Perfil de
Frutas Deshidratadas
del mercado de Estados Unidos

PERÚ
Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Perú

Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado estadounidense por la consultora American World Services Corporation (AWS), utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Miami, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: "MINCETUR - Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos".

Índice

Introducción 6

Metodología de Estudio 12

1. Evaluación del Mercado 14

1.1 Tamaño del Mercado 14

1.2 Exportaciones 27

1.3 Importaciones 30

1.3 Importaciones desde Perú 66

2. Análisis de la Demanda 76

2.1 Usos y formas de consumo 76

2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación 79

2.3 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado 84

2.4 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado 86

2.5 Ventajas del producto peruano y competencia 88

3. Auditoría en Tiendas 89

4. Condiciones de Acceso al Mercado 92

4.1 Normas de origen y pruebas de origen 99

4.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores 99

4.3 Barreras, estándares y normas 103

5. Comercialización y Distribución 109

6. Información Adicional 113

6.1 Oficinas/gremios en el mercado 113

6.2 Links de interés 117

Introducción

En esta sección analizaremos el tamaño de mercado. Para ello, se va a analizar la producción estadounidense, exportaciones totales, importaciones totales y las importaciones desde el Perú. A continuación, se presentan las subpartidas nacionales de la categoría de frutos secos. Cabe señalar que al ser esta una categoría combinada entre frutas secas y nueces, se han incluido algunos datos de interés de la parte de nueces y sus productos similares en el capítulo de anexos.

Tabla N°1: Lista de frutos secos, por subpartida basado en el Arancel de Aduanas de Estados Unidos

Subpartida nacional	Descripción
Cocos	
0801.11.00.00	- Deshidratado
Marañones	
0801.31.00.00	- Con cáscara
0801.32.00.00	- Sin cáscara
Almendras	
0802.11.00.00	- Con cáscara
0802.12.00.05	- Sin cáscara, con certificación orgánica
0802.12.00.15	- Sin cáscara, sin certificación orgánica

Subpartida nacional	Descripción
Avellanas	
0802.21.00.00	- Con cáscara
0802.22.00.00	- Sin cáscara
Nueces	
0802.31.00.00	- Con cáscara
0802.32.00.00	- Sin cáscara
Castañas	
0802.41.00.00	- Con cáscara
0802.42.00.00	- Sin cáscara
Pistachos	
0802.51.00.00	- Con cáscara
0802.52.00.00	- Sin cáscara
Nueces de Macadamia	
0802.61.00.00	- Con cáscara
0802.62.00.00	- Sin cáscara

Subpartida nacional	Descripción
Banana/Plantains	
0803.10.20.00	- Plantain/Plátano seco
0803.90.00.45	- Banana seca
Dátiles, frescos o secos	
0804.10.20.00	- Dátiles enteros, con o sin semillas, envasados en unidades que no pesan más de 4,6 kg
0804.10.40.00	- Dátiles enteros, el resto, con semillas
0804.10.60.00	- Dátiles enteros, el resto, sin semillas
0804.10.80.00	- Dátiles, no enteros
Higos, frescos o secos	
0804.20.40.00	- Higos enteros, en envases cuyo peso con contenido supera 0,5 kg cada uno
0804.20.60.00	- El resto de higos enteros
0804.20.80.00	- Higos, no enteros
Piñas, frescas o secas	
0804.30.20.00	- Sin reducción de tamaño, a granel
0804.30.40.00	- Sin reducción de tamaño, en cajas u otros empaques
0804.30.60.00	- Reducidas en tamaño
Mango	
0804.50.80.10	- Mango seco

Subpartida nacional	Descripción
Mangostan y guayava	
0804.50.80.90	- Mangostán o guayava seca
Naranjas, frescas o secas	
0805.10.00.20	- Naranjas variedad Temple
0805.10.00.40	- Naranjas, el resto
Mandarinas, frescas o secas	
0805.20.00.20	- Tangerina
0805.20.00.60	- Clementina
0805.20.00.80	- El resto
Toronjas, frescas o secas	
0805.40.40.00	- Las que ingresan entre el 1 de agosto y el 30 de septiembre, incluidas ambas fechas, cualquier año
0805.40.60.00	- Las que ingresan durante el mes de octubre
0805.40.80.00	- Las que ingresan en cualquier otro periodo
Limones, frescos o secos	
0805.50.20.00	- Limones, frescos o secos
Pasas y Uvas Secas	
0806.20.10.10	- Curants, hechas de uvas sin semillas

Subpartida nacional	Descripción
0806.20.10.20	- Sultanas, hechas de uvas sin semillas
0806.20.10.90	- El resto de pasas, hechas de uvas sin semillas
0806.20.20.00	- Pasas hechas de uvas con semillas
0806.20.90.00	- El resto de uvas secas, diferente a pasas
Albaricoques	
0813.10.00.00	- Albaricoques secos
Ciruelas	
0813.20.10.00	- Puestas en salmuera y luego secas
0813.20.20.00	- El resto de ciruelas secas
Manzanas	
0813.30.00.00	- Manzanas secas
Papayas	
0813.40.10.00	- Papayas secas
Bayas	
0813.40.15.00	- Baya de espino seca
0813.40.20.10	- Arándanos salvajes secos
0813.40.20.20	- Arándanos cultivados secos
0813.40.20.60	- El resto de bayas secas

Subpartida nacional	Descripción
Otros frutas secas	
0813.40.30.00	- Cerezas secas
0813.40.40.00	- Duraznos secos
0813.40.80.00	- Tamarindos secos
Mezcla Frutos Secos	
0813.50.00.20	- Mezclas únicamente de frutas secas
0813.50.00.40	- Mezclas únicamente de nueces frutos secos
0813.50.00.60	- El resto de mezclas de nueces y frutas secas

Para efectos de este informe los productos a considerar son:

Coco seco	Mezcla de frutas /frutos secos
Banano seco	Dátil fresco o seco
Mango seco	Higos frescos o secos
Pasa seca	Piñas frescas o secas
Albaricoque seco	Naranjas frescas o secas
Ciruela seca	Mandarinas frescas o secas
Manzana seca	Toronjas frescas o secas
Otros frutos secos	Limones Frescos o secos

Con respecto a otros frutos secos, se ha procedido a marcar la información con una estrella para que se tenga en cuenta que esta partida no presenta información separada entre seco y fresco. Por lo tanto, hay que tener mucho cuidado en el manejo de estas cifras y sus proporciones.

Metodología de Estudio

El estudio de mercado se realizó en tres etapas aproximadamente:

- Una investigación inicial secundaria para proporcionar una visión general del mercado de alimentos en Estados Unidos, así como del mercado de las frutas deshidratadas.
- Una investigación principal, mediante entrevistas con importadores en Estados Unidos.
- Una evaluación de los datos y la redacción del presente estudio de comercialización.

La investigación secundaria incluyó una revisión de publicaciones de la industria, revistas, recursos impresos de diversas sociedades industriales y publicaciones gubernamentales. El objetivo de esta revisión fue establecer el tamaño del mercado de las frutas deshidratadas en Estados Unidos y el estado del mercado global. La investigación principal consistió en entrevistas realizadas a compañías estadounidenses que actualmente importan productos hacia Estados Unidos. Finalmente, la evaluación de los datos y la redacción del informe llevó a que la AWS hiciera ciertas recomendaciones y concluyera que existen muchas oportunidades para las frutas deshidratadas en el mercado estadounidense.

01

Evaluación del Mercado

1.1 Tamaño del Mercado

Producción

El consumo de frutas en general y de frutos secos son una parte importante de la dieta de un norteamericano, quien consume alrededor de 122,47 kg (270 libras) de nueces y frutas de árboles (frescos y procesados, con exclusión de los melones) cada año.

El consumo per cápita de frutas y frutos secos es el tercer mayor entre los principales grupos de alimentos, después de los productos lácteos y verduras.

Los estados productores de frutas más importantes de son California, Florida y Washington. California representa aproximadamente la mitad de la superficie cultivada de fruta cosechada, Florida casi una cuarta parte y Washington alrededor de una décima parte.

Gráfico N°1: Top de Estados productores de fruta no cítrica y frutas secas

Fuente: USDA

California es el mayor productor de uvas, fresas, melocotones y kiwis. Asimismo, es considerado un importante productor de una variedad de otras frutas no cítricas, tales como las manzanas, peras, ciruelas y cerezas; y es el segundo estado en la producción de cítricos.

La producción de frutas deshidratadas corresponde a los estados productores de frutas frescas en general. La mayoría de las frutas se cultivan para servir a ambos mercados, tanto frescos como de procesamiento, donde se incluyen las frutas deshidratadas.

Algunos ejemplos de frutas que tienen un mayor porcentaje de la producción de fruta procesada son las uvas, albaricoques, higos, ciruelas, melocotones, cerezas agrias, y la mayoría de las bayas, incluidos los arándanos. Los productos de frutas procesadas incluyen conservas, congelados, jugo y fruta seca, así como el vino.

Por otro lado, en el mercado norteamericano la mayoría de las frutas asignadas para ser procesadas no son fácilmente desviadas al mercado de frutas frescas debido a los requisitos de calidad que se necesitan cumplir en este último caso. La mayor parte de la fruta destinada a la transformación se cultiva bajo acuerdo entre los productores y procesadores.

Naranjas, uvas, manzanas, plátanos y piñas son las cinco principales frutas consumidas en los Estados Unidos durante

Tabla N°2: Producción utilizada de frutas no cítricas en Estados Unidos 2013-201

Año	Producción utilizada	Frescas		
			Envasadas	Sec
2013	19 433,3	7 718,0	1 372,7	2 321
2014	19 151,3	8 266,6	1 208,2	2 194
2015	18 358,3	7 684,4	1 231,8	2 376

Fuente: Noncitrus Fruits and Nuts 2015 Summary (julio 2016), USDA-NASS

la primera década del 2000 (incluyendo tanto los productos frescos y procesados).

El jugo de fruta representa una tercera parte (32%) del total de fruta per cápita consumida anualmente (296 consumiciones promedio anuales per cápita en 2014), fruta fresca representa más de la mitad (55%); y en conserva, seca y congeladas representa cada una menos de una décima parte del consumo total de frutas, según el informe ¨State of the Plate 2015¨ de PBH.

En cuanto a los frutos secos (nuts), las cifras del Departamento de Agricultura muestran que incrementó significativamente su producción en las últimas tres décadas, de 138,9 mil toneladas en el año 1970 a más de 907 miles de toneladas en la segunda mitad de la primera década del 2000, debido al incremento de la demanda interna y externa. La misma fuente ofrece la cifra de producción para las frutas deshidratadas, que correspondió a 2,37 millones de toneladas en 2015, un 8,3% superior al año previo. De igual forma, este volumen supone el 13% de la producción utilizada de frutas no cítricas en Estados Unidos, sobre un total de 18,35 millones de toneladas, cuyo principal destino es el producto fresco (42% del total), y otros procesados como fruta envasada (6,7%), jugos de frutas (7,4%), fruta congelada (4,8%), vino (23,18%) y otros (2,9%).

15 (datos en miles de toneladas) USD

	Procesadas			
as	Jugos	Congeladas	Vino	Otros
,4	1 630,0	826,6	5 067,6	497,0
,0	1 616,8	856,6	4 526,0	483,1
,2	1 366,2	898,0	4 255,6	546,1

El consumo per cápita de Estados Unidos para frutos secos alcanzó 1,36 kilogramos (base cáscara) en los últimos años, por encima de 0,77 kilogramos en el año 1977. Las exportaciones continuaron ganando una mayor parte de los suministros internos, pasando de un promedio de 24% durante la década de 1970 a más 40% durante el periodo 1990-2000.

California es el principal estado productor de frutos secos/nuts. Los huertos de California producen casi el 90% de los frutos secos de cada año, incluyendo casi todas las almendras, pistachos y nueces, y teniendo que el volumen producido en el país en año 2012 fue de 2,7 millones de toneladas, según indica el Agricultural Marketing Resource Center.

Los Estados que producen solamente pecanas son Georgia, Nuevo México y Texas cada uno constituyen aproximadamente el 2% de la producción total de frutos secos. En conjunto, estos tres estados producen casi tres cuartas partes de la cosecha de pecanas. No obstante, pequeño en términos de cifras totales de producción de frutos secos, las avellanas se cultivan en Oregón y las nueces de macadamia se cultivan en Hawái.

Tabla N°3: Producción de frutas deshidratadas en toneladas cortas, California

Año	Manzana	Albaricoque	Dátiles**	Higos
2005	*	1 360	17 200	15 100
2006	*	640	17 700	13 000
2007	*	1 970	16 300	14 500
2008	*	1 830	20 900	13 100
2009	*	1 090	23 700	13 300
2010	*	1 400	29 000	12 320
2011	*	1 810	33 300	11 560
2012	*	1 210	31 100	11 560
2013	*	1 080	24 000	9 300

(*) Descontinuado
(**) No se cuenta con información de los estados productores de dátiles deshidratados.
Nota: 1 tonelada corta es comúnmente usada como tonelada simple, corresponde a 2 000 libras o 907,18 kg
Fuente: USDA

Al igual que las frutas y hortalizas, la mayor demanda de los frutos secos durante los últimos años se puede atribuir al aumento de la población y los ingresos, y al mayor interés en la salud y la nutrición. Los tres primeros frutos secos que se consumen son las almendras, nueces y pecanas.

Las áreas de Estados Unidos que registran mayor propensión a gastar en frutas secas y mezclas de fruta u otros frutos secos al detalle son el noreste (Illinois, Michigan, Minnesota y Nueva York) y la Costa oeste, específicamente California. Estados que, en general, cuentan con un mayor número de ciudades, mayor concentración demográfica y de residentes cosmopolitas de mayor nivel de ingreso, como también con mayor oferta de productos al detalle.

