

FICHA MERCADO – PRODUCTO

| I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA | | | |
|---|---|---------------|------------|
| 1.1. Nombre de la OCEX | Miami | 1.2. Fecha | 30/08/2023 |
| 1.3. Elaborado por: | Nombres y apellidos | Marta Sesmero | |
| | Cargo | Especialista | |
| II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO | | | |
| 2.1 Producto | Pulpa de fruta | | |
| 2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10) | 20.08.30.35.00: pulpa de naranja 20.08.30.37.00: pulpa de otros cítricos 20.08.50.20.00: pulpa de albaricoque 20.08.99.13.00: pulpa de banana 20.08.99.45.00: pulpa de papaya 20.08.99.80.00: otras pulpas | | |
| 2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino | <i>Fruit pulp</i> , en algunos casos, se puede considerar <i>fruit pureé</i> . | | |
| 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 pulpas de frutas desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero.</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 alimenticios 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: Food Safety Modernization Act (FSMA) FDA.</p> <p>Para el caso de las pulpas o purés congelados, deberán encontrarse en una temperatura de -18°C (0°F) una vez hayan sido empacados. Los estándares sobre °Brix y nivel de pH, así como otros requisitos para estos productos congelados están disponibles en la siguiente guía del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA): Commercial Item Description (usda.gov)</p> <p>Por su parte, FDA, además, requiere por ley que todos los procesadores -nacionales y extranjeros- de alimentos envasados en recipientes cerrados herméticamente y que puedan ser catalogados como acidificados o de baja acidez, registren en esta entidad cada establecimiento o planta procesadora, así como los detalles de cada producto, estilo</p> | | |

| | |
|--|--|
| | <p>de producto, tipo y tamaño de envases, y métodos de procesado.</p> <p>Mayoristas, distribuidores, importadores y agentes quedarían exentos de este registro, sin embargo, deberán asegurarse de que las empresas procesadoras que representan cumplan con todos los requisitos de registro y presentación de procesos. La guía completa se encuentra aquí: Acidified & Low-Acid Canned Foods Guidance Documents & Regulatory Information FDA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alimentos envasados de baja acidez (LACF, por sus siglas en inglés) se consideran a los alimentos con un pH de equilibrio final superior a 4,6 y una actividad de agua superior a 0,85, excluyendo tomates y productos derivados del tomate que tengan un pH de equilibrio final inferior a 4,7. ✓ Alimentos acidificados (AF) son alimentos de baja acidez a los que se añade algún ácido o alimento ácido y que tienen un pH de equilibrio final de 4,6 o inferior y una actividad de agua superior a 0,85. <p>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.</p> |
| <p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p> | <p>Los consumidores buscan de forma creciente opciones de alimentos saludables, especialmente después de la llegada de la pandemia. Esto, junto a un crecimiento en la demanda de productos orgánicos y sostenibles, así como etiquetas limpias, estaría impulsando la industria de pulpa de fruta.</p> <p>La pulpa se refiere al material fibroso que resulta después del procesado de las frutas frescas, mediante, por ejemplo, extracción o prensado, por lo que su origen exclusivamente natural con un nivel mínimo de procesado y libre de aditivos hace a este producto idóneo para cumplir con estos hábitos alimenticios y para su expansión en las formulaciones de alimentos y bebidas. Adicionalmente, las pulpas ofrecen comodidad al no ser necesario el pelado, troceado o procesado de las frutas.</p> <p>Se usa regularmente como ingrediente para la confección de varios alimentos procesados, tales como mermeladas, helados, dulces, jugos y otras bebidas, por lo que la expansión de estas categorías está estimulando la demanda de pulpas como ingrediente clave. Por otra parte, está creciendo su uso como ingrediente listo-para-consumir por la posibilidad de ser añadido directamente a batidos, postres, yogures y otros. En este sentido, la pulpa congelada ha crecido en popularidad. Otros formatos en el mercado incluyen pulpa concentrada, pulpa enlatada y pulpa fresca.</p> <p>Algunas empresas han comenzado a usar pulpa de fruta como ingrediente sustituto y saludable en la manufactura de snacks y productos de pastelería, y ya ha comenzado su aplicación como colorantes y saborizantes naturales en la industria de alimentos.</p> <p>Por otro lado, destaca también su uso en la producción de suplementos nutricionales, alimentos y bebidas funcionales, en jugos desintoxicantes y en bebidas probióticas, debido al rápido crecimiento de la demanda en el segmento de salud y bienestar.</p> <p>Más allá de eso, y amplificando su concepción de ingrediente natural, algunas empresas ya están usando productos secundarios resultantes de los procesos de producción, como por ejemplo pulpa de cacao o fruta del café, entre otros.</p> <p>Entre los sabores más populares se encuentra la pulpa de mango y de piña, además de otros como papaya, banana, manzana, berries, cítricos y guayaba.</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> <p><u>Primavera</u> Manzana Albaricoque Aguacate Banana Kiwi Limón Lima Piña Fresa</p> <p><u>Verano</u> Manzana Albaricoque Aguacate Banana Mora Arándano Melón Cereza Limón Lima Mango Melocotón Ciruela Frambuesa Fresa Sandía</p> <p><u>Otoño</u> Manzana Banana Arándano rojo Uva Kiwi Limón Lima Mango Pera Piña Frambuesa</p> <p><u>Invierno</u> Manzana Aguacate</p> |
|--|---|

