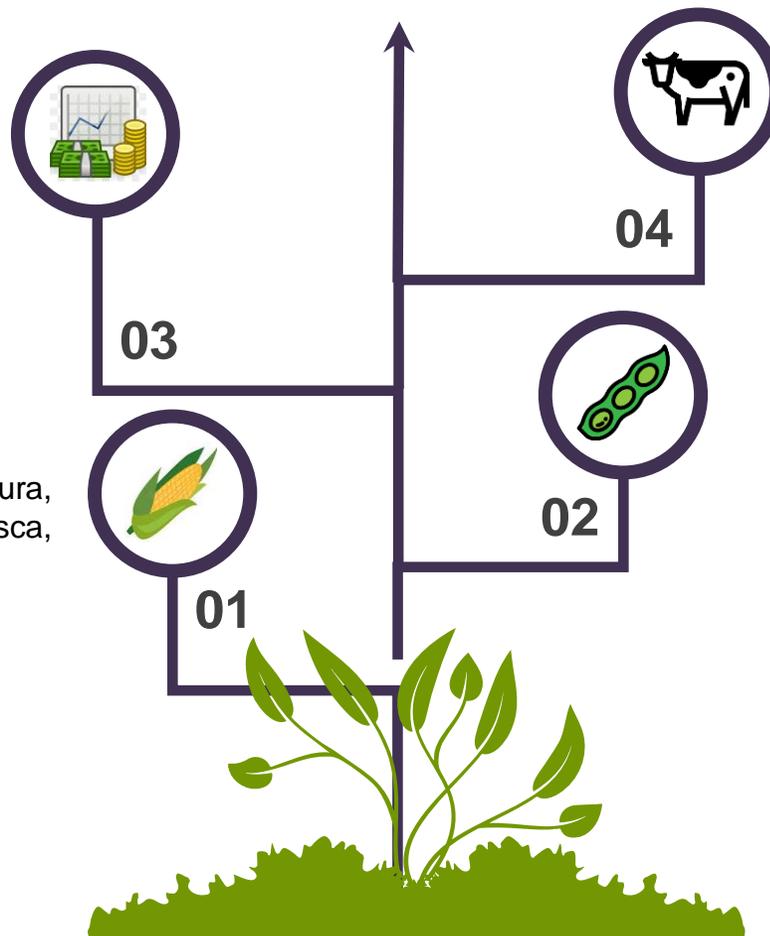
■ COMPETENCIA

China es el único país que supera a EE. UU. en tamaño del mercado.

Producción de Estados Unidos

EXPORTACIONES AGRÍCOLAS: soya, maíz, frutos secos, carne de res y algodón.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: agricultura, ganadería, industria, silvicultura, pesca, minería, entre otros.



INDUSTRIAS GANADERAS: vacuno, cerdos, aves de corral, ovejas, y en menor cantidad se crían cabras, caballos, pavos y abejas.

