

**FICHA MERCADO – PRODUCTO**

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Houston	1.2. Fecha	30/10/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	David Marty	
	Cargo	Especialista de Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Plátano Orgánico		
2.2 Nomenclatura arancelaria	0803.9010 - Bananas, fresh, plantains		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Organic Banana		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>El plátano, fruto fresco, es un producto de la Categoría de Riesgo Fitosanitario CRF (3) Para la exportación se debe de tener el certificado Fitosanitario emitido por parte de SENASA – PERU, el cual debe de ser tramitado en la VUCE.</p> <p>Institución que regula este requisito en el país destino:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS (Servicio de Inspección de Animales y Plantas)<sup>1</sup></li> <li>Food and Drug Administration FDA (Administración de Alimentos y medicamentos, <a href="https://www.fda.gov/">https://www.fda.gov/</a>)</li> </ul> <p>Institución que regula este requisito en el país de origen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA</li> </ul> <p>Para el ingreso a Estados Unidos se requiere:</p> <p>SENASA</p> <p>REQUISITOS GENERALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Certificado Fitosanitario</li> </ul> <p>OTROS DATOS SOBRE SENASA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importaciones, Exportación y Tránsito Internacional<sup>2</sup></li> <li>Consulta de Requisitos Sanitarios para la Importación, Exportación y Tránsito Internacional de productos de origen animal y vegetal<sup>3</sup></li> <li>Certificado Fitosanitario CFR 3</li> </ul> <p>VUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SNS022 - Solicitud para la obtención del certificado fitosanitario para la exportación o Reexportación de plantas y productos vegetales y Certificación de exportación para productos procesados e industrializados (TUPA: CVE-01).</li> <li>Ingreso al sistema VUCE: colocar RUC, Usuario y Contraseña, seleccionar Senasa (Cuarentena Vegetal)</li> <li>Manual de Usuario de la VUCE - SENASA</li> </ul> <p>SUNAT</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>DATOS PARA LA INSPECCIÓN CONJUNTA SENASA – SUNAT - A partir del 21/11/2016, con la vigencia del procedimiento específico de "Revisión de Cargas Congeladas, Refrigeradas, Frescas, con Cadena de Frío, durante las Acciones de Control" INTA-PE.02.04 (versión 1), usted podrá solicitar a través de la VUCE la revisión conjunta de SENASA y SUNAT (de mercancías perecibles) cuyas Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) han sido seleccionadas a canal rojo (por parte de SUNAT) y requieran inspección fitosanitaria (por parte de SENASA).</li> <li>Revisión de Cargas Congeladas, Refrigeradas, Frescas, con Cadena de Frío, durante las Acciones de Control INTA-PE.02.04 (versión 1)</li> </ul> <p>EEUU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Los requisitos para importar productos vegetales frutas y hortalizas frescas están publicados en la base de datos Agricultural Commodity Import Requirements</li> </ul>		

<sup>1</sup> <https://www.aphis.usda.gov/aphis/home/>

<sup>2</sup> <https://www.senasa.gob.pe/senasa/category/serviciosonline/>

<sup>3</sup> <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>

	<p>ACIR del APHIS-USDA, elegir la opción: "Plants and plant products not for propagation", buscar Enter Country, Commodity Common Name</p> <p>Para una lista completa de los requisitos de acceso al mercado, se puede consultar a: <a href="https://ram.promperu.gob.pe/#/?product=10&amp;partida=0803.10.10.00&amp;country=1">https://ram.promperu.gob.pe/#/?product=10&amp;partida=0803.10.10.00&amp;country=1</a></p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Según Global News Wire, se estima que el valor del mercado de plátanos orgánicos ascienda a 1,45 mil millones de dólares en el año 2023 y se prevé que alcance la cifra de 2,44 mil millones de dólares en el año 2028. Este mercado experimentará un crecimiento constante a una tasa compuesta anual del 11,04% durante el periodo proyectado, que abarca desde el año 2023 hasta el año 2028.<sup>4</sup></p> <p>Según SPER Market Research, el mercado del plátano orgánico ha experimentado una constante expansión en los últimos años. Esto se debe a la creciente conciencia por parte de los consumidores acerca de los beneficios que aportan tanto al medio ambiente como a la salud, los alimentos de origen orgánico. Los plátanos convencionales son cultivados con el uso de fertilizantes y pesticidas sintéticos, mientras que los métodos orgánicos se basan en prácticas naturales para fomentar el crecimiento de las plantas y eliminar insectos perjudiciales. En la producción de plátano orgánico, el compost es el principal recurso empleado. A pesar de que la producción orgánica conlleva mayores costos y es menos eficiente, esto se ve compensado por el precio. Por cada caja de fruta, la diferencia puede alcanzar hasta los \$3 entre el plátano convencional y el orgánico.<sup>5</sup></p> <p>Los Estados Unidos ostentan el mayor índice de consumo de plátanos orgánicos a nivel mundial. Los plátanos orgánicos son altamente apreciados a nivel global debido a sus numerosos beneficios para la salud, tales como su rico contenido en vitamina B6, también conocida como piridoxina, la cual es esencial para la formación de glóbulos rojos. Asimismo, los plátanos contribuyen al control de la diabetes y al mantenimiento de la salud cerebral. Estos factores están impulsando el consumo de plátano orgánico en las naciones desarrolladas, incluyendo a los Estados Unidos. La demanda de plátanos orgánicos se ve impulsada por consumidores preocupados por su bienestar, quienes prefieren los productos orgánicos debido a los beneficios que perciben para la salud y la sostenibilidad ambiental.</p> <p>La producción de plátano bajo prácticas orgánicas está en constante aumento a nivel mundial. Durante el año 2022, la superficie destinada al cultivo de plátano orgánico experimentó un incremento significativo. Las estrategias orientadas a la agricultura orgánica varían de un país a otro y dependen de consideraciones de carácter ambiental, económico y político.</p> <p>En el sector de alimentos orgánicos en general, la demanda por parte de los consumidores de plátanos orgánicos ha impulsado un rápido crecimiento en la categoría de plátanos durante el período de estudio. La creciente demanda de plátanos orgánicos está generando potencial de crecimiento para los principales productores de América Latina y América del Norte.</p> <p>Conforme a la información proporcionada por la Food and Agriculture Organization (FAO), la agricultura orgánica se caracteriza por ser un sistema que prioriza la gestión de los ecosistemas en lugar de depender de insumos agrícolas externos, como fertilizantes y pesticidas sintéticos. Las estrategias relacionadas con el cultivo de plátano orgánico varían considerablemente de un país a otro y están influenciadas por consideraciones de índole ambiental, económica y política. Esto subraya la necesidad de que cada nación desarrolle estrategias específicas que equilibren la seguridad alimentaria, los ingresos y la ecología de los agricultores.</p> <p>Según datos del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica FiBL (Research Institute of Organic Agriculture, Fibl), la superficie destinada al cultivo de plátano orgánico en 2021</p>