Principales indicadores del mercado: Producción

A continuación, anexamos algunas tablas resumen con los datos más relevantes de esta categoría

Duraznos	Peras	Ciruelas	Pasas	Total
1 160	400	94 000	357 500	486 720
1 290	*	189 000	309 500	531 130
1 365	*	81 000	360 000	475 135
1 050	*	129 000	390 300	556 180
850	*	166 000	335 500	540 440
2 010	*	130 000	394 800	569 530
470	*	137 000	384 300	568 440
1 230	*	138 000	345 900	529 000
420	*	85 000	409 500	529 300

A continuación, se muestran volúmenes de producción de algunas frutas deshidratadas en Estados Unidos, así como su valor en el mercado entre 2013 y 2015, según los datos más actualizados del Servicio de Estadísticas Agrícolas del

Tabla N°4: Volumen y valor de producción de fruta deshidratada en Estados Unidos, 2013-2015

	Cantidad (en toneladas)	
Tipo de fruta seca/deshidratada y regiones de producción	**2013**	**2014**
Manzana (Estados Unidos)	73 028	77 564
Albaricoque (California)	1 080	1 500
Higos (California)	9 300	9 470
Uvas (California)	406 100	366 200
Duraznos (California)	420	610
Ciruelas (California)	85 000	108 000

Fuente: Noncitrus Fruits and Nuts 2015 Summary (julio 2016), USDA-NASS

Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA-NASS). En la mayoría de los casos, los datos corresponden a cifras de producción en California, por comprender este estado al menos el 90% de la producción a nivel nacional del producto referido.

	Precio por tonelada (en USD)		
2015	2013	2014	2015
81 193	191	152	186
990	2 980	2 410	3 990
8 840	1 500	1 640	1 660
383 700	1 630	1 710	1 620
880	420	493	588
110 000	2 000	2 470	2 010

Tabla N°5: Fruto Seco, producción utilizada

Periodo	Almendras	Avellanas	Pecanas	Nueces
			Toneladas	
2004/05	455 768	12 947	37 437	128 050
2005/06	414 953	9 436	56 801	143 301
2006/07	507 920	16 832	41 447	134 658
2007/08	630 365	13 312	81 746	127 174
2008/09	739 205	4 540	44 539	179 751
2009/10	639 435	3 677	59 854	175 899
2010/11	743 740	4 935	63 675	200 230
2011/12	920 605	4 361	56 507	181 686
2012/13	857 115	6 989	63 947	200 492
2013/14	911 535	6 622	59 303	198 331

Fuente: USDA

Macadamias	Pistachos	Total
11 640	77 329	726 295
11 125	63 038	686 401
11 949	53 967	766 117
8 447	93 874	961 914
10 301	61 400	1 039 735
8 653	79 258	966 776
8 241	113 432	1 134 253
10 095	100 677	1 273 931
9 065	126 189	1 263 797
8 447	107 743	1 291 982

Consecuentemente con el consumo, las mayores cantidades producidas de frutas deshidratadas se obtienen para ciruelas y pasas, la sumatoria de estas dos frutas representa un poco más del 90% de la producción total de frutas deshidratadas. Interesante comentar la producción descontinuada de las manzanas y peras secas. Según data de comercio exterior, las importaciones de Estados Unidos para manzanas secas representaron en el año 2014 un 20% de las importaciones mundiales, y su posición relativa en las importaciones mundiales es de número uno para este tipo producto, lo que deja en evidencia que la falta de producción

Tabla N°6: Consumo per cápita de las frutas deshidratadas

Periodo	Manzana	Albaricoque	Dátiles	Higos
				Kilogr
2005/06	0,04	0,06	0,06	0,05
2006/07	0,05	0,05	0,07	0,05
2007/08	0,05	0,05	0,05	0,04
2008/09	0,05	0,05	0,09	0,04
2009/10	0,04	0,05	0,10	0,03
2010/11	0,04	0,05	0,13	0,03
2011/12	0,03	0,05	0,15	0,03
2012/13	0,05	0,05	0,15	0,04
2013/14	0,04	0,05	0,12	0,04

Fuente: USDA

se está cubriendo en su totalidad por las importaciones, que vienen principalmente de Chile, habiendo comprado en el año 2014 más de USD 20,68 millones de este país -tal y como indican los datos de Nosis/Trademap que se detallan más adelante en este perfil.

De igual manera consistentemente con el consumo, son las almendras el tipo de frutos secos de mayor producción para el periodo 2013-2014 (70% de la producción total de este tipo de producto).

Principales indicadores del mercado: Consumo Per cápita

Duraznos	Peras	Ciruelas	Pasas	Total
amos				
0,02	0,00	0,16	0,65	1,04
0,01	0,00	0,14	0,68	1,06
0,02	0,00	0,13	0,66	1,02
0,02	0,00	0,13	0,62	1,00
0,01	0,00	0,15	0,60	0,97
0,03	0,00	0,17	0,59	1,04
0,01	0,00	0,21	0,60	1,08
0,01	0,00	0,18	0,60	1,07
0,02	0,00	0,22	0,59	1,07

Tabla N°7: Consumo per cápita de frutos secos

Periodo	Almendras	Avellanas	Pecanas	Nue
				Kilog
2004/05	0,41	0,03	0,22	
2005/06	0,28	0,01	0,20	
2006/07	0,46	0,04	0,20	
2007/08	0,55	0,02	0,20	
2008/09	0,63	0,02	0,22	
2009/10	0,63	0,02	0,22	
2010/11	0,73	0,02	0,24	
2011/12	0,82	0,03	0,16	
2012/13	0,91	0,03	0,20	
2013/14	0,91	0,02	0,15	

Fuente: USDA

El consumo per cápita total de fruta deshidratada en el año 2014 fue de 1,07 kg al año (2,37 libras al año), por su parte los frutos secos tipo "nuts" obtiene una cifra de 1,84 kg (4,06 libras), si sumáramos ambos estaríamos hablando de un consumo per cápita de 2,91 kg (6,43 libras) entre estos dos (2) tipos de frutas/frutos secos, resultado que evidencia una alta penetración en los hábitos de consumo del norteamericano típico.

Para el caso de las frutas deshidratadas destaca particularmente el consumo de las pasas secas representando un 55% del consumo total de este tipo de productos,

ces	Macadamias	Pistachos	Otros	Total
ramos				
0,24	0,07	0,12	0,49	1,59
0,19	0,06	0,07	0,40	1,21
0,24	0,06	0,08	0,44	1,51
0,21	0,05	0,10	0,49	1,61
0,21	0,05	0,05	0,43	1,62
0,25	0,05	0,08	0,45	1,70
0,20	0,05	0,08	0,42	1,75
0,19	0,05	0,11	0,35	1,72
0,21	0,05	0,12	0,39	1,89
0,21	0,05	0,08	0,41	1,84

seguido de las ciruelas con un porcentaje de 20%, solo estas 2 frutas representan el 75% del consumo de frutas deshidratadas.

Para el caso de los frutos secos tipo "nuts" destaca ampliamente el consumo per cápita de las almendras (50%).

1.2 Exportaciones

Las exportaciones de frutas deshidratadas representaron alrededor de un tercio de los suministros de frutas secas que se exportaron durante la década del 2000,

cifra ligeramente superior a la década de 1990. Del total de exportaciones de frutas secas, solo las pasas componen aproximadamente tres cuartas partes, y las ciruelas, cerca de una quinta parte. Japón fue el principal destino de las exportaciones de frutas secas durante la mayor parte de la década del 2000.

Otros mercados importantes incluyen Reino Unido, Canadá y Alemania; mientras que los mercados recientes de gran crecimiento incluyen Corea del Sur, México, Australia, China y Rusia.

Según The Observatory of Economic Complexity (OEC, por sus siglas en inglés), las exportaciones mundiales de frutas secas alcanzaron la cifra de USD 2,41 mil millones en 2014, siendo los principales exportadores Turquía, con una cuota del 16% internacional; Chile, 12%; y Estados Unidos, 11%.

Tabla N°8: Indicadores más relevantes de las exportaciones estadounidenses en el año 2014

Subpartida	Descripción arancelaria	Valor Exportado (miles de USD)	Cantidad exportada en toneladas
0801.11.00	Cocos secos	5 393	3 647
0801.32.00	Marañón	14 638	2 804
0802.12.00	Almendras	3 554 181	448 367
0802.22.00	Avellanas	16 960	3 149
0802.32.00	Nueces	881 239	86 005
0802.42.00	Castañas	1 002	196
0802.52.00	Pistachos	993 108	115 757
0802.62.00	Macadamia	6 864	3 674
0803.10.20	Banano seco	ND	ND

Fuente: Nosis/Trademap

En cuanto a las exportaciones de fruto seco, encontramos a Estados Unidos en segundo lugar después de China, produciendo más de una décima parte de los frutos secos del mundo.

Los principales destinos de exportación de los frutos secos de Estados Unidos son España, Alemania y los Países Bajos, en la Unión Europea; Canadá y México, en América del Norte; y Hong Kong, Japón, India, China, Corea del Sur, Vietnam y Taiwán, en Asia.

A través de los años, las almendras siempre han representado el mayor porcentaje de las exportaciones totales de frutos secos de Estados Unidos.

Participación en las exportaciones mundiales (%)	Exportaciones TCA en valor 2010-2014	Principales destinos
1	23%	Canadá y México
0,5	2%	Canadá y Vietnam
68	19%	España, Alemania, Emiratos y Canadá
1	36%	Canadá, Turquía
44	15%	Alemania, Corea, Japón y Canadá
0,3	8%	Canada y Mexico
29	15%	Hong Kong y Bélgica
1,3	12%	Canada y China
ND	ND	ND

Subpartida	Descripción arancelaria	Valor Exportado (miles de USD)	Cantidad exportada en toneladas
0804.50.80	Mango seco	ND	ND
0806.20.10	Pasas secas	409 722	
0813.10.00	Albaricoques secos	9 884	1 775
0813.20.10	Ciruelas secas	172 223	62 593
0813.30.00	Manzanas secas	12 143	2 991
0813.40.00	Otros frutos secos	77 636	19 112
0813.50.00	Mezcla frutos secos	36 750	8 183

Fuente: Nosis/Trademap

No cabe duda que el principal país destino de todos estos productos desde Estados Unidos en el año 2014 fue Canadá, y si miramos la región LATAM habría que mencionar a México.

En cuanto a los productos, las almendras destacan como el principal fruto seco de mayor exportación con una participación de aproximadamente el 70% respecto a las exportaciones mundiales y un primer lugar en el ranking de exportadores para este producto.

Luego de las almendras, pistachos, pasas y ciruelas alcanzan posiciones destacadas en el ranking de productos exportados desde Estados Unidos hacia el mundo.

1.3 Importaciones

A lo largo de la década de los noventa hasta finales de la década del 2000, las importaciones estadounidenses de los frutos secos se incrementaron, en

Participación en las exportaciones mundiales (%)	Exportaciones TCA en valor 2010-2014	Principales destinos
ND	ND	ND
23	4%	Japón, Reino Unido y Canadá
2	8%	Canadá y Japón
27	1%	Alemania, Japón y Canada
11	0%	Canada, Australia y Mexico
9	4%	Canadá, Japón, Corea y China
10	-8%	Canadá, México, Nueva Zelanda y China

respuesta a la creciente demanda. Los marañones componen aproximadamente el 50% del volumen de las importaciones de frutos secos (con exclusión del coco), seguido de las nueces (15%) y las nueces de Brasil (6%).

Históricamente, la India ha sido el mayor proveedor de frutos secos a los Estados Unidos lo que representa casi la mitad de las importaciones de marañones cada año a través de la década del 2000. En los últimos años; sin embargo, Vietnam se ha convertido en un jugador más visible en el mercado de los de anacardo. Vietnam es ahora el principal proveedor de anacardos representando alrededor de dos quintas partes de volumen total de importaciones. Casi todas las importaciones de pecanas provienen de México, mientras que alrededor de la mitad de las nueces del Brasil importados en los últimos años han venido de Bolivia, que supera a Brasil como el proveedor número uno de este tipo de producto hacia los Estados Unidos.

Cocos secos, avellanas, castañas, macadamia y albaricoques son más importados que exportados.

Tabla N°9: Indicadores más relevantes de las importaciones y exportaciones de

Subpartida	Descripción arancelaria	Valor Importado (miles de USD)	Valor exportado (miles de USD)	Valor comercial (miles de USD)
0801.11.00	Cocos secos	129 956	5 393	-124 563
0801.32.00	Marañón	940 702	14 638	-926 064
0802.12.00	Almendras	77 532	3554 181	3 476 649
0802.22.00	Avellanas	26 517	16 960	-9 557
0802.32.00	Nueces	7 128	881 239	874 111
0802.42.00	Castañas	12 875	1 002	-11 873
0802.52.00	Pistachos	1 806	993 108	991 302
0802.62.00	Macadamia	113 586	6,864	-106 722
0803.10.20	Banano seco	2 738	ND	ND
0804.50.80	Mango seco	60 100	ND	ND
0806.20.10	Pasas secas	27 087	409 722	382 635
0813.10.00	Albaricoques secos	55 028	9 884	-45 144
0813.20.10	Ciruelas secas	20 885	172 223	151 338
0813.30.00	Manzanas secas	36 145	12 143	-24 002
0813.40.00	Otros Frutos Secos	75 172	77 636	2 464
0813.50.00	Mezcla frutos secos	9 721	36 750	27 029

Fuente: Nosis/Trademap

Estados Unidos en el año 2014

Participación de Estados Unidos en las Importaciones mundiales	Posición relativa de Estados Unidos en las Importaciones mundiales	Importaciones TCA en Valor	Exportaciones TCA en Valor 2010-2014
16%	1	13%	23%
31%	1	7%	2%
2%	16	70%	19%
2%	12	8%	36%
0,50%	36	43%	15%
3%	7	1%	8%
0,10%	61	-3%	15%
20%	2	11%	12%
ND	ND	-21%	ND
ND	ND	36%	ND
2%	20	-5%	4%
12%	1	-2%	8%
4%	10	99%	1%
20%	1	11%	0%
10%	2	4%	4%
3%	10	21%	-8%

En general Estados Unidos no puede satisfacer su demanda de frutas deshidratadas y frutos secos con su producción interna, por lo que deben importarse. De esta manera, se observa un saldo comercial negativo (importaciones mayores a exportaciones) para cocos secos, marañón, avellanas, castañas, nueces de macadamia, albaricoques secos, manzanas secas, otros frutos secos y mezcla de frutos secos.