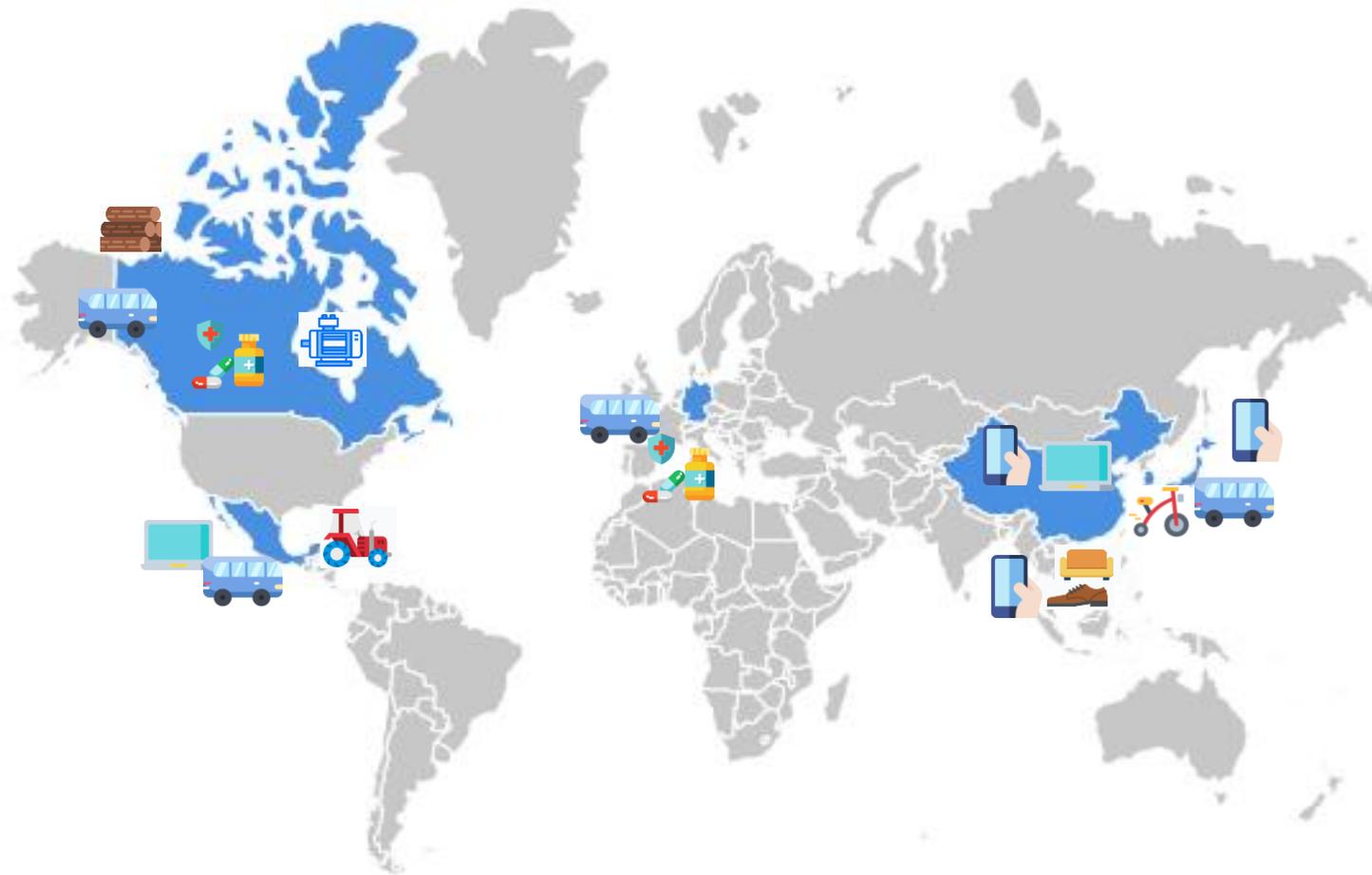
CULTIVOS: maíz, soja, trigo, algodón, tomates, papas, uvas, naranjas, entre otros.

Requisitos para exportar a Estados Unidos

REQUISITOS PARA EXPORTAR ALIMENTOS HACIA ESTADOS UNIDOS			
REQUISITOS / DOCUMENTOS	ALIMENTOS FRESCOS (Frutas, vegetales)	ALIMENTOS PROCESADOS / CONGELADOS	LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS
Documentos tradicionales de embarque / desembarque (Factura comercial, Bill of Lading - Airway bill, Lista de embarque)	X	X	X
Certificado de Origen	X	X	X
Certificado fitosanitario avalado por Agrocalidad / USDA	X		
Certificado sanitario avalado por Subsecretaria de Pesca		X	
Registro FDA	X	X	X
Requerimiento de etiquetado ed FDA		X	X
Licencia de Importación			X

