

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior**MEMORANDO N° -2021- PROMPERU/DO-OLAN**

**A :** **ANDREA SILVA SANTISTEBAN INURRITEGUI**  
Directora de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

**Cc :** **Karla Susana Vivanco Vásquez**  
Coordinadora de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

**Asunto :** Envío de ficha producto mango.

**Ref. :**

---

**ANEXO 5****OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN LOS ÁNGELES****FICHA MERCADO PRODUCTO****MANGO****1. Nomenclatura arancelaria**

- 0804.50.00.00: Mango fresco o seco
- 0811.90.5200: Mango congelado
- 2001.90.4500: Mango preparado o en conserva
- 2008.99.0000: Mango preparado o en conserva

**2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**

- Mangoes
- Frozen mangoes
- Canned or preserved mangoes

**3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)****Aranceles**

Las importaciones de mango no están sujetas a ningún arancel gracias al Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos de 2009.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

### Requisitos fitosanitarios

Los envíos de mangos tienen que estar acompañados por tres certificados del país de origen (Perú), garantizando que los mangos cumplen los requisitos de entrada de los EE. UU.. Dichas certificaciones son expedidas por SENASA e incluyen:

- Certificado fitosanitario
- Certificado de lugar de producción
- Registro de exportador y Declaración de Lugares de Producción.

### Requisitos de Importación

- El gobierno americano requiere a los importadores (compradores) de mango el permiso de importación (ver [APHIS](#)) [PPQ 587](#). El trámite de dicho permiso tiene un costo de \$70 y tarda 30 días laborales. Una vez obtenido, el permiso tiene una vigencia de 3 años.

### Requisitos de inspección

- Además de los requisitos fitosanitarios, las importaciones de mangos están sujetas a inspecciones basadas en los lineamientos enumerados [aquí](#).
- Antes de iniciar el proceso de exportación el productor deberá tratar los mangos con el proceso de inmersión en agua caliente (46.1°C) aprobado por el APHIS. El tiempo de inmersión dependerá del tamaño promedio de la variedad mangos en el cargamento. Posteriormente, cada caja deberá ser marcada con la declaración: “APHIS-USDA TREATED WITH HOT WATER”
- La inspección para verificar el cumplimiento de las regulaciones establecidas se realiza al llegar a cualquier puerto de entrada en los EE.UU.
- Cada envío de mangos tiene que estar acompañado por un formulario [PPQ 203](#) firmado, o por un correo electrónico enviado por el APHIS con el formulario, firmado o sin firma, adjunto.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

- Más información [aquí](#).

## Evaluación

El Departamento de Agricultura de los EE.UU. requiere a los importadores de mangos frescos y congelados pagar una tasa de evaluación, recaudada por las “US Customs and Border Protection (CBP)” o las Aduanas y Protección Fronteriza de los EEUU.

Hay una exención para importadores de mangos que importan menos de 500,000 libras de mangos frescos y 200,000 libras de mangos congelados al año. Además, los importadores de mangos “orgánicos certificados” están exentos bajo el Programa Nacional Orgánico. Todas las exenciones requieren llenar y mandar una solicitud al consejo del Programa.

Tasas de evaluación para mango fresco:

- 0804.50.4045 → 1.65345 ¢/kg
- 0804.50.4055 → 1.65345 ¢/kg
- 0804.50.6045 → 1.65345 ¢/kg
- 0804.50.6055 → 1.65345 ¢/kg

## Límite Máximo de Residuos y Pesticidas

- La Agencia de Protección Ambiental (EPA, por sus siglas en inglés) y la Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Rodenticidas (FIFRA, por sus siglas en inglés) requieren que los pesticidas implementados sean seguros y estén registrados en los EE. UU. Se recomienda a los exportadores que deseen verificar el estatus legal de los pesticidas que implementan y los niveles máximos de residuos permitidos usar el siguiente enlace: <https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?node=pt40.24.180&>

## Etiquetado

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

- Declaración de contenido neto en el panel principal de la caja ([Ver Código Electrónico de Regulaciones Federales, Sección §500.6](#))
- Nombre y dirección de la persona responsable
- Lugar de origen
- Idioma: todos los elementos deben aparecer en inglés
- Se recomienda contar con servicios de consultoría legal para cumplir con las regulaciones de etiquetamiento

