

**FICHA MERCADO – PRODUCTO**

<b>I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA</b>			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	30/09/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
<b>II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO</b>			
2.1 Producto	Jengibre entero		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	0910.11		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Root ginger / Ginger, neither crushed nor ground		
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 raíz de jengibre 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) los envíos de jengibre peruano 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: <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>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Estados Unidos es el principal importador mundial de jengibre, siendo China su principal país proveedor. No obstante, al principio del año 2020, el primer brote de Covid-19 originado en el país asiático provocó una escasez de envíos de jengibre, pudiendo otras fuentes aprovechar esta oportunidad para el jengibre más joven, pero con costos altos, puesto que el envío se debía hacer por aéreo en un momento en el que también había mucha escasez logística. Tras esto, comenzó la temporada de jengibre maduro, el cual ya se podía enviar por vía marítima, con costos más bajos y por tanto con mayor oportunidad de ampliar márgenes. Esto atrajo a muchas compañías y provocó un exceso de envíos a Estados</p>		




	<p>Unidos, llegando a saturar el mercado y haciendo muy difícil la colocación de volúmenes en 2020. Con la continuación del Covid-19 en 2021, la situación resultó en una escasez internacional de oferta de jengibre junto a una elevada demanda, lo que ha llevado al jengibre a alcanzar unos precios récord en el mercado.</p> <p>Otros países proveedores de kión a este mercado son Brasil, Perú y Costa Rica, entre otros, siendo Perú el principal país de origen para el jengibre orgánico comercializado en Estados Unidos.</p> <p>El jengibre era inicialmente usado como especia en alimentos de temporada o en repostería, tanto en los hogares como en el canal <i>foodservice</i>; no obstante, en los últimos años, se incrementó su uso como especia fresca en la preparación de comidas tales como pastas, según ha crecido la presencia de las cocinas étnicas en el país.</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 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. En ese sentido, el jengibre ha sido uno de los elementos con alta demanda durante la pandemia como remedio natural, gracias a sus grandes beneficios para la salud, y se espera siga creciendo su consumo hasta al menos 2026. Se encuentra en el mercado como raíz entera en la sección de productos frescos de las tiendas de alimentación y supermercados, así como en polvo, deshidratado y como ingrediente en multitud de alimentos y bebidas funcionales.</p> <p>Por otro lado, el resurgimiento del <i>mindfulness</i> 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 escasa producción de raíz de jengibre tiene lugar en Hawái, y supone alrededor del 2% del jengibre consumido en el país, por lo que casi todo el producto es importado. El jengibre de Hawái se encuentra disponible en el mercado desde diciembre hasta el mes de septiembre 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 1133 1382 1783"> <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>Los Angeles, CA</td> <td>61,280,814</td> <td>China</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>33,274,210</td> <td>Brasil</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>New York, NY</td> <td>24,671,618</td> <td>Brasil</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>3,613,447</td> <td>China</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>Philadelphia, PA</td> <td>3,576,391</td> <td>Perú</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>2,130,039</td> <td>Nigeria</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>Laredo, TX</td> <td>1,814,271</td> <td>México</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>San Juan, PR</td> <td>1,707,353</td> <td>Costa Rica</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>611,800</td> <td>China</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>Tampa, FL</td> <td>556,208</td> <td>China</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td><b>Subtotal:</b></td> <td><b>133,236,151</b></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Resto:</b></td> <td><b>1,833,675</b></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total:</b></td> <td><b>135,069,826</b></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	Los Angeles, CA	61,280,814	China	53%	Miami, FL	33,274,210	Brasil	42%	New York, NY	24,671,618	Brasil	15%	San Francisco, CA	3,613,447	China	57%	Philadelphia, PA	3,576,391	Perú	74%	Baltimore, MD	2,130,039	Nigeria	60%	Laredo, TX	1,814,271	México	100%	San Juan, PR	1,707,353	Costa Rica	54%	Chicago, IL	611,800	China	63%	Tampa, FL	556,208	China	45%	<b>Subtotal:</b>	<b>133,236,151</b>			<b>Resto:</b>	<b>1,833,675</b>			<b>Total:</b>	<b>135,069,826</b>		
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen																																																						
Los Angeles, CA	61,280,814	China	53%																																																						
Miami, FL	33,274,210	Brasil	42%																																																						
New York, NY	24,671,618	Brasil	15%																																																						
San Francisco, CA	3,613,447	China	57%																																																						
Philadelphia, PA	3,576,391	Perú	74%																																																						
Baltimore, MD	2,130,039	Nigeria	60%																																																						
Laredo, TX	1,814,271	México	100%																																																						
San Juan, PR	1,707,353	Costa Rica	54%																																																						
Chicago, IL	611,800	China	63%																																																						
Tampa, FL	556,208	China	45%																																																						
<b>Subtotal:</b>	<b>133,236,151</b>																																																								
<b>Resto:</b>	<b>1,833,675</b>																																																								
<b>Total:</b>	<b>135,069,826</b>																																																								
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales</p>	<p>El sistema de distribución de los alimentos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista.</p>																																																								