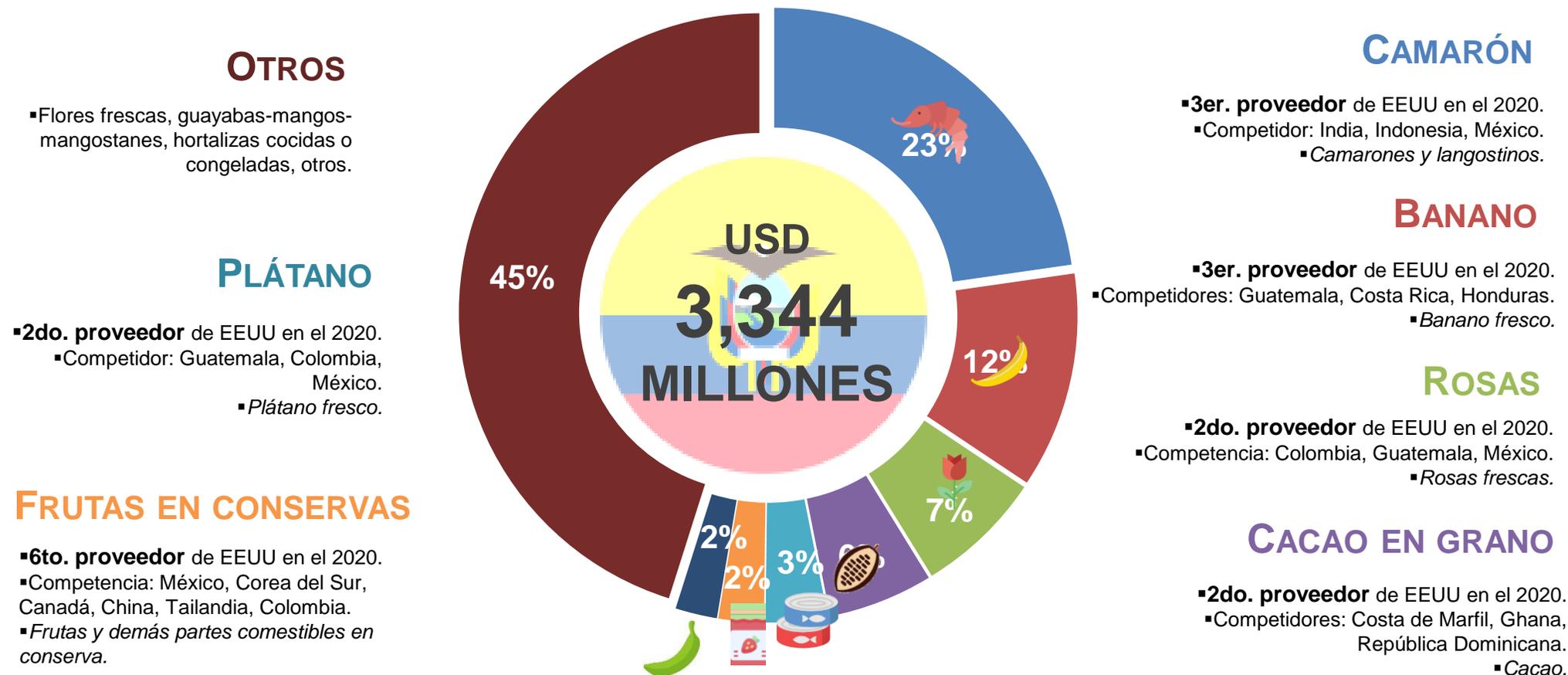
Importaciones de Estados Unidos desde el Mundo 2020

	USD 457,068 millones (20%)
China	
	USD 318,625 millones (14%)
México	
	USD 214,191 millones (9%)
Canadá	
	USD 122,035 millones (5%)
Japón	
	USD 117,212 millones (5%)
Alemania	
	USD 83,172 millones (4%)
Vietnam	
	USD 75,783 millones (3%)
Corea del Sur	



Fuente: Trade Map
Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios

Principales Productos Importados por EEUU desde Ecuador 2020



OTROS

- Flores frescas, guayabas-mangos-mangostanes, hortalizas cocidas o congeladas, otros.

PLÁTANO

- **2do. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competidor: Guatemala, Colombia, México.
- *Plátano fresco.*

FRUTAS EN CONSERVAS

- **6to. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competencia: México, Corea del Sur, Canadá, China, Tailandia, Colombia.
- *Frutas y demás partes comestibles en conserva.*

CAMARÓN

- **3er. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competidor: India, Indonesia, México.
- *Camarones y langostinos.*

BANANO

- **3er. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competidores: Guatemala, Costa Rica, Honduras.
- *Banano fresco.*

ROSAS

- **2do. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competencia: Colombia, Guatemala, México.
- *Rosas frescas.*

CACAO EN GRANO

- **2do. proveedor** de EEUU en el 2020.
- Competidores: Costa de Marfil, Ghana, República Dominicana.
- *Cacao.*



