



Situación global de especias y condimentos: una oportunidad para el ají procesado picante

Iris Carmona

Analista de Alimentos Procesados
email: icarmona@odepa.gob.cl

Cambios en las preferencias de los consumidores relacionadas con la búsqueda de nuevos sabores, el auge de la cocina étnica y algunas características beneficiosas para la salud, hacen que el mercado de las especias y condimentos sea interesante de analizar al momento de buscar nuevas oportunidades de negocio. Según datos recientes de GIA (*Global Industry Analysts, junio 2013*), se prevé que para el año 2015 este mercado alcance USD 7.169 mil millones en ventas.

En este reporte se orienta el análisis al potencial del ají picante como producto con valor agregado para distintos mercados, teniendo en cuenta la importancia que tiene este cultivo para el país y la importancia del ají deshidratado como ingrediente a nivel mundial.

Los datos disponibles en FAOSTAT (*The Statistics Division of the FAO*) para la producción de ajíes y pimentones rojos deshidratados y secos en el mundo, indican que en los últimos años ésta aumentó de 2.630.000 ton en 2003 a 3.351.121 ton en 2011.



Así como hasta hace algunos años los consumidores preferían los ajíes dulces como ingredientes, actualmente la globalización y el aumento del consumo de alimentos étnicos, están influenciando fuertemente el consumo de comidas picantes, en las que el ají picante deshidratado es clave, ya sea solo o mezclado con otras especias o hierbas.



Entre los factores que impulsan el aumento del consumo de ajíes deshidratados picantes, se encuentran:

- El sabor tradicional del ají asociado a hábitos culinarios, color rojo y fuerte pungencia. Por ejemplo el ají jalapeño mexicano.
- El ingreso al mercado de nuevos productos mezclados con otros alimentos tradicionales y emergentes, como, por ejemplo, fideos instantáneos, salsas, aceites, chocolates, etc.
- El aumento de ingresos del consumidor que eleva considerablemente el consumo de alimentos de conveniencia (platos preparados). Este tipo de alimentos conlleva una demanda asociada a especias e ingredientes.
- El aumento de inmigrantes asiáticos contribuye al aumento de la demanda por comidas picantes, las que se han vuelto muy populares en los países donde se instalan. Esto ocurre especialmente en los mercados de la UE y Estados Unidos.

De acuerdo a cifras entregadas por *Trade Map*, estadísticas anuales, los principales países consumidores, productores y proveedores de ajíes procesados en los mercados externos son China e India (tabla 1), mercados que en conjunto representaron el 65% de las exportaciones en 2007. En el año 2012, su participación aumentó a 71,5%.

Para el caso de las importaciones (tabla 2), llama la atención la brusca caída entre 2011 y 2012 de los principales países importadores. Lo anterior podría deberse a la disminución de la producción de algunos proveedores tradicionales, como es el caso de Pakistán, que no puede ingresar con sus productos a la Unión Europea, debido a que se detectó presencia de aflatoxinas en ellos.

Las diferencias de precios entre un mercado y otro podrían explicarse por el proceso de secado utilizado. Los productos secados al sol, además de no cumplir con algunos requerimientos sanitarios, presentan un color desuniforme y porcentajes de humedad que disminuyen la calidad del producto, lo que no ocurre en los deshidratados en túnel.

Tabla 1 - Evolución de exportaciones de ají, pimentón y paprika deshidratado, seco, triturado o en polvo (En USD miles)

| Países exportadores | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Precio 2012 USD/ton |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|----------------|---------------------|
| MUNDO | 954.792 | 931.140 | 978.895 | 1.325.648 | 921.038 | |
| India | 237.978 | 250.397 | 347.902 | 496.069 | 532.704 | 1.490 |
| China | 242.793 | 212.983 | 191.371 | 282.628 | 126.264 | 3.030 |
| España | 136.199 | 102.837 | 96.915 | 131.455 | 115.109 | 3.099 |
| Perú | 84.060 | 105.050 | 90.422 | 116.441 | 30.697 | 2.184 |
| Alemania | 26.225 | 22.232 | 28.149 | 38.882 | 12.667 | 5.565 |
| Estados Unidos | 8.661 | 10.259 | 12.025 | 15.338 | 12.355 | 3.273 |
| República de Corea | 9.345 | 9.473 | 10.934 | 11.541 | 12.151 | 5.449 |
| Hungría | 12.500 | 10.288 | 10.806 | 11.275 | 8.656 | 4.466 |
| Chile | 16.362 | 11.496 | 10.452 | 9.689 | 7.737 | 4.538 |
| Otros | 180.669 | 196.125 | 179.919 | 212.330 | 62.698 | |

