



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MIAMI

FICHA MERCADO PRODUCTO ARÁNDANOS CONGELADOS

1. Nomenclatura arancelaria

0811.90.20

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

0811.90.20: Blueberries, frozen, in water or containing added sweetening

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de arándanos congelados desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero, al tener este producto una tarifa aduanera general del 0%.

Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:

- Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration)
- Notificación previa de alimentos importados – FDA
- Certificado de Origen
- Factura Comercial

Adicionalmente, El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA) establece diferentes grados para los arándanos congelados, de acuerdo a su nivel de calidad por apariencia, color, sabor, y otros, ordenados de mayor a menor: Grado A (o US Fancy), Grado B (US Choice), Grado C (US Standard) y Grado D (US Substandard). Mayor información disponible en el enlace: <https://www.ams.usda.gov/grades-standards/frozen-blueberries-grades-and-standards>

Por su parte, FDA puede inspeccionar el producto a su ingreso a EE.UU.

4. Tendencias del mercado

El cambio en los patrones de alimentación que los consumidores de EE.UU. están experimentando, como consecuencia de la pandemia actual y de la situación de confinamiento en los hogares, ha afectado a la industria de la alimentación, y, en particular, afecta de manera positiva a los alimentos empacados, cuyas ventas se espera crezcan de marzo a mayo entre un 15% y un 30%, según informes de Credit Suisse. Así, los productos beneficiados incluyen los alimentos envasados, snacks, alimentos congelados y refrigerados, pan, indulgentes como el chocolate, y alcohol.



En particular, desde que surgiera la pandemia, ha crecido el número de consumidores que compra alimentos congelados en Estados Unidos. El 80% de los estadounidenses consume este tipo de productos, y el 70% está comprando más alimentos congelados desde el mes de marzo. Los motivos son la comodidad que ofrecen al tener que comer en casa, y la seguridad percibida frente a los alimentos frescos ante la situación actual. En el caso de arándanos congelados, sus usos más comunes son para el desayuno en la avena, en yogures, preparación de batidos o salsas.

Un estudio realizado por PMA (Produce Marketing Association) muestra las diferentes ratios de crecimiento en las ventas por categorías de alimentos en EE.UU. durante la pandemia, teniendo 37% para fruta fresca, 35% para vegetales frescos, 38% para fruta envasada, 44% para vegetales en conserva, 28% para fruta congelada y 40% para vegetales congelados.

Es importante mencionar que la situación actual ha afectado a la industria agrícola en EE.UU., en tanto en cuanto el volumen de mano de obra a lo largo de toda la cadena de suministro de frescos ha decrecido para llevar el cumplimiento del distanciamiento social requerido por las autoridades, además de otros motivos logísticos. Este panorama coincide con el comienzo de la temporada de arándanos en el país del norte, que afronta la situación con preocupación. No obstante, las ventas de esta fruta en este mercado continuaron creciendo en el mes de marzo, especialmente en el caso de arándanos congelados, de acuerdo a Nielsen, y por encima del crecimiento de la categoría de congelados.

Por su parte, la situación actual del sector de supermercados y tiendas de alimentación, donde el acceso en Estados Unidos queda restringido a un menor número de clientes por metro cuadrado y con la obligación de llevar mascarillas protectoras, ha generado un aumento en la demanda de servicios de entrega a domicilio. Y esta demanda tiende a orientarse a un mayor volumen de productos refrigerados y congelados, por lo que se espera que los establecimientos vayan a necesitar ampliar sus zonas de frío para acoger el incremento de este tipo de productos. Esta perspectiva se traduciría también en una mayor necesidad de espacios refrigerados en almacenes y zonas de procesado que permitan cumplir con la demanda. Además, se espera que esta tendencia se extienda entre la población aun cuando finalicen de forma oficial las medidas de distanciamiento social.

Otra tendencia cada vez más relevante es el uso de la tecnología *blockchain* para el rastreo instantáneo de productos a lo largo de la cadena de suministro, teniendo a importantes empresas extendiendo su uso durante los próximos años. Este hecho cobra, si cabe, mayor importancia en estos momentos en que la población está más preocupada por la presencia de patógenos y por la seguridad de los alimentos que se consumen.

