


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	Avocados, paltas, aguacates		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	08044000		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Avocados marcas: Del Rez Avocados, Agrokasa,, normalmente son marcas de los mismos importadores o los supermercados		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Requisitos: https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/section8e/avocados https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=9307		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<i>Avocados considerado como producto vegetal su consumo no fue afectados por la pandemia. El trabajo de posicionamiento del producto a despertado el interés de muchos importadores Perú estima producir 30-40% más avocados en 2021 lo que garantiza oferta exportable. Consumo y demanda están estimados a crecer en el mercado de EEUU. Exportacion global de paltas peruanas cerca a mil millones de libras, 200-335 millones van a los Estados Unidos.</i>		
2.6 Estacionalidad de la producción local	California, Florida y Hawaii contra estación nuestra		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Costa este y 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)	Peruvian Avocado Commission en Washington D.C. Se centran en los principales importadores que están en Florida, California y Filadelfia		
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	Calidad, disponibilidad y precio		
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	producción de paltas culmina en verano al mismo tiempo que la producción en california. Somos el segundo mayor exportador después de México		
2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Promoción activa con todas las acciones de Promperu y la marca sectorial de super foods , pero también en las ferias sectoriales tales como PMA y Produce. La gran campaña de la asociación internacional de paltas WAO que viene desarrollando acciones de promoción enfocadas al consumidor final		

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
		1.11\$-2\$ por uunidad precios varian dependiendo del clima	Peru (Piura, Ancash, Lima, Ica, Arequipa)	7. Julio 2021	En caja y venta por unidad o en red	
<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.