

**FICHA MERCADO – PRODUCTO**

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	13/07/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Fruta congelada		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	0811		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Frozen fruit		
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 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 frutas congeladas 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 verduras.</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 fruta 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: <a href="#">Food Safety Modernization Act (FSMA)   FDA</a>. 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 etiquetado de los alimentos empacados está incluida en este enlace de FDA: <a href="#">Guidance for Industry: Food Labeling Guide   FDA</a></p> <p>El Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) indica que cualquier variedad de fruta -o vegetal- congelado por cualquiera de los métodos aceptados comercialmente, deberá mantenerse a una temperatura igual o menor a -6.7 °C (20 °F) por lo menos durante las 48 horas anteriores a su liberación en aduanas de Estados Unidos.</p> <p>Comercialmente, se emplean dos técnicas para el congelado de la fruta fresca: liofilización o freeze-drying, a través de la cual se congela rápidamente y luego se seca; y</p>		

	<p>el IQF, o congelación rápida individual, cada vez más común en el mercado.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>La fruta congelada ha ganado popularidad en los últimos años según los consumidores la identifican con diversas ventajas sobre la fruta fresca, tales como comodidad, disponibilidad y mayor vida útil, además de ser rica en antioxidantes, minerales y vitaminas. En ese sentido, hay una creciente conciencia sobre los valores nutricionales que presentan las frutas congeladas para la población, lo cual, junto a unos hábitos de consumo cada vez más sanos, ha revitalizado la industria e impulsará el crecimiento de esta categoría en los siguientes años. Un estudio de ReportLinker indica que las ventas de fruta congelada en Norte América alcanzarían US\$1.180 millones para 2027.</p> <p>Adicionalmente, el progreso tecnológico ha permitido el desarrollo y evolución de cadenas de suministro especializadas en productos refrigerados en diversos países, sumado a otros factores que impactan la industria en Estados Unidos de forma positiva, tales como cambios en los estilos de vida, aumento de la renta disponible y estrategias activas de marketing por parte de las marcas productoras.</p> <p>Basándose en el tipo de producto, el mercado estadounidense clasifica la industria de fruta congelada en los segmentos de frutas cítricas, frutas tropicales, berries, y otros. El de frutas tropicales ha sido el segmento líder en 2019, siendo usados estos productos en la preparación de cocteles de frutas, batidos, helados, postres, conservas, pastelería, yogures y bebidas. Por su parte, se espera que el segmento de berries congeladas sea el de mayor crecimiento hasta 2027, de acuerdo con ReportLinker.</p> <p>De otro lado, el sector de confitería y panadería demanda fruta congelada de forma creciente, debido al aumento en el consumo de tortas. Algunas frutas congeladas como fresas, bananas, manzanas, arándanos, frambuesas, moras, cerezas, melocotones y nectarinas se usan en la elaboración de diversos tipos de pasteles.</p> <p>Se debe resaltar que la llegada de la pandemia del Covid-19 ocasionó un fuerte cambio en los hábitos de consumo de los consumidores, quienes buscan consumir más frutas y verduras, y que, en los meses de confinamiento y restricciones sanitarias de 2020, mantuvo a muchas familias en sus hogares y realizando compras duraderas que limitasen el número de visitas a las tiendas.</p> <p>Un estudio realizado por PMA (Produce Marketing Association) muestra las diferentes ratios de crecimiento en las ventas por categorías de alimentos en EE.UU. durante la pandemia, teniendo 37% para fruta fresca, 35% para vegetales frescos, 38% para fruta envasada, 44% para vegetales en conserva, 28% para fruta congelada y 40% para vegetales congelados.</p> <p>Es importante mencionar que la situación pandémica afectó el año pasado a la industria agrícola en EE.UU., en tanto en cuanto el volumen de mano de obra a lo largo de toda la cadena de suministro de frescos decreció para llevar el cumplimiento del distanciamiento social requerido por las autoridades, además de otros motivos logísticos. El cierre de muchas plantas de procesado durante el principio de la pandemia pudo haber afectado al crecimiento de la industria doméstica de frutas congeladas.</p> <p>Por su parte, la situación del sector de supermercados y tiendas de alimentación, donde el acceso en Estados Unidos quedó restringido a un menor número de clientes por metro cuadrado y con la obligación de llevar mascarillas protectoras, generó un aumento en la demanda de servicios de entrega a domicilio. Y esta demanda tendió a orientarse a un mayor volumen de productos refrigerados y congelados, por lo que los establecimientos trabajaron para ampliar sus zonas de frío y así acoger el incremento de este tipo de productos. Esta perspectiva se tradujo también en una mayor necesidad de espacios refrigerados en almacenes y zonas de procesado que permitiesen cumplir con la demanda. Además, se espera que esta tendencia se extienda entre la población aun</p>