Fuente: Trade Map, datos basados en estadísticas anuales de UN COMTRADE



Tabla 2 - Evolución de importaciones de ají, pimentón y paprika deshidratado, seco, triturado o en polvo (En USD miles)

| Países importadores | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Precio 2012 USD/ton |
|------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|------------------------|
| MUNDO | 1.005.081 | 955.409 | 1.065.525 | 1.341.410 | 424.249 | |
| Estados Unidos | 216.511 | 202.123 | 223.521 | 278.490 | 134.085 | 1.946 |
| Japón | 47.709 | 46.154 | 50.107 | 60.222 | 40.134 | 4.736 |
| Alemania | 68.706 | 63.158 | 65.435 | 78.537 | 27.170 | 3.061 |
| Reino Unido | 24.838 | 23.071 | 27.379 | 35.686 | 25.399 | 3.556 |
| Canadá | 18.529 | 19.748 | 20.644 | 23.048 | 20.692 | 3.611 |
| Federación de Rusia | 10.309 | 11.445 | 14.452 | 15.234 | 12.195 | 2.276 |
| Francia | 16.673 | 15.137 | 14.676 | 19.726 | 11.876 | 3.565 |
| Países Bajos (Holanda) | 18.750 | 22.636 | 21.122 | 26.829 | 11.042 | 1.903 |
| España | 68.908 | 67.890 | 63.421 | 95.235 | 10.003 | 1.631 |
| Chile | 713 | 818 | 614 | 2.069 | 725 | 920 |
| Otros | 320.437 | 313.458 | 365.484 | 443.417 | 130.928 | |

Fuente: Trade Map, datos basados en estadísticas anuales de UN COMTRADE

Las estrategias competitivas de algunos mercados relevantes en la comercialización de los productos antes mencionados varían dependiendo del origen:

- Los productores mexicanos se basan en la variedad de ajíes, sus derivados y bajos precios.
- Los españoles basan su estrategia en la producción de altos volúmenes a bajos precios.
- Los Países Bajos privilegian la alta calidad y su oferta en meses invernales. También cuentan con tecnologías avanzadas de proceso, lo que les permite ser un mercado importador y reexportador dentro de la UE.

Chile, ha ido perdiendo competitividad en el cultivo, procesamiento y exportación de pimentón y ají deshidratado en los últimos años. La principal razón de esta situación se debe a la fuerte competencia con el producto de origen chino que llega a EE.UU. con precios muy inferiores a los chilenos, principal mercado para Chile. Para el pimentón rojo la diferencia es de un 40% y para el ají jalapeño de un 30% aproximadamente.

Principales factores que afectan su competitividad:

- Los altos costos de las materias primas debido a los altos valores de la tierra en la zona central del país (costo por hectárea no plantada está en torno a los USD 30.000). Alta competencia por estas tierras para cultivos anuales tales como producción de semillas.
- Los altos costos de la energía, principal insumo usado en la planta de deshidratado.

Sugerencias para revertir la situación anterior:

- Elegir variedades que permitan altos rendimientos por hectárea con buenas prácticas agrícolas, lo que permitiría controlar el precio de las materias primas.
- Trasladar la producción a zonas con mayor disponibilidad de tierras y en donde la competencia por esta con otros cultivos sea menor.
- Contar con una rigurosa inspección para eliminar defectos y materias extrañas.
- Incorporar trazabilidad en toda la cadena productiva.

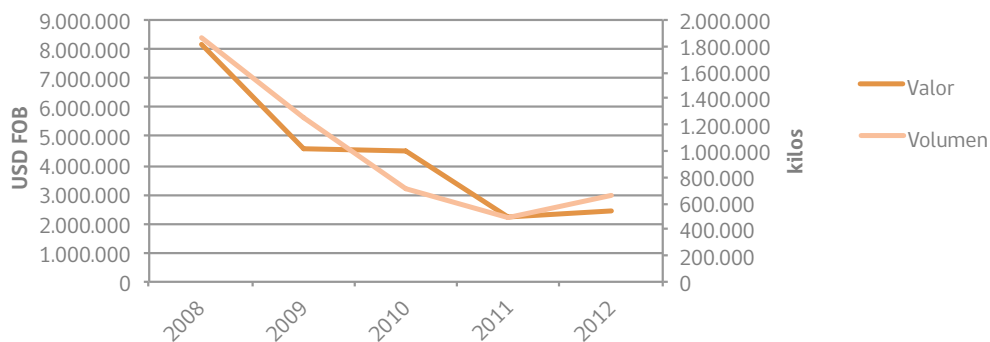


En el gráfico 1 se muestra el comportamiento de las exportaciones chilenas de ají deshidratado en los últimos 5 años.

