


FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX		1.2. Fecha	7. Julio 2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	OCEX NY	
	Cargo	PRacticante	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Mango		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	08045003		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Mango		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Requisitos: <a href="https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&amp;PERMITTED_ID=10596808">https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&amp;PERMITTED_ID=10596808</a>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	Consumo de mangos peruanos en los Estados Unidos estan estimados a duplicarse en los siguientes 10 años. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de mango de Perú con envíos que ascendieron a \$ 30,5 millones en enero de 2019, representando el 43%		
2.6 Estacionalidad de la producción local	Florida, Hawaii, California, Puerto Rico contra estación peruana		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Miami, Filadelfia		
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)	Importador, distribuidor retail y canal HORECA Importadores especializados, se compete con México que sus productos vienen en camión y pueden madurar en árbol ya su tiempo de transito es mucho menor que el peruano.		
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	Calidad, precio y disponibilidad		
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	Ingresamos en contra estación y en los meses de diciembre hasta marzo – abril . El producto viene a ser un commodity ya que el consumidor final no identifica origen		
2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Ferias PMA y Produce		

**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
	Unidad de fruta individual	US\$2-2.50	Peru (Piura, Ancash, Lambayeque)	7.Julio.2021	Fruta individual con adhesivo de marca o red de estereopor	
<i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i>						

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