

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Houston	1.2. Fecha	06/12/2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	David Marty	
	Cargo	Especialista de Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Sacha Inchi		
2.2 Nomenclatura arancelaria	0802.90.97 - LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS, INCLUSO SIN CÁSCARA O MONDADOS 120799 - LAS DEMÁS SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS, INCLUSO QUEBRANTADOS 2106.90.79.00 - Las demás complementos y suplementos alimenticios		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Sacha Inchi Nut, Sacha Inchi Powder, Sacha Inchi Oil		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>El sachu inchi en grano, 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"> • Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS (Servicio de Inspección de Animales y Plantas)¹ • Food and Drug Administration FDA (Administración de Alimentos y medicamentos)² <p>Institución que regula este requisito en el país de origen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA³ <p>Para el ingreso a Estados Unidos se requiere:</p> <p>SENASA REQUISITOS GENERALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificado Fitosanitario <p>DECLARACIÓN ADICIONAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin declaración adicional <p>TRATAMIENTO CUARENTENARIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No requiere tratamiento <p>REQUISITOS DE ETIQUETADO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ninguno <p>CONSIDERACIONES PARA LLENAR EL C.F.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ninguno • Importaciones, Exportación y Tránsito Internacional⁴ • Consulta de Requisitos Sanitarios para la Importación, Exportación y Tránsito Internacional de productos de origen animal y vegetal⁵ • Certificado Fitosanitario CFR 3⁶ <p>VUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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). 		

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

² <https://www.fda.gov/>

³ <https://www.gob.pe/senasa>

⁴ <http://www.senasa.gob.pe/senasa/category/serviciosonline/>

⁵ <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>

⁶ <http://www.senasa.gob.pe/senasa/categoria-de-riesgo-fitosanitario/>

	<ul style="list-style-type: none"> Ingreso al sistema VUCE: colocar RUC, Usuario y Contraseña, seleccionar Senasa (Cuarentena Vegetal)⁷ Manual de Usuario de la VUCE - SENASA⁸ <p>SUNAT</p> <ul style="list-style-type: none"> 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). Revisión de Cargas Congeladas, Refrigeradas, Frescas, con Cadena de Frío, durante las Acciones de Control INTA-PE.02.04 (versión 1)⁹ <p>EEUU</p> <p>Los requisitos para importar productos vegetales frutas y hortalizas frescas están publicados en la base de datos Fruits and Vegetables Import Requirements FAVIR del APHIS-USDA, seleccionando el país de origen (Perú) y luego ubicando el producto de estudio¹⁰</p> <p>LMR (Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas)</p> <p>La Agencia de Protección Ambiental - EPA es la autoridad competente en Estados Unidos. La Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Raticidas (Federal Insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act FIFRA) exige a la EPA (Environmental Protection Agency) que todos los pesticidas utilizados en los EE.UU. sean registrados y que se establezcan medidas de tolerancia seguras para los residuos químicos que puedan encontrarse en los alimentos domésticos e importados. Esta información puede ser ampliada visitando la página web de referencia.</p> <p>Es recomendable que los exportadores que deseen ingresar a los EE.UU., realicen la verificación de los plaguicidas y LMRs correspondientes al producto a través del siguiente enlace:</p> <ul style="list-style-type: none"> Búsqueda del agroquímico por producto – 40 CFR 180¹¹ <p>Fuente alternativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> Plaguicidas LMR: Promperú pone a disposición del público una herramienta virtual que recopila valores LMR de fuentes oficiales. Esta base de datos ha sido diseñada para ser utilizada por los productores / agroexportadores y obtener información sobre los LMRs establecidos para las frutas y hortalizas frescas en los principales países a los que exportamos.¹² BCGlobal's Pesticide Database¹³ <p>Requisitos Sanitarios</p> <p>Todas las plantas de procesamiento primario de productos vegetales deberán contar con una "Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicado al Procesamiento Primario de Alimentos Agropecuarios y Piensos" emitido por SENASA en cumplimiento de las Buenas Prácticas de Producción e Higiene; así como, de la aplicación de los principios del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC/HACCP) y los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES), este trámite se realiza por mesa de partes. Los establecimientos involucrados son aquellos comprendidos en el suministro para el consumo nacional, la exportación y la importación; tales como los centros de faenado,</p>
--	---

