

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	29/11/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Cúrcuma		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	0910.30.00.00		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Turmeric		
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"> • Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration) • Notificación previa de alimentos importados – FDA • Certificado de Origen • Factura Comercial <p>Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de cúrcuma en polvo desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero, no obstante, no está permitido el ingreso a Estados Unidos de cúrcuma entera producida en Perú.</p> <p>De acuerdo con el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) los envíos de cúrcuma en polvo peruana están sujetos a inspección en los puertos de entrada de acuerdo con los requisitos generales que figuran en el § 7 CFR 319,56-3 que son aplicables a la importación de todas las frutas y vegetales.</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 de APHIS en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de producto arribe en el puerto de entrada.</p> <p>Para ingresar al mercado de Estados Unidos, los productos agrícolas 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. 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: Food Safety Modernization Act (FSMA) FDA. Por último, toda la información relativa a la regulación de FDA para importación de alimentos se encuentra en Importing Food Products into the United States FDA, y la referente al etiquetado de los alimentos empacados está incluida en este enlace de FDA: Guidance for Industry: Food Labeling Guide FDA</p>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>La cúrcuma ha ganado popularidad en occidente durante la última década, y su consumo en Estados Unidos ha aumentado en los últimos años. Gran parte de la cúrcuma fresca que se consume en el país viene de Hawaii, ya que son pocos los países aprobados para exportarla fresca a Estados Unidos.</p> <p>A pesar de que aún no cuenta con un mercado tan amplio como su “pariente” el jengibre, la cúrcuma presenta un gran potencial de crecimiento gracias a sus propiedades</p>		