### **Empaque**

- Regulado por la Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA) de EE. UU.
- El material utilizado para el envase debe ser nuevo, limpio y de calidad suficiente para evitar dañar el producto
- Los Exportadores son responsables de asegurar que el empaque cumpla con los lineamientos presentados por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino
- Los embalajes de madera deben tener un precinto del SENASA que acredite que ha recibido tratamiento térmico contra plagas

### **Certificaciones Voluntarias**

A continuación se incluyen algunas certificaciones de carácter opcional, requeridas únicamente si el comprador las exige:

- Global GAP
- Global Standard for Food Safety
- Safe Quality Food Program
- USDA Organic
- Fair-trade

### **Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA)**

Las regulaciones previamente establecidas exigen que las instalaciones de alimentos se registren con la FDA y notifique con anticipación a la misma sobre los envíos de alimentos importados.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

#### 4. Tendencias del mercado

##### Mango fresco

De acuerdo con Manuel Michel, Director Ejecutivo del National Mango Board, el consumo de mango fresco en Estados Unidos ha aumentado considerablemente a lo largo de la última década. La disponibilidad per cápita de mango durante 2020 en el país norteamericano fue de 3.63 libras/persona, un aumento de 12% relativo al año previo. No obstante, a lo largo de la última década el aumento total de la cifra fue de 62%.

EE. UU. es el importador de mango más grande del mundo. Sin embargo, la disponibilidad per cápita de mango en los EE. UU. es más baja que la de aquellos países que cuentan con producción comercial doméstica. Por ejemplo, en 2019 México fue el cuarto productor más grande de mango en el mundo. A diferencia de Estados Unidos, México goza de una disponibilidad per cápita al año de aproximadamente 34 libras/persona ([FAOSTAT](#)). La diferencia en materia de disponibilidad per cápita es atribuible a los niveles de madurez de cada mercado. México, siendo uno de los productores más grandes del mundo, cuenta con mayor acceso y disponibilidad al producto. Por ello, en México el mango resulta ser una fruta más popular y con mayor tracción entre los consumidores. Por otra parte, en Estados Unidos, donde la disponibilidad de mango depende del nivel de importaciones, el acceso a la fruta es mucho más limitado. Por esta razón, la popularidad y el consumo de mango per cápita es menor en países importadores como Estados Unidos.

Los niveles más altos de importación de mango en EE. UU. ocurren entre mayo y agosto cada año durante la temporada mexicana. Sin embargo, en años recientes el aumento más grande de importación ha tenido lugar durante los meses de enero y febrero durante la temporada peruana y, luego hasta septiembre durante la temporada de Sinaloa, México.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

## Mango congelado

Al igual que los productos frescos, los productos derivados del mango con valor agregado han visto un aumento en demanda y producción a lo largo de los últimos diez años. Entre los años 2010 y 2020, el valor de las importaciones desde el Perú de mango congelado al mercado estadounidense aumentó un 81.5% (Ver Anexo 3). El aumento en la participación del mercado de productos congelados ha crecido modestamente desde el principio de la década, particularmente debido al aumento acelerado de las importaciones totales. No obstante, dicho incremento ha ayudado a las importaciones de origen peruano a mantener el segundo puesto en el mercado americano.

Si bien a lo largo de los últimos años la base de consumidores del producto, por su familiaridad con frutos tropicales, han sido mayormente las poblaciones Asiáticas y Latinas, el [National Mango Board](#) sugiere que el perfil demográfico de los consumidores se está expandiendo. Por ello, el mango, siendo una fruta tropical y por sus propiedades nutricionales, ha respondido positivamente a los cambios en los regímenes alimenticios del consumidor americano hacia dietas más saludables.

Entre consumidores particulares, las ventajas de los productos congelados frente a los frescos son evidentes. Los productos congelados ofrecen la posibilidad de mayores tiempos de almacenamiento, ofreciendo mayor flexibilidad para el consumo de estos. Además, dado el aumento de participación laboral en la economía a lo largo de la última década, la conveniencia de los congelados para la preparación rápida de comidas se ha convertido en un factor para tener en cuenta a la hora de comprar alimentos.

Desde el punto de vista de los establecimientos comerciales, se ha vuelto cada vez más factible comprar productos congelados por los avances en infraestructura de las cadenas de frío a lo largo del país. Muchos establecimientos comerciales optan por productos congelados por su conveniencia en términos de preparación. Además, los incrementos tanto de la preferencia por alimentos vegetales y de la tendencia de consumir alimentos nutritivos entre los consumidores han sido factores determinantes para la selección de ingredientes. Como resultado, la firma de análisis de mercados ReportLinker estima una tasa de crecimiento anual de 5.3% para productos congelados entre 2020 y 2027. Por otro lado, como se estipula anteriormente, debido a que las frutas tropicales se han vuelto particularmente más populares entre la población por sus propiedades nutricionales, es probable que frutas tropicales como el mango congelado verán aumentos en demanda mayores a los de otros productos similares ([Ver](#)).