⁷ <https://authorize.vuce.gob.pe/public/login-options/mercancias-restringidas>

⁸ <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2014/11/Manual-de-SNS023.pdf>

⁹ <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-procedimiento-especifico-revision-de-carga-congelada-resolucion-no-47-2016-sunat5f0000-1459414-1/>

¹⁰ https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?REGION_ID=200&NEW=1&ACTION=countrySummCommPI

¹¹ <https://www.ecfr.gov/current/title-40/chapter-I/subchapter-E/part-180>

¹² <http://plaguicidaslmr.promperu.gob.pe/>

¹³ <https://bcglobal.bryantchristie.com/db#/login>

	<p>plantas de empaque, administradoras de programas sociales, receptoras de donaciones, entre otras.</p> <p>El formato solicitud Declaración Jurada debe estar dirigido al Jefe de Área de Insumos Agropecuarios e Inocuidad Agroalimentaria de la Dirección Ejecutiva del SENASA.</p> <p>SENASA</p> <ul style="list-style-type: none">• Autorización Sanitaria de Establecimiento Procesador Primario¹⁴ <p>Etiquetado</p> <p>El marcado y el etiquetado de productos frescos se regulan por el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 "Food Labeling" (21 CFR 101).</p> <p>Requisitos generales del etiquetado de alimentos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Denominación del producto• Declaración del contenido neto• Las declaraciones de peso se expresarán en términos de libra y onza. (lb, oz)• El uso del sistema métrico internacional está permitido de forma complementaria. Ejemplo: Net wt 1 lb 8 oz (680g)• Nombre y dirección del responsable• La etiqueta debe declarar el nombre y dirección del productor, empacador o distribuidor. Debe incluir la dirección, ciudad, país y código postal.• Lugar de Origen• Idioma• La ley exige que todos los elementos aparezcan declarados en inglés, el uso de otros idiomas está permitido de forma complementaria. <p>Envase y Embalaje</p> <p>El material usado para el envase debe ser nuevo, estar limpio y ser de calidad tal que evite daños al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, que lleven las especificaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamentos no tóxicos.</p> <p>La Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA) regula el envasado y el etiquetado de los alimentos. El propósito de estas regulaciones es mejorar la seguridad de los alimentos distribuidos en los Estados Unidos y mantener a los consumidores informados sobre los alimentos que consumen. La FDA clasifica cualquier envase que entra en contacto directo con los alimentos como una "sustancia de contacto con alimentos".</p> <p>Es responsabilidad de la Oficina de Seguridad de los Aditivos Alimentarios y del Centro de Seguridad Alimentaria y Nutrición Aplicada (CFSAN) garantizar la seguridad de estas sustancias en contacto con los alimentos. Esto significa que los materiales de embalaje como plásticos, revestimientos, papeles, colorantes de alimentos y adhesivos deben ser regulados y considerados seguros para su uso.</p> <p>NIMF 15 - Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional</p> <p>El material de embalaje de madera hecho de madera en bruto sin procesar se reconoce como una vía para la introducción y propagación de plagas. Para limitar la entrada y propagación de plagas cuarentenarias a través del comercio internacional, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria adoptó las Normas internacionales para las medidas fitosanitarias: Directrices para la regulación del material de embalaje de madera en el comercio internacional (NIMF 15).</p> <p>La USDA de Estados Unidos ha adoptado esta regulación internacional a fin de asegurar el intercambio internacional de bienes.</p>
--	--

¹⁴ <http://www.senasa.gob.pe/senasa/autorizacion-sanitaria-de-establecimiento-procesador-primario/>