| | <p>Banana Pomelo Kiwi Limón Lima Naranja Piña</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------|------------|---------|-----|-----------|------------|----------|-----|------------------|------------|------------|-----|-----------------|-----------|------------|-----|-----------|-----------|-----------|-----|-----------------------|-----------|------------|-----|--------------|-----------|------|-----|------------|-----------|--------|------|---------------|-----------|------------|-----|---------------|---------|--------|-----|------------------|-------------------|--|--|---------------|------------------|--|--|---------------|-------------------|--|--|
| <p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p> | <table border="1" data-bbox="544 510 1390 1178"> <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>16,533,420</td> <td>Ecuador</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>14,614,647</td> <td>Colombia</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Philadelphia, PA</td> <td>12,436,075</td> <td>Costa Rica</td> <td>78%</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>9,962,880</td> <td>Costa Rica</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Tampa, FL</td> <td>4,055,110</td> <td>Argentina</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>3,121,871</td> <td>Costa Rica</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>San Juan, PR</td> <td>3,045,902</td> <td>Perú</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Laredo, TX</td> <td>2,662,134</td> <td>México</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>1,839,903</td> <td>Costa Rica</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>San Diego, CA</td> <td>679,016</td> <td>México</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>Subtotal:</td> <td>68,950,958</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resto:</td> <td>2,457,835</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>71,408,793</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 | 16,533,420 | Ecuador | 37% | Miami, FL | 14,614,647 | Colombia | 50% | Philadelphia, PA | 12,436,075 | Costa Rica | 78% | Los Angeles, CA | 9,962,880 | Costa Rica | 53% | Tampa, FL | 4,055,110 | Argentina | 66% | Houston-Galveston, TX | 3,121,871 | Costa Rica | 53% | San Juan, PR | 3,045,902 | Perú | 42% | Laredo, TX | 2,662,134 | México | 100% | Baltimore, MD | 1,839,903 | Costa Rica | 70% | San Diego, CA | 679,016 | México | 47% | Subtotal: | 68,950,958 | | | Resto: | 2,457,835 | | | Total: | 71,408,793 | | |
| Ciudad de ingreso | Total Valor FOB (US\$) 2022 | Principal País de Origen | Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| New York, NY | 16,533,420 | Ecuador | 37% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Miami, FL | 14,614,647 | Colombia | 50% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Philadelphia, PA | 12,436,075 | Costa Rica | 78% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Los Angeles, CA | 9,962,880 | Costa Rica | 53% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tampa, FL | 4,055,110 | Argentina | 66% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Houston-Galveston, TX | 3,121,871 | Costa Rica | 53% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| San Juan, PR | 3,045,902 | Perú | 42% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Laredo, TX | 2,662,134 | México | 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Baltimore, MD | 1,839,903 | Costa Rica | 70% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| San Diego, CA | 679,016 | México | 47% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Subtotal: | 68,950,958 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Resto: | 2,457,835 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total: | 71,408,793 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <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.</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</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