	<p>cuando finalicen todas las medidas de distanciamiento social.</p> <p>Otra tendencia cada vez más relevante es el uso de la tecnología blockchain para el rastreo instantáneo de productos a lo largo de la cadena de suministro, teniendo a importantes empresas extendiendo su uso durante los próximos años. Este hecho cobra, si cabe, mayor importancia en estos momentos en que la población está más preocupada por la presencia de patógenos y por la seguridad de los alimentos que se consumen.</p>																																																								
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Cada fruta tiene diferente estacionalidad en su producción en Estados Unidos, en base a esta estacionalidad, hay disponibilidad de producto doméstico para su procesado.</p> <p>Así, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos muestra las frutas que se producen de forma doméstica en cada temporada del año:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primavera: Manzana, Albaricoque, Aguacate, Banana, Kiwi, Limón, Lima, Piña, Fresa</li> <li>• Verano: Manzana, Albaricoque, Aguacate, Banana, Mora, Arándano, Melón, Cereza, Limón, Lima, Mango, Melocotón, Ciruela, Frambuesa, Fresa, Sandía</li> <li>• Otoño: Manzana, Banana, Arándano rojo, Uva, Kiwi, Limón, Lima, Mango, Pera, Piña, Frambuesa</li> <li>• Invierno: Manzana, Aguacate, Banana, Pomelo, Kiwi, Limón, Lima, Naranja, Piña</li> </ul>																																																								
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<table border="1" data-bbox="544 898 1382 1632"> <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>Laredo, TX</td> <td>254,274,387</td> <td>México</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Seattle, WA</td> <td>209,067,443</td> <td>Canadá</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>91,741,788</td> <td>Chile</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>New York, NY</td> <td>82,706,450</td> <td>Chile</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Detroit, MI</td> <td>64,252,271</td> <td>Canadá</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Philadelphia, PA</td> <td>57,846,294</td> <td>Chile</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>54,801,249</td> <td>Chile</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>51,713,144</td> <td>Perú</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Portland, ME</td> <td>37,798,911</td> <td>Canadá</td> <td>84%</td> </tr> <tr> <td>Norfolk, VA</td> <td>28,118,313</td> <td>México</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td><b>Subtotal:</b></td> <td>932,320,250</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>All Other:</b></td> <td>138,971,355</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total:</b></td> <td>1,071,291,605</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	Laredo, TX	254,274,387	México	100%	Seattle, WA	209,067,443	Canadá	48%	San Francisco, CA	91,741,788	Chile	28%	New York, NY	82,706,450	Chile	21%	Detroit, MI	64,252,271	Canadá	100%	Philadelphia, PA	57,846,294	Chile	48%	Los Angeles, CA	54,801,249	Chile	25%	Houston-Galveston, TX	51,713,144	Perú	22%	Portland, ME	37,798,911	Canadá	84%	Norfolk, VA	28,118,313	México	100%	<b>Subtotal:</b>	932,320,250			<b>All Other:</b>	138,971,355			<b>Total:</b>	1,071,291,605		
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen																																																						
Laredo, TX	254,274,387	México	100%																																																						
Seattle, WA	209,067,443	Canadá	48%																																																						
San Francisco, CA	91,741,788	Chile	28%																																																						
New York, NY	82,706,450	Chile	21%																																																						
Detroit, MI	64,252,271	Canadá	100%																																																						
Philadelphia, PA	57,846,294	Chile	48%																																																						
Los Angeles, CA	54,801,249	Chile	25%																																																						
Houston-Galveston, TX	51,713,144	Perú	22%																																																						
Portland, ME	37,798,911	Canadá	84%																																																						
Norfolk, VA	28,118,313	México	100%																																																						
<b>Subtotal:</b>	932,320,250																																																								
<b>All Other:</b>	138,971,355																																																								
<b>Total:</b>	1,071,291,605																																																								
<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 perecederos 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 (<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>).</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>La mayoría de los 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 frescos y congelados, dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos, consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al mercado.</p>

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Los principales productos de la categoría que Perú exporta a Estados Unidos son mangos, fresas, arándanos, frambuesas, moras, bananas y otras.

*Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 0811 en 2016-2020*

Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)
2020	Perú	87,240,032
2019	Perú	59,979,489
2018	Perú	47,084,603
2017	Perú	33,332,489
2016	Perú	43,687,482

*Fuente: U.S. International Trade Commission*

*Puertos de entrada del producto peruano HTS 0811:*

Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)
Laredo, TX	254,274,387
Seattle, WA	209,067,443
San Francisco, CA	91,741,788
New York, NY	82,706,450
Detroit, MI	64,252,271
Philadephia, PA	57,846,294
Los Angeles, CA	54,801,249
<b>Subtotal:</b>	<b>932,320,250</b>
<b>Otros</b>	<b>138,971,355</b>
<b>Total</b>	<b>1,071,291,605</b>

*Fuente: U.S. International Trade Commission*

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto




El panorama presentado por el Covid-19 ha forzado a la cancelación de ferias comerciales en 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofrece viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas.