	<p>EEUU</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fair Packaging and Labeling Act¹⁵ <p>PERÚ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los exportadores serán responsables de que los embalajes al ser exportados cumplan con las reglamentaciones establecidas para el caso por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino. • Cuando se utiliza embalajes de madera para la exportación en Perú, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas. Este sello es otorgado por SENASA en base al cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF 15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”. Los proveedores para el tratamiento de madera deben estar autorizados por el SENASA. • La NIMF 15 entiende como embalaje de madera a: pallets, la madera de estiba, jaulas, bloques, barriles, cajones, tablas para carga, collarines de paletas y calces. • Lista de empresas autorizadas para realizar el tratamiento térmico y marcado de embalajes de madera para la exportación¹⁶ • Verificar siempre la actualización de: PLANTAS DE TRATAMIENTO REGISTRADAS Y AUTORIZADAS • Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional¹⁷
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>El mercado global de sachá inchi está segmentado en polvo, aceite, nuez y otros. Se espera que el aumento de las incidencias y los lanzamientos de nuevos productos impulsen el crecimiento del segmento. El creciente uso de sachá inchi en alimentos y bebidas, productos farmacéuticos, cosméticos y otras industrias está impulsando el crecimiento del mercado de sachá inchi en todo el mundo.</p> <p>Específicamente con respecto a los EE.UU., el sachá inchi, utilizado como producto alimenticio y/o como ingrediente de suplemento dietético, tiene un panorama esperanzador. La industria de los suplementos nutricionales ha experimentado un tremendo crecimiento en el mercado, especialmente en los suplementos de proteínas y vitaminas. Según estudios recientes, una de las principales tendencias en el consumo de suplementos dietéticos, entre los usuarios adultos de suplementos en los EE. UU. (alrededor del 25%), es el consumo de suplementos de Omega-3, un componente característico de Sachá Inchi. Además, Sachá Inchi tiene los niveles más altos de omega-3 de origen vegetal, lo que lo convierte en una excelente manera para que los veganos y vegetarianos consuman sus ácidos grasos. También se afirma que Sachá Inchi contiene 17 veces el contenido de aceite omega-3 del salmón, así como los ocho aminoácidos esenciales.</p> <p>Según datos calculados por Statista en base a datos del Censo de EE. UU. y la Encuesta Nacional de Consumidores de Simmons (NHCS), 107,78 millones de estadounidenses consumieron nueces de almendra en 2017, lo que la convierte en la nuez de mayor consumo para cocinar y como refrigerio. Este dato revela una gran oportunidad para el Sachá Inchi, ya que una onza de esta semilla contiene aproximadamente 8 gramos más de proteína que las almendras.</p> <p>El polvo o las semillas tostadas de sachá inchi están experimentando una mayor demanda en la industria alimentaria debido a los diversos beneficios para la salud que incluyen mejores niveles de colesterol, mejor salud intestinal y promoción de la pérdida de peso, entre otros. En este sentido, es probable que el aumento de las ventas de productos alimenticios a base de sachá inchi a través de los canales de venta en línea sea una</p>

¹⁵ <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/fair-packaging-labeling-act-regulations-under-section-4-fair-packaging-labeling-act>

¹⁶ <http://www.senasa.gob.pe/senasa/embalajes-de-madera/>

¹⁷ https://www.ippc.int/static/media/files/publication/es/2019/05/ISPM_15_2018_Es_PostCPM-13_LRGRv_2019-05-27.pdf