## Mango en conserva

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

Al igual que el mango congelado, el mango en conserva es un producto con mayor valor agregado que el mango fresco. El mercado de importaciones para dichos productos es de menor tamaño al de congelados y frescos. Asimismo, debido a la longevidad de los productos y la ausencia de la necesidad de cadena de fríos, otros productores fuera del continente como países asiáticos figuran entre los mayores protagonistas del mercado además de México y Perú. A pesar del menor dinamismo de este segmento del mercado de mangos, las importaciones peruanas vieron un crecimiento de 226% entre 2015 y 2020. Es probable que dicho aumento sea más atribuible a la transición hacia productos con mayor valor agregado por parte de los exportadores peruanos, que a tasas de crecimiento significativas en la demanda de estos.

El mango en conserva, por su rol en la dieta del consumidor, no tiende a seguir las tendencias de los productos frescos y congelados. Su demanda no responde fuertemente a las tendencias de la demanda del mango fresco y congelado discutidas con anterioridad. Por lo tanto, dichos productos tienden a ser vistos principalmente como complementos para la dieta del consumidor y secundariamente como alimentos que deben ser consumidos por su valor nutricional. Sin embargo, un elemento a considerar detrás de la demanda del mango en conserva es el aumento significativo de popularidad que las frutas tropicales frescas y congeladas están teniendo en el mercado americano. La introducción del mango fresco y cómo consumirlo es un factor que puede generar interés en conservados y productos con mayor valor agregado.

### **Comida saludable**

De acuerdo con Manuel Michel, la demanda de consumo para los alimentos ricos en nutrientes ha aumentado antes y durante la pandemia de Covid-19. El entrevistado señala que el mango es un “super fruit” y una excelente fuente de vitamina C con 20 vitaminas y minerales adicionales. Además, señala que es una fruta versátil que puede ser utilizada en comidas saludables como los smoothies, currys, ensaladas y más. A la vez, menciona que, en años recientes, la demanda por el mango en sus múltiples formas ha aumentado, pero las compras primarias en EE.UU. son los mangos frescos, seguidos por los mangos cortados o “fresh-cut”, congelados y secos. El consumo de mangos frescos, cortados y congelados experimentó un aumento significativo durante el año 2020. Muchos americanos se enfocaron en su salud y buscaban nuevas experiencias al cocinar en casa. El mango ofrece muchos beneficios nutricionales y versatilidad en la cocina.

El mango “Kent” producido en Perú es una de las variedades predilectas para los consumidores Americanos. El aumento de 122% en importaciones de cajas (8.8 millones de cajas en 2015 y 18.5 millones en 2020) de dicha variedad de mango entre 2015 y 2020 refleja su éxito en el mercado estadounidense. Algunos de los factores que contribuyen a las preferencias de los consumidores a los mangos “Kent” incluyen la disponibilidad mejorada, menor cantidad de fibra en el producto, mejor sabor, y calidad alta y constante.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

Siempre que los consumidores tengan una buena experiencia con los mangos, regresarán para más.

Asimismo, para Xiomara Elías, directora de calidad y seguridad alimentaria de Patagonia Foods, el reto principal del mango en el mercado estadounidense es aún el desconocimiento de la fruta en grandes porciones de los consumidores norteamericanos, debiendo realizarse más promoción de las diversas formas sobre cómo consumirla.

### **Competidores principales**

En cuanto a productos sustitutos, según el National Mango Board de Estados Unidos, el mango no compite directamente contra otras frutas por participación de mercado. De acuerdo con la autoridad del gremio, el mango es más bien un producto complementario al consumo general de frutas. Esto se debe a que sus estudios de mercado demuestran que los consumidores del mango también compran grandes cantidades de otras frutas y vegetales.