La importancia de esta categoría queda reflejada en su posición relativa en las

Tabla N°9: Indicadores más relevantes de las Importaciones y exportaciones de

	Indicadores c			
Exportadores	**Valor importado en 2014 (miles de USD)**	**Participación de las importaciones (%)**	**Valor unitario (USD/T)**	**Tasa de crecimi valores import 2010-201**
Mundo	129 956	100	2 487	13
Filipinas	105 143	80,9	2 534	10
Sri Lanka	18 110	13,9	2 981	40
Republica dominicana	2 041	1,6	838	8
Indonesia	1 457	1,1	2 499	3
Vietnam	1 149	0,9	2 439	62
Tailandia	1 112	0,9	4 277	61
Guyana	436	0,3	588	ND
India	131	0,1	2 047	-30
México	126	0,1	1 658	43
Perú	111	0,1	5 482	ND

ND = No Disponible
Fuente: Nosis/Trademap

importaciones mundiales, ocupando las primeras cuatro posiciones y dos segundos puestos para varios de estos productos.
Los principales productos exportados en el año 2014 fueron las almendras seguidas de los pistachos, nueces, pasas y ciruelas secas.

La mayor participación en las importaciones mundiales la obtiene el marañón. Por su parte, la mayor Tasa de Crecimiento anual (TCA) en valor de importaciones la obtiene las ciruelas secas, las almendras y las nueces durante el periodo 2010-2014

Estados Unidos en el año 2014

omerciales			
iento de los tadas entre 4 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancel estimado, %
		12	
	1	6	0
	3	14	0
	9	9	0
	2	27	0
	4	8	0
	10	43	0
	54	-9	0
	14	30	0
	19	3	0
	35	80	0

Las importaciones de cocos secos de Estados Unidos representaron el 16% de las importaciones mundiales de este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la del primer puesto.

Perú se ubica en la posición 10 de los exportadores de cocos secos hacia Estados Unidos en el año 2014 con una TCA de 80% para sus exportaciones totales hacia el resto del mundo.

El principal proveedor de cocos secos para Estados Unidos durante el año 2014 fue Filipinas (81% de participación), seguido de Sri Lanka (14%). Además, Filipinas se posiciona como el principal exportador en el mundo.

Tabla N°10: Importaciones de banano seco (0803.10.20.00)

Exportadores	Indi	
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importacion
Mundo	2,738	100
Costa Rica	1,089	39,80
Ecuador	772	28,20
México	227	8,30
Colombia	205	7,50
Tailandia	181	6,60
Perú	85	3,10
República Dominicana	55	2
El Salvador	52	1,90
Honduras	38	1,40
Guatemala	14	0,50

Fuente: Nosis/Trademap

Según se desprende de los datos sobre el valor unitario (USD/tonelada) de la tabla 7, el producto más costoso para Estados Unidos provino de Perú (USD 5 482/tonelada), y el más económico de Guyana (USD 588/tonelada) y Republica Dominicana (USD 838/tonelada).

La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Vietnam, país que además ocupa la cuarta posición en las exportaciones mundiales para este producto.

cadores comerciales

es (%)	Valor unitario (USD/kg)	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2010-2014 (%)
	2,25	-21
	1,74	667
	2,86	-30
	5,79	
	4,03	42
	1,26	-78
	4,59	-43
	7,86	
	5,95	333
	1,35	-83
	0,73	

El principal proveedor de Banano seco para Estados Unidos durante el 2014 fue Costa Rica (40% de participación), seguido de Ecuador (28%). El producto más costoso para provino de República Dominicana (USD 7,86/kg), y el más

Tabla N°11: Importaciones de mango seco (0804.50.80)[1]

Exportadores	Indi	
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaci para Estados Unidos (%)
Mundo	60 100	100
Filipinas	24 564	40,90
México	23 798	39,60
Tailandia	8 222	13,70
India	1 700	2,80
Ecuador	653	1,10
Sudáfrica	355	0,60
China	348	0,60
Canadá	174	0,30
Reino Unido	116	0,20
Perú	108	0,20

Fuente: Nosis/Trademap

[1] Esta subpartida representa tanto a mangos secos como a mangostán y guayabas secas.

económico de Guatemala (USD 0,73/kg). La mayor Tasa de Crecimiento Anual para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Costa Rica, seguido de El Salvador.

cadores comerciales		
iones	Valor unitario (USD/kg)	Tasa de crecimiento del valor en el periodo 2010-2014 (%)
	9,37	36
	11	2
	9,80	106
	5,77	20
	8,15	136
	12	303
	14	-14
	17	192
	15	-
	14	-
	12	350

El principal proveedor de mango seco para Estados Unidos durante el año 2014 fue Filipinas (41% de participación), seguido de México (40%).

Perú se ubica en este ranking en la décima posición para las exportaciones a Estados Unidos. El producto más costoso en el año 2014 para Estados Unidos provino de

Tabla N°12: Importaciones de Estados Unidos de pasas secas (0806.20.10)[2]

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	27 087	100	1 959	-5
Chile	13 928	51,40	2 501	-4
Sudáfrica	6 069	22,40	2 419	-4
China	1 528	5,60	912	5
México	1 273	4,70	1 287	-25
Australia	982	3,60	668	32
Uzbekistán	948	3,50	1 943	146
Grecia	884	3,30	2 278	-1
Argentina	568	2,10	2 654	-10
Turquía	395	1,50	2 244	26
Pakistán	283	1	1 199	23

Fuente: Nosis/Trademap

[2] Esta subpartida agrupa otras 3 subpartidas nacionales que denominan en realidad el tipo de pasa por variedad (curants, sultanas y el resto)

China (USD 17/kg), y el más económico de Tailandia (USD 5,77/kg).
La mayor Tasa de Crecimiento Anual para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Perú (350%), seguido de Ecuador (303%).

rciales			
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		2	
	4	6	0
	5	7	0
	6	-1	1,2
	31	-20	0
	15	10	0
	9	3	1,2
	7	-9	1,2
	8	-4	1,2
	1	2	1,2
	50	4	1,2

El producto más costoso en el año 2014 para Estados Unidos provino de Argentina (USD 2 654/T), y el más económico de Australia (USD 668/T) y China (USD 912/T).

La mayor Tasa de Crecimiento Anual

Tabla N°13: Importaciones de Estados Unidos de albaricoques secos (081310.00.

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	55,028	100	3 965	-2
Turquía	52,828	96	3 956	-3
Sudafrica	849	1,50	5 209	166
Pakistán	305	0,60	3 211	52
Malasia	231	0,40	4 053	68
Siria	218	0,40	3 574	4
Taiwán	170	0,30	8 500	
China	164	0,30	4 100	-5
Tailandia	54	0,10	2 842	
Francia	47	0,10	9 400	4
Serbia	33	0,10	11 000	

Fuente: Nosis/Trademap

para las importaciones de pasas secas en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Uzbekistán, país que además ocupa la novena posición en las exportaciones mundiales para este producto.

00)

rciales			
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		-1	
	1	-2	0,40
	8	3	0
	14	11	0
	68	53	0,40
	32	-8	0,40
	78	-45	0,40
	10	9	0,40
	60	-22	0
	6	3	0,40
	40	65	0

Las importaciones de Estados Unidos. representan 12% de las importaciones mundiales para los albaricoques secos, ocupando la primera posición relativa en las importaciones mundiales. No hay exportaciones de Perú hacia Estados Unidos. en el periodo 2010-2014.

El principal proveedor de albaricoques secos para Estados Unidos. durante el año 2014 fue Turquía (96% de participación), casi la totalidad de importaciones provino

Tabla N°14: Importaciones de Estados Unidos de ciruelas secas (0813.20.10.00[3])

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	20 885	100	3 087	99
Chile	19 226	92,10	3 124	148
Argentina	649	3,10	2 413	59
Australia	560	2,70	2 222	
Turquía	161	0,80	7 667	
Francia	81	0,40	7 364	5
China	73	0,30	3 042	8
Taiwán	73	0,30	4 867	-20
México	35	0,20	4 375	57
Pakistán	7	0	7 000	6
Reino Unido	7	0	7 000	

Fuente: Nosis/Trademap

[3] El análisis se ha elaborado sobre la subpartida 0813.20.10.00 (ciruelas puestas en salmuera y luego secas).

de este país. Turquía además se sitúa como el principal exportador mundial.

El producto más costoso para Estados Unidos. provino de Serbia (USD 11 000/T), y el más económico de Tailandia (USD 2 842/T). La mayor Tasa de Crecimiento Anual para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Sudáfrica, país que además ocupa la octava posición en las exportaciones mundiales para este.

rciales			Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	
		8	
	1	17	1,10
	4	0	7,30
	30	-5	0
	19	36	7,30
	3	9	7,30
	15	5	7,30
	39	-18	7,30
	44	20	0
			7,30
	18	19	7,30

Las importaciones de Estados Unidos representan 3,47% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la décima.

No existieron exportaciones de Perú hacia Estados Unidos en el periodo 2010-2014. El principal proveedor de ciruelas secas para Estados Unidos en el año 2014 fue Chile (92% de participación).

Tabla N°15: Importaciones de Estados Unidos de manzanas secas (0813.30.00.00)

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	36 145	100	6 188	11
Chile	20 686	57,2	6 470	16
China	7 713	21,3	5 735	-1
Argentina	5 353	14,8	5 570	28
Nueva Zelanda	1 730	4,80	8 607	2
Alemania	347	1	5 422	22
Tailandia	101	0,30	5 316	
Albania	55	0,20	5 500	
Canadá	55	0,20	1 618	-10
Hungría	46	0,10	15 333	
Italia	26	0,10	8 667	

Fuente: Nosis/Trademap

Asimismo, Chile se posicionó como el principal exportador mundial.

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Turquía (USD 7 667/T), y el más económico de Australia (USD 2 222/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Chile, con un 148%.

rciales			
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		2	
	1	4	0
	24	-52	0,10
	4	18	0,10
	11	8	0,10
	5	5	0,10
	36	-71	0
			0
	29	-2	0
	10	0	0,10
	2	2	0,10

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 20,2% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la primera.

No hay exportaciones de Perú hacia Estados Unidos en el periodo 2010-2014. El principal proveedor de manzanas secas para Estados Unidos durante el año 2014 fue Chile (57% de participación), seguido de China (21%). Chile además se sitúa como el principal exportador mundial de

Tabla N°16: Importaciones de Estados Unidos de otras frutas secas (0813.40)

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	75 172	100	5 869	4
China	18 977	25,20	14 722	-5
Tailandia	9 129	12,10	2 787	2
Chile	8 710	11,60	4 314	-2
Turquía	5 460	7,30	5 455	69
Marruecos	4 505	6	27 809	-1
Egipto	4 184	5,60	29 465	51
Serbia	4 123	5,50	7 721	17
México	3 930	5,20	2 377	20
Perú	2 135	2,80	22 240	141
Canadá	1 758	2,30	8 660	23

Fuente: Nosis/Trademap

este producto. El producto más costoso para Estados Unidos provino de Hungría (USD 15 333/T), y el más económico de Canadá (USD 1 618/T).

La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Argentina, país que además ocupa la cuarta posición en las exportaciones mundiales para este producto. Alemania también destaca en su TCA seguido de Argentina, y se ubica en la quinta posición respecto a las exportaciones mundiales.

rciales			
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		11	
	2	5	3
	1	9	1,80
	22	1	0
	9	37	1,80
	107	-66	0
	58	47	1,80
	21	14	1,80
	14	36	0
	40	53	0
	27	15	0

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 10% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la segunda.

Perú se sitúa en la novena posición de exportadores de otras frutas secas (incluye papayas, bayas, cerezas, duraznos, tamarindos y otros) hacia Estados Unidos en el año 2014, con una TCA para las importaciones en valor (2010-2014) hacia Estados Unidos. de 141% y una TCA de 53% en sus exportaciones totales para el mismo periodo.

Tabla N°17: Importaciones de Estados Unidos de mezcla de frutas y frutos secos (0813.50.00)

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	9 721	100	9 731	21
Canadá	6 800	70	9 264	116
Francia	1 305	13,40	13 316	
China	772	7,9	13 786	-3
Chile	198	2	39 600	57
Costa Rica	136	1,40	27 200	51
Guatemala	120	1,20	5 000	33
Tailandia	75	0,80	4 688	0
Pakistán	58	0,60	3 053	55
Sudáfrica	56	0,60	18 667	9
Turquía	35	0,40	7 000	65

Fuente: Nosis/Trademap

El principal proveedor de otras frutas secas para Estados Unidos durante el año 2014 fue China (25% de participación), seguido de Tailandia y Chille (12%). China además se posiciona como el segundo exportador mundial, Tailandia como el primero.

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Marruecos (USD 27 809/T), y el más económico de México (USD 2 377/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Perú, país que además ocupa la posición 40 en las exportaciones mundiales para este producto.

rciales			Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	
		8	
	14	97	0
	3	5	14
	24	17	14
	31	84	0
	52	191	14
	25	64	0
	30	58	14
	40	21	14
	19	3	0
	12	5	14

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 3% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la décima.

El principal proveedor de mezcla de frutas y frutos secos para Estados Unidos durante el año 2014 fue Canadá (70% de participación), seguido de Francia (13%). Asimismo, Canadá se sitúa en la catorceava

Tabla N°18: Importaciones de Estados Unidos de dátiles frescos o secos (0804.10.00)

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	43 646	100	1 425	23
Túnez	13 605	31,20	1 257	40
Israel	11 201	25,70	1 188	17
México	7 405	17	3 261	31
Pakistán	6 247	14,30	1 125	2
China	2 694	6,20	2 815	18
Arabia Saudita	969	2,20	1 541	40
Argelia	538	1,20	2 242	12
Hong Kong	301	0,70	2 840	5
Palestina	216	0,50	854	106
Turquía	132	0,30	4 889	

Fuente: Nosis/Trademap

posición respecto a las exportaciones mundiales para ese producto.

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Chile (USD 39 600/T), y el más económico de Pakistán (USD 3 053/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Canadá, que además consigue una TCA de 97% en sus exportaciones totales.

rciales			
creci- s valores s entre 4 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		12	
	1	4	8,50
	3	24	0
	14	29	0
	6	12	8,50
			9,10
	4	18	9,10
	10	13	8,50
	28	6	9,10
	16	70	8,50
	19	15	8,50

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 4% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es el séptimo.

El principal proveedor de dátiles frescos o secos para Estados Unidos durante en el año 2014 fue Túnez (31% de participación), seguido de Israel (26%). Asimismo, Túnez ocupa la primera posición respecto a las exportaciones

Tabla N°19: Importaciones de Estados Unidos de higos frescos o secos (0804.20.00)

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	35 786	100	3 266	29
Turquía	30 587	85,50	3 348	38
Grecia	3 193	8,90	3 743	15
España	812	2,30	1 115	1
México	510	1,40	4 904	-12
Chile	415	1,20	5 764	
Portugal	87	0,20	3 346	-2
Italia	75	0,20	6 250	-18
Pakistán	48	0,10	3 000	1
Kong Hong	26	0,10	6 500	8
Francia	14	0	14 000	14

Fuente: Nosis/Trademap

mundiales para ese producto. No hay exportaciones de Perú hacia Estados Unidos en el periodo 2010-2014.