	<p>beneficiosas para la salud: antiinflamatoria, antioxidante, antiviral, antifúngica y antibacteriana, entre otras.</p> <p>En cuanto a la cúrcuma en polvo, ha aumentado la popularidad del producto orgánico frente al convencional al presentar los estándares de la certificación mayor seguridad en cuanto a calidad. En los últimos años se han llegado a reportar problemas de contenido de cromato de plomo -sustancia cancerígena y neurotóxica- en la cúrcuma convencional para realzar su color. Adicionalmente, la cúrcuma con certificación orgánica cuenta con el contenido completo de curcumina, esto es, entre el 3% y 5%.</p> <p>La mayoría de la cúrcuma se encuentra en Estados Unidos como especia o suplemento dietético, no obstante, se está ampliando su presencia a otros productos como cereales, snacks y bebidas.</p> <p>Desde la llegada de la pandemia, el consumidor estadounidense ha sido más consciente de la necesidad de mantener una buena salud, y ha ido aumentando su interés en tratamientos naturales para la salud y trasladando el consumo de suplementos dietéticos hacia el consumo de alimentos nutritivos que ayuden naturalmente a fortalecer su sistema inmunológico, con preferencia por productos naturales y orgánicos.</p> <p>Por otro lado, el resurgimiento del mindfulness en la gastronomía acentúa la inclusión de sabores clave como el cilantro, limón, sal marina, comino, cúrcuma y jengibre, además de hierbas y granos ancestrales como el amaranto.</p>																																																								
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En Estados Unidos, la mayor parte de la producción de cúrcuma fresca tiene lugar en Hawai, aunque también hay cultivos en otros estados como California u Oregón. La cúrcuma de Hawai se encuentra disponible en el mercado desde noviembre hasta el mes de agosto del año siguiente.</p>																																																								
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<table border="1" data-bbox="544 981 1390 1621"> <thead> <tr> <th>Ciudad de ingreso</th> <th>Total Valor FOB (US\$) 2020</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>18,270,382</td> <td>India</td> <td>92%</td> </tr> <tr> <td>Los Ángeles, CA</td> <td>11,571,681</td> <td>Fiji</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>2,694,601</td> <td>Jamaica</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>1,693,027</td> <td>India</td> <td>79%</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>1,642,756</td> <td>India</td> <td>88%</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>1,372,240</td> <td>India</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>New Orleans, LA</td> <td>1,028,235</td> <td>India</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>St. Louis, MO</td> <td>660,548</td> <td>India</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Savannah, GA</td> <td>558,954</td> <td>India</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>Dallas-Fort Worth, TX</td> <td>452,916</td> <td>India</td> <td>92%</td> </tr> <tr> <td>Subtotal:</td> <td>39,945,340</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resto:</td> <td>2,046,503</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>41,991,843</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia</i></p>	Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen	New York, NY	18,270,382	India	92%	Los Ángeles, CA	11,571,681	Fiji	46%	Miami, FL	2,694,601	Jamaica	54%	Chicago, IL	1,693,027	India	79%	San Francisco, CA	1,642,756	India	88%	Baltimore, MD	1,372,240	India	82%	New Orleans, LA	1,028,235	India	98%	St. Louis, MO	660,548	India	100%	Savannah, GA	558,954	India	70%	Dallas-Fort Worth, TX	452,916	India	92%	Subtotal:	39,945,340			Resto:	2,046,503			Total:	41,991,843		
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen																																																						
New York, NY	18,270,382	India	92%																																																						
Los Ángeles, CA	11,571,681	Fiji	46%																																																						
Miami, FL	2,694,601	Jamaica	54%																																																						
Chicago, IL	1,693,027	India	79%																																																						
San Francisco, CA	1,642,756	India	88%																																																						
Baltimore, MD	1,372,240	India	82%																																																						
New Orleans, LA	1,028,235	India	98%																																																						
St. Louis, MO	660,548	India	100%																																																						
Savannah, GA	558,954	India	70%																																																						
Dallas-Fort Worth, TX	452,916	India	92%																																																						
Subtotal:	39,945,340																																																								
Resto:	2,046,503																																																								
Total:	41,991,843																																																								
<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 procesado, envase y embalaje, almacenaje y 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. En la actualidad, es cada vez mayor la tendencia de hacer la compra de comestibles a través de plataformas online con servicio de recogida o entrega a domicilio. Así, el canal de venta e-commerce está ganando cada vez mayor importancia para productos perecederos, suponiendo la categoría de alimentos la que mayor crecimiento proyectado de ventas tiene para el canal online.</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, 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 (www.wholefoods.com), Trader Joe's (www.traderjoe.com) y The Fresh Market (www.thefreshmarket.com).</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 (www.sysco.com) y US Foods (www.usfoods.com)</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>La mayoría de productos perecederos ya tienen canales de comercialización establecidos y el importador se basa en criterios de la demanda del mercado así como en la estacionalidad del producto. Los importadores planifican su compra teniendo en cuenta las promociones y temporadas, además del cumplimiento de los grados y estándares determinados por USDA para su comercialización.</p> <p>Los grandes supermercados en EE.UU., principales actores en el mercado de productos alimenticios dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos, consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al</p>



<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>mercado. En el caso de la cúrcuma, presta también interés la certificación orgánica.</p> <p>Perú fue el octavo país de origen para la importación de cúrcuma en el mercado de Estados Unidos en 2020, quedando, así entre los 10 principales proveedores del país del norte para este producto.</p> <p><i>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 0910.30.0000 en 2016-2020</i></p> <table border="1" data-bbox="638 459 1337 728"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>País de Origen</th> <th>TOTAL Valor FOB (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020</td> <td>Perú</td> <td>212,935</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>171,664</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>16,172</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>Perú</td> <td>237,247</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>Perú</td> <td>20,746</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p> <p><i>Puertos de entrada del producto peruano HTS 0910.30.0000:</i></p> <table border="1" data-bbox="726 918 1248 1187"> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nueva York, NY</td> <td>188,895</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>15,400</td> </tr> <tr> <td>Los Ángeles, CA</td> <td>8,640</td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>212,935</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p>	Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	2020	Perú	212,935	2019	Perú	171,664	2018	Perú	16,172	2017	Perú	237,247	2016	Perú	20,746	Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)	Nueva York, NY	188,895	San Francisco, CA	15,400	Los Ángeles, CA	8,640	Total:	212,935
Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)																											
2020	Perú	212,935																											
2019	Perú	171,664																											
2018	Perú	16,172																											
2017	Perú	237,247																											
2016	Perú	20,746																											
Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)																												
Nueva York, NY	188,895																												
San Francisco, CA	15,400																												
Los Ángeles, CA	8,640																												
Total:	212,935																												
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>El panorama presentado por el Covid-19 ha forzado a la cancelación de ferias comerciales desde 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofrece viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas por el momento.</p> <p>Por ello, las estrategias de promoción se enfocaron más en las herramientas digitales, abriendo espacio para talleres virtuales, ruedas de negocio en plataformas digitales, y coordinación de agendas en las Oficinas Comerciales a través de citas vía Skype y plataformas similares como Zoom o Google Meet, entre otras. No obstante, esto ha llevado a una saturación de eventos online desde la llegada de la pandemia, generando un escaso retorno en los resultados de este tipo de actividades durante los últimos meses. Poco a poco, van regresando las ferias presenciales que permitirán un acercamiento más directo al comprador.</p> <p>Las principales ferias del sector de alimentos frescos, naturales y gourmet en Estados Unidos donde se podría posicionar el producto peruano incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PMA Fresh Summit: 27-29 octubre 2022, Orlando FL, www.pma.com/events/freshsummit - GOPEX – Global Organic Produce Expo: 31 enero – 2 febrero 2022, Hollywood FL, https://events.farmjournal.com/global-organic-produce-expo-2022 - Natural Products Expo West: 9-12 marzo 2022, Anaheim CA, www.expowest.com - Natural Products Expo East: 22-25 septiembre 2021, Philadelphia, PA, www.expoeast.com 																												

	<ul style="list-style-type: none">- Winter Fancy Foods: 6-8 febrero 2022, Las Vegas NA, www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show- Summer Fancy Foods: 27-29 septiembre 2021, Nueva York NY, cancelada www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show
--	---



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
Milam's	Bote	US\$2,99	n/d	16 noviembre 2021	Cúrcuma orgánica molida, marca Badía, certificaciones gluten-free y kosher, bote de 2oz.	
Milam's	Bote	US\$4,99	n/d	16 noviembre 2021	Cúrcuma orgánica molida, marca Simply Organic, non-GMO, bote de 2,38oz.	

<p>Milam's</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$4,99</p>	<p>India</p>	<p>16 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma molida, marca The Spice Hunter, non-GMO, gourmet, bote de 2oz.</p>	
<p>Milam's</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$5,99</p>	<p>n/d</p>	<p>16 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma molida, marca Morton & Bassett, natural, sin sal, gluten-free, sin conservantes, non-GMO, no MSG, sin irradiación, kosher, bote de 2,4oz.</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$14,99</p>	<p>India</p>	<p>19 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma orgánica molida en bolsa resellable, marca FGO, orgánica y non-GMO, bolsa de 16oz.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$18,99</p>	<p>n/d</p>	<p>19 noviembre 2021</p>	<p>Cápsulas de cúrcuma con jengibre y extracto de pimienta negra, marca NutriFlair, veganas, producto natural, non-GMO, bote con 180 cápsulas de 2250mg.</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Pack de 3 cajas</p>	<p>US\$33,15</p>	<p>n/d</p>	<p>19 noviembre 2021</p>	<p>Sobres de bebida instantánea de cúrcuma con jengibre, sabor a naranja, sin azúcar, marca Qunol, 3 cajas con 15 sobres cada una.</p>	
<p>Amazon.com (Whole Foods Market)</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$3,49</p>	<p>India</p>	<p>19 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma orgánica molida, marca FGO, orgánica, kosher y non-GMO, bote de 1,41oz.</p>	
<p>Trader Joe's</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$1,99</p>	<p>n/d</p>	<p>29 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma orgánica molida, marca blanca Trader Joe's, bote de 2oz.</p>	

<p>Publix</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$4,69</p>	<p>n/d</p>	<p>29 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma molida, marca Spice Islands, bote de 2,2oz.</p>	
<p>Publix</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$3,09</p>	<p>n/d</p>	<p>29 noviembre 2021</p>	<p>Cúrcuma orgánica molida, marca Badia, certificaciones gluten-free y kosher, bote de 2oz.</p>	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.