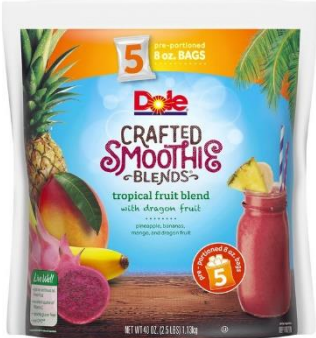

Por ello, las estrategias de promoción se enfocaron más en las herramientas digitales, abriendo espacio para talleres virtuales, ruedas de negocio en plataformas digitales, y coordinación de agendas en las Oficinas Comerciales a través de citas vía Skype y plataformas similares como Zoom o Google Meet, 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.

Las principales ferias del sector de alimentos naturales y gourmet en Estados Unidos donde se podrían posicionar los productos peruanos incluyen:




	<ul style="list-style-type: none"><li>- Natural Products Expo West: 24-27 mayo 2021, virtual, <a href="http://www.expowest.com">www.expowest.com</a></li><li>- Natural Products Expo East: 22-25 septiembre 2020, Philadelphia, PA, <a href="http://www.expoeast.com">www.expoeast.com</a></li><li>- Winter Fancy Foods: enero 2021, cancelada, <a href="http://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show">www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show</a></li><li>- Summer Fancy Foods: 27-29 septiembre, Nueva York, <a href="http://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show">www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show</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
Publix	Bolsa	US\$4,29	Perú	13 julio 2021	Mango cortado congelado, marca Publix, bolsa 1lb	
Publix	Bolsa	US\$3,79	Chile	13 julio 2021	Arándanos congelados, marca Publix, bolsa 12 oz	
Publix	Bolsa	US\$3,79	Costa Rica	13 julio 2021	Piña troceada congelada, marca Publix, bolsa 1lb	

Publix	Bolsa	US\$4,29	Perú	13 julio 2021	Palta Hass troceada, marca Publix, bolsa 10oz	
Publix	Bolsa de 5 unidades	US\$11,99	Costa Rica, Perú, Filipinas, Vietnam (envasado en EEUU)	13 julio 2021	Mezcla preparada de frutas tropicales para batidos (piña, banana, mango y pitahaya), marca Dole, 5 bolsas de 8oz	
Publix	Bolsa	US\$10,79	Piñas de Costa Rica, banana de Ecuador, mangos y quinua de Perú	13 julio 2021	Mezcla para batidos de quinua con frutas (piña, banana y mango cortados), marca Campoverde, bolsa de 2lb	



Publix	Bolsa	US\$3,99	Costa Rica, México, Perú y Filipinas	13 julio 2021	Mezcla para batidos de frutas y vegetales (banana, piña, mango, palta y col rizada), marca Dole, bolsa de 1lb	
Publix (Instacart)	Bolsa	US\$4,19	Vietnam	12 julio 2021	Pitahaya orgánica troceada en cubitos, marca Pitaya Foods, bolsa 12oz	
Publix (Instacart)	Bolsa	US\$12,19	n/d	12 julio 2021	Fresas congeladas, marca Wyman's, bolsa 3lb	

Publix (Instacart)	Bolsa	US\$4,41	n/d	12 julio 2021	Mezcla de berries con palta, Keto certified, marca Dole, bolsa 12oz	
Milam´s (Instacart)	Bolsa	US\$3,59	n/d	12 julio 2021	Bananas orgánicas congeladas, marca MADE WITH, bolsa 10oz	
Milam´s (Instacart)	Bolsa	US\$4,09	n/d	12 julio 2021	Cerezas con semilla congeladas, marca Dole, bolsa 12oz	

Aldi (Instacart)	Bolsa	US\$4,39	n/d	12 julio 2021	Mezcla de frutas congeladas (fresa, piña, melocotón y mango), marca Season's Choice, bolsa 32oz	
Target (Instacart)	Bolsa de 4 unidades	US\$7,19	n/d	12 julio 2021	Mezcla de acai y guaraná, USDA organic, marca Sambazon, 4 bolsas de 3,53oz	
Sprouts Market (Instacart)	Bolsa	US\$9,99	n/d	12 julio 2021	Mezcla exótica de mango, piña y papaya, marca Sprouts, bolsa de 2lb	