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Turquía (USD 4 889/T), y el más económico de Palestina (USD 854/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Palestina, que además consigue una TCA de 70% en sus exportaciones totales.

rciales			
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		10	
	1	12	3,20
	7	7	3,20
	6	17	3,20
	12	1	0
	26	18	0
	25	10	3,20
	10	2	3,20
	35	32	2,70
	20	11	3,20
	8	2	3,20

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 6% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la cuarta.

El principal proveedor de higos frescos o secos para Estados Unidos durante el año 2014 fue Turquía (86% de participación), seguido de Grecia (9%). Asimismo, Turquía se sitúa en la primera posición respecto a las exportaciones mundiales

Tabla N°20: Importaciones de Estados Unidos de piñas frescas o secas (0804.20.

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importado 2010-201
Mundo	603 909	100	577	5
Costa Rica	534 685	88,50	570	7
México	21 222	3,50	523	-10
Honduras	20 878	3,50	547	13
Tailandia	11 109	1,80	3 205	4
Guatemala	6 832	1,10	460	3
Panamá	2 777	0,50	614	-26
Ecuador	2 393	0,40	616	-40
Chile	1 019	0,20	2 375	148
República Dominicana	920	0,20	475	55
Colombia	837	0,10	1 446	31

Fuente: Nosis/Trademap

para ese producto. No hay exportaciones de Perú hacia Estados Unidos en el periodo 2010-2014.

El producto más costoso para Estados Unidos. provino de Francia (USD 14 000/T), y el más económico de España (USD 1 115/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Turquía, que además consigue una TCA de 12% en sus exportaciones totales.

.00)

erciales			
creci- s valores as entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
		4	
	1	7	0,90
	12	-2	0
	11	7	0
	31	-7	0,90
	19	6	0
	7	3	0
	8	-12	0,90
	34	383	0
	27	14	0
	32	34	0

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 25% de las importaciones mundiales para este producto, con la primera posición relativa en las importaciones mundiales.

El principal proveedor de piñas frescas o secas para Estados Unidos en el año 2014 fue Costa Rica (89% de participación). Costa Rica además se sitúa en la primera posición respecto a las exportaciones mundiales para

Tabla N°21: Importaciones de Estados Unidos de naranjas frescas o secas (0805.

Exportadores	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las import para de América (%)
Mundo	152 044	100
Chile	61 882	47,90
Sudáfrica	46 740	31,90
México	23 076	6,90
Australia	11 934	9,70
Marruecos	3 771	1,90
Uruguay	1 762	0,10
República Dominicana	1 617	1
Italia	605	0,10
España	186	0
Israel	176	0,10

Fuente: Nosis/Trademap

ese producto. No hay exportaciones de Perú hacia Estados Unidos. en el periodo 2010-2014.

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Tailandia (USD 3 205/T), y el más económico de Guatemala (USD 460/T). La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Chile, que además consigue una TCA de 383% en sus exportaciones totales.

10.00.40)

ndicadores comerciales		
aciones)	Valor unitario (USD/kg)	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2012-2014 (%)
	1,06	28
	1,27	58
	1,30	5
	0,51	172
	1,75	47
	1,43	1 972
	1,24	
	0,70	38
	1,66	41
	1,11	
	1,21	69

El principal proveedor de naranjas frescas o secas para Estados Unidos durante el año 2014 fue Chile (48% de participación), seguido de Sudáfrica (32%).

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Australia (USD 1,75/kg), y el más económico de México (USD 0,51/kg). La mayor TCA para las importaciones

Tabla N°22: Exportaciones peruanas de frutas secas, 2010-2014

Exportadores	Valor importado 2010	Valor importado 2011
Perú	1 146	715

Tabla N°23: Importaciones de Estados Unidos de piñas frescas o secas (0804.20.

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importado 2010-201
Mundo	255 217	100	1 430	9
Chile	73 326	28,70	1 388	22
Marruecos	67 185	26,30	1 573	15
España	50 150	19,60	1 545	-11
Perú	38 991	15,30	1 297	33
Sudáfrica	9 474	3,70	1 223	-1
Uruguay	6 395	2,50	1 436	
Israel	4 421	1,70	1 630	19
Australia	1 712	0,70	1 672	-26
México	1 601	0,60	605	-4
Corea	1 106	0,40	1 298	

Fuente: Nosis/Trademap

en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Marruecos (1 972%).

Perú no tuvo exportaciones en el año 2014 hacia Estados Unidos, sin embargo, sí en años anteriores como puede visualizarse en la siguiente tabla.

Valor importado 2012	Valor importado 2013	Valor importado 2014
408	285	0

00)

erciales			Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
creci- s valores as entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportacio-nes mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	
		5	
	10	10	0
	4	3	0
	1	1	1,50
	7	20	0
	6	12	0
	17	5	1,50
	11	17	0
	15	8	0
	54	-14	0
	37	27	0

Las importaciones de Estados Unidos representaron 5,24% de las importaciones mundiales para este producto, alcanzando la quinta posición relativa en las importaciones mundiales.

El principal proveedor de mandarinas frescas o secas para Estados Unidos durante el año 2014 fue Chile (29% de participación), seguido de Marruecos (26%). Asimismo, Chile se sitúa en la décima posición respecto a las

Tabla N°24: Importaciones de Estados Unidos de toronjas frescas o secas (0805

Exportadores	Indicadores come			
	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Valor unitario (USD/T)	Tasa de miento de lo importada 2010-201
Mundo	5 224	100	547	35
México	3 220	61,60	875	29
Sudáfrica	1 270	24,30	250	81
Israel	662	12,70	1 172	65
Perú	73	1,40	326	
Turquía				
Australia				
Bahamas				
Bélgica				
Brasil				

Fuente: Nosis/Trademap

exportaciones mundiales para ese producto. Igualmente, el producto más costoso para Estados Unidos provino de Australia (USD 1 672/T), y el más económico de México (USD 605/T).

La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Perú, que además se sitúa en la cuarta posición como exportador hacia Estados Unidos y consigue una TCA de 20% en sus exportaciones totales.

.40.00)

rciales			Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos
creci- s valores s entre 14 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2010-2014 (%)	
		-1	
	18	-19	0
	4	0	0
	6	3	0
	34	46	0
	5	-3	2
	41	-21	0,60
			0
	8	-2	2
			2

Las importaciones de Estados Unidos representaron el 0,54% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es la trigesimoprimera.

El principal proveedor de toronjas frescas o secas para Estados Unidos durante el año 2014 fue México (62% de participación), seguido de Sudáfrica (24%). Asimismo, México se sitúa en la décimo-octava posición respecto a las exportaciones mundiales para

Tabla N°25: Importaciones de Estados Unidos de limones frescos o secos (0805.

Exportadores	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Participación de las import para de América (%)
Mundo	61 171	100
México	30 790	50,3
Chile	23 807	38,9
España	3 321	5,4
Nueva Zelanda	1 841	3
Colombia	640	1
República Dominicana	280	0,5
Ecuador	231	0,4
Guatemala	69	0,1
Uruguay	62	0,1
Honduras	58	0,1
Perú	50	0,1

Fuente: Nosis/Trademap

ese producto. Asimismo, el producto más costoso para Estados Unidos provino de Israel (USD 1 172/T), y el más económico de Sudáfrica (USD 250/T) y Perú (USD 326/T).

La mayor TCA para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Sudáfrica. Perú se sitúa como cuarto exportador hacia Estados Unidos en el año 2014 y con una TCA de 46% en sus exportaciones totales durante el periodo 2010-2014.

50.20.00)

ndicadores comerciales		
aciones)	Valor unitario (USD/kg)	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2012-2014 (%)
	1,01	78,3
	0,77	66,3
	1,42	77
	1,51	259
	2,39	361,4
	2,49	287,9
	1,31	17,2
	1,53	40
	3,8	1050
	2,58	
	0,56	866,7
	3,81	-9,1

El principal proveedor de limones frescos o secos para Estados Unidos durante el año 2014 fue México (50% de participación), seguido de Chile (39%).

El producto más costoso para Estados Unidos provino de Perú (USD 3,81/kg), y el más económico de Honduras (USD 0,56/kg).

La mayor Tasa de Crecimiento Anual para las importaciones en valor para el periodo 2010-2014 la obtuvo Guatemala (1 050%).

Perú se sitúa como undécimo exportador para Estados Unidos durante el 2014, sin embargo, su TCA 2010-2014 experimento una caída de 9%.

1.3 Importaciones desde Perú

Las exportaciones peruanas de frutos secos y frutas secas a Estados Unidos quedan reflejadas en el siguiente cuadro, teniendo que, según el análisis de los datos de US International Trade Commission, los principales productos que Estados Unidos compra de Perú incluyen al mango seco, con el 58% del valor exportado a este destino en 2016; berries secas, con el 18%; marañón, 14%; y otras frutas secas (papayas, tamarindos y otras), 10%. Estos productos contaron para ese mismo año con valores unitarios promedio de USD 10,54/kg, USD 15,09/kg, USD 7,68/kg, y USD 10,65/kg, respectivamente. Realizando un análisis más detallado, se tiene que el 92% de las exportaciones de mango seco desde Perú a Estados Unidos se concentra entre los meses de marzo a junio; el 95% de las berries secas entre abril y junio, y agosto a septiembre; todas las exportaciones de marañón se distribuyen desde julio a octubre; mientras que los meses más fuertes para la exportación de otras frutas secas son septiembre, octubre y abril.

Tabla N°26: Valores y volúmenes de exportación de frutas secas y frutos secos

Subpartida	Descripción	Valor exportado a Estados Unidos (USD)		
		2014	2015	2016
08.01.11.00	Cocos secos	n/d	n/d	n/d
08.01.32.00	Marañón	0	128 480	506 197
08.02.12.00	Almendras	0	109 740	0
08.02.22.00	Avellanas	22 818	0	9 976
08.02.32.00	Nueces	0	0	0
08.02.42.00	Castañas	2 050	0	2 063
08.02.52.00	Pistachos	0	0	0
08.02.62.00	Macadamia	0	0	0
08.03.10.20	Banana seca	81 072	45 087	29 889
08.04.50.80	Mango seco	103 860	651 862	2 160 952
08.06.20.10	Pasas secas	0	0	0
08.13.10.00	Albaricoques secos	0	0	0
08.13.20.10	Ciruelas secas	0	0	0
08.13.30.00	Manzanas secas	0	0	0
08.13.40.20	Berries secas	2 030 213	1 182 929	661 713
08.13.40.40	Duraznos secos	2 535	0	0
08.13.40.90	Otras frutas secas	102 111	113 005	358 528
08.13.50.00	Mezcla frutos secos o frutas secas	0	0	0

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

de Perú a Estados Unidos, 2014-2016

	Volumen exportado a Estados Unidos (kg)			Valor unitario promedio (USD/kg)		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	n/d	n/d	n/d	-	-	-
	0	16 000	65 923	-	8,03	7,68
	0	44 000	0	-	2,49	-
	3 000	0	735	7,61	-	13,57
	0	0	0	-	-	-
	177	0	245	11,58	-	8,42
	0	0	0	-	-	-
	0	0	0	-	-	-
	18 500	8 909	6 091	4,38	5,06	4,91
	8 808	54 624	205 093	11,79	11,93	10,54
	0	0	0	-	-	-
	0	0	0	-	-	-
	0	0	0	-	-	-
	0	0	0	-	-	-
	87 948	52 300	43 839	23,08	22,62	15,09
	240	0	0	10,56	-	-
	7 314	9 558	33 686	13,96	11,82	10,64
	0	0	0	-	-	-

A continuación, se presenta una tabla con los datos de importaciones de Estados Unidos desde Perú para los productos desagregados a 10 dígitos, donde se observa que para este nivel de desglose no hay mucha información disponible para las frutas y frutos secos. No obstante, se cuenta con algunos datos como las exportaciones peruanas de cítricos (si bien no se distingue entre frutas frescas y secas) con destino a Estados Unidos.

Tabla N°27: Frutas secas importadas desde Perú por Estados Unidos, 2016

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
Cocos		
0801.11.00.00	- Deshidratado	No hay dato a 10 dígitos
Marañones		
0801.31.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0801.32.00.00	- Sin cáscara	506 197
Almendras		
0802.11.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.12.00.05	- Sin cáscara, con certificación orgánica	No hay dato a 10 dígitos
0802.12.00.15	- Sin cáscara, sin certificación orgánica	No hay dato a 10 dígitos
Avellanas		
0802.21.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.22.00.00	- Sin cáscara	9 976

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
Nueces		
0802.31.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.32.00.00	- Sin cáscara	No hay dato a 10 dígitos
Castañas		
0802.41.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.42.00.00	- Sin cáscara	2 063
Pistachos		
0802.51.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.52.00.00	- Sin cáscara	No hay dato a 10 dígitos
Nueces de Macadamia		
0802.61.00.00	- Con cáscara	No hay dato a 10 dígitos
0802.62.00.00	- Sin cáscara	No hay dato a 10 dígitos
Banano/Plantains		
0803.10.20.00	- Plantain/Plátano seco	29 889
0803.90.00.45	- Banana seca	362 731

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
Dátiles, frescos o secos		
0804.10.20.00	- Dátiles enteros, con o sin semillas, envasados en unidades que no pesan más de 4,6 kg	No hay dato a 10 dígitos
0804.10.40.00	- Dátiles enteros, el resto, con semillas	No hay dato a 10 dígitos
0804.10.60.00	- Dátiles enteros, el resto, sin semillas	No hay dato a 10 dígitos
0804.10.80.00	- Dátiles, no enteros	No hay dato a 10 dígitos
Higos, frescos o secos		
0804.20.40.00	- Higos enteros, en envases cuyo peso con contenido supera 0,5 kg cada uno	16 874
0804.20.60.00	- El resto de higos enteros	No hay dato a 10 dígitos
0804.20.80.00	- Higos, no enteros	No hay dato a 10 dígitos
Piñas, frescas o secas		
0804.30.20.00	- Sin reducción de tamaño, a granel	No hay dato a 10 dígitos
0804.30.40.00	- Sin reducción de tamaño, en cajas u otros empaques	39 362
0804.30.60.00	- Reducidas en tamaño	No hay dato a 10 dígitos
Mango		