Los tres principales mercados de destino en el periodo fueron México, EE.UU. y Alemania. Los precios promedio obtenidos en el periodo fluctuaron entre los USD 3,6 y USD 6,3/kg.

La situación actual de las exportaciones chilenas de ají deshidratado no muestra un futuro muy favorable, sin embargo la industria puede adoptar nuevas estrategias de competitividad que le permitirían transformar esta amenaza en una oportunidad para nuevos productos, lo que abriría muchas posibilidades.

Gráfico 1 – Evolución de exportaciones chilenas de ají deshidratado, seco, triturado y en polvo



Fuente: elaborado por Odepa con información del Servicio Nacional de Aduanas

Algunas estrategias para el ají picante interesantes de evaluar:

- Introducción de nuevas variedades, que respondan a las nuevas tendencias de consumo, por ejemplo, el habanero y guajillo.
- Ofrecer mezclas con otras especias novedosas y demandadas por el mercado mundial, por ejemplo, el merquén.
- Derivar la producción a salsas de ajíes picantes.
- Focalizar la oferta en mercados de alta calidad y altos precios.
- Evaluar la rentabilidad de la oferta de productos con materia prima orgánica, lo que puede ser interesante en la producción de salsas.
- Usarlo como ingrediente funcional en la industria farmacéutica por su alto contenido de ácido ascórbico, muy superior a los cítricos y el kiwi, y un alto contenido de vitamina A, sólo inferior a la zanahoria y espinaca entre las hortalizas.
- La capsaicina que se encuentra en las semillas, sustancia bioactiva responsable del sabor picante, puede ser usada como controladora del picor de la comida, sin depender de las variaciones en la pungencia del ají, por efectos climáticos año a año.
- Las semillas también contienen una sustancia llamada capsicina, la que tiene propiedades antibióticas por lo que puede ser usada en la industria farmacéutica, según FUNIBER (Fundación Universitaria Euroamericana, mayo 2010).
- Usarlo en productos como realzador del sabor en reemplazo del uso de una menor cantidad de sal.
- Aprovechar las ventajas arancelarias de los 22 acuerdos de libre comercio firmados por Chile con 60 países.

Chile cuenta con la superficie cultivable para focalizar la producción en nuevas variedades de ajíes. En 2012 la superficie cultivada de ají en el país fue de 1.006,3 ha distribuidas desde la Región de Arica y Parinacota hasta la Región de la Araucanía. Los polos de desarrollo de este cultivo están concentrados en



Coquimbo con 458 ha y en la región del Maule con 283 ha. En el norte es muy conocido el ají rocoto, por su intenso picor. La variedad cacho de cabra es la más usada para salsas y deshidratado, también en la producción de merquén, por su intenso color rojo, fuerte picor y sabor.

Por otra parte, las variadas posibilidades de proceso que se pueden obtener del ají fresco, permiten ampliar la gama de productos y la búsqueda de alternativas más rentables para competir en los mercados externos (gráfico 2).

Gráfico 2 – Ají, cadena de producción



Fuente: New Mexico's Chili Task Force, 2009

Cabe recalcar que Estados Unidos es actualmente el mayor importador de ají deshidratado y concentra la mayor demanda internacional por este condimento. Este mercado ofrece novedosas oportunidades para recuperar la participación chilena en este mercado, como, por ejemplo, oportunidades para el ají picante deshidratado en productos ya descritos, para aplicaciones no tradicionales como el uso en la fabricación de *sprays* de defensa personal y la reciente aplicación de la capsaicina en productos medicinales que estimula la circulación, tiene un efecto en la regulación de la temperatura y propiedades anestésicas.

Un estudio realizado por *Bell Flavors & Fragrances*, junio 2013, menciona que los sabores regionales mexicanos y latinoamericanos serán una de las principales tendencias de sabor durante este año. A lo anterior se suma el aumento del consumo de comida mexicana preparada en casa lo que impacta positivamente en el uso de este tipo de condimento.

Finalmente, se puede concluir que las principales variables necesarias para revertir la situación actual de la producción y exportación de pimentón rojo y ají deshidratado, y a su vez, incorporar variedades nuevas y picantes para desarrollar productos distintos demandados actualmente por los consumidores, están dadas, ahora, corresponde a la industria analizar, evaluar y tomar las decisiones que más le conengan al respecto.