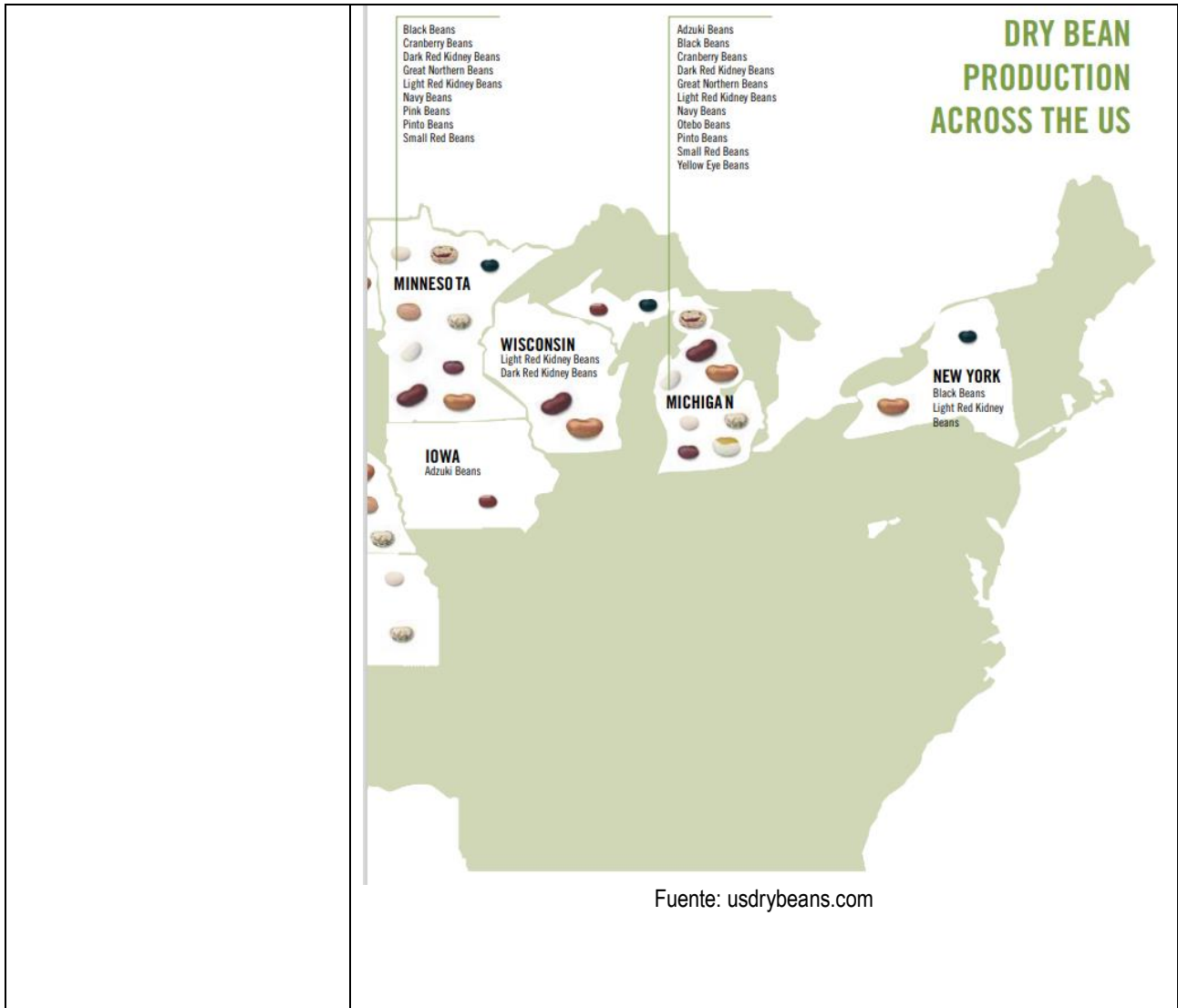


FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	31/08/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Frijoles secos		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	0713		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Dried leguminous vegetables, shelled, whether or not skinned or split.		
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 fruta congelada desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero.</p> <p>De acuerdo con el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), las legumbres están sujetas a un permiso de importación (Import Permit), y los envíos 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 las frutas y hortalizas 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>Las cifras del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) sobre el consumo de legumbres en el país datan del año 2017 y son de 12 libras (5,4 kg) per cápita, lo que supone un crecimiento de 8 libras desde 2014. Este incremento vino impulsado por el aumento en la demanda de comida Tex-Mex y por productos como el hummus. Los productos más consumidos ese año fueron los frijoles pintos con 2,9 lb (1,3 kg), seguidos por las arvejas y lentejas, que juntos acumularon 4,7 libras (2,13 kg) per cápita, y frijoles</p>		