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
0804.50.80.10	- Mango seco	2 160 952
Mangostan y guayava		
0804.50.80.90	- Mangostán o guayava seca	No hay dato a 10 dígitos
Naranjas, frescas o secas		
0805.10.00.20	- Naranjas Temple	No hay dato a 10 dígitos
0805.10.00.40	- Naranjas, el resto	34 944
Mandarinas, frescas o secas		
0805.20.00.20	- Tangerina	2 017 032
0805.20.00.60	- Clementina	11 263 731
0805.20.00.80	- El resto	44 910 160
Toronjas, frescas o secas		
0805.40.40.00	- Las que ingresan entre el 1 de agosto y el 30 de septiembre, incluidas ambas fechas, cualquier año	664 469
0805.40.60.00	- Las que ingresan durante el mes de octubre	476 979
0805.40.80.00	- Las que ingresan en cualquier otro periodo	No hay dato a 10 dígitos

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
Limones, frescos o secos		
0805.50.20.00	- Limones, frescos o secos	5 791
Pasas y Uvas Secas		
0806.20.10.10	- Curants, hechas de uvas sin semillas	No hay dato a 10 dígitos
0806.20.10.20	- Sultanas, hechas de uvas sin semillas	No hay dato a 10 dígitos
0806.20.10.90	- El resto de pasas, hechas de uvas sin semillas	No hay dato a 10 dígitos
Albaricoques Secos		
0813.10.00.00	- Albaricoques secos	No hay dato a 10 dígitos
Ciruelas Secas		
0813.20.10.00	- Puestas en salmuera y luego secas	No hay dato a 10 dígitos
0813.20.20.00	- El resto de ciruelas secas	No hay dato a 10 dígitos
Manzanas Secas		
0813.30.00.00	- Manzanas secas	No hay dato a 10 dígitos
Papayas secas		
0813.40.10.00	- Papayas secas	No hay dato a 10 dígitos

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

Subpartida	Descripción	Valor importado en 2016 (USD)
Bayas secas		
0813.40.15.00	- Baya de espino seca	No hay dato a 10 dígitos
0813.40.20.10	- Arándanos salvajes secos	No hay dato a 10 dígitos
0813.40.20.20	- Arándanos cultivados secos	No hay dato a 10 dígitos
0813.40.20.60	- El resto de bayas secas	661 713
Otros frutas secas		
0813.40.30.00	- Cerezas secas	No hay dato a 10 dígitos
0813.40.40.00	- Duraznos secos	No hay dato a 10 dígitos
0813.40.80.00	- Tamarindos secos	No hay dato a 10 dígitos
Mezcla Frutos Secos		
0813.50.00.20	- Mezclas únicamente de frutas secas	No hay dato a 10 dígitos
0813.50.00.40	- Mezclas únicamente de nueces frutos secos	No hay dato a 10 dígitos
0813.50.00.60	- El resto de mezclas de nueces y frutas secas	No hay dato a 10 dígitos

Fuente: USITC, elaborado por OCEX Miami

02

Análisis de la Demanda

2.1 Usos y formas de consumo

Tanto los frutos secos como las frutas deshidratadas cuentan con una demanda creciente en el mercado por los consumidores debido a sus componentes nutricionales y su sabor intenso y dulzón. Es importante destacar que el sabor es el principal factor impulsor de la compra de snacks, según la agencia Mintel; y sigue siendo el principal criterio de selección de alimentos en general para el 89% de los consumidores, de acuerdo con el Instituto Tecnológico de Alimentación (IFT, por sus siglas en inglés). Se acostumbra consumirlos como snacks puros o combinados, aperitivos para combinar con licor o antes de las comidas, bocaditos, como ingredientes adicionales en cereales, galletas mezcladas o en la elaboración de algunos platos tanto de sal, ensaladas y postres.

Así mismo, se extrae el aceite de frutos secos para usarlos como ingredientes clásicos de la dermocosmética, donde se continúan utilizados como emolientes, nutritivos y protectores de la piel.

Gráfico N°2: Formas de presentación de las frutas secas procesadas

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

Las frutas secas se encuentran por lo general en bolsas plásticas solas o mezcladas con otras frutas o con productos de la familia de las nueces. A medida que esta categoría ha ido creciendo las presentaciones también han variado. Existen presentaciones en tarros, pouches con resellado, cajas de cartón y bolsas de tamaño familiar.

Asimismo, gracias a sus cualidades

alimenticias, las frutas secas han comenzado a ser importantes ingredientes en barras energéticas y cereales para el desayuno.
La forma de consumirlos difiere de acuerdo con el segmento de la población, aquella con conciencia de la importancia de una dieta sana consume en snacks de fruta deshidratada sin azúcar, saborizantes o colorantes artificiales, el segmento de la población con menor conciencia de la importancia de una dieta sana y nutritiva, los incluye igualmente, pero en versiones no completamente naturales y con aditivos artificiales.

Entre algunos ejemplos de consumo en el segmento con conciencia de la importancia de una dieta sana de la población, se observa:

Gráfico N°3: Presentaciones de productos saludables procesados a base de frutas secas

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

Productos sustitutos y complementarios

Las frutas secas o deshidratadas y los frutos secos pueden considerarse productos sustitutos y a la vez complementarios, es así que el principal producto complementario de las frutas secas son las nueces y los diferentes tipos de maní.

En la oferta de mezclas que hay en los mercados vemos como cada vez se integran nuevas semillas, frutas y otros productos saludables que han permitido que la categoría tenga una decisión de compra según gustos, beneficios, propiedades que traen sus alimentos, temas de azúcar, entre otros.

2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

El Producto y el concepto de "snack"

El tipo de producto que se analiza en este documento se refiere a las frutas secas o deshidratadas en la categoría de snack en el mercado de Estados Unidos.

El alimento tipo snack es aquel tipo de comida que es fácil de llevar y de comer, usualmente del tamaño de un bocado y que se consume entre las comidas regulares.

Los snacks son productos muy variados y no existe una clasificación oficial ya que en los últimos cinco años se ha diversificado de una manera muy rápida. Pero según la industria americana los snacks pudiesen separarse en los siguientes grupos; "chips" (productos tostados), nut snacks (de nueces y otras semillas), meat snacks (de carne), cheese snacks (de queso), frozen snacks (congelados), bakery snacks (productos horneados) y pretzels. Lo que sí es evidente es la tendencia por los snacks saludables donde caen perfectamente las frutas secas y sus mezclas y todos aquellos productos nuevos que hay en el mercado que utilizan las frutas secas como son barras de cereal o granola, frutas y frutos secos mezclados.

No obstante, también se debe tener en consideración algunos snacks del grupo de "confectionary" (confitería) que pudiesen también clasificar bajo ese grupo y contienen fruta deshidratada.

Nombres Comerciales del producto

El nombre comercial es frutos secos y frutas deshidratadas o secas. En el idioma inglés se denominan Dried fruits and nuts.

Características del producto

Los frutos secos son denominados de esta manera debido a que tienen una característica en común, su composición natural, que tiene menos de un 50% de agua. Son alimentos muy energéticos, ricos en grasas, en proteínas, así como en oligoelementos. Según el tipo de fruto seco, también cuentan con buenas cantidades de vitaminas (sobre todo del grupo B) o ácidos grasos omega 3 (poliinsaturados).

Se pueden distinguir dos grandes grupos de frutos secos:

Frutos secos que vienen con o sin cáscara dura. Ej.: almendra, avellanas, macadamia, nueces, pistacho, maní, entre otros.

Frutas desecadas o deshidratadas, tales como las uvas pasas, las ciruelas, el albaricoque, banano, mango, pera, entre otros.

Las frutas deshidratadas son fuente de vitaminas, fibras y nutrientes, su consumo ayuda a mejorar la salud y reducir el colesterol.

De acuerdo con la Asociación Nacional de Productores de Fruta Deshidratada de Estados Unidos, la fruta deshidratada conserva gran parte del valor nutricional que tienen las frutas frescas y han sido incluidas en la dieta sugerida por parte del Departamento de Salud norteamericano.

Debido a su escaso contenido hídrico, su contenido energético es elevado; aportan entre 5,6 y 6,4 calorías por gramo de alimento. Los frutos secos tienen alta concentración de proteínas. Así mismo, son una excelente fuente dietética de fibra, su contenido es de 6 a 15g/100g de fruto seco, oscilando según las diversas variedades de fruto, por lo que puede ser un buen complemento nutricional en la alimentación de deportistas. Son fuentes dietéticas importantes de distintos elementos minerales como el calcio, el magnesio, el cobre, el magnesio, el fósforo, el selenio y el zinc y de vitaminas como la tiamina, vitamina E, niacina y riboflavina2. No tienen grasas saturadas, ni colesterol, son bajas en sal, contienen altos niveles de fibra y potasio, entre otros, beneficiosos para la salud.

Tabla N°28: Tabla nutricional de frutos secos y frutas deshidratadas

Alimentos 100 gr (3,50 oz)	Calorías	Proteínas	Carbohidra-tos	Grasas
Albaricoques	238	5,40	72,2	1,20
Almendras	554	18,70	9,10	54,10
Avellana	603	12,00	11,40	61,60
Cacahuetes	556	25,6	13,4	49,40
Castañas	189	2,50	41,20	1,30
Cerezas	270	5,30	64,20	2,40
Ciruela	255	21,00	67,40	0,60
Coco	658	5,60	27,00	63,20
Dátiles	276	1,90	60,30	0,50
Manzana	255	2,10	62,30	2,10
Melocotón	257	5,00	63,00	1,60
Nueces	622	14,40	12,10	622,50
Nueces de macadamia	718	7,90	75,80	75,80
Pasa de uva	289	2,50	77,40	0,20
Pera	262	1,90	69,70	0,60
Pistacho	556	17,60	15,70	51,60
Plátano	342	3,80	88,80	1,10
Frutos secos promedio	593	15,90	16,90	51,40

Fuente: www.adelgazarsinhacerdietas.com

Especificaciones del producto

Aspectos de interés

Muchas de las marcas que se encuentran en el mercado no especifican si su producto es americano o importado ya que solo ponen "distribuido por..." y normalmente es el nombre de la misma tienda.

Se encontraron algunos productos de origen de: África, Argentina, Chile, Francia, Tailandia, Filipinas y Canadá.

A lo largo de la investigación no se encontraron muchos productos importados directamente, es decir, con sellos de importador registrados, lo cual lleva a la interpretación que mucha de las importaciones pueden ser en "bulk" para desarrollar marca propia.

En tiendas y/o supermercados es muy importante destacar que las marcas propias han tomado una porción importante de las góndolas de las frutas deshidratadas como es la tendencia en el mercado de los alimentos. Tal es el caso de Publix, Wallmart, Target, Whole Foods y Fresh Market.

Gráfico N°4: Formas de presentación de productos con frutas secas, de acuerdo al envase utilizado

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

Los nuevos empaques permiten que el producto permanezca más fresco, se pueda resellar, conservar por más tiempo sus propiedades saludables y de fácil preparación o listo para consumir (ready to eat, por sus siglas en inglés) que son las características que el consumidor estadounidense busca.

En la categoría de frutas secas existen muchas opciones de tamaños de productos y su peso no está estandarizado ya que eso depende mucho del tipo de fruta y corte del producto.

Según este informe las presentaciones más comunes son:

Pouche con sistema de resellado y bolsa plástica (polietileno)

En ambas opciones es ideal que el producto se pueda ver, según estudios de la asociación de snacks, los consumidores están en un 61 % más interesados en probar productos nuevos de snacks que se puedan ver a través de sus empaques y traigan toda la información de sus ingredientes.

Posicionamiento y exhibición del producto en las tiendas

Los snacks de frutas secas están ubicados en varias partes de los supermercados, pero normalmente están en los pasillos de snacks y en muchas de las tiendas cuentan con su propia sección asignada con la señalización necesaria.

Normalmente, se exhiben cerca de los cereales como complemento a su consumo y de igual forma en la sección de snacks con las nueces y manís.

Asimismo, existen algunas tiendas como Publix, y Whole foods y Fresh market que también colocan los productos cerca de la sección de “produce” verduras y frutas frescas.

En el caso de los productos orgánicos, normalmente, estos se encuentran en las góndolas correspondientes a productos orgánicos.

También es muy usual encontrar displays individuales por marcas o tipos de exhibición independientes en algunos pasillos de las tiendas.

Gráfico N°5:

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

2.3 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado

Los Estados más imporatantes de los Estados Unidos de acuerdo al tamaño poblacional son California, Texas, Florida, Nueva York e Illinois.

Los tres principales centros urbanos de Estados Unidos están ubicados en las áreas metropolitanas de Nueva York, Los Ángeles y Chicago.

Tabla N°29: Localización geográfica de la demanda

Lugar	Población (millones de habitantes)	Ciudad (área) metropolitana
1	18,90	Nueva York
2	12,83	Los Angeles
3	9,46	Chicago

Fuente: US Census Bureau, Census 2010

Lugar	Población (millones de habitantes)	Ciudad (área) metropolitana
4	6,37	Dallas-Fort Worth
5	5,96	Philadelphia-Candem-Wilmington
6	5,94	Houston-Sugarland-Baytown
7	5,58	Washington-Arlington-Alexandria
8	5,56	Miami-Fort Lauderdale
9	5,27	Atlanta-Sandy Sprins
10	4,55	Boston-Cambridge
11	4,33	San Francisco-Oakland-Fremont

Fuente: US Census Bureau, Census 2010

Consumo Estacional - Temporadas de mayor consumo

Es importante también tener en cuenta que en muchos casos algunos productos son estacionales y se consumen con mayor frecuencia en ciertas épocas del año.

Así vemos como, tanto para los cocos secos y manzanas secas hay una demanda bastante uniforme a lo largo de todo el año, bajando un poco en los 2 primeros meses del año para cocos secos y registrándose un leve aumento para los meses de julio y diciembre para el caso de las manzanas secas (vacaciones y Navidad).

La mayor demanda de ciruelas está claramente definida para los meses de mayo, junio y julio. La mezcla de frutas secas evidencia un mayor consumo en julio, agosto y noviembre.

2.4 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Generalidades

EL consumidor de los snacks está identificado como una persona que busca productos saludables, conoce de ingredientes y productos nuevos en el mercado.
Busca pocos productos con preservantes, ingredientes naturales, no aditivos y componentes que se reconozcan.