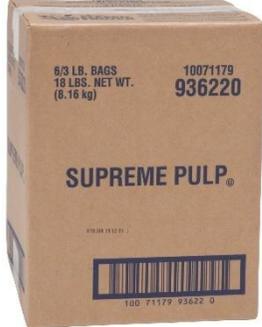
| | <p>productos (cuentan con alrededor de 15.000 referencias de producto). Sus ventas giran en al menos US\$2 millones anuales. Los grandes supermercados son los participantes líderes para el producto importado en EE.UU., y destacan The Kroger Co., Albertsons y Ahold USA/Royal Ahold, entre otros.</p> <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 (www.wholefoods.com), Trader Joe's (www.traderjoe.com) y The Fresh Market (www.thefreshmarket.com), 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 (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>Los principales factores que marcan la diferencia en la selección de proveedores de pulpa de fruta es el precio, la disponibilidad por temporada y de acuerdo con lo solicitado por la demanda.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p> | <p>El principal país abastecedor de pulpa de fruta para Estados Unidos es Costa Rica, representando alrededor del 36% de las importaciones. En segunda y tercera posición, se sitúan Colombia y Ecuador, quedando Perú en quinto lugar, con cuota del 5,5% del total importado para el último año. La mayor parte de exportaciones de Perú a Estados Unidos para esta categoría corresponde a <i>otras pulpas</i>.</p> <p>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo las partidas arancelarias de análisis en 2018-2022</p> <table border="1" data-bbox="660 1697 1310 1982"> <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>3,629,138</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>Perú</td> <td>3,093,241</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>Perú</td> <td>3,016,010</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>1,968,873</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>1,596,775</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: U.S. International Trade Commission</p> | Año | País de Origen | TOTAL Valor FOB (US\$) | 2022 | Perú | 3,629,138 | 2021 | Perú | 3,093,241 | 2020 | Perú | 3,016,010 | 2019 | Perú | 1,968,873 | 2018 | Perú | 1,596,775 |
| Año | País de Origen | TOTAL Valor FOB (US\$) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2022 | Perú | 3,629,138 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2021 | Perú | 3,093,241 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2020 | Perú | 3,016,010 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2019 | Perú | 1,968,873 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2018 | Perú | 1,596,775 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | <p style="text-align: center;">Puertos de entrada del producto peruano:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Distrito</th> <th style="text-align: right;">TOTAL Valor FOB 2022 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>San Juan, PR</td> <td style="text-align: right;">1,284,605</td> </tr> <tr> <td>New York, NY</td> <td style="text-align: right;">975,099</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td style="text-align: right;">294,182</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td style="text-align: right;">281,802</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td style="text-align: right;">270,091</td> </tr> <tr> <td>Filadelfia, PA</td> <td style="text-align: right;">208,497</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td style="text-align: right;">191,637</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td style="text-align: right;">123,225</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">3,629,138</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Fuente: U.S. International Trade Commission</p> | Distrito | TOTAL Valor FOB 2022 (US\$) | San Juan, PR | 1,284,605 | New York, NY | 975,099 | Los Angeles, CA | 294,182 | Houston-Galveston, TX | 281,802 | Miami, FL | 270,091 | Filadelfia, PA | 208,497 | Baltimore, MD | 191,637 | Chicago, IL | 123,225 | Total | 3,629,138 |
|--|--|----------|-----------------------------|--------------|-----------|--------------|---------|-----------------|---------|-----------------------|---------|-----------|---------|----------------|---------|---------------|---------|-------------|---------|--------------|------------------|
| Distrito | TOTAL Valor FOB 2022 (US\$) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| San Juan, PR | 1,284,605 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| New York, NY | 975,099 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Los Angeles, CA | 294,182 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Houston-Galveston, TX | 281,802 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Miami, FL | 270,091 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Filadelfia, PA | 208,497 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Baltimore, MD | 191,637 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Chicago, IL | 123,225 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 3,629,138 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p> | <p>Las ferias del sector de alimentos en Estados Unidos donde se podrían posicionar estos productos peruanos incluyen:</p> <p>Americas Food & Beverage: 18-20 septiembre 2023, Miami Beach, FL, https://americasfoodandbeverage.com/</p> <p>Natural Products Expo East: 21-23 septiembre 2023, Philadelphia, PA, www.expoeast.com</p> <p>Supply Side West: 25-26 octubre, Las Vegas, NV, www.supplysidewest.com</p> <p>PLMA: 12-14 noviembre 2023, Chicago, IL, https://plma.com/events/plmas-2023-annual-private-label-trade-show</p> <p>Winter Fancy Foods: 21-23 enero 2024, Las Vegas, NV, https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show-24/</p> <p>Natural Products Expo West: 12-16 marzo 2024, Anaheim, CA, www.expowest.com</p> <p>National Restaurant Association Show: 18-21 mayo 2024, Chicago, IL, www.nationalrestaurantshow.com</p> <p>Summer Fancy Foods: 23-25 junio 2024, Nueva York, https://www.specialtyfood.com/shows-events/2024-summer-fancy-food-show/</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