ACUACULTURA Y PESCA

CAMARÓN
PESCA CONGELADA
PESCADO EN CONSERVA

CACAO Y ELABORADOS

CACAO EN GRANO
CHOCOLATE

CAFÉ

CAFÉ VERDE
CAFÉ TOSTADO

AGROALIMENTOS

SUPERFOODS, SNACKS, FRUTAS EN
CONSERVA, CHOCOLATES

FLORES

FLORES FRESCAS Y ROSAS

FRUTAS

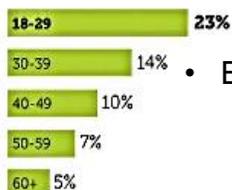
PITAHAYA, BANANO Y PLÁTANO

Banano



BANANO ORGÁNICO Y BABY BANANA

Likelihood of ORGANIC ONLY purchase based on age*



Consumo por edad

- Estadounidenses entre 18 y 29 años son más propensos a comprar bananas orgánicas.



Consumo por etnias

- Asiáticos y negros son más propensos a comprar banano orgánico que otras etnias en EE.UU.



Consumo por Hogar

- Familias con 1 hijo son más propensas a consumir banano periódicamente



Baby Banana



Banano Orgánico

Fuente: Organic Fresh Trends 2021



Características

- Más pequeño y dulce que el popular banano Cavendish.
- Fácil de llevar por su tamaño



Demanda

- Demanda creciente en EE.UU.
- Consumido principalmente por los niños por su sabor y propiedades nutricionales.



Precio en percha

Es un producto económico vs. otras frutas.

Cacao y elaborados



República
del Ecuador



Juntos
lo logramos

CACAO Y ELABORADOS

- Norteamérica es el segundo mercado para la confitería de chocolate a nivel mundial.



- En los próximos años (2020-2025) se pronostica que la categoría de confitería de chocolate va a crecer en valor y en volumen.



- Los consumidores están buscando chocolates para la felicidad y las celebraciones. Las experiencias de los nuevos chocolates continúan emocionando a los consumidores.



- El movimiento de "basado en plantas" ha hecho que existan más lanzamientos de barras de snacks y confitería de chocolate con la afirmación vegano/ingredientes no animal.



- Se incrementa los chocolates que limiten el azúcar y que incluyan proteínas por el crecimiento de consumidores Keto.



- El 58% de los estadounidenses consumen más snacks desde el COVID.
- La procedencia del chocolate da a los consumidores confianza en la calidad.
- Cacao sostenible está acelerándose y la trazabilidad está emergiendo.

Frutas No Tradicionales



República
del Ecuador



Juntos
lo logramos

MANGO Y UVILLA

Consumo por edad

- Estadounidenses entre 18 y 29 años son más propensos a comprar mangos.



Consumo por etnias

- Hispanos y asiáticos son más propensos a comprar mango que otras etnias en EE.UU.



Consumo por Hogar

- Familias con 2 o más hijos son más propensas a consumir mango periódicamente



Mango

Uvilla



Características

- La uvilla o uchuva, se consume fresca y procesada.
- Se considera un “superfood” por ser antioxidante y regenerativa.



Consumo

- Como fruta fresca es utilizada para decoración de platos, ensaladas, producción de jugos, snacks entre otros.



Presentación

Las uvillas frescas se venden en canastillas de plástico y las deshidratadas en fundas .



Fuente: The Packer 2021

PITAHAYA ROJA Y AMARILLA



PITAHAYA ROJA Y AMARILLA



Empresa: Goya Foods

Marca: Goya

Mercado: Estados Unidos

Lugar de fabricación: Vietnam

Canal de Distribución: Supermercado

Certificación: Kosher

Precio en Dólares (EEUU): \$ 4.29

Tipo de Envase: Bolsa Vertical rígido

Tamaño: 453.600 g

Almacenamiento: Congelado



Empresa: Dipsa Food

Marca: Dipsa Food

Mercado: Estados Unidos

Lugar de fabricación: Colombia

Canal de Distribución: Tienda de Herbodietética

Certificación: Kosher

Precio en Dólares (EEUU): \$ 1.99

Tipo de Envase: Flexible

Tamaño: 30.050 g

Almacenamiento: Temperatura Ambiente

Café verde y tostado



República
del Ecuador



Juntos
lo logramos

CAFÉ VERDE Y CAFÉ TOSTADO

- Los norteamericanos toman 2.7 tazas de café de especialidad en promedio por día.