Los consumidores de snacks son personas que adquieren estos productos principalmente por tres razones: satisfacción propia, reemplazo de una comida o buscan algo que les dé energía, pero sin excederse en calorías.

Los consumidores prefieren productos de sal, barras, lácteos especiales y nueces y frutos secos para comer como snack.
Buscan nutrición de especialidad: por temas de salud, gustos y beneficios/ propiedades de los alimentos.

El consumidor americano es por esencia un "consumista compulsivo" y a medida que está expuesto a mayor información, sus costumbres, prioridades y gustos han ido cambiando.

Hoy son consumidores más educados que saben lo que quieren y buscan productos naturales, orgánicos, gluten free, bajos en grasa, bajos en azúcar, saludables, menos sabores artificiales, entre otros.

Hábitos de consumo y motivos de compra

La creciente preocupación del consumidor sobre aspectos de la salud ha visto prosperar nuevos hábitos alimenticios cada vez más populares en Estados Unidos Para Packaged Facts, han sido los persistentes y altos índices de obesidad y enfermedades crónicas, los factores que han definido la actual tendencia de consumo de snacks que garanticen estados de bienestar y buena salud.

Para NPD Group, son seis los estados de necesidad que incitan al consumo de snacks: salud, pérdida de peso, conveniencia/para llevar, rutina o hábito, antojo y recompensa mientras se ve televisión.

Así, el consumo de snacks en Estados Unidos ha cambiado, pasando de ser un simple piqueo a ser un sustituto o suplemento de comidas. Los snacks estaban típicamente enfocados en ofrecer una amplia variedad de sabores y no tanto en su valor nutricional, por lo que contenían altos niveles de azúcar, grasas,

o calorías. Sin embargo, desde hace unos años, el mercado estadounidense empezó a demandar productos más sanos y naturales, lo que resultó en el surgimiento de nuevas opciones de snack saludables.

Según la revista Specialty Foods, los consumidores están consumiendo mayores cantidades de frutas secas y nueces, gracias a sus capacidades para combatir la obesidad. Aparte de esto, las frutas secas también atraen a los consumidores gracias a su sabor. En el mercado se encuentran frutas secas con sabor 100% natural, esto es, sin saborizantes u otros ingredientes agregados; otros endulzados artificialmente, y otros con sabor a otras frutas o especias.

Hoy en día las madres de familia y adultos mayores se preocupan mucho más por su salud y buscan snacks saludables como frutas secas.

El segmento de mercado de menor ingreso consume pocas cantidades de frutas secas porque en algunos casos les es costoso adquirirlos.

La población hispana consume más frutas secas a la hora del entretenimiento que la anglosajona, considerando que este consumo no se sustenta en alguna costumbre, sino para socializar.

En cuanto a las preferencias del tipo de fruto seco y/o deshidratado, los estudios realizados dan a conocer que los hombres prefieren consumir maní, mientras que las mujeres prefieren las almendras y las nueces y cuando se trata de las frutas deshidratadas las mujeres consumen menos que los hombres.

Tendencias y perspectivas de mercado

Los snacks que se ofrecen en un tamaño pequeño de un bocado y una presentación conveniente "ready to eat "están en su mejor momento y con tendencia a crecer en categoría.

Los consumidores han incrementado su frecuencia de comer snacks en los últimos cinco años de 1,9 veces al día a 2,8 veces al día, según estudios recientes esto implica un aumento del 67%.

De acuerdo a la "Specialty Food Association", el estadounidense promedio consume snacks de 2 a 3 veces al día, lo que, según estima Packaged Facts, puede llegar a representar el 20% de las comidas diarias.

Productos que no requieren preparación son ganadores en esta categoría, y la tendencia en innovación se está viendo en los mercados para competir con los productos frescos, bien sean deshidratados, asados, congelados, secos, o crudos.

El 71% de los consumidores dicen consumen un snack en la tarde y un 40% también lo hace en la noche. En el caso de las mujeres un 39% consumen un snack a media mañana.

Las oportunidades de cautivar nuevos consumidores deberían ir dirigidos a un perfil de personas que conocen el mercado, planean sus compras y los otros que son espontáneos y deciden en su momento adquirir el producto

La tendencia en la forma de obtener nuevos consumidores es suministrando mucha información y creando estrategias de mercadeo en página web, social media, flyers y punto de venta.

Adicionalmente al incremento del "snacking" o consumo de tentempiés, el incremento en ventas de nueces ha sido continuo y se pronostica que este comportamiento va a continuar, tal vez con menor intensidad, pero seguirá siendo considerablemente importante.

Se estima un crecimiento continuo y anual de alrededor del 6% para las frutas secas y del 10% para la mezcla frutas secas-nueces y/o semillas.

2.5 Ventajas del producto peruano y competencia

La mayor exportación de Perú hacia el mundo para esta categoría proviene de otros frutos secos (posición relativa de 40 en las exportaciones mundiales), seguido de cocos secos (posición relativa de 35). Hay algo para castañas, marañón y pasas secas, sin llegar a significar una importante posición relativa respecto a las exportaciones mundiales.

En particular, entre las exportaciones hacia destacan también otros frutos secos, cocos secos, además de mango seco, banano seco y avellanas, respecto al resto de subpartidas arancelarias de esta categoría.

Los principales competidores de Perú varían dependiendo del producto específico; sin embargo, si de Latinoamérica se trata habría que mencionar a Chile como principal competidor. Además, Chile cuenta con un prestigio como productor confiable de fruta fresca de calidad y con un potencial de industria para desarrollar nuevos productos con valor agregado.

03

Auditoría en Tiendas

Se ha realizado visitas a varias tiendas de supermercados retail americanas y latinoamericanas con el fin de obtener un muestreo que permita capturar información de productos en la categoría de frutas secas y sus diferentes presentaciones y precios. Igualmente, esta actividad permite encontrar nuevos desarrollos del producto que pudiesen ser oportunidades potenciales de mercado para ser desarrollados por las empresas peruanas.

Gráfico N°6: Tiendas

Marcas encontradas: Hay una gran variedad de marcas de frutas secas, frutos secos y mixes deshidratados en el mercado americano, pero se destaca la tendencia al desarrollo de marcas propias de las grandes cadenas. A continuación, se presentan algunas de las marcas encontradas con información de sus distribuidores o en su defecto el fabricante y el país de origen:

Tabla N°30: Marcas orgánicas

365	
País	USA
Distr.	Whole foods

Eden	
País	USA
Distr.	Whole foods

Green wise	
País	USA
Distr.	Publix Super Market

Green wise	
País	USA/Canada
Distr.	Made in nature and the great testing
Manufac	Made in nature, LLC

Newmans own	
País	USA/Canada
Distr.	Newman´s own organics

The fresh market	
País	USA
Distr.	The fresh market

Navitas	
País	USA
Distr.	Navitas naturals

Nature´s all	
País	USA
Distr.	Brandstorm, INC

Stove ridge	
País	USA/Canada
Distr.	American importing company INC

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

Nota:

Todas las marcas orgánicas son americanas excepto Made in Nature que también se procesa en Canadá.

Tabla N°31: Marcas regulares

Ocean spray	
País	USA
Distr.	Ocean Spray Cranb

Great value	
País	Argentina, Chile, Francia y/o USA
Distr.	American importing company INC.

Welchs	
País	USA
Distr.	Healthy foods brands

Stove ridge	
País	USA/Canada
Distr.	American importing company INC.

Sunsweet	
País	USA
Distr.	Sunsweet growers INC.

Sunkist	
País	USA/Thailand
Distr.	Trifecta foods

Mavuno harvest	
País	USA/Africa
Distr.	Mavuno. LLC

Publix	
País	USA
Distr.	Publix super market, INC.

Nature´s harvest	
País	USA/Canada
Distr.	American importing company INC.

Shur fine	
País	USA
Distr.	Topco associates LLC.

Fuente: Elaborado por Link Trading Group

Otras marcas: Wildrools, Simply balanced, Kirland.

04

Condiciones de Acceso al Mercado

Aranceles

A continuación se presenta el detalle de los aranceles por subpartida nacional en base al Arancel de Aduanas de Estados Unidos.

Tabla N°32: Aranceles aplicados a los frutos secos en Estados Unidos, por subpartida

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
Cocos			
0801.11.00.00	- Deshidratado	Free	
Marañones			
0801.31.00.00	- Con cáscara	Free	
0801.32.00.00	- Sin cáscara	Free	
Almendras			
0802.11.00.00	- Con cáscara	7,7 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.12.00.05	- Sin cáscara, con certificación orgánica	24 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.12.00.15	- Sin cáscara, sin certificación orgánica	24 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
Avellanas			
0802.21.00.00	- Con cáscara	7 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.22.00.00	- Sin cáscara	14,1 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Nueces			
0802.31.00.00	- Con cáscara	7 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.32.00.00	- Sin cáscara	26,5 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 4,4 ¢/kg (KR)
Castañas			
0802.41.00.00	- Con cáscara	Free	

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
0802.42.00.00	- Sin cáscara	Free	
Pistachos			
0802.51.00.00	- Con cáscara	0,9 ¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.52.00.00	- Sin cáscara	1,9 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Nueces de Macadamia			
0802.61.00.00	- Con cáscara	1,3 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0802.62.00.00	- Sin cáscara	5 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Banano/Plantains			
0803.10.20.00	- Plantain/Plátano seco	1,4%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0803.90.00.45	- Banana seca	Free	
Dátiles, frescos o secos			
0804.10.20.00	- Dátiles enteros, con o sin semillas, envasados en unidades que no pesan más de 4,6 kg	13,2 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, P, PA, PE, SG) 2,6¢/kg (KR) 13,2 ¢/kg (OM)
0804.10.40.00	- Dátiles enteros, el resto, con semillas	1 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0804.10.60.00	- Dátiles enteros, el resto, sin semillas	2,8 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
0804.10.80.00	- Dátiles, no enteros	29,80%	Free (A+, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, P, PA, PE, SG) 5,9% (KR) 11,4% (AU) 29,8% (OM)
Higos, frescos o secos			
0804.20.40.00	- Higos enteros, en envases cuyo peso con contenido supera 0,5 kg cada uno	7,9 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0804.20.60.00	- El resto de higos enteros	6,2 ¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0804.20.80.00	- Higos, no enteros	8,8 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 1,7 ¢/kg (KR)
Piñas, frescas o secas			
0804.30.20.00	- Sin reducción de tamaño, a granel	0,51 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0804.30.40.00	- Sin reducción de tamaño, en cajas u otros empaques	1,1 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0804.30.60.00	- Reducidas en tamaño	0,44 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Mango			
0804.50.80.10	- Mango seco	1,5 ¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Mangostan y guayava			
0804.50.80.90	- Mangostán o guayava seca	1,5 ¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
Naranjas, frescas o secas			
0805.10.00.20	- Naranjas Temple	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0805.10.00.40	- Naranjas, el resto	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Mandarinas, frescas o secas			
0805.20.00.20	- Tangerina	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0805.20.00.60	- Clementina	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0805.20.00.80	- El resto	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Toronjas, frescas o secas			
0805.40.40.00	- Las que ingresan entre el 1 de agosto y el 30 de septiembre, incluidas ambas fechas, cualquier año	1,9 ¢/kg	Free (AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 0,3 ¢/kg (KR)
0805.40.60.00	- Las que ingresan durante el mes de octubre	1,5 ¢/kg	Free (BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, MX, OM, P, PA, PE, SG) 0,3 ¢/kg (KR) 0,5 ¢/kg (AU, MA)
0805.40.80.00	- Las que ingresan en cualquier otro periodo	2,5 ¢/kg	Free (BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MX, P, PA, PE, SG) 0,7 ¢/kg (OM) 0,8 ¢/kg (MA) 0,9¢/kg (AU) 1 ¢/kg (KR)
Limones, frescos o secos			
0805.50.20.00	- Limones, frescos o secos	2,2 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
Pasas y Uvas Secas			
0806.20.10.10	- Curants, hechas de uvas sin semillas	1,8 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0806.20.10.20	- Sultanas, hechas de uvas sin semillas	1,8 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0806.20.10.90	- El resto de pasas, hechas de uvas sin semillas	1,8 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Albaricoques Secos			
0813.10.00.00	- Albaricoques secos	1,8 ¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Ciruelas Secas			
0813.20.10.00	- Puestas en salmuera y luego secas	2 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.20.20.00	- El resto de ciruelas secas	14%	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Manzanas Secas			
0813.30.00.00	- Manzanas secas	0,74 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Papayas secas			
0813.40.10.00	- Papayas secas	1,8%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Bayas secas			
0813.40.15.00	- Baya de espino seca	3,5 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.40.20.10	- Arándanos salvajes secos	1,4 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO,D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

Subpartida	Descripción	Arancel de aplicación General	Arancel preferencial
0813.40.20.20	- Arándanos cultivados secos	1,4 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.40.20.60	- El resto de bayas secas	1 4 ¢/kg	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
Otros frutas secas			
0813.40.30.00	- Cerezas secas	10,6 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 2,1 ¢/kg (KR)
0813.40.40.00	- Duraznos secos	1,4 ¢/kg	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.40.80.00	- Tamarindos secos	6,80%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 1,3% (KR)
Mezcla Frutos Secos			
0813.50.00.20	- Mezclas únicamente de frutas secas	14%	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.50.00.40	- Mezclas únicamente de nueces frutos secos	14%	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)
0813.50.00.60	- El resto de mezclas de nueces y frutas secas	14%	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)

Fuente: USITC

4.1 Normas de origen y pruebas de origen

Las reglas de origen son una parte fundamental en un Tratado de Libre Comercio o acuerdo comercial, ya que estas sirven para determinar si un producto puede ser elegible o no al tratamiento arancelario preferencial, por considerarse un bien originario. Las reglas de origen garantizan que únicamente los bienes que se producen en los países que forman la zona de libre comercio reciban las ventajas arancelarias derivadas del Tratado o acuerdo comercial, con lo cual se pretende evitar la "triangulación" de mercancías que podrían ocasionar que los beneficios del Tratado sean para otros países no miembros.

Para el caso de Perú, la exportación se acogerá al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, certificando el origen del producto con un documento denominado Certificado de Origen. En este se manifiesta que el producto a exportar es originario de Perú y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento indispensable para poder tener acceso al tratamiento arancelario preferencial del TLC Perú-Estados Unidos.