	<p>tendencia clave en el mercado. Además, es probable que la creciente conciencia sobre las recetas saludables de sachá inchi, como las galletas de linaza y los brownies de linaza, entre otros, sea otra tendencia crucial en el mercado. Además, se prevé que las crecientes actividades de investigación y desarrollo en la industria farmacéutica ofrezcan lucrativas oportunidades al mercado en los próximos años.</p> <p>En un informe reciente de Digital Journal, el mercado global de Sachá Inchi "se verá impulsado por la creciente aplicación del aceite de Sachá Inchi en varias industrias de uso final, de 2022 a 2027". Por ejemplo, los productos derivados del aceite de sachá inchi se utilizan en la industria cosmética para nutrir la piel y apoyar la integridad de la membrana celular. En este sentido, el aumento de las ventas de productos para el cuidado de la piel está impulsando la demanda de sachá inchi. Además, la forma de aceite de sachá inchi se utiliza como fuente alternativa de antioxidante natural en la industria farmacéutica.¹⁸</p> <p>En otro artículo reciente de Food Navigator, el sachá inchi tiene potencial de 'superalimento', según un proveedor de su aceite y proteína en polvo, e incluso afirma que el producto podría convertirse en la próxima quinua en los mercados norteamericano y europeo. El artículo cita a Bruno Anaya, gerente de ventas de Nutra Ingredients, quien dijo: "Nuestro proyecto es hacer de este el superalimento del futuro, conocido por todos en el mundo", durante la Food Ingredients Europe (FIE) en 2022.¹⁹</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>No aplica – no se produce sachá inchi en EE. UU.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Por mayor parte, los productos de higo que se exporta a los Estados Unidos llegan por barco. Los puertos más concurridos de los EE.UU., incluyen Houston (Texas), Los Ángeles (California), Miami (Florida), Nueva York/Nueva Jersey, New Orleans (Luisiana), Seattle (Washington), Norfolk (Virginia), Savannah (Georgia), Long Beach (California) y Oakland (California). (Anexo 11.1).</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>El sachá Inchi tostado es demandado principalmente para ser consumido como fruto seco, como ingrediente de productos cosméticos y como aceite en diferentes tipos de gastronomía. El producto es mayoritariamente adquirido por los consumidores finales en canales de distribución retail o supermercados, quienes a su vez los importan directamente desde las exportadoras a través de agentes comerciales.</p> <p>Este medio de comercialización posee más del 80% del mercado en ventas de este tipo de productos. Algunos supermercados establecen relaciones con proveedores y los compran directamente, mientras que otros compran estrictamente a grandes distribuidores, como NP Nutra A&A, entre otros. Estos distribuidores también venden a otros operadores de servicio de alimentos.</p> <p>El sistema de distribución para el mercado de alimentos de EE. UU. ha evolucionado con el tiempo para incluir un grupo fragmentado de actores regionales y locales que incluyen importadores, distribuidores y brokers de alimentos. La evolución de este sistema ha resultado en gran parte del tamaño de los EE. UU., lo que dificulta que una compañía brinde servicio a todos los EE. UU. y comprenda las preferencias y gustos regionales. A continuación, se presenta una descripción general de cada jugador y su función.</p> <p>Brokers. Los brokers de alimentos actúan como representantes de ventas directas para fabricantes y venden productos a minoristas y, en segundo lugar, a distribuidores. Por lo general, se basan en comisiones y a menudo requieren una tarifa mensual. Los brokers de alimentos no toman posesión de los bienes ni almacenan ningún producto; más bien, identifican minoristas interesados y administran el proceso de ventas y transacciones. Los brokers son beneficiosos para los productores no estadounidenses, ya que eliminan la</p>

¹⁸ <https://www.digitaljournal.com/pr/global-sacha-inchi-market-to-be-driven-by-the-increasing-application-of-sacha-inchi-oil-in-various-end-use-industries-in-the-forecast-period-of-2022-2027>

¹⁹ <https://www.foodnavigator.com/Article/2015/12/04/sacha-inchi-from-peru-to-boom-as-next-quinua-superfood>

necesidad de tratar directamente con docenas de minoristas o distribuidores locales. Un buen broker tendrá una cartera de minoristas con los que ya está haciendo negocios a menudo en una región de varios estados. Las responsabilidades de un broker son diferentes de las de un agente de ventas tradicional, ya que los brokers a menudo son responsables de lanzar y coordinar campañas de marketing para los productos que representan. Trabajan con cada uno de sus distribuidores para diseñar volantes, crear y publicitar promociones y realizar otras actividades de marketing.

Importadores. Un importador típicamente importa, almacena y comercializa un producto comprado a un productor no estadounidense. El deber básico del importador es enviar el producto a través del mar y / o pasar por la aduana de EE. UU., Almacenar el producto y luego venderlo a través de su red de ventas y comercialización. Los importadores cuyos servicios se limitan a trasladar el producto a la aduana se denominan empresas de compensación. En este caso, el importador / cámara de compensación no completa las actividades de comercialización, pero se limita a despachar aduanas y almacenar el producto. Las actividades de marketing y ventas serían completadas por un broker de alimentos o un distribuidor.

El nivel de actividad de marketing y ventas varía mucho entre los importadores. Muchos prefieren trabajar con marcas conocidas y no les gusta "ser pioneros" o desarrollar nuevas actividades de marketing. El interés en comercializar nuevos productos a menudo depende del tamaño y la escala de un importador con importadores más grandes que prefieren trabajar con productos conocidos o productos de éxito regional. Muchos importadores desarrollan y utilizan su propia red de intermediarios de alimentos y distribuidores locales, y otros completan estas funciones internamente con su propio personal. A menudo se utiliza una combinación de personal interno y agentes externos. Por ejemplo, un importador puede actuar como un distribuidor y broker local en su mercado central, como Nueva York, pero utilizar otros distribuidores y brokers de alimentos fuera de su zona central.

Distribuidores. Los distribuidores desempeñan un papel clave a nivel regional de la red de distribución. Los distribuidores de alimentos generalmente compran productos de brokers, importadores o productores y luego entregan sus productos a minoristas en su región. En general, realizan actividades de marketing mínimas para los productos que llevan, aunque el nivel de actividad de marketing varía caso por caso. A diferencia de los brokers, los distribuidores toman posesión y posesión física de un producto y a menudo proporcionan almacenamiento. A menudo, un broker o importador designa a un distribuidor local para atender a un cliente minorista existente.

Minoristas. Los minoristas de alimentos independientes y especializados juegan un papel importante en el mercado de alimentos de EE. UU. A diferencia de las grandes cadenas nacionales, las tiendas de comestibles independientes y las cadenas regionales a menudo trabajan con distribuidores locales o un importador. Por lo general, no tratan directamente con exportadores extranjeros a menos que se trate de actividades de marca privada (marca propia de la tienda).

Una vez que las empresas generen demanda, requieren que estos productos estén disponibles para su venta inmediata. El proceso de manejo de los productos hasta la venta final es crítico. Requiere transporte seguro y confiable, almacenamiento y distribución efectiva. Esto es también importante, ya que el manejo de la cadena de distribución juega un rol fundamental en la satisfacción del cliente. Al poseer los productos en demanda disponibles para su compra crea una ventaja competitiva.

Los vendedores minoristas tradicionales, supermercados o "retailers" de alimentos y comestibles son el principal canal de distribución y comercialización de productos de higo. Los principales supermercados en los Estados Unidos de acuerdo con sus ventas hasta el 2016 son Wal-Mart, Kroger y Costco, con más de US \$362, \$110 y \$87 mil millones en ventas, respectivamente. (Anexo 11.2)

	<p>Algunos supermercados establecen relaciones con proveedores y los compran directamente, mientras la gran mayoría compra estrictamente a grandes distribuidores, como Sysco, US Foods, Reinhart Foodservice, Labatt Food Service, Associated Wholesale Grocers (AWG) y las empresas previamente mencionadas (Cargill, Archer Daniels Midland, etc.). Estos distribuidores también venden a restaurantes, cadenas de comida rápida y otros operadores de servicio de alimentos.</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>El aumento de la conciencia sobre los ingredientes alimentarios saludables, el cambio de gustos y preferencias y un mayor ingreso disponible son los factores clave que están impulsando el posicionamiento del consumo de sachá inchi en los Estados Unidos. Un criterio considerado para la importación y comercialización de este producto es el tipo de cultivo, especialmente si certifica ser orgánico, no modificado genéticamente (non-GMO), libre de gluten, libre de frutos secos y kosher. Es una característica del mercado americano la valoración y prioridad que se le otorga al momento de la compra a la producción hecha con responsabilidad social, ambiental y de comercio justo.</p> <p>Además, el proceso moderno de globalización y mejora de la producción y los procesos logísticos estimulan el desarrollo del mercado de productos exóticos a nivel mundial. El sachá inchi es reconocido por ser una fuente de proteína, omega 3, 6 y 9, vitamina E y fibra. El producto peruano se valora por el componente histórico del mismo, su uso como alimento desde hace 3000 años en la selva amazónica, así como también le agrega valor que fue en una de las primeras zonas donde fue cultivado debido a las ventajas que otorgan la altura y el clima.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Sachá inchi (<i>Plukenetia volubilis</i>) es originaria de Perú, Ecuador y Colombia. Las comunidades indígenas han estado cultivando la planta durante siglos, pero también se puede encontrar en la naturaleza. Debido a que no tiene su propio código HS específico (partida arancelaria) y sachá inchi se combina con muchas otras nueces menos conocidas, es difícil determinar en qué medida las exportaciones peruanas participan en el mercado estadounidense. Con respecto a productos derivados, actualmente Perú sigue siendo el mayor exportador de aceite de sachá inchi, según el Centro de Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo (CBI).²⁰</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>La promoción del sachá inchi 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>Private Label Manufacturers Association Show (PLMA) Para ayudar a las empresas miembro a conocer a los minoristas de EE. UU. Y Canadá, PLMA organiza su feria de etiqueta privada de EE. UU. En Chicago cada mes de noviembre. Compran los compradores de los principales supermercados, cadenas de medicamentos, comerciantes en serie, tiendas de conveniencia, minoristas en línea, importadores, exportadores, mayoristas, tiendas de descuento e incluso intercambios militares.</p> <p>Natural Products Expo (East y West) Muestra productos orgánicos derivados naturalmente. La exposición tiene lugar en ambos lados del país, la Eastern Expo se celebra anualmente en el otoño en el Baltimore Convention Center en Baltimore, MD y la Western Expo se lleva a cabo en la primavera en el Anaheim Convention Center en Anaheim, California. Este evento atrae a 22,000 profesionales de la industria y 1,400 expositores.</p> <p>The Fancy Food Show El Fancy Food Show es la feria comercial de alimentos y bebidas más grande de la Costa Oeste. El evento anual es organizado por la Specialty Food Association en enero, normalmente en Nueva York. El evento se centra en especialidades, productos gourmet y</p>

²⁰ [https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/sacha-inchi-oil#:~:text=Sacha%20inchi%20\(Plukenetia%20volubilis\)%20is,be%20found%20in%20the%20wild.](https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/sacha-inchi-oil#:~:text=Sacha%20inchi%20(Plukenetia%20volubilis)%20is,be%20found%20in%20the%20wild.)

	<p>orgánicos de alta calidad. Puede esperar 1,400 expositores de 35 países y 19,000 profesionales de la industria.</p> <p>US Food Showcase 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> <p>En el caso de la oferta del aceite de maracuyá y derivados como materia prima para la producción de cosméticos, las principales ferias y eventos son:</p> <ul style="list-style-type: none">• America's Beauty Show (abril, Chicago, IL)• Face & Body Spa Conference & Expo Midwest (julio, Chicago, IL)• Cosmoprof (junio, Las Vegas, NV)• International Salon & Spa Expo (enero, Long Beach, CA)• Natural Products Expo West (marzo, Anaheim, CA)• International Beauty Show (marzo, New York, NY)• America's Beauty Show (abril, Chicago, IL)• PBA Beauty Week (julio, Las Vegas, NV)• Face & Body (agosto, San Jose, CA)• SupplySide West (noviembre, Las Vegas, NV)
--	---