<sup>4</sup> [https://www.globenewswire.com/news-release/2023/08/17/2727443/0/en/Organic-Bananas-Market-Size-Share-Analysis-Growth-Trends-Forecasts-2023-2028.html#:~:text=%2F%3Futm\\_source%3DGNW-](https://www.globenewswire.com/news-release/2023/08/17/2727443/0/en/Organic-Bananas-Market-Size-Share-Analysis-Growth-Trends-Forecasts-2023-2028.html#:~:text=%2F%3Futm_source%3DGNW-)

[The%20Organic%20Bananas%20Market%20size%20is%20estimated%20at%20USD%201.45,period%20\(2023%2D2028\).](https://www.globenewswire.com/news-release/2023/08/17/2727443/0/en/Organic-Bananas-Market-Size-Share-Analysis-Growth-Trends-Forecasts-2023-2028.html#:~:text=%2F%3Futm_source%3DGNW-)

<sup>5</sup> <https://www.sperresearch.com/report-store/organic-banana-market.aspx>

	<p>abarcó 104,708.94 hectáreas, en contraste con las 78,385.06 hectáreas registradas en 2020. Este aumento en la extensión de tierra destinada al cultivo de plátano orgánico indica un incremento en la producción de plátanos bajo prácticas orgánicas. Se proyecta que el aumento de la superficie de cultivo orgánico a nivel mundial impulsará el mercado de plátanos orgánicos durante el período de pronóstico.</p> <p>La encuesta "Packer's Organic Fresh Trends 2023" entrevistó a más de 1,000 consumidores a mediados de octubre y reveló diferencias en la manera en que los consumidores informan sus decisiones de compra de frutas y verduras frescas. Según las respuestas de los consumidores estadounidenses, se observan las siguientes tendencias:<sup>6</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El 10% de los consumidores que prefieren productos orgánicos indicaron que estos representan más del 75% de sus compras anuales de frutas y verduras, lo que representa un aumento con respecto al 7% que manifestó ese nivel de compra orgánica el año anterior.</li> <li>• Un significativo 19%, equivalente a aproximadamente 1 de cada 5 compradores encuestados, afirmó que los productos orgánicos constituyen entre el 51% y el 75% de sus compras anuales de frutas y verduras. Esto contrasta con el 18% del año anterior que indicó este nivel de compra de productos orgánicos en su cesta de comestibles.</li> <li>• Uno de cada 4 consumidores orgánicos (26%) expresó que los productos orgánicos representan entre el 11% y el 25% de sus compras anuales de frutas y verduras, ligeramente por encima del 25% registrado el año anterior en esta categoría de compras orgánicas.</li> <li>• Por último, un 13% de los consumidores que favorecen los productos orgánicos indicaron que sus compras anuales de productos orgánicos representan entre el 1% y el 10% de sus compras anuales de frutas y verduras, en contraste con el 15% que manifestó esa preferencia en la encuesta Organic Fresh Trends 2022.</li> </ul> <p>Los resultados de la encuesta también abordaron los factores que influyen en las decisiones de compra de productos orgánicos por parte de los consumidores. En respuesta a la pregunta sobre qué consideran al comprar frutas y verduras frescas orgánicas, los consumidores expresaron lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio: El 71% de los encuestados manifestó que evalúa si el costo adicional vale la pena y sopesa el precio con relación a los beneficios para su salud. Este porcentaje se mantiene prácticamente invariable en comparación con el 70% registrado en la encuesta Organic Fresh Trends 2022.</li> <li>• Envase: El 26% de los encuestados señaló que opta por productos orgánicos debido a la comodidad que ofrecen en términos de envasado. Esto representa un aumento respecto al 24% registrado en 2022.</li> <li>• Apariencia: Un sólido 45% de los encuestados destacó que considera los productos orgánicos como más frescos, limpios y maduros en comparación con los productos cultivados convencionalmente. Este dato indica un aumento con respecto al 40% registrado en 2022.</li> <li>• Información sobre el origen: El 18% de los consumidores mencionó que las señales que indican dónde y cómo se cultivó el producto influyen en su decisión de compra, mostrando una ligera disminución con respecto al 20% de 2022.</li> <li>• Información sobre ventajas orgánicas: Un 17% de los encuestados mencionó que las señales que enumeran las ventajas de los productos orgánicos, como la ausencia de químicos y pesticidas, influyen en su decisión de compra, manteniéndose sin cambios respecto al año anterior.</li> </ul> <p>La disposición de los consumidores estadounidenses a pagar un precio más elevado por frutas orgánicas ha experimentado un constante aumento en los últimos años. Esta tendencia en crecimiento se debe a diversos factores, incluyendo la conciencia sobre la salud, las preocupaciones medioambientales y una creciente preferencia por la calidad y la sostenibilidad.</p>
--	--