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 | Bolsa | US\$4,16 | Ecuador | 29 agosto 2023 | Marca Goya de pulpa congelada de maracuyá 100% natural. Bolsa de 14 oz. |  |
| Walmart | Botella | US\$25,00 | Costa Rica | 29 agosto 2023 | Marca Jungle Pulp de pulpa de mango nativo de Costa Rica. Producto pasteurizado en botella de 1L. |  |
| Walmart | Pouch | US\$13,74 | Perú | 30 agosto 2023 | Marca Zint de pulpa de lúcuma orgánica en polvo, distribuida por iHerb. Pouch resellable de 8 oz, sellos USDA organic, Kosher y Non GMO. |  |

| | | | | | | |
|---------|---------|-----------|-----------|----------------|--|---|
| Walmart | Botella | US\$45,40 | Colombia | 29 agosto 2023 | Marca FruPack de pulpa de guanábana, envase de 40,5 oz. |  |
| Walmart | Pouch | US\$24,97 | Colombia | 29 agosto 2023 | Marca Alpes de pulpa de maracuyá "ready to eat", sobre pouch de 16 oz. |  |
| Walmart | Pouch | US\$31,75 | Tailandia | 29 agosto 2023 | Pulpa de pulpa de durian liofilizada en polvo, sobre pouch de 1,8 oz. |  |

| | | | | | | |
|---------|-----------------|------------|--------|----------------|--|--|
| Walmart | Lata | US\$14,99 | India | 29 agosto 2023 | Marca DEEP de pulpa de mango Kesar, lata con apertura fácil de 30 oz. |  |
| Walmart | Lata | US\$22,87 | India | 29 agosto 2023 | Marca 24 Mantra de pulpa de mango orgánico Kesar, sin azúcares añadidos. Lata de 1,872 lb, sello USDA organic. |  |
| Walmart | Caja con 6 uds. | US\$156,50 | México | 29 agosto 2023 | Marca Simplot Supreme de pulpa de aguacate. 6 bolsas plásticas de 3 lb cada una. Certificados Halal y Kosher. |  |

| | | | | | | |
|----------|-------|----------|----------|----------------|---|--|
| Sedano's | Bolsa | US\$2,39 | Ecuador | 29 agosto 2023 | Marca El Sembrador de pulpa de mamey congelada, 100% natural. Bolsa de 14 oz. |  |
| Sedano's | Bolsa | US\$2,79 | Colombia | 29 agosto 2023 | Marca La Fe de pulpa de mora congelada y pasteurizada. Bolsa de 14 oz. |  |
| Target | Bolsa | US\$1,59 | Colombia | 29 agosto 2023 | Marca El Sembrador de pulpa de mango congelada. Bolsa de 14 oz. |  |

| | | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|----------------|---|--|
| Target | Bolsa | US\$1,59 | Ecuador | 29 agosto 2023 | <p>Marca El Sembrador de pulpa de piña congelada. Bolsa de 14 oz.</p> |  |
| Amazon.com | Pouch | US\$10,99 | Ecuador | 29 agosto 2023 | <p>Marca Wana Bana de pulpa de guayaba sin azúcar añadido. Pouch resellable de 17,6 oz, certificado Kosher.</p> |  |
| Amazon.com | Pouch | US\$14,89 | China | 29 agosto 2023 | <p>Marca Lifebooil de pulpa de maracuyá liofilizada en polvo. Pouch resellable de 4 oz, certificado Kosher.</p> |  |

| | | | | | | |
|-------------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------------|---|---|
| <p>Amazon.com</p> | <p>Pouch</p> | <p>US\$38,00</p> | <p>Colombia</p> | <p>29 agosto 2023</p> | <p>Marca the fruit dept. de puré de maracuyá en empaque aséptico. Pouch de 4,4 lb.</p> |  |
| <p>Bravo</p> | <p>Pack de 12</p> | <p>US\$54,20</p> | <p>Colombia</p> | <p>29 agosto 2023</p> | <p>Marca Goya de pulpa de guayaba congelada. Pack de 12 bolsas plásticas de 14 oz cada una.</p> |  |
| <p>Publix</p> | <p>Bolsa</p> | <p>US\$2,15</p> | <p>Colombia</p> | <p>30 agosto 2023</p> | <p>Marca El Sembrador de pulpa de tamarindo congelada. Bolsa plástica de 14 oz.</p> |  |