

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	Quinoa		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	1008500000		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Quinoa		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Requisitos:</p> <p>https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf</p>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	En 2018, el valor del consumo de quinoa en Estados Unidos ascendió a unos 61,32 millones de dólares. Se estimó que el consumo de quinoa alcanzaría un valor de 117,12 millones de dólares para 2024.		
2.6 Estacionalidad de la producción local	Rocky Mountains Colorado y ahora están desarrollando producción en invernaderos		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Miami y Nueva York Los Angeles, Oakland , Chicago		
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>Marcas blancas son los más destacados</p> <p>Importadores americanos:</p> <p>Roland Food , Specialty Commodities ,Exandal Corporation, Otis Mcallister, Quinoa Corporation, Capitol Distribution CO.LLC</p> <p>Venta:</p> <p>Wegmans, Cotsco Wholesale, Raley's, Aldi, Trader Joe's entre otros</p> <p>Hay muchos exportadores peruanos que ofrece productos en el mercado para las Pymes lo ideal es que vengan con asociados con volúmenes mayores para ofrecer a las cadenas pequeñas de retail con sus marcas blancas</p>		
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	Precio, hoy en día hay oferta de muchos países pese a que Perú es el principal exportador junto con Bolivia		
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	En toda la cadena retail y canal Horeca		
2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Campañas de super foods y ferias de marcas propia PLMA , Expo West así como las Fancy FOOD de invierno y verano		

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
	libra	US\$4.50-8 /lb	Peru (Puno)	7.Julio	En bolsas de plastico	
<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.