<sup>6</sup> [https://www.thepacker.com/news/organic/packers-2023-organic-fresh-trends-revealed#:~:text=For%20those%20consumers%20who%20purchased,%25\)%20and%20apricots%20\(53%25\).](https://www.thepacker.com/news/organic/packers-2023-organic-fresh-trends-revealed#:~:text=For%20those%20consumers%20who%20purchased,%25)%20and%20apricots%20(53%25).)

	<p>En primer lugar, la conciencia sobre la salud es un factor significativo en la disposición a pagar un precio premium por frutas orgánicas. Los consumidores están cada vez más preocupados por los posibles riesgos para la salud asociados con las prácticas agrícolas convencionales, como el uso de pesticidas y fertilizantes sintéticos. Consideran que las frutas orgánicas, cultivadas sin estos productos químicos, ofrecen una opción más segura y saludable. Esta percepción ha llevado a los consumidores a estar dispuestos a pagar un extra por frutas orgánicas para garantizar el bienestar de ellos mismos y sus familias.</p> <p>Además, las preocupaciones medioambientales desempeñan un papel crucial en las decisiones de los consumidores de optar por frutas orgánicas. Muchos consumidores son cada vez más conscientes del impacto medioambiental de los métodos de cultivo convencionales, que pueden llevar a la degradación del suelo, la contaminación del agua y daños a los ecosistemas locales. Las prácticas agrícolas orgánicas, que enfatizan la sostenibilidad y la salud ecológica, están alineadas con los valores de los consumidores dispuestos a pagar un extra para respaldar la agricultura respetuosa con el medio ambiente.</p> <p>La calidad es otro factor importante que influye en la disposición de los consumidores a pagar más por frutas orgánicas. A menudo se percibe que las frutas orgánicas son más frescas y sabrosas, ya que se cultivan en suelos más saludables y se enfocan en procesos naturales. Este énfasis en la calidad y el sabor anima a los consumidores a invertir en opciones orgánicas, a pesar del precio más elevado.</p> <p>En conclusión, la disposición de los consumidores estadounidenses a pagar un precio más alto por frutas orgánicas se basa en una combinación de preocupaciones sobre la salud, conciencia medioambiental y el deseo de una mejor calidad. A medida que los consumidores se informan más sobre los beneficios de la agricultura orgánica, es probable que esta tendencia continúe ganando impulso, con un número creciente de personas optando por invertir en frutas orgánicas en beneficio de su salud, el medio ambiente y la satisfacción culinaria.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>A pesar de que Estados Unidos figura entre los diez principales consumidores de plátanos a nivel mundial, gran parte del país no cuenta con el clima óptimo para el cultivo de esta fruta. La producción de plátano en Estados Unidos es sumamente limitada; en 2009, la producción total de plátano en el país apenas alcanzó cerca de 7,000 millones de toneladas, representando un mero 0.01% de la producción mundial total, en una superficie estimada de 16,000 acres. Hawaii sobresale como el principal productor de bananas en Estados Unidos, seguido por Florida. No obstante, la producción de plátano en Hawaii ha experimentado una disminución significativa, pasando de 13,181 millones de toneladas métricas en el año 2000 a 8,090 millones de toneladas métricas en 2010.</p> <p>Hawaii se especializa principalmente en el cultivo de la variedad Convencional Cavendish y la Banana Manzana Hawaiana, que se comercializan principalmente en los mercados locales debido a los elevados costos de mano de obra y tierras. Florida, por su parte, es el principal exportador de plátanos en Estados Unidos, centrándose en la producción de plátanos tailandeses y plátanos para cocinar, del tipo Bluggoe. Además, los productores de plátano en Estados Unidos están explorando oportunidades en los segmentos de productos orgánicos y especiales en los mercados de plátanos en Florida y la región costera de Georgia.<sup>7</sup></p> <p>Otros estados que siguen siendo destinos populares para el cultivo independiente del plátano, que normalmente sólo producen lo suficiente para una pequeña parte del consumo local, son Georgia, Luisiana, Mississippi, Arkansas, Texas, Oklahoma, Alabama, Carolina del Sur, Carolina del Norte, Virginia, Arizona y California.</p>