Por ello, la discusión en torno a los competidores para los productores de mango peruanos debe ser tenida en términos de otros productores de la fruta. En el segmento de mango congelado y fresco, los competidores tienden a ser los mismos. El principal competidor de Perú es México, el mayor exportador de mango congelado y fresco al país norteamericano. En ambas categorías las importaciones peruanas ocupan el segundo lugar en el mercado de Estados Unidos. Cabe resaltar que ambos países aportaron un total del 70.2% y 93.5% de las importaciones para las categorías de mangos frescos y congelados respectivamente. El liderazgo de ambos países es claro en la categoría de congelados, puesto a que Vietnam y Chile, los siguientes exportadores más grandes al país americano, solo aportaron 1.5% y 1.3% del total de las importaciones en 2020. Perú, el segundo importador más grande, cuenta por su parte con una participación en el mercado de importaciones del 34.8% (Ver Anexo 6).

Por otro lado, en cuanto a productos frescos, Ecuador y Brasil, los siguientes proveedores a Estados Unidos, aportaron 7.8% y 7.6% del total de las importaciones en 2020. Para dicha categoría la participación de mercado del Perú es de 12.6% y es menos sustancial que en el segmento de congelados.

En cuanto al mango en conserva, por la naturaleza de los productos de este tipo, Perú se enfrenta a una variedad más grande de competidores que incluyen a Tailandia y a India además de México. Como se mencionó con anterioridad, el factor diferenciador es la longevidad del producto y la carencia de la cadena frío dentro a lo largo de la cadena de

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

suministro. En este segmento, Perú es el cuarto exportador más grande con una participación de importaciones de 5.14%.

## 5. Estacionalidad de la producción local

La producción local de mangos en EE. UU. es muy limitada, ubicada en Hawaii, California, Florida y Puerto Rico. Aunque sí hay producción local, no representa una cuota significativa del mercado del mango.

## 6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

- Los mangos de Perú son admisibles en todos los puertos incluidos en la [lista de puertos](#)
  - Los cinco principales puntos de entrada de mangos frescos en orden de volumen de cargamento de mangos son los siguientes:
    - Laredo, Texas
    - Nogales, Arizona
    - Filadelfia, Pennsylvania
    - Miami, Florida
    - Los Ángeles, California

Cabe resaltar que la Costa Oeste es la principal región por la cual ingresan las importaciones de mango frescos a los Estados Unidos. A través de dicha región ingresaron alrededor del 42.15% de todos los cargamentos de mangos frescos del año 2020. Asimismo, el puerto con mayor volumen es de tipo terrestre, y con gran cercanía a la frontera de México.

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

Para los cargamentos provenientes de Perú, los principales puertos de ingreso para mangos frescos son:

- Philadelphia, Pennsylvania
- San Diego, California
- Miami, Florida

## 7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

Debido a la estacionalidad de la producción de los mangos, su producción, distribución y exportación está manejada por muchas empresas pequeñas, en vez de pocas empresas grandes como en las industrias del banano y de la piña.

### Principales empresas exportadoras principales de Perú (2019):

1. Camposol S.A. (\$30.97 millones)
2. Sunshine Export S.A.C. (\$23.63 millones)
3. Dominus S.A.C. (\$12.45 millones en ventas)
4. FLP del Peru S.A.C. (\$11.23 millones)
5. Jumar Perú S.A.C. (\$11.17 millones)
6. Asica Farms S.A.C. (\$10.83 millones)
7. Sobifruits S.A.C. (\$9.30 millones)

Fuente: SUNAT

Elaborado por OCEXLA

### Principales mayoristas de mango en EE.UU.:

1. Amazon Produce Network
2. Coast Citrus Distributors
3. Central American Produce
4. Dayka & Hackett Ltd
5. Freska Produce International LLC
6. Panorama Produce Sales
7. Carb Americas Inc

Fuente: Panjiva, National Mango Board

Elaborado por OCEXLA



PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

## **8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores**

Debido a su corta vida útil, los mangos frescos necesitan de una cadena de frío a lo largo del proceso de distribución hasta que lleguen a los canales minoristas. En el mercado, los siguientes actores se encargan de la distribución y comercialización del mango (Ver anexo 9):

- Importador
- Empaquetador
- Mayorista
- Canales al por menor: Supermercados, tiendas especializadas, mercados
- Canales de catering: Hoteles, restaurantes, cafeterías

## **9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)**

La oferta peruana ocurre durante la temporada entre noviembre y marzo y se compone de mangos de la variedad “Kent”. La disponibilidad máxima de los mangos peruanos en el mercado estadounidense ocurre durante los meses de diciembre, enero y febrero.