- El 44% de los consumidores usa café tostado negro.



- Los hispanos y asiáticos radicados en Estados Unidos son los consumidores más fuertes de café de especialidad.



- Los bebedores de cafés de especialidad se inclinan hacia el grupo demográfico de menores de 40 años, con una quinta parte viviendo en centros urbanos.



- El café tostado, en la gran mayoría de hogares, se prepara en cafeteras automáticas o cafeteras de cápsulas. Así mismo, hay un nicho de consumidores de café en prensa francesa o prensa italiana mocca.



- El canal de venta más usado para el café verde son las plataformas de e-commerce, no es común encontrarlo en ventas al retail.

Acuacultura y pesca



República
del Ecuador



Juntos
lo logramos

Camarón

Estados Unidos es el principal consumidor de camarón en el mundo.

Especies más consumidas: camarón (4.4lb), salmón (2.41lb) y atún en conserva (2.1 lb).

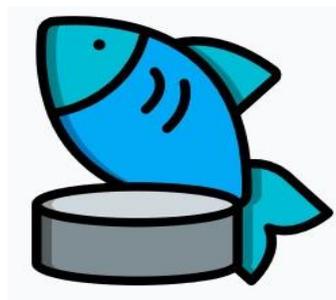
Incrementa demanda en mujeres embarazadas y en periodo lactancia.

Guía alimentaria de EE.UU sugiere consumo de 8 onzas de alimentos del mar por semana.



Pesca congelada y en conserva

- En la pesca congelada, los más consumidos son: salmón, tilapia, Alaska Pollock, pangasius bacalao, bagre.
- El consumo de conservas atún aumentó durante los principios la pandemia, pero esta demanda ya se estabilizó.
- Las conservas de pescado en pre-pandemia era un mercado que venía decreciendo poco a poco, motivado principalmente por los cambios de hábitos alimenticios en las nuevas generaciones, quienes buscan productos frescos.
- En los supermercados cada vez mas se encuentran productos del segmento “ready-to-eat” para poder estar con la demanda de las generaciones mas jóvenes y que sean complemento de ensaladas o comidas saludables.



Agroalimentos



República
del Ecuador



Juntos
lo logramos

MALANGA

- El 68% busca snacks con ingredientes frescos, 61% snacks bajo o sin azúcar; y el 60% con alto contenido de proteína.



- La preferencia de los consumidores por las etiquetas limpias ha convertido a la estevia en un ingrediente de referencia.



- Buscan snacks que brinden saciedad y funcionen bien como sustitutos de comida.



- La tendencia de consumo es los chifles y tostones saborizados, o como parte de los "trek mix".



- Las porciones en miniatura del snack tradicional representan un enfoque divertido e innovador. Por ejemplo: mini patatas fritas de linaza, cubos de semillas y snacks de superalimentos.



- Los snacks que ofrecen una nutrición funcional son tendencia. Los principales son los que incluyen energía, concentración y calma/relajación. Se debe dar un mensaje claro sobre los beneficios en el producto.

PRODUCTOS CONGELADOS

- Las ventas de productos congelados crecieron un 21% en el 2020, durante la pandemia y se espera que esto se mantenga en los próximos años.



- La pasta, el arroz, los fideos y las salsas tienen una mayor presencia en la sección de congelados en los supermercados.



- Existen categorías con mayor presencia, mientras que otras se están retrasando en las presentaciones.



- La percepción del consumidor sobre los alimentos congelados ha cambiado, ya que antes los consideraban de menor calidad y fresca.



- El 76% de los consumidores en Estados Unidos buscan comida y bebida que es fácil de preparar y el 43% eligen alimentos de rápida cocción todo el tiempo o la mayor parte del tiempo.

- El 43% de los consumidores en Estados Unidos han usado un aparato de cocina que reduce los pasos de cocción, en los últimos 3 meses.



- Los consumidores basan su comportamiento de compra de comidas congeladas en 3 atributos: buen valor, sabroso y emocionante.

SUPERFOODS



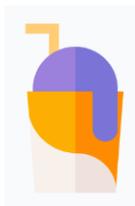
Alimentos 100% naturales que contienen una densidad sumamente alta de nutrientes en tan solo pequeñas cantidades.

Las frutas, hortalizas, tubérculos, raíces, granos son considerados Superfoods porque contienen fuentes superiores de antioxidantes y nutrientes esenciales.



La demanda de superfoods se sitúa principalmente en áreas metropolitanas, en Estados como California, Washington, Nevada, Arizona.

Los principales consumidores de este tipo de productos son los Millennials (17-37 años) y Generación X (38-57 años).



El consumo per cápita de granos andinos es de 0.09 kg (quinoa), 0.01 kg (amaranto) y 0.08 kg (chía)

Presentación de Superfoods en Supermercados de Estados Unidos

La maca, moringa y acaí tiene un alto potencial y se utilizan en preparaciones alimenticias (polvo para batidos, ensaladas, frutas), incluso en cosméticos.

Moringa



Maca



Acaí



SNACKS

- El 68% busca snacks con ingredientes frescos, 61% snacks bajo o sin azúcar; y el 60% con alto contenido de proteína.



- La preferencia de los consumidores por las etiquetas limpias ha convertido a la estevia en un ingrediente de referencia.



- Buscan snacks que brinden saciedad y funcionen bien como sustitutos de comida.



- La tendencia de consumo es los chifles y tostones saborizados, o como parte de los "trek mix".



- Las porciones en miniatura del snack tradicional representan un enfoque divertido e innovador. Por ejemplo: mini patatas fritas de linaza, cubos de semillas y snacks de superalimentos.



- Los snacks que ofrecen una nutrición funcional son tendencia. Los principales son los que incluyen energía, concentración y calma/relajación. Se debe dar un mensaje claro sobre los beneficios en el producto.

Certificaciones Internacionales



República
del Ecuador



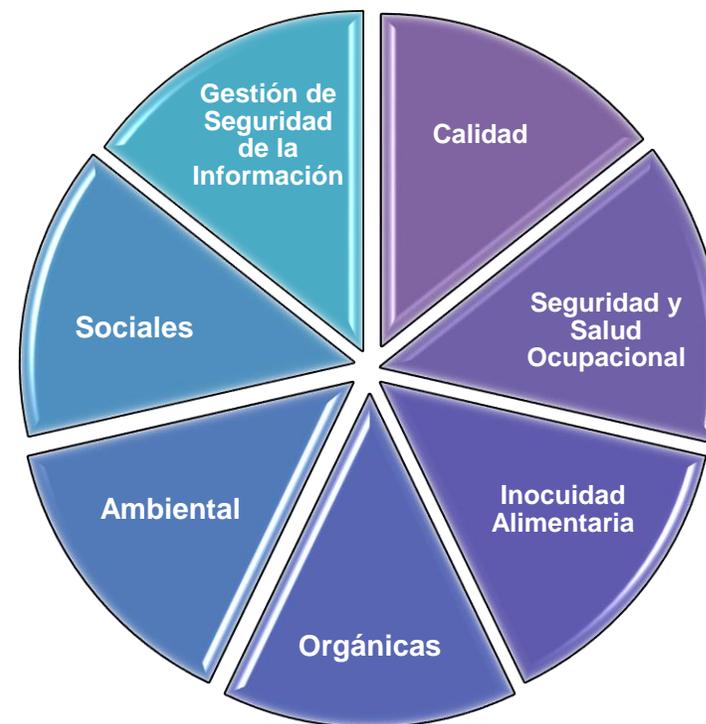
Juntos
lo logramos

Es un sistema establecido para identificar un Bien y/o Servicio con ciertas características específicas.

A nivel Internacional hay agencias gubernamentales, internacionales y empresariales que se dedican a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares de:

calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, etc.

Tipos de Certificaciones



CERTIFICACIONES

Certificaciones más comunes en el mercado de frutas y vegetales frescos, alimentos procesados en Estados Unidos :

Certificaciones Sociales



Certificaciones Orgánicas



Certificaciones Ambientales



Certificaciones de Inocuidad