<sup>7</sup> <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FE901>

<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>En general, la gran mayoría de los productos agrícolas importados por Estados Unidos llegan a través del transporte marítimo. Los puertos más destacados y concurridos en Estados Unidos incluyen Los Ángeles (California), Miami (Florida), Nueva York/Nueva Jersey, Nueva Orleans (Luisiana), Seattle (Washington), Norfolk (Virginia), Savannah (Georgia), Long Beach (California) y Oakland (California). (Anexo 11.1).</p> <p>La mayoría de los plátanos, orgánicos y convencionales, que se consumen en Estados Unidos son importados, y sus principales puertos incluyen San Diego (California), Wilmington (Carolina del Norte), Gulfport (Luisiana), Los Ángeles (California), Filadelfia (Pennsylvania), Miami (Florida), Nueva York/Nueva Jersey, Norfolk (Virginia),. Estos puertos sirven como puntos de entrada para plátanos orgánicos de países latinoamericanos, particularmente Ecuador, Perú y México. (Anexo 11.2)</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>La cadena de suministro incluye productores, exportadores, importadores, distribuidores y minoristas, y los procesos clave implican la cosecha, el envasado, el transporte y la distribución.</p> <p>Distribución: A su llegada a estos puertos, los plátanos orgánicos se distribuyen a diversas regiones de todo el país. Los centros de distribución y mayoristas desempeñan un papel crucial en la cadena de suministro. Actúan como intermediarios entre importadores y minoristas, asegurando que los plátanos orgánicos lleguen a las tiendas en buenas condiciones. Los distribuidores a menudo trabajan directamente con grandes cadenas de supermercados y comerciantes minoristas independientes.</p> <p>Comercialización: Los plátanos orgánicos están disponibles en la mayoría de las tiendas de comestibles, incluyendo cadenas de supermercados importantes y tiendas de alimentos saludables. Su demanda ha aumentado debido a la creciente conciencia de los consumidores sobre los beneficios para la salud de los productos orgánicos. Por lo general, los minoristas etiquetan claramente los plátanos orgánicos para distinguirlos de los plátanos cultivados convencionalmente, atrayendo a los consumidores preocupados por la salud.</p> <p>Los proveedores líderes indiscutibles en Estados Unidos incluyen a Chiquita, Dole y Del Monte. Dentro del país, los plátanos están ampliamente disponibles y se venden en diversos tipos de tiendas minoristas, que van desde supermercados y tiendas de comestibles hasta tiendas de conveniencia y mayoristas. Algunas de las cadenas de tiendas minoristas más grandes que venden la mayoría de los plátanos en los Estados Unidos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Walmart: Walmart es uno de los minoristas más grandes en los Estados Unidos y tiene una presencia significativa en el sector de comestibles. Venden un volumen sustancial de plátanos a través de sus numerosas tiendas.</li> <li>• Kroger: Kroger es una de las cadenas de supermercados más grandes del país, que opera bajo varias marcas, incluyendo Kroger, Ralphs, Fred Meyer y otras. Ofrecen una amplia variedad de plátanos a sus clientes.</li> <li>• Costco: Costco es un popular club de almacenes basado en membresía conocido por ofrecer productos a granel. Venden grandes cantidades de plátanos a sus miembros.</li> <li>• Safeway/Albertsons: Safeway y Albertsons son cadenas de tiendas de comestibles que operan en todo Estados Unidos. Tienen una presencia significativa en el mercado de los plátanos.</li> <li>• Whole Foods Market: Whole Foods Market se especializa en productos orgánicos y naturales, incluyendo plátanos orgánicos. Tienen una base de clientes dedicada en busca de opciones de alta calidad y orgánicas.</li> <li>• Trader Joe's: Trader Joe's es una cadena de supermercados conocida por sus productos únicos y especialidades, incluyendo plátanos. Tienen una sólida base de seguidores entre sus clientes.</li> <li>• Publix: Publix es una cadena de supermercados regional que opera principalmente en el sureste de los Estados Unidos. Venden una cantidad sustancial de plátanos a sus clientes.</li> <li>• Target: Target, una gran cadena de tiendas minoristas, vende una variedad de productos de comestibles, incluyendo plátanos, en sus tiendas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiendas de Conveniencia: Las tiendas de conveniencia, como 7-Eleven y Circle K, también venden plátanos para los clientes que buscan bocadillos rápidos y prácticos.</li> </ul> <p>Es importante tener en cuenta que la popularidad de ciertas tiendas puede variar según la región, y hay muchas otras cadenas de supermercados, mercados y minoristas donde los consumidores pueden comprar plátanos en los Estados Unidos. Los plátanos son una fruta básica y están ampliamente disponibles en una variedad de entornos minoristas para satisfacer la demanda de los consumidores.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Además de las diferencias evidentes, como perfiles sensoriales destacados, una apariencia atractiva con cáscara amarilla o verde-amarillo y firmeza al tacto, uno de los criterios fundamentales es la etiquetación y certificación orgánica. Estas son algunas de las características que el mercado estadounidense valora y prioriza al momento de adquirir productos orgánicos.</p> <p>En lo que respecta a los plátanos en el mercado estadounidense, la transparencia sobre el lugar de origen, un aspecto muy apreciado por los consumidores en otros productos, que les permite establecer una conexión con la tierra y los productores en lugares distantes, no aplica a esta fruta. Los consumidores no toman en cuenta el origen de los plátanos al realizar sus elecciones de compra.</p> <p>Los compradores estadounidenses otorgan prioridad a la calidad, la consistencia, las certificaciones (orgánicas y de comercio justo) y las prácticas sostenibles. Por lo tanto, la frescura y la puntualidad en la entrega son cruciales para mantener relaciones sólidas con los compradores. Algunas de las acciones clave en las que los exportadores peruanos pueden enfocarse para satisfacer a los compradores y aumentar sus ventas anuales en Estados Unidos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer relaciones sólidas con importadores y distribuidores estadounidenses.</li> <li>• Realizar inversiones en marketing y branding para destacar el plátano orgánico peruano.</li> <li>• Mantener una calidad constante y cumplir con los estándares de certificación orgánica de manera consistente.</li> <li>• Implementar una gestión eficiente de logística y transporte para asegurar que los plátanos lleguen a los mercados estadounidenses en óptimas condiciones.</li> </ul> <p>Algunos aspectos clave en los que los exportadores pueden enfocarse al buscar nuevos clientes en los Estados Unidos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Idoneidad climática: El diverso clima de Perú, que abarca regiones de altitudes variadas, crea un entorno ideal para el cultivo de plátano orgánico. Esto permite la producción durante todo el año y un suministro constante al mercado estadounidense.</li> <li>• Certificaciones: Perú ha estado promoviendo activamente la agricultura orgánica y posee un proceso de certificación bien establecido. Los plátanos orgánicos peruanos suelen contar con certificaciones de organizaciones respetadas, lo cual es un punto de venta clave en Estados Unidos.</li> </ul>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Aunque no es posible diferenciar los plátanos orgánicos de los convencionales debido a que utilizan el mismo código HS en la documentación aduanera, es posible identificar los países que exportan la mayor cantidad de plátanos en general a los Estados Unidos Según la Oficina del Censo de EE. UU. (US Trade Online), con respecto a todas las importaciones de plátanos frescos de EE. UU., orgánicos y convencionales, Guatemala exportó un increíble 41.5% a los EEUU en 2022, representando unos \$1.04 mil millones en ventas. Costa Rica (14.4%), Ecuador (14.1%), Honduras (9.6%), Colombia (9.0%), México (8.8%) y Perú con 1.1% del total de las importaciones estadounidenses en 2022. (Anexo 11.4)</p> <p>Con respecto a plátano orgánico, en particular, la producción es un segmento en crecimiento de la industria del plátano, pero todavía representa un porcentaje</p>

