

**FICHA MERCADO – PRODUCTO**

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	17/07/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Pota congelada		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	03.07.43		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Squid, frozen		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration)</li> <li>✓ Notificación previa de alimentos importados – FDA</li> <li>✓ Certificado de Origen</li> <li>✓ Factura Comercial</li> </ul> <p>Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de calamar congelado están exentos del pago del arancel aduanero para todos los países de origen.</p> <p>La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío arribe en el puerto de entrada.</p> <p>Para ingresar al mercado de Estados Unidos, los productos alimentarios deben cumplir con una serie de condiciones, entre las cuales se destacan las normas sanitarias y fitosanitarias. Otra condición son las normas de salud pública en la que Food and Drug Administration (FDA) toma muestras de los productos con el fin de detectar la posible presencia de residuos u otros elementos. Es precisamente la FDA la encargada de vigilar el cumplimiento de los productos pesqueros para garantizar su seguridad alimentaria. También es importante considerar la Ley de Bioterrorismo y nuevos requisitos bajo FSMA. Esta ley concluye que todas las empresas y establecimientos que produzcan y exporten alimentos para ser consumidos en los Estados Unidos (con la excepción de aquellos productos regulados por el FSIS) deben cumplir con las normas de esta ley, más información aquí: <a href="#">Food Safety Modernization Act (FSMA)   FDA</a>.</p> <p>Para la exportación de productos pesqueros a Estados Unidos, se deben cumplir los estándares de la FDA en cuanto a pureza, identidad del producto y su procesado, entre otros. La exportación de pota congelada deberá seguir un proceso, empaque y transporte bajo condiciones sanitarias estrictas, cumpliendo con las Buenas Prácticas de Manufactura, Procesos Operativos de Saneamiento y la regulación HACCP. El producto debe ser empacado de acuerdo con la Ley de Reducción de Patógenos y cumplir con los requisitos de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, la Ley de Seguridad de Salud Pública y Preparación y Respuesta al Bioterrorismo, todos los requisitos SIMP y todas las leyes federales, estatales y locales aplicables.</p> <p>Por último, toda la información relativa a la regulación de FDA para importación de alimentos se encuentra en <a href="#">Importing Food Products into the United States   FDA</a>, y la referente al programa de la FDA para la seguridad de producto pesquero de importación se encuentra aquí: <a href="#">Imported Seafood Safety Program   FDA</a></p>		



<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>El consumo de pescados y mariscos ha presentado un crecimiento moderado en Estados Unidos, sobre todo en los últimos años, como una medida para disminuir la incidencia de obesidad y enfermedades relacionadas con el estilo de vida. A esto se le han sumado las preferencias, desde la llegada de la pandemia, en lo que concierne al consumo de productos pesqueros que giran hacia una mayor transparencia, conveniencia y beneficios para la salud. Los consumidores de pescado y mariscos buscan producto de origen ético y sostenible, pues son más conscientes de los asuntos de la salud y demandan más transparencia sobre cómo y dónde se captura el pescado que consumen. En ese sentido, destaca una preferencia por el abastecimiento de producto local, de forma que hace más fácil conocer de dónde viene exactamente. Aun así, NOAA Fisheries (Administración Nacional Oceánica y Atmosférica) estima que entre el 85% y el 95% del pescado consumido por los estadounidenses es importado, lo que hace del país un destino de interés para las exportaciones peruanas del sector. Por el lado de la comodidad y la conveniencia que tanto busca el estadounidense en su estilo de vida, se valoran en gran medida las cualidades que ofrece el pescado congelado, el cual requiere de un proceso de preparación rápido y fácil. Así, el mercado de Estados Unidos ha desarrollado una amplia oferta de estos productos.</p> <p>El proyecto Seafoodshealthfacts.org, que cuenta con la participación de diversas Universidades de EE.UU. como Oregon State y Cornell, entre otras de gran prestigio, incentiva el consumo de pescados y mariscos como alimentos nutritivos que poseen proteínas de alta calidad, ácidos grasos poliinsaturados de cadena larga (conocidos también como Omega-3) e importantes vitaminas y minerales que aportan innumerables beneficios para la salud y ayudan a disminuir los riesgos cardiovasculares, entre otros. Asimismo, diversos organismos estadounidenses como U.S. Food and Drug Administration, Dietary Guidelines Advisory Committee y American Heart Association apoyan estas recomendaciones y promueven el consumo de pescado por lo menos dos veces por semana.</p> <p>De acuerdo con NOAA, el consumo per cápita de pescados y mariscos de EE.UU. fue de 19 libras (8,6 kg) anuales en 2020, lo que supuso un pequeño descenso desde las 19,3 libras (8,75 kg) de 2019. No obstante, algunas especies ganaron popularidad, como los langostinos, cuyo consumo alcanzó el récord de 5 libras (2,26 kg), además de estar en primera posición en variedades consumidas. El atún enlatado se situó en segunda posición, con un salto en su consumo a 2,6 libras per cápita (1,18 kg). El resto de las especies que completan el “top 10” son el salmón, la tilapia, abadejo de Alaska, bacalao, cangrejo, siluro, panga y conchas de abanico. El consumo anual de éstas últimas se sitúa en 0,22 libras o 99,8 gramos. Estas 10 especies agrupan el 77% del consumo doméstico de pescado.</p> <p>El consumo en particular de calamar es muy bajo, situándose en 4 onzas (113 gr) por persona al año, lo que equivale a una ración de calamares.</p> <p>El cambio en los hábitos alimenticios de los estadounidenses viene liderado por la generación milenial, más proclive a probar nuevos alimentos y sabores.</p> <p>Continúan siendo fuertes tendencias las dietas como la “keto” o cetogénica, habiéndose hecho muy populares las recetas de pescado que se amoldan a este plan de alimentación, y que son bajas en carbohidratos y ricas en grasas. Estas recetas suelen ser acompañadas de carnes, vegetales y queso. Adicionalmente, la proliferación de dietas basadas en alternativas a las carnes ha llegado a esta categoría, y se ha experimentado un aumento en la demanda de pseudo pescado (pescado-no-pescado) entre aquellos veganos y vegetarianos que cuentan con preocupaciones sobre los niveles de mercurio de los productos del mar. Otras corrientes alimenticias del semivegetarianismo, como los pescetarianos y flexitarianos, presentan potencial en esta industria al incluir en sus dietas vegetarianas el consumo de pescado sostenible como dosis extra de proteína; adicionalmente destaca la creciente demanda de algas marinas como ingrediente de multitud de productos, desde alimentos preparados como nuggets o hamburguesas, hasta aderezos y snacks.</p> <p>Para el caso del calamar, y en lo referente al sector de hostelería, está presente en los menús de únicamente el 6,32% de los restaurantes en Estados Unidos. Generalmente, es un producto que domina en las dietas veganas frente al resto de dietas, no obstante, son aquellos que siguen las dietas sin gluten los que han incrementado sus referencias por el calamar. Los platos más populares que combinan con este producto del mar son las sopas, ensaladas, <i>noodles</i> y sushi.</p>
--	---

	<p>Más del 80% de las capturas domésticas de calamar en Estados Unidos son exportadas, en su mayoría a China, destinando el restante o bien a mercadillos de pescado asiáticos o a su uso como cebo. En contraste, es importante señalar que la mayor parte del calamar consumido por los estadounidenses es importada, siendo el calamar gigante el más comúnmente consumido.</p> <p>El calamar exportado a China para su procesamiento y distribución global es, en ocasiones, también reimportado, en menos del 2% de los casos.</p>																																																								
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En Estados Unidos, se capturan tres especies diferentes de calamar, dependiendo del área de pesca. En la mayoría de los casos se destina a carnada para la pesca de otros productos del mar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- California Market Squid: se captura en la costa oeste; la normativa MSFMP establece un límite de pesca de 118.000 toneladas por temporada, además de cierres durante los fines de semana y otras restricciones que permitan garantizar la sostenibilidad del recurso.</li> <li>- Longfin Squid: se captura en el área de New England, región del Atlántico Medio y Sureste; la actividad pesquera se mantiene durante todo el año. Durante la primavera y principios de verano, esta especie migra hacia la orilla.</li> <li>- Shortfin Squid: se captura en el área de New England y la región del Atlántico Medio; la mayoría de esta especie es capturada para el comercio entre el 1 de junio y el 31 de octubre.</li> </ul>																																																								
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<table border="1" data-bbox="582 974 1396 1691"> <thead> <tr> <th>Ciudad de ingreso</th> <th>Total Valor FOB (US\$) 2022</th> <th>Principal País de Origen</th> <th>Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>New York, NY</td> <td>116,587,611</td> <td>India</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>80,344,131</td> <td>China</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>39,745,741</td> <td>China</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Boston, MA</td> <td>36,932,873</td> <td>China</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>10,077,756</td> <td>Tailandia</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>9,531,703</td> <td>China</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>Norfolk, VA</td> <td>8,507,021</td> <td>Argentina</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>Savannah, GA</td> <td>6,601,624</td> <td>China</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>6,492,404</td> <td>China</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>Seattle, WA</td> <td>4,009,382</td> <td>India</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td><b>Subtotal:</b></td> <td><b>318,830,246</b></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Resto:</b></td> <td><b>5,641,918</b></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total:</b></td> <td><b>324,472,164</b></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><i>Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia</i></p>	Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2022	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen	New York, NY	116,587,611	India	31%	Los Angeles, CA	80,344,131	China	19%	Miami, FL	39,745,741	China	44%	Boston, MA	36,932,873	China	33%	Chicago, IL	10,077,756	Tailandia	51%	San Francisco, CA	9,531,703	China	62%	Norfolk, VA	8,507,021	Argentina	34%	Savannah, GA	6,601,624	China	29%	Houston-Galveston, TX	6,492,404	China	55%	Seattle, WA	4,009,382	India	32%	<b>Subtotal:</b>	<b>318,830,246</b>			<b>Resto:</b>	<b>5,641,918</b>			<b>Total:</b>	<b>324,472,164</b>		
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2022	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen																																																						
New York, NY	116,587,611	India	31%																																																						
Los Angeles, CA	80,344,131	China	19%																																																						
Miami, FL	39,745,741	China	44%																																																						
Boston, MA	36,932,873	China	33%																																																						
Chicago, IL	10,077,756	Tailandia	51%																																																						
San Francisco, CA	9,531,703	China	62%																																																						
Norfolk, VA	8,507,021	Argentina	34%																																																						
Savannah, GA	6,601,624	China	29%																																																						
Houston-Galveston, TX	6,492,404	China	55%																																																						
Seattle, WA	4,009,382	India	32%																																																						
<b>Subtotal:</b>	<b>318,830,246</b>																																																								
<b>Resto:</b>	<b>5,641,918</b>																																																								
<b>Total:</b>	<b>324,472,164</b>																																																								
<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 sistema de distribución de los alimentos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista.</p> <p>La primera figura dentro del canal de distribución de productos alimenticios que ingresan al mercado estadounidense es el importador, que en la mayoría de los casos también es el distribuidor mayorista. Estas compañías compran la mercancía directamente al proveedor extranjero, y pueden realizar tareas de procesamiento, envase y embalaje, almacenaje y</p>																																																								

	<p>transporte a las tiendas minoristas, operadores de foodservice, otros mayoristas, el gobierno, u otros tipos de negocios.</p> <p>En Estados Unidos hay alrededor de 40.000 tiendas de alimentación, teniendo que el 70% lo componen supermercados, almacenes, supercenters, club stores y tiendas naturales o gourmet, teniendo que las oficinas militares ocupan el 30% restante.</p> <p>El 40% de los estadounidenses hacen una visita semanal al supermercado, mientras que el 6% van a tiendas de alimentación a diario.</p> <p>Las cadenas de supermercados son establecimientos de venta minorista con una amplia oferta de productos alimenticios y otros productos para el hogar. En el año 2018, en Estados Unidos se calcularon un total de 38.307 tiendas supermercado, según el informe "Number of supermarket stores in the United States from 2011 to 2018, by format" (Statista). Se definen como tiendas de alimentación de autoservicio con línea completa de productos (cuentan con alrededor de 15.000 referencias de producto). Sus ventas giran en al menos US\$2 millones anuales. Los grandes supermercados son los participantes líderes para el producto importado en EE.UU., y destacan The Kroger Co., Albertsons y Ahold USA/Royal Ahold, entre otros.</p> <p>En esta categoría de establecimientos también se encuentran los Supercenters, que son hipermercados o grandes tiendas por departamento de descuento que además cuentan con una línea completa de productos de alimentación, así como la oferta de otros servicios (peluquería, fotografía, cambio de aceite para autos, etc).</p> <p>Otro formato que está ganando popularidad entre los consumidores, y se aprecia un aumento en la apertura de locales, son los supermercados especializados en productos naturales o gourmet. Las cadenas más importantes en Estados Unidos son Whole Foods Market (<a href="http://www.wholefoods.com">www.wholefoods.com</a>), Trader Joe's (<a href="http://www.traderjoe.com">www.traderjoe.com</a>) y The Fresh Market (<a href="http://www.thefreshmarket.com">www.thefreshmarket.com</a>), pero también hay multitud de tiendas independientes o cadenas más pequeñas.</p> <p>Por su parte, la industria "food service" agrega a aquellas empresas que distribuyen alimentos preparados para su consumo fuera del hogar. Sus clientes incluyen restaurantes, hoteles, escuelas, hospitales, parques de entretenimiento, agentes de catering y centros penitenciarios, entre otros.</p> <p>Los volúmenes de ventas suelen ser altos, y el producto puede venir preparado en porciones individuales, o empacado en tamaño industrial. En Estados Unidos, este mercado está valorado en US\$230 mil millones, y los dos principales operadores cuentan con el 60-70% de cuota: Sysco (<a href="http://www.sysco.com">www.sysco.com</a>) y US Foods (<a href="http://www.usfoods.com">www.usfoods.com</a>)</p> <p>De otro lado, las pequeñas tiendas minoristas han tenido mucha competencia con los Supercenters, farmacias y tiendas online con servicios de entrega a domicilio. A consecuencia, las tiendas minoristas se han mantenido competitivas creando una experiencia de compras adaptada a los consumidores con énfasis en los alimentos frescos y orgánicos.</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 principal factor que marca la diferencia en la selección de proveedores de papa es el precio.</p> <p>En segundo lugar, importan las dimensiones de la anilla, el grosor y el diámetro. A diferencia del mercado europeo, Estados Unidos busca anillas más pequeñas y parecidas a los calamares clásicos.</p>

	<p>En tercer lugar, serán relevantes las certificaciones BRC, IFS, SMETA o BSCI si el producto irá destinado a su venta en supermercados.</p>																																										
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>El principal país abastecedor de calamar congelado para Estados Unidos es China, que agrupa una cuarta parte de las compras totales de este producto al exterior. Otros países de importancia son India, Argentina y Tailandia. Perú queda en séptima posición entre los proveedores globales para el mercado estadounidense, con un 4% del valor importado en 2022.</p> <p><i>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 03.07.43 en 2018-2022</i></p> <table border="1" data-bbox="660 607 1311 891"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>País de Origen</th> <th>TOTAL Valor FOB (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2022</td> <td>Perú</td> <td>14,470,630</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>Perú</td> <td>8,335,702</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>Perú</td> <td>3,618,544</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>4,271,600</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>4,895,406</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p> <p><i>Puertos de entrada del producto peruano HTS 03.07.43:</i></p> <table border="1" data-bbox="636 1046 1335 1565"> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>TOTAL Valor FOB 2022 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>5,919,698</td> </tr> <tr> <td>New York, NY</td> <td>3,853,096</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>2,755,431</td> </tr> <tr> <td>Seattle, WA</td> <td>732,454</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>473,073</td> </tr> <tr> <td>Tampa, FL</td> <td>334,492</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>225,504</td> </tr> <tr> <td>Norfolk, VA</td> <td>104,000</td> </tr> <tr> <td>Savannah, GA</td> <td>69,590</td> </tr> <tr> <td>Boston, MA</td> <td>3,292</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>14,470,630</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p>	Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	2022	Perú	14,470,630	2021	Perú	8,335,702	2020	Perú	3,618,544	2019	Perú	4,271,600	2018	Perú	4,895,406	Distrito	TOTAL Valor FOB 2022 (US\$)	Los Angeles, CA	5,919,698	New York, NY	3,853,096	Miami, FL	2,755,431	Seattle, WA	732,454	Houston-Galveston, TX	473,073	Tampa, FL	334,492	San Francisco, CA	225,504	Norfolk, VA	104,000	Savannah, GA	69,590	Boston, MA	3,292	<b>Total</b>	<b>14,470,630</b>
Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)																																									
2022	Perú	14,470,630																																									
2021	Perú	8,335,702																																									
2020	Perú	3,618,544																																									
2019	Perú	4,271,600																																									
2018	Perú	4,895,406																																									
Distrito	TOTAL Valor FOB 2022 (US\$)																																										
Los Angeles, CA	5,919,698																																										
New York, NY	3,853,096																																										
Miami, FL	2,755,431																																										
Seattle, WA	732,454																																										
Houston-Galveston, TX	473,073																																										
Tampa, FL	334,492																																										
San Francisco, CA	225,504																																										
Norfolk, VA	104,000																																										
Savannah, GA	69,590																																										
Boston, MA	3,292																																										
<b>Total</b>	<b>14,470,630</b>																																										
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Estados Unidos cuenta con una feria especializada en la industria de productos pesqueros, en la que cada año participa un grupo de exportadores peruanos en conjunto con Promperú:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seafood Expo North America: 10-12 marzo, 2024, Boston, MA, <a href="http://www.seafoodexpo.com/north-america/">www.seafoodexpo.com/north-america/</a></li> </ul>																																										


**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
Walmart	Caja	US\$128,30	China	11 julio 2023	Marca Pana Pesca de tubos y tentáculos de calamar loligo congelado. La caja incluye 4 bolsas de 2,5 libras cada una.	
Walmart	Caja	US\$153,30	China	11 julio 2023	Marca Pana Pesca de anillos y tentáculos de calamar loligo congelado, en porciones. Incluye 2 cajas, en cada una 10 porciones de 8 onzas cada una.	

Wild Fork Foods	Bandeja	US\$5,98	Tailandia	11 julio 2023	Tentáculos y anillos de calamar, en bandeja de 10,6 onzas, marca blanca.	
Wild Fork Foods	Bandeja	US\$5,88	Tailandia	11 julio 2023	Calamares enteros y limpios, en bandeja de 10,6 onzas, marca blanca.	
Wild Fork Foods	Bandeja	US\$4,98	Tailandia	11 julio 2023	Seafood mix con calamares, carne de almejas, carne de mejillón y gambas, en bandeja de 10,6 onzas, marca blanca.	

Whole Foods Market	Caja	US\$8,69	EE.UU.	11 julio 2023	Tubos y tentáculos de calamar congelados, marca The Town Dock, certificado MSC de sostenibilidad. Contiene 2 bolsas de 8 oz, peso total 1 libra.	
Milam's Markets	Bolsa	US\$9,79	Perú	12 julio 2023	Marca Wholey de anillos de pota congelada, empaque de 1 libra, sello HACCP.	
Winn Dixie	Bolsa	US\$6,99	Perú	17 julio 2023	Marca American Prime Seafood de anillos de calamar precocinados, IQF. Bolsa plástica resellable de 1 lb.	



Publix	Bolsa	US\$6,99	Indonesia	17 julio 2023	<p>           Marca Aquastar de mezcla congelada de mariscos lista para cocinar, calamares, almejas, pulpo y langostinos. Bolsa plástica resellable de 1 lb, sello sostenible Seafood Forever.         </p>	
--------	-------	----------	-----------	---------------	---	---