4.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores

De acuerdo a las regulaciones comprendidas en la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (Food, Drug & Cosmetic Act - FD&C), los importadores de productos alimenticios destinados para el comercio interestatal[4] son responsables de asegurar que los productos sean seguros, cumplan con la norma sanitaria y estén etiquetados de acuerdo con los requisitos que solicita.

Ver en este enlace la información completa de FDA sobre normativa para alimentos importados, y en el siguiente lo relativo a la regulación en idioma español del etiquetado: www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247920.htm

Favor notar que la regulación del etiquetado cambiará en 2018 (http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm)

Los importadores de alimentos pueden ingresar a los sin autorización previa de la FDA, siempre y cuando las instalaciones

[4] Todos los alimentos importados se consideran parte del comercio interestatal.

que fabrican, almacena o maneja los productos esté registrada en el FDA, y, haya sido dado el aviso previo de los embarques entrantes a la entidad. Los productos alimenticios importados están sujetos a la inspección de la FDA.

La FDA puede detener los envíos de productos ofrecidos para la importación, si estos no están de acuerdo con los requisitos que solicita el país. Tanto los productos alimenticios importados como los alimentos producidos internamente deben cumplir los mismos requisitos legales.

Cuando un envío llega a los, el importador del registro (es decir, el propietario, comprador o agente de aduanas autorizado o designado por el propietario, comprador o consignatario) necesita presentar los documentos de entrada para los bienes al director del puerto de entrada de la mercancía. Los bienes importados no son legalmente inscritos hasta después de que la entrega de la mercancía ha sido autorizada y los aranceles han sido pagados.

A continuación se detallan los documentos necesarios para la importación, se puede ver la normativa completa aquí: https://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf

Factura Comercial

La factura comercial, nota de venta o recibo debe contener suficiente información como para que el oficial del CBP (Custom and Border Protection) pueda determinar si las mercancías objeto de importación son admisibles, y de ser el caso, proceder a la clasificación correcta en el Sistema Arancelario Armonizado de y determinar el arancel que debe ser cancelado. Aunque no existe un formato específico de factura, conforme a la regulación del CBP, como mínimo, una factura comercial debería contener lo siguiente:

- Descripción clara del artículo
- Cantidad
- Valor (ya sea precio pagado preferiblemente en dólares de)
- País de origen
- Lugar de compra
- Nombre de la empresa o persona que vende la mercancía
- Ubicación de la empresa o persona que vende la mercancía
- Nombre y dirección de la empresa o persona que compra la mercancía, si es distinta del Importador y
- La dirección en de la persona o empresa a la que los productos son enviados.

La factura y todos los documentos deben estar en idioma inglés, o irán

acompañados de una traducción al inglés precisa. Cada factura deberá indicar con suficiente detalle lo que la mercancía está contenida en cada envase individual.

Factura Proforma

Si la factura comercial exigida no se presenta en el momento en que la mercancía es introducida, una declaración en la forma de una factura (una factura proforma) debe ser presentada por el importador.

Se hace entrega de un bono o depósito para la elaboración de la factura requerida no mayor de 120 días a partir de la fecha del sumario del ingreso, o del ingreso en su defecto. Si la factura es necesaria para fines estadísticos, por lo general, deberá elaborarse dentro de 50 días a partir de la fecha en que se requiere la presentación del sumario de entrada.

Requisitos sanitarios y fitosanitarios

El certificado fitosanitario es un documento que legitima que las frutas secas no han sido afectadas por ningún tipo de plaga y que han pasado por controles de calidad, empacado y que están idóneas para la exportación. Es requerido por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos. Para mayor información revisar el siguiente enlace: www.aphis.usda.gov/publications/plant_health/2012/fs_imp_food_ppq.pdf

En el caso de las frutas deshidratadas, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) considera el producto resultante lo suficientemente procesado como para evitar riesgos de contener algún tipo de plaga. Es por ello que en la mayoría de los casos no es necesario ningún permiso agrícola adicional para su importación en el país. El Manual para la Importación de Productos Procesados y Diversos de USDA-APHIS señala los requisitos individuales por tipo de producto, encontrando las frutas secas en la tabla 3-122 de las páginas 154 a 158 del siguiente enlace: https://www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/downloads/miscellaneous.pdf

Así, para las frutas secas que ingresen de Perú como los higos, dátiles, mango, pasas y el resto (excepto cítricos) no hay requerimiento de permiso especial, estando sujetos a inspección a su llegada. Para el caso de los cítricos, habrá que referir a la tabla del documento anterior para observar cada caso particular:

- Si el cítrico peruano se importa en forma de fruta pelada, se deberá acompañar de un certificado fitosanitario emitido por SENASA que verifique que la fruta está libre de Ecdytolopha aurantiana.

- En el caso de que el cítrico se importe como fruta, su cáscara o como especia molida:

» Si el envío viene acompañado de documentación que verifique que ha sido tratado con calor a una temperatura mínima de 140 oF (60 oC) por un mínimo de 10 minutos, y se pueda determinar que el producto ha sido completamente cocinado o tratado con conservantes, no necesitará permiso agrícola, estando sujeto a inspección a su ingreso.

» Si no se puede verificar que el envío haya seguido el tratamiento o condiciones del punto anterior, y:

El producto ingresa como fruta entera, se deberá acompañar de un certificado fitosanitario emitido por SENASA que verifique que la fruta está libre de Ecdytolopha aurantiana.

El producto ingresa únicamente como cáscara, no necesitará permiso agrícola, estando sujeto a inspección a su ingreso.

- Cuando se trate de corteza, flor, hoja, tallo o raíz, dependerá de si está preservado en material biológico o no, y de cuál sea su uso final. Así, cuando su destino sea diferente al de alimentación, medicina, extracto químico, brebajes para hervir o calentar en microondas o procesar como té, su ingreso en Estados Unidos estará prohibido.

El proceso para la obtención del certificado es el siguiente:

A fin de que las frutas secas estén aptas para el ingreso a Estados Unidos, al momento de la importación el importador deberá tener en su poder y entregar, cuando así lo requieran las autoridades aduaneras, el original del Certificado Fitosanitario válido emitido por escrito sobre la base del formato establecido.

El exportador deberá solicitar por escrito a la Entidad Certificadora (SENASA) adjunta al Ministerio de Agricultura, la emisión del Certificado Fitosanitario, el cual será emitido antes o al momento de la exportación, previa la inspección y control de las frutas secas.

El Certificado Fitosanitario deberá ser debidamente diligenciado en inglés, y cubrirá una o más mercancías de un solo embarque.

El exportador de las frutas secas que solicita el Certificado Fitosanitario deberá presentar la factura comercial (copia), la solicitud fitosanitaria, indicando el lugar de la planta y fecha de exportación, para que un funcionario de SENASA realice la inspección y certifique la idoneidad de los productos para la exportación.

El Certificado Fitosanitario tendrá un tiempo limitado de validez, y solo

cubrirá un embarque, sin dejar saldos pendientes.

En caso de robo, pérdida o destrucción del Certificado Fitosanitario, el exportador podrá solicitar por escrito a la entidad autorizada que lo emitió, un duplicado del original, el mismo que se hará sobre la base de los documentos de exportación que tenga en su poder el exportador. El duplicado emitido de esta manera deberá tener en el campo de Observaciones la palabra "COPIA CERTIFICADA" del Certificado Fitosanitario.

Normas y Reglamentos técnico

En existen requerimientos técnicos para las importaciones de uvas secas (www.ams.usda.gov/grades-standards/raisin-grades-standards) y dátiles secos (www.ams.usda.gov/grades-standards/dates-grades-and-standards) y, básicamente, se refieren al tamaño y color uniformes, las semillas, entre otras características, que deben tener estas frutas secas para poder ser comercializadas en el mercado norteamericano.

Estos requerimientos son establecidos y vigilados por el Agricultural Marketing Service (AMS) www.ams.usda.gov, una entidad adscrita al Departamento de Agricultura. No existen requerimientos técnicos para las importaciones de piña, banano y plátano secos.

4.3 Barreras, estándares y normas

Ley contra Bioterrorismo

Además de estos requerimientos técnicos específicos, todas las importaciones de frutas secas deben cumplir con los requisitos contenidos en La Ley contra el Bioterrorismo16. Esta normatividad se resume en 4 puntos:

- Notificación previa de partidas de alimentos importados. A partir del 12 de diciembre del año 2003, la FDA deberá recibir notificación previa de todas y cada una de las partidas de alimentos que ingresen a los Estados Unidos. La ley exige a los importadores que proporcionen a la FDA una notificación anticipada con no menos de 8 horas y no más de 5 días antes del envío.

- Registro de instalaciones alimentarias. Las instalaciones alimentarias nacionales y extranjeras que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben o almacenan alimentos para consumo humano o animal en los deberán registrarse en la FDA de forma gratuita a través de este enlace: https://www.

fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FoodFacilityRegistration/default.htm

- Establecimiento y mantenimiento de registros. Las personas que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben, almacenan o importan alimentos estarán obligados a crear y mantener los registros que la FDA estime necesarios para identificar las fuentes previas de abastecimiento y los receptores posteriores de estos alimentos, es decir, de donde vienen y quienes lo reciben.

- Detención Administrativa. Se autoriza a la FDA a retener administrativamente alimentos, si la agencia tiene pruebas o información creíble de que dichos alimentos representan una amenaza de consecuencias negativas graves para la salud o muerte de personas o animales.

Régimen de muestras

Las "muestras" son productos sin valor comercial generalmente valorados en menos USD 1 que son importados con el objeto de obtener pedidos de productos similares.
Hay varias alternativas para ingresar muestras comerciales y/o productos libres de aranceles a. Estos se encuentran en el capítulo 98 del Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS): https://hts.usitc.gov/current

En el caso de las mercancías para consumo como las frutas secas, las muestras utilizadas en para conseguir posteriores pedidos pueden ingresar a territorio aduanero libre del pago de impuestos bajo la partida correspondiente que se encuentra en el Capítulo 98 del HTSUS.

Requisitos generales de etiquetado

Las etiquetas de alimentos deben mencionar lo siguiente:

- Nombre y dirección del fabricante, empacador o distribuidor. A menos que el nombre mencionado sea el del fabricante, este debe ir acompañado de una frase calificadora que establezca la relación de la firma con el producto (por ejemplo, "fabricado por" o "distribuido por").

- El domicilio, si el nombre y la dirección de la firma no se mencionan en una guía telefónica o en un directorio de ciudades actual.

- La ciudad o el pueblo.

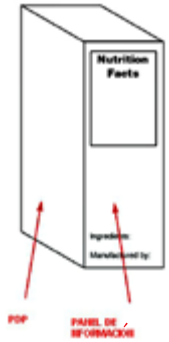
- El estado (o el país, si reside fuera de los).

- El código postal (o el código de correspondencia utilizado en otros países, a excepción de los).

Nombres de los alimentos

La declaración de identidad es el nombre del alimento. Debe aparecer en la etiqueta frontal del empaque o PDP (siglas para ¨Principal Display Panel¨, en inglés), aquí también debe aparecer la declaración de cantidad neta (la cantidad del producto). EL PDP es la parte de la etiqueta del paquete que está más expuesta a la vista del consumidor al momento de la compra. Muchos de los envases están diseñados con dos o más superficies diferentes que permiten exhibir el PDP.

Gráfico N°7: Ejemplo de la ubicación del PDP y panel de información en un producto envasado (caja de cereal)



Fuente: Guía para la industria, etiquetado de nutrición. www.fda.gov

Etiquetado de Información Nutricional

La etiqueta de información nutricional puede colocarse junto con la lista de ingredientes, el nombre y la dirección (nombre y dirección del fabricante, el empacador o el distribuidor) en el PDP o panel frontal.

Estas tres declaraciones de etiqueta también pueden colocarse en el panel de información (el panel de etiqueta adyacente y a la derecha del PDP o, si no existe suficiente espacio en el panel adyacente, en el siguiente panel a la derecha).

La etiqueta de información nutricional se requiere en la mayoría de los paquetes de alimentos etiquetados. Más información aquí: www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/Guidance-

DocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247920.htm

Requisitos de empaques y embalajes

El empaque de los productos es el importante proceso encargado de conservar los alimentos en toda la cadena de suministro: distribución, almacenamiento, venta y uso, así como también contener el etiquetado y la información nutricional del producto.

En los últimos años, el tema de migración de contaminantes a causa de diferentes químicos y componentes que contienen los empaques ha sido de gran preocupación para fabricantes, proveedores y organismos de reglamentación responsables de la seguridad y salud de los consumidores.

La agenda FDA regula el uso de materiales de empaque en Estados Unidos, permitiendo los siguientes ingredientes como seguros para su uso indirecto en alimentos para consumo humano: ácido sulfámico, caolín, dextranas, óxido férrico, ácido fórmico, óxidos de hierro, aceite de pescado hidrogenado, cera de Japón, aceite de pino, pulpa, clorito de sodio, formato de sodio, oleato de sodio, palmitato de sodio, sulfato de sodio y sorbosa. Para verificar los usos aprobados para los envases y embalajes de alimentos, ver el siguiente enlace: http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=6ba0a6620c258cee683e814692be783d&mc=true&node=pt21.3.186&rgn=div5

A su vez, FDA prohíbe el uso de los siguientes ingredientes en contacto con alimentos: flectol H, soldaduras de plomo, mercaptoimidazoline y 2-mercaptoimidazoline, 4,4 - Methylenebis (2-chloroanaline), resinas de éster hidrogenadas 4,4 - isopropylidene-diphenolphosphite, y cápsulas de papel de aluminio recubierto de estaño para las botellas de vino. Se puede ver la información completa aquí: http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=6ba0a6620c258cee683e814692be783d&mc=true&node=pt21.3.189&rgn=div5#sp21.3.189.d

El resto de información sobre el contexto de la regulación relativa a empaques de alimentos se puede encontrar aquí: https://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/PackagingFCS/default.htm

Normalmente, los empaques de las frutas deshidratadas son bolsas de 250 g a 5 kg. También pueden presentarse en cajas de cartón. El empaque primario suele ser en bolsas de polipropileno y su período de vida útil es de aproximadamente 6 meses a 1 año dependiendo del fruto.