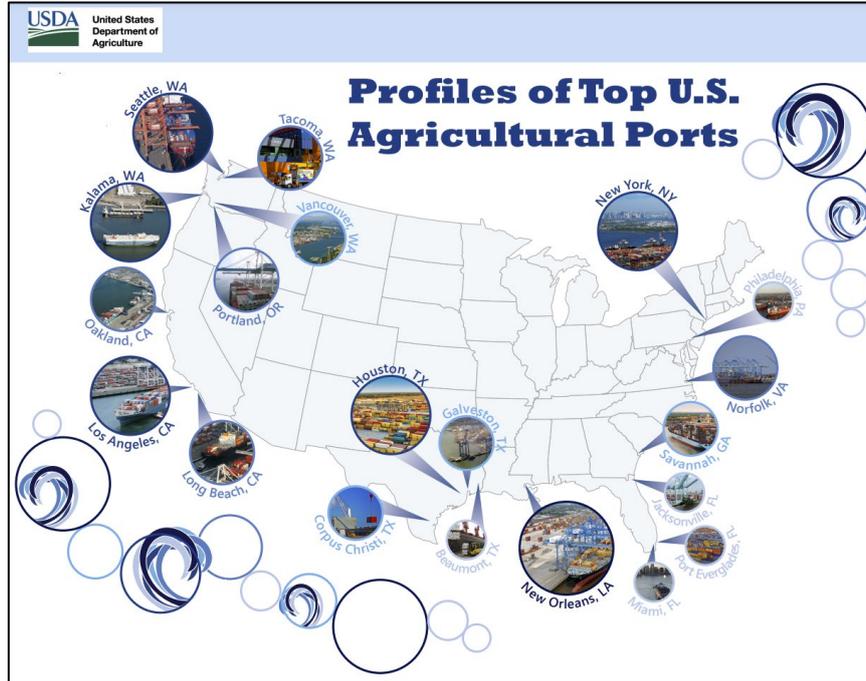
	<p>relativamente pequeño del mercado global de plátano. Según datos de 2021, algunos de los países conocidos por producir plátanos orgánicos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecuador mantiene su posición como líder en la producción de plátano orgánico, y Estados Unidos sigue siendo su mercado de exportación principal. Es conocido por sus plátanos Cavendish orgánicos y otras variedades de plátanos orgánicos. Durante el periodo de enero a julio de 2023, Ecuador exportó un total de 357.140 toneladas de plátano orgánico, y de esa cantidad, el 76 por ciento tuvo como destino los Estados Unidos, según el informe de Primicias basado en datos del Banco Central.<sup>8</sup></li> <li>• Perú: Perú es un importante productor de plátanos orgánicos, particularmente para la exportación a los mercados de América del Norte y Europa.</li> <li>• Colombia: Colombia es otro país sudamericano que tiene un sector de producción de plátanos orgánicos sustancial, con un enfoque en la exportación de plátanos orgánicos.</li> <li>• Costa Rica: Costa Rica también produce plátanos orgánicos y tiene una fuerte presencia en el mercado de exportación de plátanos orgánicos.</li> <li>• México: México es conocido por su producción de plátanos orgánicos, con exportaciones de plátanos orgánicos a diversos mercados.</li> <li>• Filipinas: Filipinas es otro país con un sector de producción de plátanos orgánicos en crecimiento.</li> <li>• República Dominicana: La República Dominicana participa en el mercado de plátanos orgánicos, exportando plátanos orgánicos a varios países.</li> </ul> <p>Las ventas de plátanos, orgánico y convencional, en los Estados Unidos tienden a tener una demanda relativamente estable a lo largo del año, y no existe una "temporada alta" específica como podría haber en algunas otras frutas. Los plátanos son una fruta básica en la dieta estadounidense y están disponibles y en demanda durante todo el año.</p> <p>Sin embargo, existen algunos factores que pueden llevar a un aumento en las ventas de plátanos durante ciertas épocas del año:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meses de Verano: Aunque las ventas de plátanos son constantes durante todo el año, puede haber una demanda ligeramente mayor de plátanos durante los meses de verano. Esto se debe probablemente a que las personas consumen más frutas frescas en general durante el clima cálido.</li> <li>• Temporada de Regreso a Clases: El período previo al inicio del año escolar, que generalmente ocurre a finales del verano y principios del otoño, puede experimentar un aumento temporal en las ventas de plátanos, ya que los padres a menudo los incluyen en las loncheras y refrigerios escolares.</li> <li>• Promociones y Ofertas Especiales: Las tiendas de comestibles y los minoristas suelen llevar a cabo promociones y descuentos en plátanos a lo largo del año, lo que puede llevar a un aumento en las ventas durante estos periodos promocionales.</li> <li>• Tendencias de Salud y Bienestar: A medida que crece la conciencia de los beneficios para la salud de los plátanos, cada vez más personas los incorporan en su dieta diaria, contribuyendo a ventas constantes.</li> </ul> <p>En resumen, aunque puede haber algunas variaciones ligeras, las ventas de plátanos en los Estados Unidos se mantienen relativamente constantes a lo largo del año debido a la popularidad de la fruta y su disponibilidad durante todo el año.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>La promoción del plátano orgánico fresco en ferias en Estados Unidos es muy importante para aumentar su difusión de y conocimiento del producto y proveedores peruanos. Entre las más importantes en el mundo de alimentos tenemos:</p> <p>The Global Produce &amp; Floral Show (también conocida como la PMA Fresh Summit)</p>