5. Estacionalidad de la producción local

En Estados Unidos, la disponibilidad de arándanos congelados estaría relacionada con la estacionalidad de la producción doméstica de la fruta, que va desde abril a septiembre, contando con el pico de cosecha entre mediados de junio y mediados de agosto. En particular, las cosechas más tempranas se dan en los estados del sur y de la costa oeste, y las más tardías en los estados del norte.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Son 38 los estados que cosechan arándanos en el país, sin embargo, 10 de ellos agrupan el 98% de la producción local: California, Florida, Georgia, Indiana, Michigan, Mississippi, Nueva Jersey, Carolina del Norte, Oregon y Washington.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

Ciudad de Ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2019	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen
Seattle, WA	92,050,311	Canadá	82.8%
Portland, ME	38,253,057	Canadá	94.8%
Detroit, MI	30,792,449	Canadá	100.0%
Los Angeles, CA	10,061,404	Chile	98.8%
Ogdensburg, NY	9,949,887	Canadá	99.2%
Philadelphia, PA	9,039,791	Chile	80.9%
Houston-Galveston, TX	5,926,234	Chile	59.5%
Chicago, IL	4,960,727	Chile	98.5%
San Francisco, CA	4,324,706	Chile	80.7%
Tampa, FL	4,097,611	Chile	97.9%
Subtotal	209,456,177		
Otros	17,545,037		
Total:	227,001,214		

Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

El sistema de distribución de los alimentos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista.

La primera figura dentro del canal de distribución de productos perecederos 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.



En Estados Unidos hay alrededor de 40.000 tiendas de alimentación, teniendo que el 70% lo componen supermercado, almacenes, supercenters, club stores y tiendas naturales o gourmet, teniendo que las oficinas militares ocupan el 30% restante.

El 40% de los estadounidenses hacen una visita semanal al supermercado, mientras que el 6% van a tiendas de alimentación a diario.

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.

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).

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, Trader Joe's y The Fresh Market.

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.

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)

En las circunstancias actuales, y debido al cierre total o parcial de hoteles, restaurantes, cruceros y resto del sector, la industria *foodservice* no presenta una alta demanda por el momento, habiéndose trasladado el producto hacia el sector minorista.

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.

Adicionalmente, el canal de venta e-commerce está ganando cada vez mayor importancia para productos perecederos, teniendo cada vez más disponibilidad de servicios de entrega a domicilio en el sector minorista.



8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores

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 promociones y temporadas.

Los grandes supermercados en EE.UU., principales actores en el mercado de productos frescos y congelados, dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos, consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al mercado.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 08119020 en 2015-2019

Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)
2019	Perú	4,963,924
2018	Perú	2,817,493
2017	Perú	0
2016	Perú	76,736
2015	Perú	39,448

Fuente: U.S. International Trade Commission

Puertos de entrada del producto peruano HTS 08119020:

Distrito	TOTAL Valor FOB 2019 (US\$)
Savannah, GA	1,552,902
Houston-Galveston, TX	1,328,856
Seattle, WA	1,149,019
Philadelphia, PA	785,277
Tampa, FL	86,910
Ogdensburg, NY	32,160
New York, NY	28,800
Miami, FL	0
Subtotal:	4,963,924
Total:	4,963,924

Fuente: U.S. International Trade Commission



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior




10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

El panorama presentado por el Covid-19 ha forzado a la cancelación de ferias comerciales en 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofrece viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas.

Por ello, las estrategias de promoción están enfocándose 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 via Skype y otras plataformas similares como Zoom o Google Meet, entre otras.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Anexo de 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
Publix	Bolsa de 12 oz (340 g)	US\$3,89	Chile	15 mayo 2020	Bolsa sellada reusable de arándanos congelados, marca Publix.	
Amazon.com	4,5 libras	US\$89,99	EE.UU. (Washington)	18 mayo 2020	Arándanos orgánicos congelados y enviados 3 bolsas de 1,5 libras cada una, pedido mínimo.	
Target	3 libras	US\$9,99	EE.UU. (Maine)	18 mayo 2020	Bolsa sellada reusable marca Wyman's de arándanos congelados.	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Whole Foods Market	Bolsa de 32 onzas (2 libras o 907 g)	US\$8,49	n/d	18 mayo 2020	Bolsa sellada reusable de arándanos orgánicos congelados, certificado USDA organic, marca blanca de Whole Foods.	
Sprouts Farmers Market	Bolsa de 2 libras	US\$12,99	n/d	18 mayo 2020	Bolsa sellada reusable de arándanos orgánicos congelados, certificado USDA organic, marca Earthbound Farm	