<p>actores en cada eslabón de la cadena)</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 (<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</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</p>

<p>selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>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>Perú fue el segundo país de origen para la raíz de jengibre presente en el mercado de Estados Unidos en 2020, por detrás únicamente de China y seguido por Brasil. El jengibre peruano es importado en Estados Unidos durante todo el año, y en 2020 duplicó sus exportaciones a este mercado destino con respecto al año anterior.</p> <p><i>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 0910.11 en 2016-2020</i></p> <table border="1" data-bbox="636 719 1337 983"> <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>39,922,491</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>18,275,926</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>19,708,773</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>Perú</td> <td>16,356,730</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>Perú</td> <td>11,883,524</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p> <p><i>Puertos de entrada del producto peruano HTS 0910.11:</i></p> <table border="1" data-bbox="724 1113 1248 1747"> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>24,588,388</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>10,308,957</td> </tr> <tr> <td>Philadelphia, PA</td> <td>2,643,718</td> </tr> <tr> <td>New York, NY</td> <td>1,707,589</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>255,556</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>172,005</td> </tr> <tr> <td>Columbia-Snake, OR</td> <td>99,484</td> </tr> <tr> <td>Tampa, FL</td> <td>93,456</td> </tr> <tr> <td>Honolulu, HI</td> <td>37,440</td> </tr> <tr> <td>Buffalo, NY</td> <td>15,898</td> </tr> <tr> <td><b>Subtotal:</b></td> <td><b>39,922,491</b></td> </tr> <tr> <td><b>Total:</b></td> <td><b>39,922,491</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p>	Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	2020	Perú	39,922,491	2019	Perú	18,275,926	2018	Perú	19,708,773	2017	Perú	16,356,730	2016	Perú	11,883,524	Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)	Los Angeles, CA	24,588,388	Miami, FL	10,308,957	Philadelphia, PA	2,643,718	New York, NY	1,707,589	San Francisco, CA	255,556	Baltimore, MD	172,005	Columbia-Snake, OR	99,484	Tampa, FL	93,456	Honolulu, HI	37,440	Buffalo, NY	15,898	<b>Subtotal:</b>	<b>39,922,491</b>	<b>Total:</b>	<b>39,922,491</b>
Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)																																											
2020	Perú	39,922,491																																											
2019	Perú	18,275,926																																											
2018	Perú	19,708,773																																											
2017	Perú	16,356,730																																											
2016	Perú	11,883,524																																											
Distrito	TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)																																												
Los Angeles, CA	24,588,388																																												
Miami, FL	10,308,957																																												
Philadelphia, PA	2,643,718																																												
New York, NY	1,707,589																																												
San Francisco, CA	255,556																																												
Baltimore, MD	172,005																																												
Columbia-Snake, OR	99,484																																												
Tampa, FL	93,456																																												
Honolulu, HI	37,440																																												
Buffalo, NY	15,898																																												
<b>Subtotal:</b>	<b>39,922,491</b>																																												
<b>Total:</b>	<b>39,922,491</b>																																												

<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"> <li>- PMA Fresh Summit: 27-29 octubre 2022, Orlando FL, <a href="http://www.pma.com/events/freshsummit">www.pma.com/events/freshsummit</a></li> <li>- GOPEX – Global Organic Produce Expo: 31 enero – 2 febrero 2022, Hollywood FL, <a href="https://events.farmjournal.com/global-organic-produce-expo-2022">https://events.farmjournal.com/global-organic-produce-expo-2022</a></li> <li>- Natural Products Expo West: 9-12 marzo 2022, Anaheim CA, <a href="http://www.expowest.com">www.expowest.com</a></li> <li>- Natural Products Expo East: 22-25 septiembre 2021, Philadelphia, PA, <a href="http://www.expoeast.com">www.expoeast.com</a></li> <li>- Winter Fancy Foods: 6-8 febrero 2022, Las Vegas NA, <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 2021, Nueva York NY, cancelada <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
<b>Publix</b>	Por libra	US\$5,15/lb	Costa Rica	27 septiembre 2021	Raíz de jengibre convencional a granel	
<b>Winn Dixie</b>	Por libra	US\$5,99/lb	Costa Rica	27 septiembre 2021	Raíz de jengibre convencional a granel	
<b>Costco (Instacart)</b>	2 lb	US\$8,07	n/d	28 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica a granel	

<b>Walmart.com</b>	1 lb	US\$12,99	Perú	28 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica, caja de 1 lb, sello USDA organic	
<b>Amazon.com</b>	Por onza	US\$0,80/onza	n/d	28 septiembre 2021	Raíz de jengibre convencional a granel	
<b>Amazon.com</b>	2 lb	US\$17,99 (US\$0,56/oz)	Perú	28 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica a granel, sello USDA organic	
<b>Whole Foods Market (Amazon.com)</b>	Por libra	US\$3,99/lb	n/d	28 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica a granel	

eBay	Caja 5 lb	US\$44,50	Perú	29 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica a granel	
eBay	Caja 5 lb	US\$35,50	China	29 septiembre 2021	Raíz de jengibre orgánica a granel	

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