<sup>8</sup> <https://www.producebluebook.com/2023/09/29/ecuador-targets-u-s-market-for-organic-bananas/>

	<p><a href="https://www.freshproduce.com/events/the-global-produce-and-floral-show/">https://www.freshproduce.com/events/the-global-produce-and-floral-show/</a></p> <p>La Convención + Exposición PMA Fresh Summit reúne a participantes de la cadena de suministro floral y de productos frescos de todo el mundo para aprender, establecer contactos, establecer relaciones y oportunidades comerciales. También exhibirá programas de venta al por mayor, distribución, equipos, embalaje, tecnología, transporte y seguridad alimentaria. Es el evento más importante para frutas y verduras frescas en América del Norte y generalmente se lleva a cabo en octubre en Anaheim, California u Orlando, Florida.</p> <p><b>US Food Showcase</b></p> <p>Este evento en particular presenta una amplia variedad de productos desde productos frescos y congelados hasta tecnología de venta al por menor y productos envasados. Este evento ofrece todas las excelentes características de otras exposiciones: una audiencia de compradores activos, exposición a profesionales de la industria y oportunidades educativas, pero dada la variedad de expositores y asistentes (105 países), este evento es especialmente útil si desea expandir su negocio para perseguir un mercado global.</p>
--	---

Anexos

11.1 Puertos Principales Generales de los Estados Unidos



Fuente: USDA

11.2 Puertos Principales en EE.UU. para la Importación de Plátano en 2022

Port of Unlading Name	Full Locode	Shipments	KG	TEU	LCL
San Diego (US)	US-SD2	32,112	618843396	65375.479	1
Gulfport (US)	US-GFP	10,977	640589876	68282.669	
Wilmington (US)	US-WTN	10,500	1560155240	164680.4	4
Port Hueneme (US)	US-NTD	9,543	647585818	67050.672	3
Philadelphia (US)	US-PDP	8,996	681534014	54974.767	1
Port Everglades (US)	US-PEF	8,144	309800438	30193.852	
Freeport (US)	US-XAS	7,721	316252389	33200.007	
Miami (US)	US-IMV	6,322	131624297	13462.215	13
New York (US)	US-T5X	4,201	131714449	10898.227	4
Port Tampa (US)	US-POT	3,252	95119139	9500.001	
Port Manatee (US)	US-PME	2,847	189687240	19439.139	1
South Houston (US)	US-HQU	2,615	57988777	5743.362	21
Galveston (US)	US-GLS	1,813	293091641	7619	5
Eddystone (US)	US-ESX	1,062	27956294	2681.7	
Jacksonville (US)	US-LRF	833	15886096	1659.827	
Los Angeles (US)	US-CRC	412	4507807	714.008	18
Norfolk (US)	US-NFJ	364	8007953	959.138	3