## **10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.**

PMA, o Produce Marketing Association – Asociación de Marketing de Productos Agrícolas – organiza una feria comercial llamada #freshsummit. La feria dura dos días y se lleva a cabo durante el mes de octubre, durante la cual los participantes se pueden conectar en varios “Markets”, mercado de productos agrícolas, artículos complementarios, florales y soluciones. En esta feria se puede encontrar cualquier empresa que trabaje en cualquier parte de la cadena de suministro, desde los productores hasta el comercio minorista y el servicio de alimentos y todas las demás soluciones comerciales.

Asimismo, para promover los mangos hacia los comercializadores y tiendas minoristas, es importante comprender dónde y cuándo es óptima la venta de mangos. Debido a que los mangos están ganando popularidad con las poblaciones más jóvenes, se recomienda la implementación de estrategias de promoción en redes sociales, además de sugerencias de recetas fáciles y versátiles que requieran el mango como ingrediente. Además, según Ciruli Brothers, un mayorista de frutas estadounidense, las festividades durante las semanas previas al *Cinco de Mayo* ofrecen una oportunidad ideal para la promoción de los mangos en las tiendas y supermercados estadounidenses. Los consumidores asocian los mangos con los temas latinos y tropicales, por lo cual las ventas de mangos durante esta época del año tienden a incrementar.



PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior



PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

### Anexos

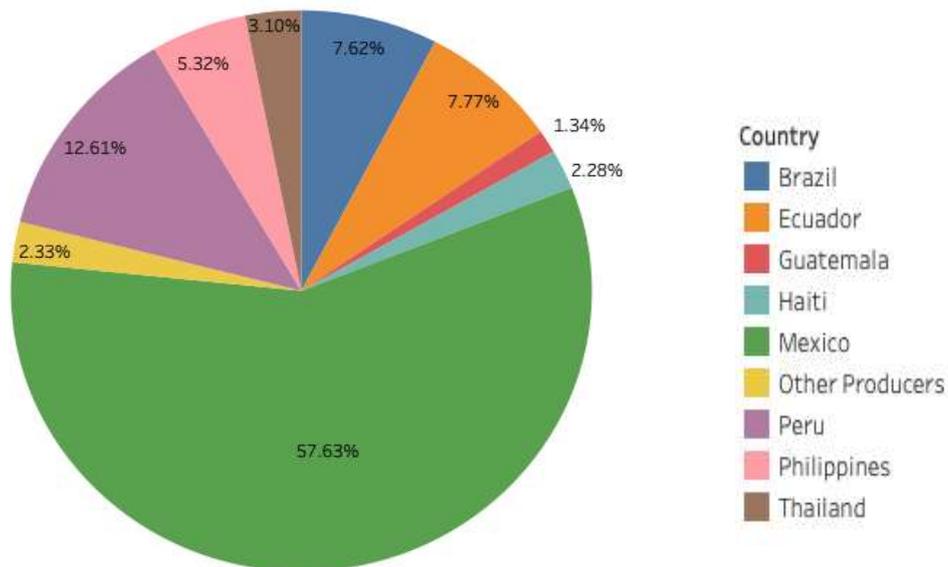
Anexo 1. Valor Importaciones de mango por país de origen (Cifras en US\$)

País de origen	2016	2017	2018	2019	2020
<b>México</b>	309,661,909	352,228,200	347,233,210	359,345,369	376,924,015
<b>Perú</b>	54,951,344	57,836,931	60,451,349	64,552,437	82,456,624
<b>Ecuador</b>	55,258,763	47,937,190	50,665,352	43,094,823	50,832,325
<b>Brasil</b>	31,719,294	37,065,537	33,333,585	44,977,964	49,823,456
<b>Otros países</b>	78,669,774	102,154,015	90,982,446	88,395,965	94,001,023
<b>Total</b>	<b>530,261,084</b>	<b>597,221,873</b>	<b>582,665,942</b>	<b>600,366,558</b>	<b>654,037,443</b>

Fuente: USTIC/Panjiva

Elaborado por OCEXLA

Anexo 2. Participación de mercado importaciones de mango por país de origen (2020)



Fuente: USITC/Panjiva

**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

Elaborado por OCEXLA

Anexo 3. Valor Importaciones de mango congelado por país de origen (*Cifras en US\$*)

País de origen	2015	2016	2017	2018	2019	2020
México	89,848,201	58,897,985	45,938,871	53,137,250	61,233,967	74,889,804
Perú	33,518,823	33,795,076	22,608,140	30,120,814	30,628,992	44,284,064
Vietnam	711,329	1,245,514	777,996	1,015,910	1,427,196	1,922,326
Chile	639,958	1,553,570	1,156,775	871,492	896,530	1,624,750
Otros países	6,432,933	5,697,466	4,248,047	4,141,501	5,347,256	4,725,029
<b>Total</b>	<b>131,151,244</b>	<b>101189611</b>	<b>74,729,829</b>	<b>89,286,967</b>	<b>99,533,941</b>	<b>127,445,973</b>

Fuente: USITC

Elaborado por OCEXLA

## Anexo 4. Valor de importaciones de mango fresco por puerto de entrada



PERÚ

Ministerio | de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

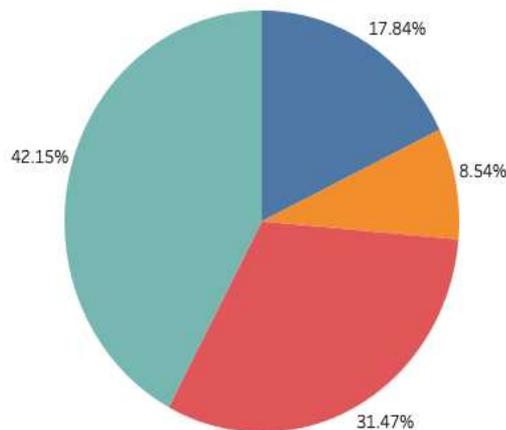
Dirección de las Oficinas Comerciales en el Exterior

Label	Port	Y2015	Y2016	Y2017	Y2018	Y2019	Y2020	
WEST US	Great Falls, MT	\$30,044.00	\$136,436.00	\$143,683.00	\$148,494.00	\$79,850.00	\$132,423.00	
	Honolulu, HI	\$779,180.00	\$915,636.00	\$695,869.00	\$892,627.00	\$319,213.00	\$55,250.00	
	Los Angeles, CA	\$33,725,864.00	\$47,267,225.00	\$51,526,304.00	\$40,036,848.00	\$44,931,362.00	\$47,714,463.00	
	Phoenix, AZ	\$122,904,467.00	\$134,238,748.00	\$150,357,181.00	\$157,793,925.00	\$163,216,245.00	\$147,953,606.00	
	San Diego, CA	\$16,799,162.00	\$21,023,953.00	\$16,579,852.00	\$36,629,340.00	\$36,898,369.00	\$41,885,436.00	
	San Francisco, CA	\$31,943,059.00	\$36,325,442.00	\$38,526,230.00	\$29,709,725.00	\$21,803,409.00	\$33,336,749.00	
EAST US	Seattle, WA	\$4,160,883.00	\$4,962,448.00	\$4,188,729.00	\$6,428,612.00	\$6,793,770.00	\$6,816,117.00	
	Baltimore, MD	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$23,436.00	\$10,900.00	
	Boston, MA	\$76,237.00	\$174,277.00	\$178,810.00	\$446,504.00	\$798,258.00	\$250,107.00	
	Buffalo, NY	\$1,036,346.00	\$233,896.00	\$192,917.00	\$137,817.00	\$39,516.00	\$98,400.00	
	Chicago, IL	\$93,240.00	\$87,302.00	\$1,808,978.00	\$1,878,304.00	\$2,224,679.00	\$1,812,790.00	
	Cleveland, OH	\$108,290.00	\$181,980.00	\$0.00	\$12,883.00	\$6,099.00	\$2,990.00	
	Detroit, MI	\$2,483.00	\$16,336.00	\$52,438.00	\$4,952.00	\$62,964.00	\$79,106.00	
	Memphis, TN	\$983,809.00	\$12,296.00	\$63,968.00	\$14,983.00	\$0.00	\$0.00	
	New York, NY	\$13,386,017.00	\$12,620,653.00	\$16,319,279.00	\$18,104,446.00	\$16,041,174.00	\$22,240,890.00	
	Philadelphia, PA	\$23,304.00	\$158,718.00	\$62,254.00	\$38,046.00	\$32,289.00	\$0.00	
	Pittsburgh, PA	\$86,289,894.00	\$62,436,920.00	\$70,836,174.00	\$70,566,483.00	\$77,325,561.00	\$81,423,897.00	
	St. Albans, VT	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$18,325.00	\$0.00	\$0.00	
	Washington, DC	\$119,091.00	\$177,763.00	\$327,326.00	\$491,520.00	\$797,908.00	\$2.00	
	SOUTH US	Charleston, SC	\$0.00	\$13,971.00	\$16,529.00	\$770,336.00	\$1,004,919.00	\$654,583.00
Charlotte, NC		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$16,360.00	\$50,040.00	
Miami, FL		\$97,593,873.00	\$48,743,255.00	\$45,692,771.00	\$43,150,531.00	\$43,196,046.00	\$51,318,371.00	
Mobile, AL		\$0.00	\$14,236.00	\$79,872.00	\$0.00	\$0.00	\$5,895.00	
New Orleans, LA		\$6,740.00	\$8,200.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Norfolk, VA		\$1,664,512.00	\$173,844.00	\$70,540.00	\$83,344.00	\$66,636.00	\$17,799.00	
Savannah, GA		\$72,252.00	\$187,042.00	\$92,969.00	\$1,893,692.00	\$1,789,320.00	\$1,896,734.00	
Tampa, FL		\$2,463,543.00	\$2,972,299.00	\$1,364,785.00	\$2,387,183.00	\$3,013,897.00	\$1,938,484.00	
TEXAS		Dallas-Fort Worth, TX	\$439,316.00	\$692,075.00	\$873,794.00	\$770,894.00	\$626,808.00	\$188,177.00
		Houston, TX	\$0.00	\$0.00	\$15,101.00	\$3,100.00	\$0.00	\$6,981.00
CENTRAL US	Houston-Dallas/Fort Worth, TX	\$3,324,887.00	\$4,896,771.00	\$5,949,852.00	\$6,676,935.00	\$6,710,863.00	\$5,397,629.00	
	Laredo, TX	\$119,712,211.00	\$151,104,589.00	\$189,070,954.00	\$164,813,670.00	\$171,328,033.00	\$199,745,899.00	
	Perth Amboy, NJ	\$0.00	\$0.00	\$164,887.00	\$14,253.00	\$24,888.00	\$60,293.00	
	St. Louis, MO	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$515,297.00	\$490,618.00	
	Grand Total	\$496,212,565.00	\$536,261,084.00	\$597,221,873.00	\$592,665,942.00	\$601,366,558.00	\$654,037,443.00	

Fuente: USITC

Elaborado por OCEXLA

### Anexo 5. Porcentaje de importaciones de mango fresco por región de puerto de ingreso



**PERÚ**Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

## Label

- EAST US
- SOUTH US
- TEXAS - CENTRAL US
- WEST US

Fuente: USITC

Elaborado por OCEXLA

**Anexo 6. Porcentaje de importaciones de mango fresco por puerto de entrada**

Puerto	Estado	Región	Porcentaje De Importaciones de Mango
Laredo	Texas	Central	30.54%
Nogales	Arizona	Oeste	22.62%
Philadelphia	Pennsylvania	Este	13.98%
Los Angeles	California	Oeste	7.30%
Miami	Florida	Sur	7.85%
San Diego	California	Oeste	6.40%
Otros	-	-	11.31%
<b>Total</b>			<b>100%</b>

Fuente: USITC

Elaborado por: OCEXLA

**Anexo 7. Valor Importaciones de mango en conserva por país de origen (Cifras en US\$)**

País de origen	2015	2016	2017	2018	2019	2020



PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

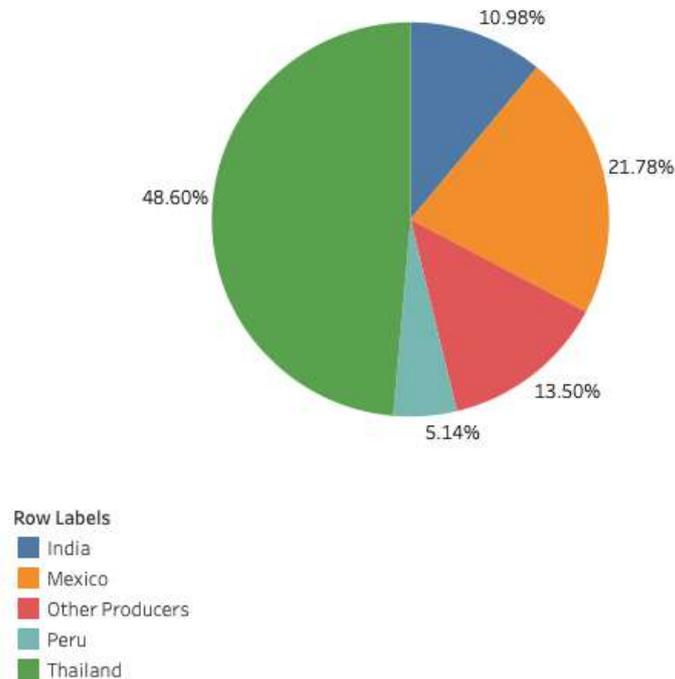
Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

<b>Tailandia</b>	28,258,274	30,402,284	30,768,128	36,963,647	33,398,994	43,601,406
<b>México</b>	24,248,240	33,146,655	31,473,780	23,443,020	21,055,577	19,546,303
<b>India</b>	9,837,529	10,686,577	10,411,368	9,849,747	10,626,096	9,851,361
<b>Perú</b>	1,415,045	1,350,771	8,510,807	7,762,698	7,811,956	4,614,715
<b>Otros países</b>	10,592,282	6,956,291	8,612,197	13,005,841	9,318,441	12,110,205
<b>Total</b>	<b>74,351,370</b>	<b>82,542,578</b>	<b>89,776,280</b>	<b>91,024,953</b>	<b>82,211,064</b>	<b>89,723,990</b>

Fuente: USITC

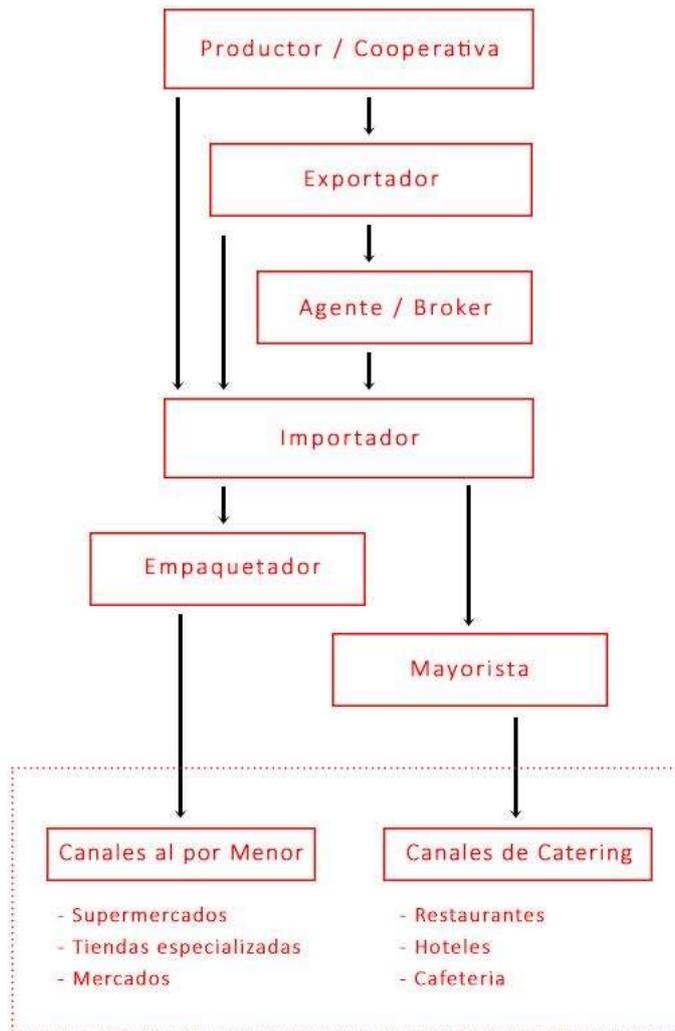
Elaborado por: OCEXLA

### Anexo 8. Participación de mercado importaciones de mango en conserva por país de origen (2020)





Anexo 9: Cadena de suministro





PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

**Anexo 10. Tabla de precios mango en diversas presentaciones**

Supermercado	Unidad	Precio	Características	Foto
Trader Joe's	1 lb promedio	\$2.49/ lb	Mango Congelado	
Trader Joe's	2.19 lb promedio	\$1.49 cada uno ~\$1.79/lb*	Mango "Kent" Fresco	
Walmart	15.5oz (439g) promedio	\$1.58/ cada uno  \$2.99/lb	Rodajas de mango en conserva	

\*De acuerdo al portal "[Mango Manual](#)" el peso promedio de un mango tipo "Kent" es de 545g (1.2 lbs)



PERÚ

Ministerio |  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

Atentamente,

Firmado digitalmente

**CONRADO JOSÉ FALCO SCHEUCH**

Consejero Económico Comercial

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU

(CFS)

Adj.