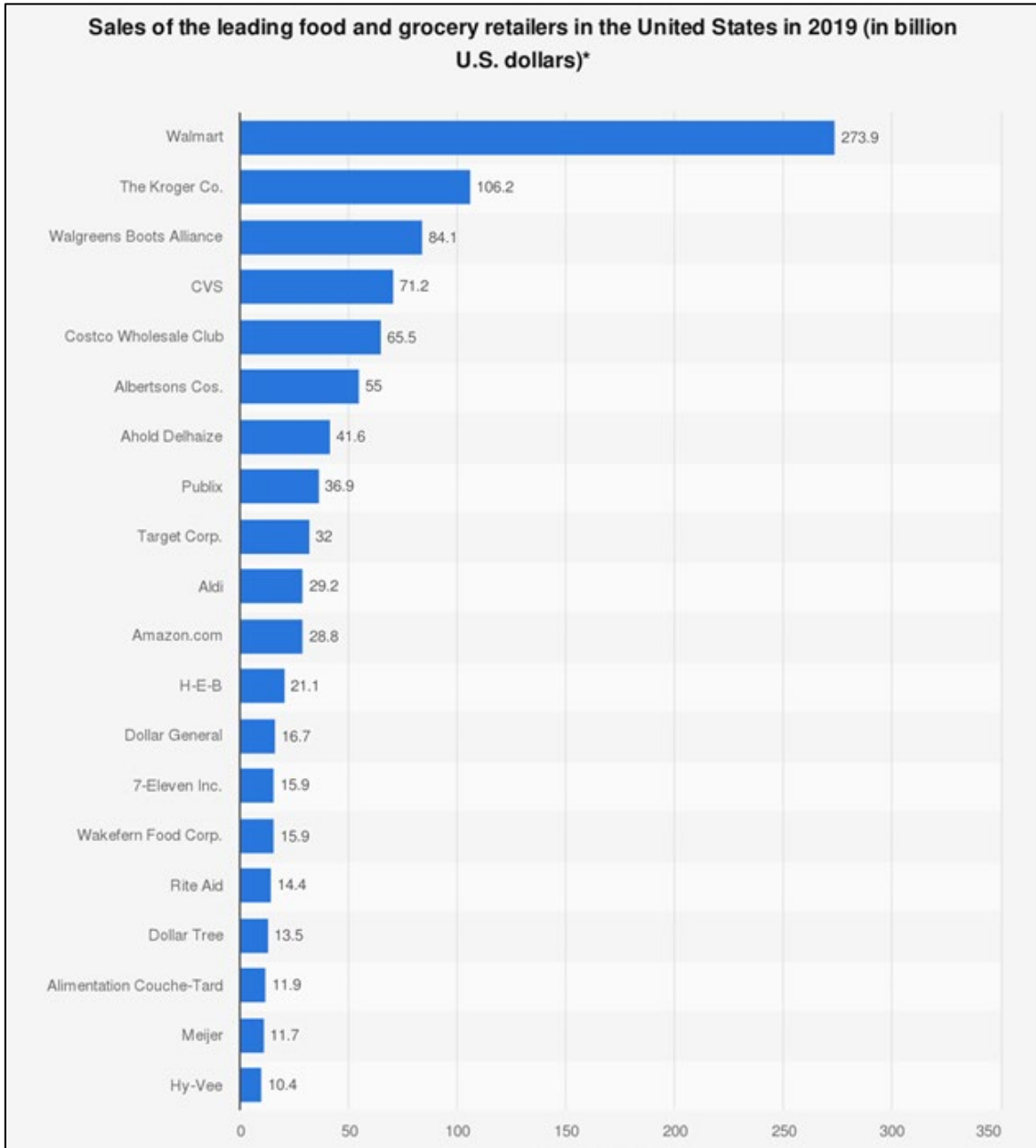
Anexos

11.1 Puertos Principales de los Estados Unidos

CLASIFICACIÓN DE PUERTOS EN EE. UU. POR VOLUMEN DE CARGA 2016								
COMERCIO EXTERIOR								
#	IMPORTACIONES		#	EXPORTACIONES		#	TOTAL COMERCIO EXTERIO	
	PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS
1	Houston, TX	69,109,888	1	Houston, TX	94,875,799	1	Houston, TX	163,985,687
2	New York/New Jersey	68,406,550	2	South Louisiana, LA	84,927,630	2	South Louisiana, LA	124,269,250
3	Long Beach, CA	45,302,472	3	Virginia	37,242,734	3	New York/New Jersey	86,118,631
4	South Louisiana, LA	39,341,620	4	Corpus Christi, TX	26,057,831	4	Long Beach, CA	67,409,469
5	Los Angeles, CA	37,127,254	5	New Orleans, LA	22,416,971	5	Los Angeles, CA	56,285,833
6	Beaumont, TX	29,180,940	6	Long Beach, CA	22,106,997	6	Corpus Christi, TX	49,410,563
7	Corpus Christi, TX	23,352,732	7	Baton Rouge, LA	21,408,507	7	Virginia	48,683,132
8	Mobile, AL	21,199,530	8	Plaquemines, LA	20,141,193	8	Beaumont, TX	48,258,914
9	Lake Charles, LA	19,541,191	9	Los Angeles, CA	19,158,579	9	New Orleans, LA	41,345,813
10	New Orleans, LA	18,928,842	10	Beaumont, TX	19,077,974	10	Savannah, GA	35,260,898
11	Savannah, GA	18,501,007	11	Baltimore, MD	17,728,512	11	Mobile, AL	35,219,099
12	Baltimore, MD	14,134,738	12	New York/New Jersey	17,712,081	12	Baltimore, MD	31,863,250
13	Texas City, TX	13,268,756	13	Port Arthur, TX	17,512,329	13	Baton Rouge, LA	29,559,028
14	Charleston, SC	13,173,818	14	Savannah, GA	16,759,891	14	Lake Charles, LA	29,461,810
15	Richmond, CA	12,030,614	15	Mobile, AL	14,019,569	15	Texas City, TX	26,843,908
16	Virginia	11,440,398	16	Kalama, WA	13,819,748	16	Port Arthur, TX	26,523,741
17	Philadelphia, PA	10,827,584	17	Texas City, TX	13,575,152	17	Plaquemines, LA	23,460,335
18	Boston, MA	10,476,553	18	Tacoma, WA	12,837,403	18	Tacoma, WA	21,180,301
19	Freeport, TX	10,229,725	19	Longview, WA	11,496,279	19	Charleston, SC	20,964,609
20	Pascagoula, MS	9,057,753	20	Portland, OR	10,358,100	20	Seattle, WA	17,883,207




Fuente: American Association of Port Authorities

11.2 Ventas de los supermercados principales de los EE.UU. 2019 (US\$ mil millones)



Fuente: Statista

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">Amazon</p> <p>https://www.amazon.com/Brass-Roots-Organic-Roasted-Allergen/dp/B08B5J878F</p>	16 onzas	\$ 19.99	No especifica	06/12/2022	Bolsa trilaminada, semilla	
<p align="center">Herba Zest</p> <p>https://shop.herbazest.com/products/sacha-inchi-powder</p>	15 onzas	\$ 14.90	Perú	06/12/2022	Bolsa trilaminada, polvo	
<p align="center">Amazon</p> <p>https://www.amazon.com/Starseed-Sacha-Inchi-Oil-pressed</p>	8.45 onzas liquidas	\$ 16.90	Perú	06/12/2022	Botella de vidrio, aceite	
<p align="center">Haia</p> <p>https://haiawellness.com/products/haia-i-am-enlightened-sacha-inchi-peptide-eye-brightening-cream-</p>	1 onza liquida	\$ 85.00	No especifica	06/12/2022	Botella de plástico, cosmético	