

Estimado/a empresario/a,

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia, en el marco de las actuaciones del Plan de Promoción Exterior 2017, organiza una **Misión Comercial Directa a EE.UU. - Texas y California** que se llevará a cabo del 1 al 9 de abril de 2017 y está dirigida al sector **Agroalimentario: Gourmet y Ecológico (productos no perecederos)**.

Esta acción es susceptible de ser cofinanciada por la Unión Europea a través de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del programa de ayudas del Instituto de Fomento de la Región de Murcia dirigidas a la promoción internacional mediante la participación en ferias y misiones comerciales. La convocatoria de la ayuda correspondiente a esta acción comercial se publicará en los próximos días.

Las empresas interesadas en participar en esta actuación y ser beneficiarias de esta ayuda deben, con carácter obligatorio, presentar por medios electrónicos su solicitud de ayuda en el Instituto de Fomento, conforme al modelo que encontrará, a partir del día siguiente en que se publique en el BORM, en la dirección de Internet institutofomentomurcia.es/infodirecto. El plazo de recepción de solicitudes de ayuda es de 12 días a partir del siguiente al de la publicación de la convocatoria en el BORM.

Productos gourmet

Según los últimos estudios, el mercado de productos gourmet en Estados Unidos **ha continuado creciendo**, incluso a pesar de la crisis económica.

Los productos más exitosos son el **grano y pasta, salsas y condimentos, bebidas sin alcohol, comidas preparadas, dulces y postres, quesos y productos frescos**. Estos productos gourmet representan alrededor del 13% de las ventas totales de alimentación.

En cuanto al origen de los mismos, la mayoría de los que importa EEUU provienen de **Europa**, aunque en los últimos años han experimentado cierto crecimiento las importaciones de productos gourmet asiáticos y latinoamericanos.

Respecto a los productos gourmet españoles, los grandes protagonistas son los **quesos, aceites y especias**.

La demanda de estos productos en Estados Unidos se ha visto incrementada debido al **aumento del poder adquisitivo** de sus habitantes y la preocupación por consumir **alimentos más saludables y de calidad**. El consumidor de productos gourmet suele ser menor de 35 años y con un nivel socioeconómico y educativo alto.

Los encargados de poner a la venta estos productos en Estados Unidos son, principalmente, los **supermercados**, que representan un **75% de las ventas gourmet**, y las tiendas gourmet. Estas últimas, suelen tener muchos proveedores, por lo que obtienen el producto a través de distribuidores. Y es que la figura del distribuidor es la más importante en el mercado de los productos gourmet en EEUU.

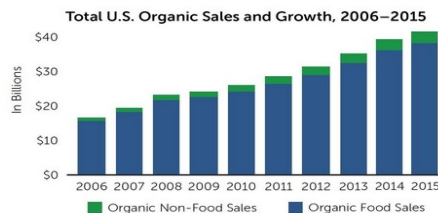
La previsión para el futuro, es que los **productos sostenibles y ecológicos** adquieran mayor presencia en el mercado. Los **alimentos ecológicos y naturales** seguirán siendo productos representativos del mercado gourmet. Aquellos productos que sean sanos, de preparación rápida y con sabores novedosos serán los que tengan más posibilidades de destacar y, por tanto, ganarse un buen lugar en el mercado de los productos gourmet.

Las tendencias en lo que a cocina internacional se refiere, continuarán siendo originarias del **área mediterránea**, pero también la latina y la cocina india serán muy demandadas.

Productos ecológicos

El informe de la Organic Trade Association (OTA) revela un crecimiento récord en EEUU en el último año. Según una encuesta llevada a cabo por ellos aproximadamente **la mitad de las familias de EEUU compra productos ecológicos**. La industria ecológica ha registrado **nuevos récords en 2015**, la venta total de productos ha logrado el nuevo hito de **43.300 mill. \$**, un 11% más que el récord alcanzado al año anterior y muy por encima de la tasa de crecimiento del total del mercado de la alimentación, del 3%.

La industria obtuvo las mayores ganancias anuales de su historia en 2015, con un total de 4.200 mill.\$ en ventas, por encima de los 3.900 mill. \$ de nuevas ventas registrados en 2014. Del total de 43.300 mill.\$ en ventas de ecológicos, 39.700 millones correspondieron a alimentos ecológicos, un 11% más que en el año anterior, y los productos ecológicos de sectores diferentes a la alimentación representaron 3.600 mill. \$, un 13% más que en el año anterior. Casi el 5% de todos los alimentos vendidos en Estados Unidos son ecológicos, mientras que la superficie cultivada dedicada a productos ecológicos es menos del 1% del total de cultivos en Estados Unidos.



Ventas de productos ecológicos de 2006 a 2015 en miles de millones. En azul, las ventas de alimentos ecológicos. En verde, las ventas de productos ecológicos no alimentarios.

Productos agroalimentarios ecológicos más demandados

Las **frutas y hortalizas**, la categoría principal. Este sector conservó su lugar como la mayor de las categorías ecológicas con ventas de 14.400 mill. \$, un 10,6% más. Casi el 13% en Estados Unidos son ya ecológicos y aunque no sean objeto de esta misión, se ve su importancia para los productos derivados, por ejemplo en el caso de **zumos frescos y bebidas**, que experimentaron un crecimiento explosivo del 33,5% en 2015, por lo que se convirtieron en la subcategoría de crecimiento más rápido.

De las ocho principales categorías ecológicas, la de mayor crecimiento fue la de los **condimentos**, que cruzaron la barrera de los 1.000 mill. \$ en ventas por primera vez en 2015, lo que supone un aumento del 18,5%.

El **sector lácteo** es la segunda categoría eco más relevante con 6.000 mill. \$ (más de 5.320 mill. €) y representa el 15 % del total de las ventas de alimentos ecológicos.

Además, destaca, dado el gusto de los norteamericanos por los aperitivos, la venta de **snacks eco** que alcanzó un valor de 2.300 mill. \$ (2.040 mill. €+), el 14 % más respecto a 2104 y más del triple que hace diez años.

Los productos ecológicos están presentes en **más del 75%** de todas las categorías en supermercados. Datos recopilados por Nielsen también mostraron que la categoría ecológica en las tiendas ha aumentado la tasa de crecimiento anual compuesto en un 15% desde 2012.

Ver [Condiciones de participación](#)

En caso de estar interesado en participar en esta actuación, rogamos realicen su pre- inscripción, lo antes posible y siempre antes del 31 de enero para comenzar con la preparación de las agendas en destino.

Para cualquier cuestión no duden en ponerse en contacto con el técnico responsable Maripaz López Alcantud, tlf: 968 366039, email: mariapaz.lopez@info.carm.es

Esperamos que esta acción sea de su interés y pueda contribuir a la internacionalización de su empresa.

Fernando Díaz Ortín
Dpto. Internacionalización
Instituto de Fomento de la Región de Murcia