	<p>negros con 1 lb (0,45 kg). Otros como pallares, frijoles blancos y rojos vieron caer su popularidad en el periodo de referencia.</p> <p>No solo derivado de la cultura hispana, los frijoles están presentes en la cocina de muchos estados del país, ya sea en guisos, sopas, ensaladas, refritos y en muchas otras recetas, y su acceso está disponible para los hogares con economías más moderadas.</p> <p>La guía para la dieta de los estadounidenses, conocida como “Dietary Guidelines for Americans”, se publica cada cinco años y apunta a los frijoles como parte de una dieta saludable, recomendando el consumo de media taza a dos tazas por semana, basado en las necesidades calóricas. Sin embargo, los americanos -ni hombres ni mujeres- no llegan todavía a los niveles de consumo recomendados por las autoridades.</p> <p>Los frijoles son considerados como alimentos ricos en fibra, hierro, potasio y magnesio, necesarios en las dietas básicas de la población. Además, como fuente de proteína vegetal, se han identificado como reemplazo rico en nutrientes de las carnes para aquellos que desean seguir dietas de perfil vegano o vegetariano. La misma guía mencionada en el párrafo anterior recomienda el consumo de hasta 4 tazas de legumbres -incluyendo frijoles- para el segmento de consumidores veganos y vegetarianos. Este segmento de la población ha ido aumentando rápidamente en los últimos años y en la actualidad se estima agrupa a 9,7 millones de consumidores en Estados Unidos, según el estudio “Vegetarianism in America” publicado por la revista Vegetarian Times Magazine.</p> <p>La importancia en el consumo de frijoles y otras legumbres llevó a incluirlos como parte de la dieta recomendada por USDA para niños en las escuelas en 2012. Así, como parte del “National School Lunch Program” (programa nacional para almuerzos escolares), las escuelas deben ofrecer al menos media taza de legumbres a la semana a niños en edades desde preescolar o kínder hasta 12º grado.</p> <p>Los frijoles y el resto de las legumbres secas están presentes en los diferentes supermercados de Estados Unidos, en su mayoría en bolsas sencillas de plástico transparente para mostrar el producto de forma simple y posicionadas al lado del arroz, el tamaño puede ir desde 12 onzas (340 gr) a 4 libras (1,8 kg). Se encuentran actualmente envases con mezclas de frijoles, frijoles sazonados, producto orgánico destacado, y en algunos casos producto envasado en bolsas que mejoran la presencia y dan un toque más gourmet a la categoría.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En Estados Unidos se cultivan acerca de dos millones de acres al año de frijoles secos, con una producción promedio de 1.500 a 2.800 libras por acre. La mayoría de los cultivos se encuentran en Dakota del Norte, estado que acumula el 32% de la producción doméstica, seguido por Michigan, 17%; Nebraska, 11%; Minnesota, 9%; y Idaho, 8%. Otros estados productores incluyen a Colorado, California y Washington.</p> <p>Estados Unidos se sitúa en sexto puesto mundial en producción de frijoles, luego de Brasil, India, China, Birmania y México. La cosecha en el país comienza en el mes de agosto y continúa en diferentes regiones del país hasta finales de octubre.</p> <p>Los principales tipos de frijoles producidos en Estados Unidos son los frijoles pintos, frijoles negros, frijoles blancos, frijoles rojos y frijoles rojos pequeños.</p> <p><u>Detalle de producción de frijoles secos por estado</u></p>





Fuente: usdrybeans.com

2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen
Pembina, ND	86,477,816	Canada	99%
Great Falls, MT	59,585,727	Canada	90%
New York, NY	40,595,419	India	31%
Buffalo, NY	32,225,172	Canada	80%
San Francisco, CA	25,499,472	India	25%
Nogales, AZ	25,242,020	Mexico	100%
Detroit, MI	23,617,906	Canada	58%
Los Angeles, CA	21,205,483	China	26%
Houston-Galveston, TX	19,636,094	India	36%
Laredo, TX	18,758,335	Mexico	100%
Subtotal:	352,843,444		
Resto:	84,968,385		
Total:	437,811,829		

Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia




<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 mercado.</p>																																														
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Los principales productos de la categoría que Perú exporta a Estados Unidos son frijol castilla, habas, pallares, frijol rojo, gandules, arvejas y otros.</p> <p>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 0713 en 2016-2020:</p> <table border="1" data-bbox="652 674 1318 1099"> <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>9,329,488</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>8,796,355</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>5,047,508</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>Perú</td> <td>4,369,836</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>Perú</td> <td>5,574,399</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p> <p>Puertos de entrada del producto peruano HTS 0713:</p> <table border="1" data-bbox="652 1223 1318 1834"> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>New York, NY</td> <td>2,260,748</td> </tr> <tr> <td>Savannah, GA</td> <td>1,431,816</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>1,129,213</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>862,806</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>848,019</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>640,138</td> </tr> <tr> <td>Seattle, WA</td> <td>507,444</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>454,604</td> </tr> <tr> <td>San Juan, PR</td> <td>233,967</td> </tr> <tr> <td>Charleston, SC</td> <td>211,914</td> </tr> <tr> <td>Subtotal:</td> <td>8,580,669</td> </tr> <tr> <td>Resto:</td> <td>748,819</td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>9,329,488</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p>	Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	2020	Perú	9,329,488	2019	Perú	8,796,355	2018	Perú	5,047,508	2017	Perú	4,369,836	2016	Perú	5,574,399	Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)	New York, NY	2,260,748	Savannah, GA	1,431,816	Los Angeles, CA	1,129,213	San Francisco, CA	862,806	Miami, FL	848,019	Chicago, IL	640,138	Seattle, WA	507,444	Houston-Galveston, TX	454,604	San Juan, PR	233,967	Charleston, SC	211,914	Subtotal:	8,580,669	Resto:	748,819	Total:	9,329,488
Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)																																													
2020	Perú	9,329,488																																													
2019	Perú	8,796,355																																													
2018	Perú	5,047,508																																													
2017	Perú	4,369,836																																													
2016	Perú	5,574,399																																													
Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)																																														
New York, NY	2,260,748																																														
Savannah, GA	1,431,816																																														
Los Angeles, CA	1,129,213																																														
San Francisco, CA	862,806																																														
Miami, FL	848,019																																														
Chicago, IL	640,138																																														
Seattle, WA	507,444																																														
Houston-Galveston, TX	454,604																																														
San Juan, PR	233,967																																														
Charleston, SC	211,914																																														
Subtotal:	8,580,669																																														
Resto:	748,819																																														
Total:	9,329,488																																														
<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 naturales y gourmet en Estados Unidos donde se podrían posicionar los productos peruanos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Natural Products Expo West: 24-27 mayo 2021, virtual, www.expowest.com- Natural Products Expo East: 22-25 septiembre 2020, Philadelphia, PA, www.expoeast.com- Winter Fancy Foods: enero 2021, cancelada, www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show- Summer Fancy Foods: 27 septiembre-8 octubre, virtual, 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
Publix	Bolsa	US\$1,70	EE.UU.	26 agosto 2021	Bolsa 14 oz de marca Goya, frijoles rojos pequeños, sello "Choose my plate.gov"	
Publix	Bolsa	US\$2,69	EE.UU.	26 agosto 2021	Bolsa 14 oz de marca Goya, habas grandes o pallares, sello "Choose my plate.gov"	
Publix	Bolsa	US\$3,79	Perú	26 agosto 2021	Bolsa 2 lb, marca blanca de Publix, frijol Castilla	

Publix	Bolsa	US\$1,29	EE.UU.	26 agosto 2021	Bolsa 14 oz de marca Goya, arveja verde partida, sello "Choose my plate.gov"	
Publix	Bolsa	US\$2,59	EE.UU.	26 agosto 2021	Bolsa 14 oz de marca Goya, frijol canario, sello "Choose my plate.gov"	
Publix	Bolsa	US\$1,05	n/d	26 agosto 2021	Bolsa 12 oz de marca Diana, frijol negro	

Publix	Bolsa	US\$1,39	Canadá, EE.UU.	26 agosto 2021	Bolsa 12 oz de marca Conchita, lentejas	
Publix	Bolsa	US\$1,29	n/d	26 agosto 2021	Bolsa 12 oz de marca Iberia, garbanzos	
Publix	Bolsa	US\$2,79	n/d	26 agosto 2021	Bolsa 20 oz de marca Hurst's, combinación de 15 frijoles para sopa, sello gluten-free	

Publix	Bolsa	US\$2,69	n/d	26 agosto 2021	Bolsa resellable de 16 oz de marca Greenwise de Publix, frijol negro, sello USDA organic	
Publix	Bolsa	US\$2,59	n/d	26 agosto 2021	Bolsa resellable de 16 oz de marca Greenwise de Publix, frijol pinto, sello USDA organic	

<p>Publix</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,67</p>	<p>n/d</p>	<p>26 agosto 2021</p>	<p>Bolsa resellable de 12 oz de marca Earthly Choice, combinación orgánica de lenteja negra, arveja verde y arveja roja partida, sellos Non-GMO y USDA organic</p>	
<p>Winn Dixie</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,49</p>	<p>n/d</p>	<p>27 agosto 2021</p>	<p>Bolsa de 2 lb de marca blanca SE Grocers, frijol Castilla</p>	
<p>Winn Dixie</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$1,99</p>	<p>EE.UU.</p>	<p>27 agosto 2021</p>	<p>Bolsa de 1 lb de marca Camellia, frijol Great Northern, non-GMO</p>	

Winn Dixie	Bolsa	US\$2,79	Perú	27 agosto 2021	Bolsa de 1 lb de marca blanca SE Grocers, pallar con sazón de jamón	
Milam's	Bolsa	US\$5,99	n/d	27 agosto 2021	Bolsa resellable de 16 oz de marca ArrowHead Mills, garbanzo orgánico, gluten free, sellos USDA organic y non-GMO	
Milam's	Bolsa	US\$4,99	n/d	27 agosto 2021	Bolsa resellable de 8 oz de marca TruRoots, mezcla de lentejas orgánicas, sellos USDA organic y non-GMO	