Fuente: Panjiva

### 11.4 Importaciones de Plátano (orgánico y convencional) en EE.UU., por país

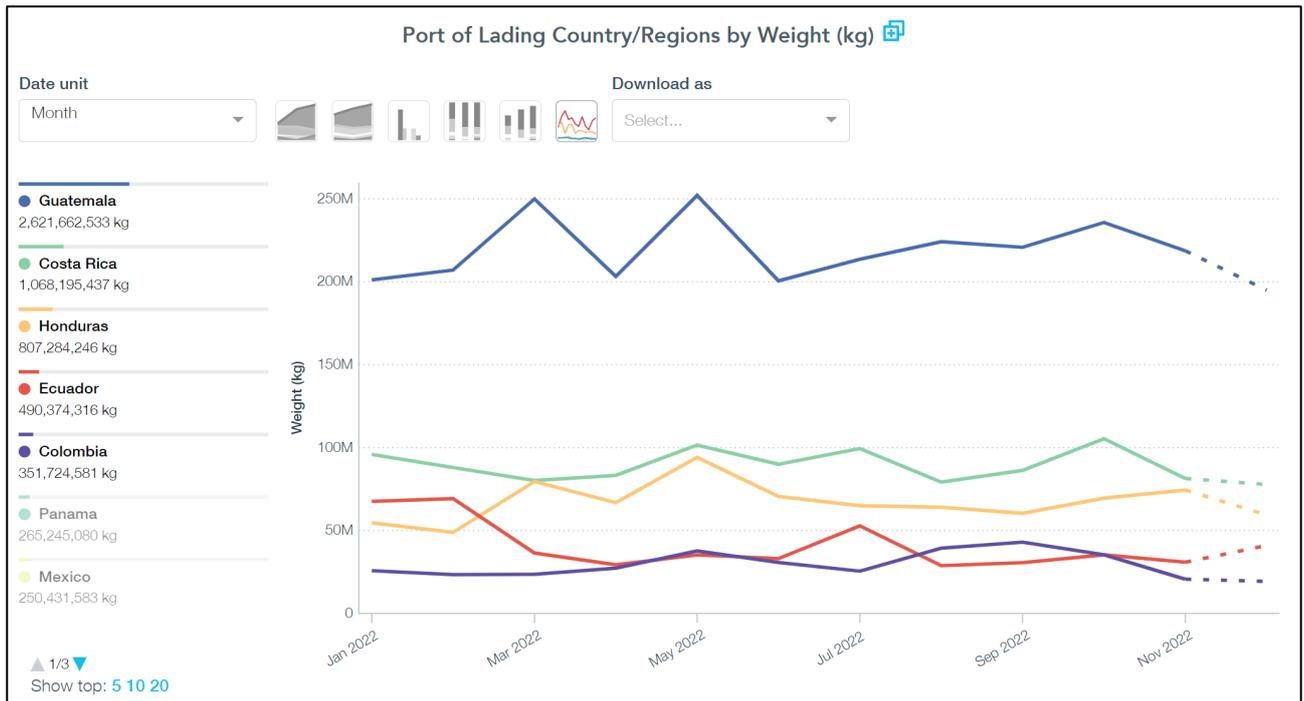
Commodity	0803 Bananas, Including Plantains, Fresh Or Dried									
	Time	2016	2017	2018	2019	2020	2021	% 2021	2022	% 2022
<b>Country</b>										
<b>Total</b>		2,257,108,700	2,306,324,977	2,435,846,490	2,402,978,579	2,426,121,078	2,422,595,274		2,503,972,942	
Guatemala		805,562,684	907,472,463	963,160,409	972,025,818	948,334,602	981,426,612	40.5%	1,038,921,116	41.5%
Costa Rica		386,890,114	445,161,192	403,821,929	391,677,998	409,965,972	394,676,341	16.3%	359,472,022	14.4%
Ecuador		460,449,565	323,675,743	372,213,718	366,541,808	381,132,537	369,678,213	15.3%	352,500,142	14.1%
Honduras		233,110,723	222,561,008	227,184,400	216,534,670	209,858,899	135,589,558	5.6%	240,456,631	9.6%
Colombia		167,509,355	180,785,399	193,710,843	172,886,757	201,308,498	227,092,977	9.4%	224,338,570	9.0%
Mexico		128,247,892	168,659,548	204,985,204	215,309,468	204,337,466	211,750,050	8.7%	219,275,802	8.8%
Peru		41,159,704	32,547,060	42,300,164	45,651,995	41,503,846	43,638,946	1.8%	28,134,627	1.1%
Panama		2,747,541	184,030	1,194,963	5,184,492	12,889,668	39,427,141	1.6%	18,698,588	0.7%
Nicaragua		19,140,636	12,475,208	13,993,931	8,040,694	7,368,390	7,615,491	0.3%	5,577,570	0.2%
Thailand		3,806,822	5,020,569	3,007,977	3,685,237	2,650,708	2,685,346	0.1%	3,355,754	0.1%
Dominican Republic		2,632,400	1,597,817	2,792,353	623,007	1,828,599	2,382,806	0.1%	3,316,616	0.1%
Philippines		1,913,750	2,532,536	3,529,346	2,115,574	2,157,881	2,577,007	0.1%	3,280,509	0.1%
China		1,454,957	1,219,834	2,413,304	1,066,229	1,491,657	1,723,709	0.1%	2,774,124	0.1%
India		127,126	157,042	90,277	114,034	91,492	414,410	0.0%	1,057,368	0.0%
Malaysia							165,578	0.0%	753,468	0.0%
Belize		10,264	3,040	3,456		64,800	86,400	0.0%	502,595	0.0%
Brazil		141,309	29,114	70,761	119,712	313,404	406,626	0.0%	437,471	0.0%
Chile		607,061	782,488	247,256	384,793	321,461	330,531	0.0%	312,861	0.0%
Vietnam		13,183	10,757	51,120	425,761	194,712	101,217	0.0%	280,673	0.0%
Canada		3,312					243,987	0.0%	133,304	0.0%
Turkey		12,871			10,260		29,219	0.0%	109,514	0.0%
Jamaica						16,080	135,876	0.0%	80,694	0.0%
Uganda		49,968	40,367			9,876	59,184	0.0%	80,290	0.0%
El Salvador		818,785	676,294	877,003	254,735	83,576	85,125	0.0%	68,000	0.0%
Germany		42,179	187,357			111,002	147,695	0.0%	30,393	0.0%
Sri Lanka		485,529	527,600	134,924	158,062	71,909	87,241	0.0%	24,240	0.0%

Fuente: US Census Bureau



Fuente: Panjiva

**11.4 Importaciones de Plátano (orgánico y convencional) en EE.UU., por país (cont.)**



Fuente: Panjiva

**ANEXO**  
**PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p align="center"><b>Target</b></p> <p><a href="https://www.target.com/p/organic-bananas-2lb-good-38-gather-8482/-/A-85759852?ref=tgt_adv_xsp&amp;AFID=google&amp;fndsrc=gtao&amp;DFA=71700000108264775&amp;C PNG=PLA_Produce%2BFloral_Priority%2BShopping_LocalProduce%2BFloral_Ecomm_Food_Bev&amp;adgroup=Produce%2BFloral_Good%26Gather&amp;LID=70000001170770pgs&amp;LNM=PRODUCT_GROUP&amp;network=g&amp;device=c&amp;location=9027681&amp;targetid=aud-1959883422870:pla-9767851607408&amp;clid=Cj0KCQjwqP2pBhDMARisAJQ0CzqEJIMTeNEJMTKZH WZH_a4c-jPmTz6Q1V0xyOK8r8AG53UE4r-s7waAn7wEALw_wcB&amp;gclid=aw.ds">https://www.target.com/p/organic-bananas-2lb-good-38-gather-8482/-/A-85759852?ref=tgt_adv_xsp&amp;AFID=google&amp;fndsrc=gtao&amp;DFA=71700000108264775&amp;C PNG=PLA_Produce%2BFloral_Priority%2BShopping_LocalProduce%2BFloral_Ecomm_Food_Bev&amp;adgroup=Produce%2BFloral_Good%26Gather&amp;LID=70000001170770pgs&amp;LNM=PRODUCT_GROUP&amp;network=g&amp;device=c&amp;location=9027681&amp;targetid=aud-1959883422870:pla-9767851607408&amp;clid=Cj0KCQjwqP2pBhDMARisAJQ0CzqEJIMTeNEJMTKZH WZH_a4c-jPmTz6Q1V0xyOK8r8AG53UE4r-s7waAn7wEALw_wcB&amp;gclid=aw.ds</a></p>	2 libras	\$1.79	No indica	30/10/2023	Plátanos atados, orgánicos	
<p align="center"><b>Target</b></p> <p><a href="https://www.target.com/p/banana-each-good-38-gather-8482/-/A-15013944#link=sametab">https://www.target.com/p/banana-each-good-38-gather-8482/-/A-15013944#link=sametab</a></p>	Unidad	\$ 0.25	Costa Rica	30/10/2023	Unidad, convencional	
<p align="center"><b>Amazon</b></p> <p><a href="https://www.amazon.com/Fresh-Organic-Bananas-Approximately-Bunch/dp/B00ZVIWWB6/ref=asc_df_B00ZVIWWB6/?tag=hyprod-20&amp;linkCode=df0&amp;hvadid=643828081589&amp;hvpos=&amp;hvnw=g&amp;hvrand=9533836027762616049&amp;hvpon=&amp;hvptwo=&amp;hvgmt=&amp;hvdv=c&amp;hvdvcmdl=&amp;hvlocint=&amp;hvlocphy=9027681&amp;hvtargid=pla-1948730643500&amp;pssc=1">https://www.amazon.com/Fresh-Organic-Bananas-Approximately-Bunch/dp/B00ZVIWWB6/ref=asc_df_B00ZVIWWB6/?tag=hyprod-20&amp;linkCode=df0&amp;hvadid=643828081589&amp;hvpos=&amp;hvnw=g&amp;hvrand=9533836027762616049&amp;hvpon=&amp;hvptwo=&amp;hvgmt=&amp;hvdv=c&amp;hvdvcmdl=&amp;hvlocint=&amp;hvlocphy=9027681&amp;hvtargid=pla-1948730643500&amp;pssc=1</a></p>	3 libras	\$17.77	No indica	30/10/2023	Plátanos atados, orgánicos	
<p align="center"><b>Door Dash</b></p> <p><a href="https://www.doordash.com/browse/merchants/11396919/products/807614?business_id=11396919&amp;gad=1&amp;gclid=Cj0KCQjwqP2pBhDMARisAJQ0Czrg4mez9mk6KOD84Eid8IU Tvgnze542yK9yxLPpq0thm8ltxpH2uUaAkxWEALw_wcB&amp;gclid=aw.ds&amp;kclickid=_k_">https://www.doordash.com/browse/merchants/11396919/products/807614?business_id=11396919&amp;gad=1&amp;gclid=Cj0KCQjwqP2pBhDMARisAJQ0Czrg4mez9mk6KOD84Eid8IU Tvgnze542yK9yxLPpq0thm8ltxpH2uUaAkxWEALw_wcB&amp;gclid=aw.ds&amp;kclickid=_k_</a></p>	2 libras	\$1.98	No indica	30/10/2023	Unidad, convencional	

<p><b>Sam's Club</b></p> <p><a href="https://www.samsclub.com/p/organic-bananas/prod15980457">https://www.samsclub.com/p/organic-bananas/prod15980457</a></p>	<p>3 libras</p>	<p>\$1.98</p>	<p>Ecuador</p>	<p>30/10/2023</p>	<p>Plátanos atados, orgánicos</p>	
<p><b>Staples</b></p> <p><a href="https://www.staples.com/fresh-groceries-fresh-bananas-6-lbs-2-pack-02912/product_24336994">https://www.staples.com/fresh-groceries-fresh-bananas-6-lbs-2-pack-02912/product_24336994</a></p>	<p>6 libras</p>	<p>\$14.59</p>	<p>EE.UU.</p>	<p>30/10/2023</p>	<p>Plátanos atados, convencional</p>	