Marcado de origen

Aduanas requiere que los productos que ingresen a Estados Unidos vengan marcados con el país de origen: https://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf
El marcado de origen hace relación con el país de manufactura, producción o cultivo del bien y los productos que no tengan el marcado de origen no podrán ingresar a Estados Unidos. El marcado no debe ser engañoso y debe precisar claramente el país de origen de las mercancías. Es por este motivo, antes de ingresar los productos es fundamental cerciorarse que los bienes hayan sido debidamente marcados antes de ser despachados a Estados Unidos, pues de otra manera, estos serán detenidos por el US Custom and Border Protection (USCBP).

El marcado es importante porque el objetivo es informar al consumidor final sobre la procedencia del producto vendido a fin de que pueda hacer una elección inteligente sobre qué producto desea adquirir. El marcado debe ser lo suficientemente indeleble, de manera que no se borre o dañe hasta que el producto llegue al consumidor final. Además, el marcado de origen es importante porque sirve para indicar el país correcto para determinar el arancel aplicable. El marcado de país debe ser permanente y legible, estar en inglés o con su traducción al inglés.

Las excepciones al marcado de origen son las siguientes:

- La naturaleza de la mercancía no permite que sea marcada (por ejemplo, algunas frutas y vegetales)
- La mercancía no puede ser marcada porque podría sufrir daño (por ejemplo, los huevos)
- La mercancía no puede ser marcada antes del envío porque los costos de hacerlo serían excesivamente altos
- Sí la mercancía es una sustancia líquida, como por ejemplo el petróleo
- Sí el destino de la mercancía es para ser consumida o utilizada por el importador y no servirá para la venta
- La mercancía que ha sido producida 20 años antes de su importación
- Cuando marcar la mercancía es económicamente prohibitivo.

Certificaciones

Aunque las certificaciones no son un requerimiento obligatorio para la importación de frutos secos a, son un

factor de competitividad al momento de abrir mercados.

USDA Organic

El Departamento de Agricultura de los (USDA, por sus siglas en inglés) tiene el programa de certificación orgánica que establece los estándares del Gobierno, que deben cumplir los alimentos (cultivo, manejo y proceso) para ser calificados como orgánicos.

Certificación Rainforest Alliance

Rainforest Alliance es una certificación que se otorga a los productores que cumplen con las normas de The Sustainable Agriculture Network (SAN), las cuales se basan en el manejo integrado de plagas, mediante la limitada utilización de agroquímicos.

Certificación Food Alliance

Food Alliance es una organización sin fines de lucro que certifica granjas, ranchos y alimentos envasados, manipulados, procesados y distribuidos con prácticas sostenibles, como la protección de los suelos, la utilización de GMO, hormonas o antibióticos, la protección de recursos hídricos, reciclaje, entre otros.

Certificación Fair Trade

Es un sistema de certificación para productos que cumplen con los estándares medioambientales, laborales y de desarrollo establecidos por la Fair Trade Labelling Organizations International (FLO Internacional).

Certificación Quality Assurance International, QAI

Está diseñada para certificar cada pasó de la cadena de producción orgánica: plantaciones, instalaciones postcosecha, manipulaciones del producto, etc.

05

Comercialización y Distribución

El tamaño del mercado hace que la complejidad para la distribución sea mayor en términos relativos a otros mercados en general.

Podemos identificar 2 grandes grupos de canales:

- **Mayoristas:** es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa o el empresario no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante (o productor) y el usuario intermedio (minorista), estos se caracterizan por concentrarse en la distribución de bienes a granel y de consumo.

- **Minoristas:** Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el consumidor final. En el canal minorista está liderado por los grandes almacenes llamados "discount stores", muy de la mano con los hábitos de compra de los americanos que constantemente están buscando combinar calidad con precio. También son conocidos como "retailers" o tiendas; pueden ser independientes o estar asociadas en centros comerciales, galerías de alimentación, mercados. El canal minorista comprende a su vez: cadenas de supermercados, supermercados étnicos, tiendas gourmets, tiendas de conveniencias, etc.

Adicionalmente tenemos que considerar también:

- **Importadores:** como parte importante del mercado de frutas secas, los importadores pueden vender directamente a los secadores de frutas, a los reenvasadores y empresas de alimentos y al distribuidor.

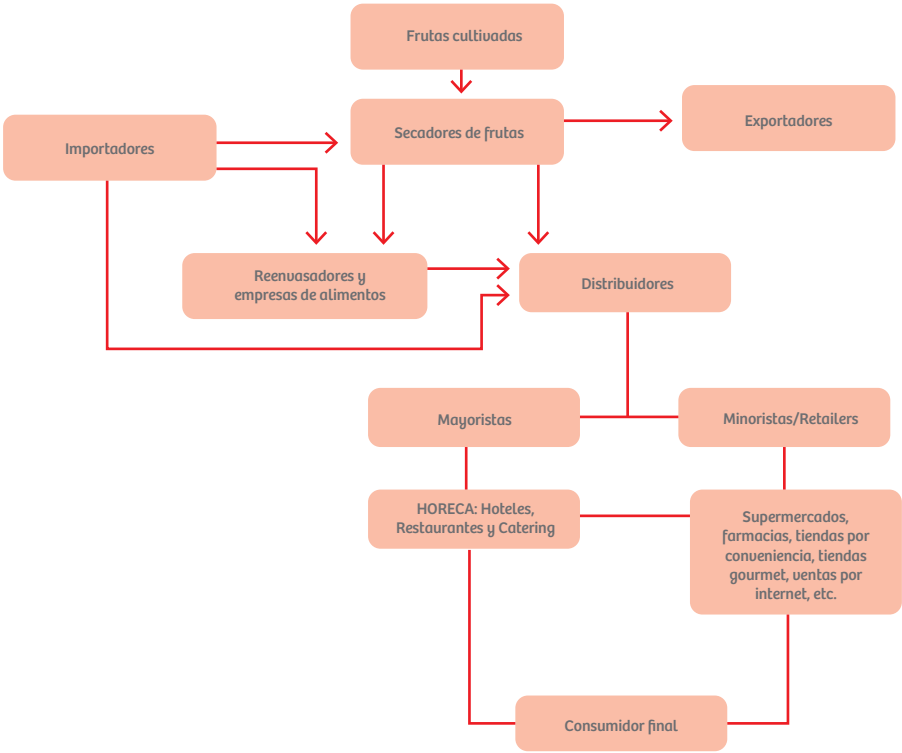
- **Distribuidores:** Como norma general, el distribuidor actúa como intermediario

entre el productor y el consumidor, entregando el producto tanto a grandes cadenas mayoristas como directo a minoristas o retailers. El mundo de la distribución es un buen ejemplo de la revolución tecnológica en la que nos encontramos, por ejemplo la distribución "on line" ofrece la ventaja de la inmediatez y manejo amplio de información del producto comercializado.

Estructura de la Industria & Canales de Comercialización

Aunque la alternativa de comercialización de snacks de fruta deshidratada que se estima más adecuada de acuerdo con el formato y tamaño de las porciones, es el canal retail, ya que se trata de un producto que es adquirido para ser llevado y consumido como snack o en las meriendas. A continuación, mostramos en el siguiente esquema la gama de posibilidades en cómo este tipo de producto puede ser comercializado así como los "players" de este tipo de industria:

Gráfico N°8: Estructura de los canales de comercialización



Fuente: U.S. International Trade Commission

Mercadeo

- Actualmente esta categoría presenta mucho crecimiento y hay una gran variedad de productos saliendo al mercado por lo cual el consumidor recibe mucha información.
- Las partidas presupuestales de estas compañías de productos de snacks

cubren muchas de las opciones de medios de comunicación para anunciarse incluyendo los medios sociales que son rápidos, ágiles y de comunicación directa con el público objetivo.

- Existen revistas especializadas en temas de snacks, saludables y orgánicas (como Snack World Magazine o Bakery & Snacks) los cuales permiten comunicar los beneficios directamente al lector y público objetivo potencial.

- El mundo del snacking tienen sus propios eventos y ferias a nivel americano y mundial lo que ha hecho que se cree un mercado cautivo para los distribuidores, brokers y comercializadores bajo el mismo techo.

- Para la ejecución de un plan de mercadeo en esta categoría es importante tener en consideración que la penetración del mercado americano no se debe tomar como un solo mercado ya que es demasiado extenso y diversificado.

- Debe seleccionarse la región/zona donde se quiere crear la estrategia y definir muy bien cada actividad ya que aquello que funcionaría en algunas zonas, necesariamente no genera resultados positivos en otras.

- Se debe crear un plan de mercadeo por etapas ya que este es un esfuerzo muy costoso al inicio y muy competido.

- Es importante dar a conocer el producto a través de la degustación, promociones flyers en los puntos de venta y por ende, incentivar la compra. Siempre se debe tratar de:

» Comunicar los beneficios y características de los productos.

» Familiarizar al consumidor con la marca.

» Iniciar o establecer una relación de confianza con la marca

- Una forma importante de mercadear los productos es participando en ferias del sector, allí obtendrá contactos importantes.

- Para los shows es importante informarse bien antes de participar acerca de los asistentes y sus perfiles ya que existen eventos muy especializados para retail, whole sale, marca propia, maquila, entre otros.

06

Información Adicional

6.1 Oficinas/gremios en el mercado

Tabla N°33: Oficinas de Gobierno y Comerciales

Nombre de las Oficinas de Gobierno y Comerciales	Web
U.S. Census Bureau	www.census.gov
Departamento de Estado: U.S. Department of State	www.state.gov
US Department of Treasure	www.treasury.gov/Pages/default.aspx
Departamento de Estado de la Florida: Florida Department of State (Corporations)	www.sunbiz.org
Comisión Internacional de Comercio: U.S. International Trade Commission	http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2006.asp
Aduanas y Protección de Fronteras: Customs and Border Protection	www.cbp.gov
Administración de Alimentos y Drogas: Food and Drug Administration	www.fda.gov
Departamento de Agricultura: U.S. Department of Agriculture	www.usda.gov
Servicio de Agricultura Externa: Foreign Agricultural Service	www.fas.usda.gov
Servicio de Mercadeo Agrícola: Agricultural Marketing Services	www.ams.usda.gov

Tabla N°34: Asociaciones y Organizaciones de interés

Nombre	Web
INC International Nuts & Dried Fruit	www.nutfruit.org
California Farm Bureau Federation	www.cfbf.com
DFA of California	www.dfaofca.com
Snack Food association	www.sfa.org
California Dried Prune	www.californiaredriedplums.org
Raisin Administrative Committee	www.raisins.org
Snack food association (global)	www.potatopro.com
National Confectioners Association	www.candyusa.com
American Bakers Association	www.american baker.org
Food processing suppliers association	www.fpsa.org
Almond Board of California	www.almondboard.org
Agricultural Retailers Association	www.aradc.org

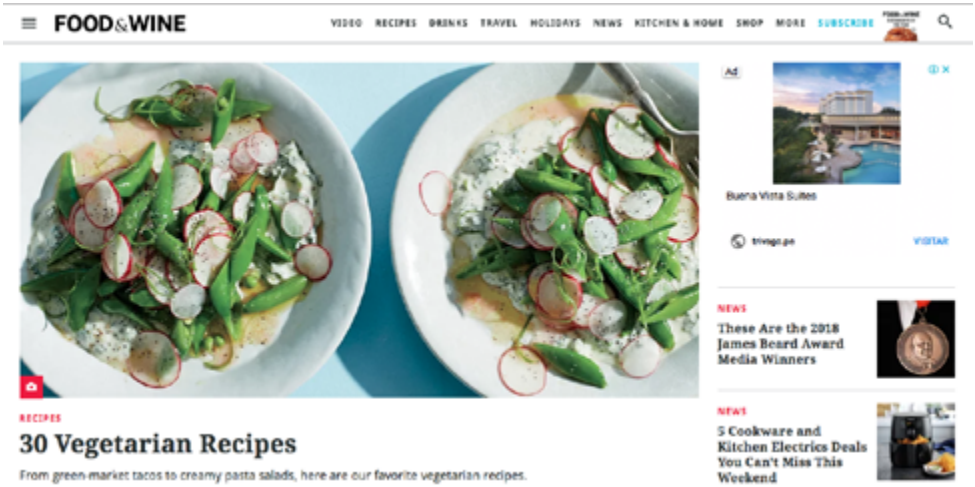
Nombre	Web
Agricultural & Industrial Manufacturers' Representatives Association	www.aimrareps.org
Agricultural Council of America	www.agday.org
Agricultural Marketing Service USDA	www.ams.usda.gov
American Agricultural Economists Association	www.aaea.org
Produce Marketing Association	www.pma.com
California Department of Food and Agriculture	www.cdfa.ca.gov
Food and Agriculture Organization of the United Nations	www.fao.org
US Apple Association	www.usapple.org
USDA—United States Department of Agriculture	www.usda.gov
Wild Blueberry Association of North America	www.wildblueberries.com
North American Strawberry Growers Association	www.nasga.org

Tabla N°35: Ferias comerciales

Feria/Evento	Lugar	Fecha	Sitio web
Fresh Ideas Organic Marketplace	Anaheim, CA	Marzo 9, 2017	http://www.expowest.com/fi17/Public/Enter.aspx
Natural Products Expo West	Anaheim, CA	Marzo 9-12, 2017	www.expowest.com
Summer Fancy Food Show	Javits Center, New York, NY	Junio 25-27, 2017	https://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/
Winter Fancy Food Show	Moscone Ctr, San Francisco, CA	Enero 21-23, 2018	https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/
IFT Annual Meeting & Food Expo	Las Vegas, NV	Junio 25-28, 2017	https://www.iftevent.org/
Biofach America	Baltimore, MD	Septiembre 14-16, 2017	https://www.biofach-america.com/
Natural Products Expo East	Baltimore, MD	Septiembre 14-16, 2017	http://www.expoeast.com/ee17/public/enter.aspx
INC World Congress on Nuts & Dried Fruit	San Diego, CA	Mayo 30- Junio 1, 2016	http://nutfruitcongress.org/sandiego2016/
Snaxpo	Houston, TX	Abril 1-4, 2017	www.snaxpo.com
Sweets and snacks expo	Chicago, IL	Mayo 23-25, 2017	www.sweetsandsnacks.com

6.2 Links de interés

- Food 2 Production: www.foodproduct-design.com
- Specialty Food: www.specialtyfood.com
- Food and wine: www.foodandwine.com
- Snack world magazine
- Organic Wellnes news: www.organicwellnessnews.com
- Natural News: www.naturalnews.com
- Bakery and Snacks: www.bakeryandsnacks.com
- National Association for the Specialty Food Trade
- Snack Food Association www.sfa.org
- Pew Hispanic Center



Perú

PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo