

ESTUDIO DE MERCADO PARA ALIMENTOS PROCESADOS EN ESTADOS UNIDOS



Agosto-2025

Contenido

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	3
I. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO.....	5
III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	6
3.1 Descripción de los productos.....	6
3.2 Partidas arancelarias.....	7
3.3 Oferta Exportable Perú.....	11
3.3.1 Producción nacional Perú.....	11
3.3.2 Estacionalidad en Perú.....	13
3.3.3 Exportaciones de Perú.....	15
IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN ESTADOS UNIDOS.....	17
4.1 Producción de alimentos procesados en Estados Unidos.....	17
4.2 Exportaciones de alimentos procesados en Estados Unidos.....	19
4.3 Importaciones de Estados Unidos de alimentos procesados.....	22
4.4 Estacionalidad de las importaciones de Estados Unidos.....	25
4.5 Importaciones de Estados Unidos desde Perú.....	27
4.6 Análisis de la Competencia.....	31
4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales a Estados Unidos.....	40
4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras a Estados Unidos.....	42
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	47
5.1 Perfil del Consumidor.....	47
5.2 Análisis de Tendencias.....	49
5.3 Variedades.....	51
5.4 Presentaciones y precios al consumidor final.....	52
5.5 Percepción del Producto peruano.....	85
VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO.....	87
6.1 Medidas Arancelarias.....	87
6.2 Medidas No Arancelarias.....	91
6.2.1 Medidas Técnicas.....	91
6.2.2 Medidas No Técnicas.....	93
6.3 Normas Privadas.....	96
VII. LOGÍSTICA.....	97
7.1 Canales de Distribución.....	97

7.1.1 Rutas de Acceso	97
7.1.2 Costos Logísticos.....	101
7.1.3 Principales Agencias de Transporte	101
7.2 Canales de Comercialización	103
VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL.....	106
8.1 Ferias.....	106
8.2 Exhibiciones	109
8.3 Publicaciones Especializadas	110
IX. CONTACTOS DE INTERÉS	114
9.1 Institucionales	114
9.2 Comerciales.....	116
X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
XI. PERFIL DE COMPRADORES.....	119
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	121
XIII. ANEXOS.....	122

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alimentos procesados: Productos alimenticios que han sido transformados mediante operaciones físicas o químicas (corte, cocción, fermentación, conservación, envasado, etc.), con el objetivo de prolongar su vida útil, facilitar su comercialización o mejorar sus propiedades sensoriales. Incluye alimentos enlatados, congelados, deshidratados, encurtidos y en conserva.

Oferta exportable: Conjunto de bienes con capacidad de ser exportados que cumplen con estándares de calidad, volumen, estacionalidad, trazabilidad, certificaciones y demanda internacional. En este caso, corresponde a productos procesados del agro peruano.

Partida arancelaria (HS Code): Clasificación numérica internacional de mercancías utilizada en el comercio exterior para la aplicación de aranceles, restricciones y políticas de importación/exportación. Su correcta identificación es esencial para análisis de mercado, tratamiento fiscal y requisitos fitosanitarios.

Mainstream market: Segmento general del mercado que incluye al consumidor promedio estadounidense sin preferencias étnicas, religiosas o gourmet. Representa la mayor parte del consumo masivo en EE. UU.

Mercado étnico/religioso: Nichos de mercado que consumen productos conforme a tradiciones culturales o religiosas específicas (ej. kosher, halal, hispano). Tienen requerimientos particulares de etiquetado, ingredientes, certificaciones o idioma.

Mercado specialty (gourmet): Segmento compuesto por consumidores de alto poder adquisitivo, enfocados en productos diferenciados por calidad, origen, autenticidad o atributos funcionales. Incluye alimentos orgánicos, de comercio justo o con valor agregado.

HORECA (o Institucional en EE. UU.): Acrónimo que agrupa los canales de distribución hacia hoteles, restaurantes, cafeterías e instituciones (hospitales, cárceles, universidades, etc.). En EE. UU. se denomina "Institutional Food Service".

Medidas no arancelarias: Conjunto de normas técnicas, sanitarias, fitosanitarias, ambientales y de etiquetado que regulan la importación de alimentos, y que pueden representar barreras técnicas al comercio si no se cumplen.

Estacionalidad exportadora: Período del año en el que la producción y disponibilidad de productos agrícolas es mayor. Afecta directamente la oferta exportable y las ventanas de oportunidad en mercados como el de EE. UU.

Certificaciones de acceso: Conjunto de documentos y verificaciones exigidas por el mercado estadounidense, tales como USDA Organic, Non-GMO, HACCP, FDA FSMA, Kosher, Halal, entre otras.

I. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca presentar el mercado de los EE. UU. para alimentos, bebidas, jugos y snacks de la oferta exportable peruana, tanto en presentaciones congeladas, envasadas en vidrio, en latas, en bolsas flexibles, en bolsas de papel plastificado, que estén listos para consumir o listos para cocinar.

Estados Unidos es uno de los principales mercados para alimentos procesados, sobre todo aquellos con alto valor agregado. En sus mercados se ofertan productos destinados al consumo regular (staple), como alimentos procesados gourmet. Es posible encontrar por ejemplo espárragos envasados en latas para consumo regular, y a la misma vez espárragos a la parrilla marinados con especias y conservadas en aceite de oliva extra virgen, listos para servir como guarnición de la mejor carne a la parrilla.

Y el Perú justamente viene abasteciendo, tanto los productos regulares como los productos considerados “specialty”, en presentaciones familiares como en presentaciones HORECA que en los EE. UU. se conoce como “institutional”.

En el estudio se buscará identificar a los grandes importadores y distribuidores de alimentos procesados, también a las cadenas de supermercados que cuentan con su marca propia y que tienen capacidad de hacer desarrollos y manejan la logística para encargar la producción en el extranjero de alimentos procesados y bebidas bajo sus marcas.

También se buscará identificar a cadenas de supermercados que forman parte de cooperativas centrales de compra, que importan con las marcas propias de la central de compra.

Otras empresas de interés son las tiendas de “specialty” o gourmet, que importan productos gourmet de Italia, Francia o Reino Unido y que venden en sus puntos de venta ubicados en ciudades de altos ingresos y también por internet. Varios productos peruanos tienen la calidad y presentación para venderse en dichas tiendas, y ciertamente ya se venden, pero abastecidas por grandes importadores que por su tamaño no compran de pequeños exportadores peruanos.

En el curso de la investigación iremos presentando la información relevante para los usuarios de este estudio y por lo tanto este resumen ejecutivo también se irá actualizando.

II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO

El presente estudio especializado tiene como objetivo principal analizar las oportunidades comerciales para productos procesados que forman parte de la oferta peruana en el mercado de los Estados Unidos, identificando las tendencias de consumo, demanda, composición arancelaria, competencia y principales canales de comercialización para cada producto. En el estudio se presenta información general para todos los alimentos procesados que se comercializan en los Estados Unidos, y se presenta información específica para los alimentos procesados priorizados en los términos de referencia y cuyas partidas arancelarias y sus equivalencias se encuentra listadas en el acápite 3.2.

Debe notarse como alimento procesado todo aquel que no se presente en su forma natural, es decir un alimentos seco, congelado, envasado en latas, vidrio, en bolsas plásticas o de papel, siempre y cuando ya estén en presentaciones para consumo personal, familiar y HORECA.

Asimismo, en el estudio se presenta el mercado de alimentos de los Estados Unidos, destinados para “todos los consumidores sin distinción” o “mainstream”, (1) y además se presenta información de segmentos específicos, por ejemplo, los mercados de especialidad, los mercados étnicos o religiosos, que representan oportunidades para la oferta de alimentos procesados. Asimismo, este mercado tiene una muy marcada diferencia en los canales de distribución que atienden a las familias y personas, y otros que atienden al canal HORECA que es más amplio.

Por ello el estudio presentaremos las oportunidades detallado que segmento de mercado se atenderá:

- “Mainstream”, el mercado general amplio que comprende todos los consumidores blancos no hispanos 195.4 millones, afroamericanos 46.9 millones, y también los demás consumidores que pese a sus preferencias específicas requieren de productos destinados al universo de consumidores. En el 2023 el Bureau of Census estimó la población de los Estados Unidos en 336 millones de personas.
- Hispano (de cualquier raza), que en el 2023 se estimaba con 65.1 millones de personas, de los cuales 37.99 millones tienen orígenes mexicanos.
- Asiáticos no hispanos, con aproximadamente 21.3 millones de habitantes, ubicados especialmente en ambas costas de los Estados Unidos, está proyectado a duplicarse en el 2050.
- Consumidores kosher que se estima en 12 millones de personas eligen productos kosher por razones religiosas, de salud, seguridad alimentaria, sabor, vegetarianismo, intolerancia a la lactosa u otras restricciones dietéticas. Esto incluye tanto a judíos observantes (aproximadamente 2.5% de la población, unos 8.6 millones en 2025).
- Consumidores Halal que comprende principalmente los 3.5 millones de musulmanes que viven en los Estados Unidos según estimaciones del 2024.
- Orgánico, alimento o bebida con certificación orgánica, de creciente demanda. En el 2022 las ventas de alimentos orgánicos se estimaron en USD 61,200 millones.
- “Specialty” que técnicamente comprende todo alimento que no sea “mainstream” pero comúnmente se usa para definir el mercado de alimentos gourmet, alimentos finos, incluso de lujo, de precios altos. (1 Según la Specialty Food Association, specialty food

(1) Es importante notar, que, en el contexto del mercado de alimentos en los Estados Unidos, "mainstream" se refiere a productos alimenticios, marcas o tendencias que son ampliamente aceptados, populares y consumidos por toda la población de los EE. UU. La acepción "mainstream" también se aplica a los consumidores de esos alimentos, para diferenciarlos de los consumidores especializados o de nicho como pueden ser los hispanos, asiáticos o kosher.

es todo alimento distinto al destinado para el mainstream del cual se diferencia por ser gourmet, orgánico, hispano, kosher, halal, asiático, etc.)

- HORECA, que en Estados Unidos se conoce como “Institutional” por ser más amplio, atiende restaurantes, bares, hoteles y también todas las instituciones que cuentan con cafeterías, o servicios de alimentación como son las universidades, hospitales, cárceles, nursing home (asilos), sean públicos o privados.

En lo que respecta a los productos, el estudio comprenderá aquellos listados en los términos de referencia, en presentaciones congeladas, secos envasados, enlatados, envasados en vidrio, en envases plásticos duros o flexibles, principalmente en presentaciones familiares y también en presentaciones HORECA. Para los pulpas y bebidas se presentará las oportunidades en presentaciones congeladas en presentaciones de uso familiar, los jugos y bebidas en pouches flexibles, en botellas de plástico, vidrio y en latas, así como presentaciones HORECA.

III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.1 Descripción de los productos

Para el presente estudio se usarán los veinte grupos de productos considerados en los términos de referencia:

- Alcachofas. - alcachofas en preparadas y conservadas con o sin vinagre o ácido acético, tanto corazones, tapas, congeladas en bolsas flexibles, y preparaciones como bruschetas, humus y otras.
- Espárragos preparados y conservados sin vinagre o ácido acético, blancas o verdes, y preparaciones a la parrilla, en aceite de oliva y con especias, tanto en presentaciones familiares y HORECA.
- Pimientos en conserva preparados y conservados con o sin vinagre o ácido acético, y preparaciones a la parrilla, caramelizados, rellenos, rellenos en presentaciones congeladas, y otros en presentaciones familiares y HORECA.
- Mermeladas y confituras de frutas en presentaciones familiares.
- Maca en bebidas y preparaciones alimenticias con maca. No se incluirá la maca como ingrediente.
- Aceite de oliva extra virgen en presentaciones para uso familiar en botellas de vidrio dirigido al mercado specialty. También se presentará información sobre el canal HORECA que comercializa latas de 3 o más litros.
- Jugos varios (cítricos, arándanos, mixtos), tanto jugos puros o mezclas de jugos y bebidas a partir de jugos. Jugos de piña, limón, arándanos, etc.
- Pulpa y pures de fruta congelada entre los que destaca los chunks de mango, acai congelado.
- Frutas cítricas preparadas o conservadas de piña, naranja, mandarina y otras
- Palmitos conservados provisionalmente y preparados y conservados enteros y en rodajas, envasadas en vidrio y en lata.
- Aceitunas conservadas provisionalmente a granel, y preparadas o conservadas en presentaciones a granel o envasadas para uso familiar u HORECA. Las variedades son negra, verde, manzanilla, sevillana y otras. Deshuesadas o sin deshuesar y rellenas.
- Piñas preparadas y conservadas en presentaciones de rodajas o bastones, en lata o frascos de vidrio, con almíbar regular o agua de coco
- Mangos preparados y conservados como mango en syrup
- Nuez de Brasil en presentaciones personales, familiares y HORECA
- Hongos del género agaricus a granel y en presentaciones de uso familiar
- Jengibre deshidratado para consumo individual y familiar, para uso cocina o caramelizados para consumo como snacks
- Cúrcuma deshidratada para uso en cocina, en formato familiar y HORECA

- Orégano seco a granel y envasados en presentaciones para uso familiar y HORECA
- Páprika en polvo, seco y trozos a granel y en presentaciones para uso familiar y HORECA
- Las demás hortalizas y mezclas de hortalizas conservadas y preservadas entre las que destacan los jalapeños, los gandules, ajíes, salsas, entre otros.

3.2 Partidas arancelarias

Para la elaboración del presente estudio se han utilizado las partidas arancelarias de los Estados Unidos que se encuentran listadas en el cuadro 3.2.2., las cuales equivalen a las partidas peruanas del cuadro 3.2.1.

El arancel de los Estados Unidos cuenta con más aperturas arancelaria por la variedad de frutas, aceitunas y otros productos que se comercializan en este país.

Cuadro N° 3.2.1

PERÚ: PARTIDAS ARANCELARIAS DE LOS PRODUCTOS DEL ESTUDIO

Partida Perú	Descripción
0711510000	Hongos del género Agaricus
0801220000	Nuez Amazónica (Castaña)
081190	Pulpas / Puré de fruta congeladas (Berries, Mango, Palta, Pasifloras, Lúcumas, Otras)
0904211010, 0904211090, 0904219000, 0904221000	Páprika polvo, seco, trozos, la demás páprika, demás frutos del Género capsicum (Chile Ancho)
0910110000, 0910120000	Jengibre (Deshidratado, triturado o pulverizado)
0910300000	Cúrcuma triturada, pulverizada, deshidratada
1211903000	Oregano seco
0714901000, 1106201000, 1106209000	Maca (Polvo, Deshidratada)
150920, 150990	Aceite de oliva Extra-Virgen / Virgen
2005600000	espárragos preparados o conservados, sin
0711200000, 2001901000, 2005700000	Aceitunas conservadas provisionalmente, preparadas o conservadas
2001909000, 2005993110, 2005993120, 2005993190	Pimiento en conserva (Cherry, Piquillo, Morrón, otros)
2001909000, 2005991000	Alcachofas (Alcauciles)
2005999000	Las demás hortalizas y las mezclas de Hortalizas
2007999100, 2007911000, 2007991100	Mermeladas, confituras, jaleas (Agrias, Piñas, otras)
2008209000	Las demás piñas tropicales preparadas o
2008300000	Agrios (Cítricos) preparados o conserva
2008910000	Palmitos preparados o conservados de Otr
2008993000	Mangos preparados o conservados
200939, 200981, 2009900000	Jugos varios (cítricos, arándanos, mixtos)

Fuente: PROMPERÚ
Elaboración propia

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que muestra las equivalencias entre las subpartidas arancelarias utilizadas en Perú y los códigos correspondientes del Arancel Armonizado de los Estados Unidos (HTSUS) para productos relacionados con el cacao y sus derivados. Esta comparación permite identificar de manera clara la clasificación internacional de los productos según su naturaleza y grado de procesamiento, facilitando así su análisis comercial y aduanero en ambos mercados.

Cuadro N° 3.2.2

ESTADOS UNIDOS: PARTIDAS ARANCELARIAS EQUIVALENTES CON PERÚ DE LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS

Partida Arancelaria	Descripción
0711510000	Hongos del género Agaricus
0801220000	Nueces del Brasil sin cáscara
0811100020	Fresas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso azucaradas, en envases de un volumen no superior a 1,2 litros cada uno
0811100050	Fresas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, en envases de un volumen no superior a 1,2 litros cada uno, con un contenido no superior al 25 % de azúcar de caña o remolacha
0811100060	Fresas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, en envases de un volumen no superior a 2,1 litros cada uno, con un contenido superior al 25 % de azúcar de caña o remolacha
0811100070	Fresas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, en envases de un volumen no superior a 1,2 litros cada uno, no especificadas
0811202025	Frambuesas rojas, congeladas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, incluso azucaradas
0811202035	Frambuesas, congeladas, sin cocer o cocidas al vapor o en agua hirviendo, incluso azucaradas, excepto frambuesas rojas
0811202040	Frambuesas negras Grosellas y grosellas espinosas (excepto los kiwis), crudas o cocidas en agua o vapor, congeladas, incluso congeladas.
0811204030	Moras, crudas o cocidas en agua o vapor, congeladas.
0811204090	Moras y grosellas blancas o rojas, crudas o cocidas en agua o vapor, congeladas.
0811901000	Plátanos y plátanos machos, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo, congelados, incluso endulzados.
0811902024	Arándanos silvestres, congelados, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
0811902030	Arándanos orgánicos certificados, cultivados (incluidos los de arbusto alto), congelados, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo.
0811902040	Arándanos cultivados (incluidos los de arbusto alto), congelados, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo, no especificados.
0811902200	Manzanas de Boysen, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas.
0811902500	Manzanas de marañón (anacardo), mameyes colorados, zapotes, guanábanas y chumberas, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas.
0811903000	Carne de coco, cruda o cocida al vapor o en agua hirviendo, congelada, incluso endulzada.
0811903500	Arándanos rojos (Vaccinium macrocarpum), crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo. Congeladas, incluso endulzadas
0811904000	Papayas, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas
0811905000	Piñas, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas
0811905200	Mangos, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo, incluso endulzados, congelados
0811905500	Melones, crudos o cocidos al vapor o en agua hirviendo, congelados, incluso endulzados
0811908040	Cerezas, variedades dulces, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas
0811908060	Cerezas, variedades ácidas, crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas, incluso endulzadas
0811908080	Frutas y frutos secos, sin cocer o cocidos al vapor o en agua hirviendo, incluso endulzados, congelados, no especificados en otra parte.
0811908085	Mezclas congeladas únicamente de combinaciones de fresas, arándanos, frambuesas rojas o moras, sin cocer o cocidos únicamente al vapor o en agua hirviendo.
0811908090	Duraznos, sin cocer o cocidos al vapor o en agua hirviendo, congelados, no especificados en otra parte.
0811908095	Frutas y frutos secos, sin cocer o cocidos al vapor o en agua hirviendo, congelados, no especificados en otra parte.
0811908097	Frutas y frutos secos, sin cocer o cocidos al vapor o en agua hirviendo, congelados, no especificados en otra parte.
0904110020	Pimienta del género Piper, sin triturar ni moler, negra.
0904110040	Pimienta del género Piper, sin triturar ni moler, blanca.
0904120000	Pimienta del género Piper, triturada o molida.
0904212000	Pimentón (género Capsicum), seco, sin triturar ni moler.
0904214000	Chiles Anaheim y Ancho (género Capsicum), secos, sin triturar ni moler.
0904216010	Pimientos morrones (género Capsicum), secos o triturados, pero sin moler.
0904216020	Chiles jalapeños (género Capsicum), secos o triturados, pero sin moler
0904216090	Frutos del género Capsicum, secos o triturados, pero sin moler, no especificados
0904218000	Frutos del género Pimenta (incluida la pimienta de Jamaica), secos, sin triturar ni moler

0904222000	Pimentón (género Capsicum), triturado o molido
0904224000	Chile Anaheim y chile ancho (género Capsicum), triturado o molido
0904227300	mezclas de pimientos rojos picantes machacados o macerados y sal molida
0904227600	frutos del género capsicum, molido, nesoi
0904228000	frutos del género pimenta (incluida la pimienta de Jamaica), triturados o molidos
0910110010	Jengibre ni triturado ni molido, ecológico
0910110015	Jengibre sin triturar ni moler, los demás
0910120000	Jengibre triturado o molido
0910300000	Cúrcuma (cúrcuma)
0910992000	Origanum crudo ni manufacturado
0910994000	origanum, otro
0714906100	Otros ni frescos ni congelados
1106201000	castaño de agua
1106209000	Las demas raíces o tubérculos
1509202030	Aceite de oliva extra virgen en envases menores a 18 litros, orgánico
1509202090	Aceite de oliva extra virgen en envases menores a 18 litros, los demás
1509209030	Aceite de oliva extra virgen en envases de 18 litros o más, orgánico.
1509209090	Aceite de oliva extra virgen en envases de 18 litros o más, los demás
1509902000	Otros aceites de oliva en envases menores a 18 litros.
1509904000	Otros aceites de oliva en envases de 18 litros. o más
2005600000	Espárragos preparados o conservados, excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2001906000	Otras hortalizas preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético
0711201800	Aceitunas sin deshuesar, verdes en envases de más de 8 kg, descritas en la nota 5 del capítulo
0711202800	Aceitunas sin deshuesar, verdes en envases de más de 8 kg, las demás
0711203800	Aceitunas sin deshuesar, excepto las verdes
0711204000	Otras aceitunas sin deshuesar o rellenas
2005700230	Aceitunas verdes, sin hueso, en solución salina, maduras, con un peso bruto de 8 kg, pero un peso neto de 13 kg cada una, en una cantidad total que no exceda las 730 toneladas métricas al año.
2005700260	Aceitunas de color verde, sin hueso, en solución, maduras, en recipientes con un contenido de 8 kg o menos, en una cantidad total que no exceda las 730 toneladas métricas al año.
2005700430	Aceitunas verdes, sin hueso, en solución salina, maduras, en recipientes con un contenido de 8 kg o menos cada uno, en una cantidad total que no exceda las 730 toneladas métricas al año.
2005700460	Aceitunas verdes, sin hueso, en solución salina, maduras, en recipientes con un contenido de 8 kg o menos cada uno, en peso escurrido, no especificadas, no congeladas.
2005700600	Aceitunas verdes, sin hueso, en solución salina, en recipientes con un contenido de 8 kg o menos cada uno, no especificadas.
2005700800	Aceitunas verdes, sin hueso, en solución salina, en recipientes con un contenido de 8 kg o menos cada uno, descritas en la nota adicional 4 de este capítulo e introducidas de conformidad con la misma.
2005701200	Aceitunas de color verde, sin hueso, en recipientes con un contenido de más de 8 kg cada uno, no especificadas.
2005701600	Aceitunas verdes, no especificadas. Aceitunas verdes, deshuesadas o rellenas, envasadas en solución salina, sin congelar.
2005701800	Aceitunas verdes, envasadas en solución salina, rellenas, en recipientes con capacidad no superior a 1 kg cada uno, en una cantidad total de 2700 toneladas por año.
2005702300	Aceitunas verdes, deshuesadas o rellenas, envasadas en solución salina, no especificadas en otra parte
2005702510	Aceitunas verdes, enteras, deshuesadas, en solución salina, en envases de más de 8 kg cada una, sin congelar
2005702520	Aceitunas verdes, enteras, rellenas, en solución salina, en envases de más de 8 kg cada una, sin congelar
2005702530	Aceitunas verdes, partidas, en rodajas o para ensalada, en envases de más de 8 kg de peso escurrido, en solución salina
2005702540	Aceitunas verdes, enteras, deshuesadas, en envases de menos de 8 kg, en solución salina, no congeladas
2005702542	Aceitunas verdes, a la española, enteras y deshuesadas, en envases de 8 kg o menos, en solución salina, no congeladas, no especificadas en otra parte
2005702546	Aceitunas verdes, enteras y deshuesadas, en envases de 8 kg o menos, en solución salina, no congeladas, no especificadas en otra parte
2005702550	Aceitunas verdes, enteras, rellenas, en envases de menos de 8 kg, en solución salina, no congeladas

2005702560	Aceitunas verdes, partidas, Aceitunas verdes, a la española, distintas de las enteras, incluidas las partidas, en rodajas o para ensalada, en envases de 8 kg o menos, en solución salina, sin congelar.
2005702570	Aceitunas verdes distintas de las enteras, incluidas las partidas, en rodajas o para ensalada, en envases de 8 kg o menos, en solución salina, sin congelar.
2005702580	Aceitunas, distintas de las verdes, sin hueso, enlatadas en solución salina, en envases de más de 0,3 kg cada una.
2005705030	Aceitunas, distintas de las verdes, sin hueso, enlatadas en solución salina, en envases de 0,3 kg o menos, sin congelar.
2005705060	Aceitunas verdes, deshuesadas o rellenas, envasadas en solución salina, no especificadas en otra parte
2005706020	Aceitunas, de color no verde, enteras sin hueso, enlatadas en solución salina, envases con capacidad superior a 0,3 kg cada una, sin congelar
2005706030	Aceitunas, de color no verde, enteras sin hueso, enlatadas en solución salina, envases con capacidad inferior a 0,3 kg, sin congelar
2005706050	Aceitunas, de color no verde, en rodajas, enlatadas en solución salina, sin congelar
2005706060	Aceitunas, de color no verde, picadas o picadas, enlatadas en solución salina, sin congelar
2005706070	Aceitunas, de color no verde, otras, incluidas las partidas, enlatadas en solución salina, sin congelar
2005707000	Aceitunas, de color no verde, distintas de las enlatadas, en envases herméticos de vidrio o metal, en solución salina, sin congelar
2005707510	Aceitunas enteras sin hueso, de color no verde, sin enlatar, en solución salina, sin congelar
2005707515	Aceitunas en rodajas, de color no verde, sin enlatar, en solución salina, sin congelar
2005707520	Aceitunas picadas o picadas, de color no verde, sin enlatar, en solución salina, sin congelar Congeladas
2005707525	Aceitunas, incluso en cuñas o partidas, de color distinto del verde, sin envasar, en solución salina, sin congelar, no especificadas en otra parte
2005709100	Aceitunas verdes preparadas o conservadas sin solución salina, no congeladas, en envases de menos de 13 kg cada uno, en una cantidad total de 550 toneladas métricas al año
2005709300	Aceitunas, preparadas o conservadas sin solución salina, sin congelar, no especificadas en otra parte
2005709700	Otras aceitunas, preparadas o conservadas sin solución salina, sin congelar, no especificadas en otra parte
2001903500	Pimientos (Capsicum anuum), preparados o conservados en vinagre o ácido
2005995020	Pimientos (Capsicum anuum), distintos de los preparados o conservados en vinagre o ácido, en envases de no más de 227 g
2005995040	Pimientos (Capsicum anuum), distintos de los preparados o conservados en vinagre o ácido, otros
2005995510	Pimientos dulces preparados o conservados excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2005995590	Otros pimientos preparados o conservados excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2001902500	Alcachofas preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético
2005998000	Alcachofas preparadas o conservadas excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2005999700	Otros de los demás vegetales preparados o conservados excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2007100000	Preparaciones homogeneizadas de frutas (véase la nota de subpartida 2)
2007911000	Pastas y purés de cítricos, preparación cocida, incluso azucarada
2007914000	Mermelada de naranja
2007919000	Jaleas, confituras y mermeladas de cítricos (no especificadas)
2007990500	Mermeladas de arándano rojo y frambuesa
2007991000	Mermeladas de fresa
2007991500	Mermeladas de grosella y otras bayas (no especificadas)
2007992000	Mermeladas de albaricoque
2007992500	Mermeladas de cereza
2007993000	Mermeladas de guayaba
2007993500	Mermeladas de melocotón
2007994000	Mermeladas de piña
2007994500	Mermeladas (no especificadas)
2007994800	Pastas y puré de manzana, membrillo y pera, preparaciones cocidas, incluso azucaradas Pastas y puré de guayaba, preparación cocida, incluso edulcorada. Pastas y puré de mango, preparación cocida, incluso edulcorada.
2007995010	Pimientos dulces preparados o conservados excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2007995020	Otros pimientos preparados o conservados excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar
2007995500	Pastas y purés de papaya, preparados cocidos, incluso edulcorados

2007996000	Pastas y purés de fresa, preparados cocidos, incluso edulcorados
2007996510	Pastas y purés de frambuesa roja, preparados cocidos, incluso edulcorados
2007996520	Pastas y purés de frutas o frutos secos, preparados cocidos, incluso edulcorados, no especificados en otra parte
2007996525	Pastas y purés de melocotón, preparados cocidos, incluso edulcorados, no especificados en otra parte
2007996535	Pastas y purés de frutas o frutos secos, preparados cocidos, incluso edulcorados, no especificados en otra parte
2007997000	Jaleas de grosellas y bayas
2007997500	Jaleas de otras grosellas o bayas
2008200090	Piñas, preparadas o conservadas, sin azúcar
2008301000	Cáscara de naranjas, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas), clementinas, wilkings e híbridos similares de cítricos, preparadas o conservadas, no especificados en otra parte
2008302000	Cáscara de limones, preparada o conservada, no especificados en otra parte
2008303000	Cáscara de cítricos, no especificados en otra parte
2008303500	Pulpa de naranja, preparada o conservada, no especificados en otra parte
2008303700	Pulpa de cítricos, Naranjas, preparadas o conservadas, no especificadas
2008304000	Satsumas, en envases herméticos, por una cantidad total que no exceda de 40 000 toneladas métricas, ingresadas en cualquier año, que contengan azúcar de caña o remolacha
2008304210	Satsumas, preparadas o conservadas, en envases herméticos, por una cantidad total que no exceda de 40 000 toneladas métricas, ingresadas en cualquier año, no especificadas
2008304290	Pastas y purés de papaya, preparados cocidos, incluso edulcorados
2008304600	Mandarinas, satsumas, en envases herméticos, no especificadas.
2008304800	Mandarinas (incluidas las tangerinas) preparadas o conservadas, no especificadas.
2008305500	Clementinas, wilkings e híbridos similares de cítricos, preparados o conservados, no especificados.
2008306000	Limones (Citrus limón, Citrus limonum), preparados o conservados, no especificados.
2008306600	Limas (Citrus aurantifolia y Citrus latifolia), preparadas o conservadas.
2008307000	Pomelos, preparados o conservados, no especificados.
2008308000	Kumquats, preparados o conservados, no especificados.
2008308500	Cidras, preparadas o conservadas, no especificadas.
2008309600	Cítricos, incluidas las bergamotas, no especificados. Preparados o conservados, no especificados.
2008910000	Palmitos, preparados y conservados, sin azúcar ni alcohol.
2008994000	Mangos, preparados o conservados, sin azúcar.
2009391000	Zumo de lima no apto para bebidas.
2009392000	Otros zumos de lima.
2009396020	Zumo de limón congelado.
2009396040	Otros zumos de limón.
2009396060	Otros zumos.
2009810000	Zumos de arándanos rojos.
2009904000	Otras mezclas de zumos.

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (ITC)
Elaboración propia

3.3 Oferta Exportable Perú

3.3.1 Producción nacional Perú

Perú ha consolidado su liderazgo global en la producción y exportación de alimentos procesados, incluidos snacks, jugos, bebidas, conservas y productos congelados, en diversas presentaciones como latas, frascos y envases flexibles. Este éxito se debe a su diversidad geográfica y climática, a proyectos de irrigación en la costa, al compromiso de los empresarios y agricultores, y al respaldo estratégico del Estado. Todo ello ha permitido desarrollar cultivos altamente competitivos que responden a las demandas del mercado internacional.

Hortalizas en Conserva y Palmitos

Las regiones de Ica y La Libertad lideran la producción de espárragos en conserva, con exportaciones que superaron los USD 59 millones en 2024. Aunque esta cifra representa una disminución del 41.5% respecto a 2020, Perú mantiene liderazgo por calidad. En el caso de las alcachofas en conserva, también se producen en Ica, Lima, La Libertad y Ancash, así como en Junín y Arequipa.

Pimientos piquillos en conserva, de la partida 2005993110, registraron exportaciones por USD 71 millones en el 2024, con un crecimiento de 47.4% respecto al 2023 cuando se exportaron USD 48.1 millones.

Los palmitos, provenientes de Ucayali y zonas amazónicas, han sido consistentes en su crecimiento sostenido, debido a su calidad y sabor distintivo. En 2024 las conservas de palmito de la subpartida 200891 se exportaron por un valor de USD 12.7 millones

Frutas Procesadas: Jugos, Pulpas y Conservas

Gracias a su biodiversidad frutal, Perú ha impulsado exitosamente productos como jugos, mermeladas y pulpas. En 2024, las exportaciones de jugos de frutas de la partida 2009, en el 2024 alcanzaron los USD 113 millones, lo que representa un crecimiento de 84.5% respecto a lo exportado en el 2020 por USD 61.4 millones.

Las mermeladas, centradas en frutos andinos como el aguaymanto, clasificadas en la subpartida 200799 en el 2024 se exportaron por USD 8.2 millones con un crecimiento de 14.1% respecto al 2020.

Piñas en conserva, con origen en Lambayeque y Piura, respectivamente, sumaron exportaciones de USD 18.8 millones.

Aceitunas y Aceite de Oliva

El sur del país (Tacna, Arequipa e Ica) es el núcleo de la olivicultura peruana. En 2024, las exportaciones de aceitunas en conserva de la subpartida 200570 alcanzaron los USD 42.7 millones con un crecimiento de 21.4% respecto al 2020. Por su parte, en el 2024 el aceite de oliva extra virgen, producido principalmente en Ica, registró una reducción de -69.4% respecto al 2023, alcanzando únicamente USD 5.6 millones.

Especias y Frutos Amazónicos

El jengibre peruano, cultivado en Satipo y Pichanaqui (Junín), ha tenido un boom internacional. En 2024 se exportaron USD 104 millones.

En el 2024, la nuez de Brasil, proveniente de Madre de Dios, alcanzó los USD 37 millones. Corea del Sur lidera su demanda. En menor escala, la cúrcuma de San Martín mostró un desempeño positivo, con exportaciones de USD 7.5 millones y un crecimiento de 23.1% respecto al 2020.

El rubro de hongos del género agaricus, aún en etapa de consolidación, registro exportaciones en el 2024 por USD 6,000 en presentaciones preparadas y conservadas.

Otras Hortalizas en Conserva

Finalmente, las mezclas de hortalizas preparadas (subpartida 200599), alcanzaron los USD 300 millones en 2024, consolidando una de las categorías más robustas de la agroindustria peruana. Estas incluyen combinaciones listas para consumo directo o para el canal horeca en mercados exigentes como Estados Unidos, Europa y Asia.

3.3.2 Estacionalidad en Perú

La estacionalidad en la producción de alimentos y bebidas procesadas sigue la temporada de cosecha de la fruta u hortaliza. Las frutas y hortalizas cuentan con una estacionalidad de producción natural que se detallan en el cuadro adjunto. Sin embargo, debido a la implementación de la agricultura moderna, sobre todo en la costa, con un clima propicio para la producción agrícola en cualquier época del año, las empresas tienen la capacidad de producir casi cualquier fruta u hortaliza los 12 meses del año, de acuerdo con los requerimientos de sus clientes.

Sin embargo, estas empresas usualmente producen en las fechas en que los mercados del hemisferio norte los requieren o cuando se producen las ventanas de oportunidad por razón del precio. Los precios altos en los mercados surgen cuando el hemisferio norte deja de producir, usualmente a partir de finales de setiembre.

Cuadro N° 3.2.2.1

PERU: ESTACIONALIDAD DE PRODUCCION DE ALIMENTOS PROCESADOS

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN COMERCIAL	ESTACIONALIDAD
2005991000/ 2001909000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	Se puede producir y exportar los 12 meses del año, aunque se prefiere exportarla a partir de setiembre hasta diciembre por los mejores precios que pagan sobre todo en el hemisferio norte. Su cosecha natural en la costa (Ica, Lima, La Libertad y Ancash) es entre julio a diciembre. En la sierra (Junín, Arequipa) es entre diciembre a mayo.
2005600000	ESPÁRRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN	Se puede producir y exportar los 12 meses del año, aunque se prefiere exportarla a partir de setiembre hasta diciembre por los mejores precios que pagan sobre todo en el hemisferio norte. Su cosecha natural en la costa (Ica, La Libertad, Lima y Ancash) es entre agosto a diciembre.
2001909000/ 2005993110/ 2005993120	PIMIENTO EN CONSERVA (CHERRY/PIQUILLO/MORRÓN, OTROS)	Se puede producir y exportar los 12 meses del año en casa malla para los EE. UU., aunque se prefiere exportarla a partir de setiembre hasta diciembre por los mejores precios que pagan sobre todo en el hemisferio norte. La cosecha natural del piquillo es entre marzo a julio, se produce en Ica, Arequipa y Lima. En el caso del pimiento morrón, se produce en Ica, La Libertad, Piura y Lima y su cosecha natural se da entre febrero a agosto, con mayor actividad entre marzo a junio.
2007999100/ 2007911000/ 2007991100	MERMELADAS, CONFITURAS, JALEAS (AGRIAS, PIÑA, OTRAS)	La estacionalidad de la producción de mermeladas sigue la cosecha de la fruta. En el caso de la piña la cosecha en las regiones de San Martín, Loreto, Ucayali, Amazonas, Junín y Ayacucho se realiza principalmente entre junio y noviembre, con un pico entre agosto y octubre. En la costa (Lambayeque, Piura): con una menor producción, se cultivan piñas en áreas irrigadas de la costa, como en el Proyecto Olmos (Lambayeque) o en Piura. En estas zonas, la cosecha ocurre entre julio y diciembre, aprovechando el riego por goteo y el clima cálido. Sin embargo, la producción costera es mucho menor en comparación con la selva.
1106201000/ 1106209000/ 0714901000	MACA (POLVO, DESHIDRATADA)	La maca se produce en Junín, Pasco, Huancavelica, Ayacucho y Puno. Su cosecha se realiza principalmente entre mayo y agosto, con un pico entre junio y julio.
150990/150920	ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN/ VIRGEN	La producción de aceite sigue el tiempo de la cosecha de las aceitunas que se producen en Tacna, Arequipa, Ica, Moquegua. La cosecha ocurre entre marzo a junio, con un pico en abril y mayo.
2009900000/ 200981/ 200939	JUGOS VARIOS (CÍTRICOS, ARÁNDANOS, MIXTOS)	La producción de jugos sigue el tiempo de cosecha de las frutas que se utilizan. En el caso del arándano que se produce en La Libertad, Lambayeque, Ica y Lima, se cosecha entre julio y diciembre, con un pico

		entre setiembre y octubre. La cosecha de limones, principalmente de la variedad Sutil y en menor medida Tahití, se realiza durante todo el año gracias al clima cálido y el riego por goteo, pero los picos principales son entre febrero y mayo y agosto y noviembre. En Piura y Lambayeque, la producción es intensiva para mercado fresco y exportación (jugos, concentrados).
081190	PULPAS /PURÉ DE FRUTA CONGELADA (BERRIES, MANGO, PALTA, PASIFLORAS, LÚCUMA, OTRAS)	La producción de pulpas sigue la cosecha de las frutas, en el caso de la maracuyá, esta se produce en La Libertad, Lambayeque y Piura y su cosecha se concentra entre marzo y agosto, con un pico entre mayo y julio. En la selva se produce en San Martín, Amazonas, y Ucayali, donde se cosecha entre junio y noviembre, con un pico en agosto-septiembre. En la sierra (Cajamarca, Junín) la cosecha se da entre abril y septiembre. En el caso del mango, se produce en Piura, Lambayeque, La Libertad e Ica, y se cosecha entre noviembre y marzo, con un pico entre diciembre y febrero. En el caso de la palta, se produce en La Libertad, Lambayeque, Ica, Lima, Arequipa y se cosecha entre abril y septiembre, con un pico entre mayo y agosto. En el caso de la Lúcumá, en la costa se produce en Lima, Ica y Arequipa y se cosecha entre febrero y julio, con un pico entre marzo y mayo. En la sierra se produce en Ayacucho, Huancavelica y Junín y se cosecha entre marzo y agosto, con un pico en abril-junio
2008300000	AGRIOS (CÍTRICOS) PREPARADOS O CONSERVA	Las conservas de frutas cítricas siguen la temporada de cosechas de las frutas. En el caso de la piña la cosecha en las regiones de San Martín, Loreto, Ucayali, Amazonas, Junín y Ayacucho se realiza principalmente entre junio y noviembre, con un pico entre agosto y octubre. En el caso de la mandarina, se produce en Ica, Lima, La Libertad, Lambayeque y se cosecha entre marzo y octubre, con un pico entre junio y agosto para el caso de las variedades tardías como W. Murcott, Nadorcott y Tango, que dominan la exportación. Variedades tempranas, como Satsuma y Okitsu, se cosechan entre marzo y mayo, mientras que las clementinas (Primosole, Clemensol) se recolectan entre abril y julio. En Ica, la cosecha debe finalizar antes del 15 de julio debido a regulaciones fitosanitarias para el control de la mosca de la fruta.
2008910000	PALMITOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRA MANERA	La producción de conservas de palmito sigue la estacionalidad de su cosecha. Se producen en San Martín, Loreto, Ucayali, Amazonas y se cosecha durante todo el año, pero los picos principales ocurren entre marzo y agosto, con mayor actividad en mayo y junio, cuando las condiciones de lluvia son moderadas y facilitan el desarrollo del tallo tierno.
0711200000/ 2005700000/ 2001901000	ACEITUNAS CONSERVADAS PROVISIONALMENTE, PREPARADAS O CONSERVA	Las aceitunas que se producen en Tacna, Arequipa, Ica, Moquegua. La cosecha ocurre entre marzo a junio, con un pico en abril y mayo.
2008209000	LAS DEMÁS PIÑAS TROPICALES PREPARADOS O	La estacionalidad de la producción de piñas en conservas sigue la cosecha de la fruta. En el caso de la piña la cosecha en las regiones de San Martín, Loreto, Ucayali, Amazonas, Junín y Ayacucho se realiza principalmente entre junio y noviembre, con un pico entre agosto y octubre. En la costa (Lambayeque, Piura): con una menor producción, se cultivan piñas en áreas irrigadas de la costa, como en el Proyecto Olmos (Lambayeque) o en Piura. En estas zonas, la cosecha ocurre entre julio y diciembre, aprovechando el riego por goteo y el clima cálido. Sin embargo, la producción costera es mucho menor en comparación con la selva.
2008993000	MANGOS PREPARADOS O CONSERVADOS	Los mangos en conserva se producen siguiendo la temporada de cosecha. Los mangos se producen en Piura, Lambayeque, La Libertad e Ica, y se cosecha entre noviembre y marzo, con un pico entre diciembre y febrero.
801220000	NUEZ AMAZÓNICA (CASTAÑA)	Las nueces de Brasil se producen en Madre de Dios y se cosechan entre enero y marzo, con un pico entre enero y febrero.
711510000	HONGOS DEL GÉNERO AGARICUS	Los hongos agaricus se producen Lima, Ica, La Libertad. La producción de Agaricus bisporus se realiza de manera continua durante todo el año en instalaciones especializadas con control de temperatura. En Cusco se produce principalmente entre enero y junio, con un pico entre marzo y abril.
0910110000/ 910120000	JENGIBRE (DESHIDRATADO, TRITURADO O PULVERIZADO)	El jengibre se produce en Junín, San Martín, Ucayali, Loreto y se cosecha entre marzo y diciembre, con un pico principal entre mayo y agosto.

910300000	CÚRCUMA TRITURADA, PULVERIZADA, DESHIDRATADA	La cúrcuma se produce en Junín, San Martín, Ucayali, y Amazonas y se cosecha entre marzo y agosto, con un pico entre abril y junio.
1211903000	ORÉGANO SECO	El orégano se produce en Arequipa, Tacna, Moquegua, Ayacucho, Cusco, Puno y se cosecha entre marzo y agosto, con un pico principal entre abril y junio.
0904211090/ 0904221000/ 0904211010/ 0904219000	PÁPRIKA POLVO, SECO, TROZOS, LAS DEMÁS PÁPRIKA, DEMÁS FRUTOS DEL GÉNERO CAPSICUM (Chile Ancho)	La producción de la paprika sigue su cosecha. Se produce en Arequipa, Ica, Lima, La Libertad, Lambayeque y Piura y se cosecha entre marzo y octubre. Los picos de producción varían por regiones.
2005999000/ 2005993190	LAS DEMÁS HORTALIZAS Y LAS MEZCLAS DE HORTALIZAS	Las hortalizas en conserva se producen siguiendo su cosecha, y varía según la hortaliza, la región de producción y el tipo de riego. En la costa el Perú es capaz de producir hortalizas en cualquier época del año, pero siempre preferirá exportar cuando los precios del hemisferio norte estén altos, usualmente a partir de setiembre hasta diciembre.

Fuente: MIDAGRI y entrevistas a exportadores
Elaboración: propia

3.3.3 Exportaciones de Perú

El cuadro 3.3.3.1 muestra la evolución del valor de exportación de alimentos procesados de Perú al mundo entre 2020 y 2024. Se observa un desempeño mixto: productos como el jengibre triturado, piña procesada y arándano rojo muestran un crecimiento notable, con tasas de crecimiento promedio (TCP) superiores al 70% en algunos casos. Sin embargo, también hay productos con caídas significativas, como las aceitunas conservadas provisionalmente (-26.2%) y espárragos preparados (-41.5%). El jengibre sin triturar, aunque mantiene un alto valor absoluto, no muestra crecimiento neto en el periodo. En general, el sector ha experimentado oportunidades importantes en ciertos nichos de mercado, mientras que otros enfrentan retos competitivos o de demanda.

Cuadro 3.3.3.1

PERU: EXPORTACIONES AL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS POR SUBPARTIDA (Valor en miles USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente, p. ej. con gas sulfuroso, en salmuera, en agua sulfurosa	10,962	13,155	11,182	11,284	8,087	-28.3%	-7.3%
071151	Hongos del género "Agaricus", conservados provisionalmente, por ejemplo, con gas sulfuroso	93	196	33	112	0	-100.0%	-100.0%
071490	Arrurruz, salep, aguaturmas y raíces y tubérculos similares con alto contenido de almidón o inulina...	1,066	1,460	1,198	1,054	1,885	78.8%	15.3%
080122	Nueces del Brasil frescas o secas, sin cáscara	29,010	47,506	36,363	29,006	37,677	29.9%	6.8%
090421	Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	83,698	100,373	124,932	155,126	154,070	-0.7%	16.5%
090422	Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, triturados o pulverizados	11,984	14,847	17,093	21,206	18,262	-13.9%	11.1%
091011	Jengibre, sin triturar ni pulverizar	104,371	83,944	64,091	118,502	104,389	-11.9%	0.0%
091012	Jengibre, triturado o pulverizado	1,272	1,816	1,798	1,687	2,480	47.0%	18.2%
091099	Espicias (excepto pimienta del género Piper, frutos del género Capsicum o Pimenta)	278	353	321	264	482	82.6%	14.7%
110620	Harina, sémola y polvo de sagú o de raíces o tubérculos de mandioca, arrurruz, salep, batata	18,965	25,085	25,219	25,163	25,582	1.7%	7.8%
121190	Plantas, partes de plantas, incluidas semillas y frutos, utilizados principalmente en perfumería, farmacia	23,170	30,322	26,342	24,778	30,192	21.9%	6.8%

150920	Aceite de oliva virgen extra "Cat. UE 1" obtenido del fruto del olivo únicamente por extracción mecánica	0	0	4,445	7,473	2,733	-63.4%	NA
150990	Aceite de oliva "Cat. UE 4 y 5" y fracciones obtenidas del fruto del olivo únicamente	3	59	170	2	42	2000.0%	93.4%
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas en vinagre	75,506	83,533	92,531	89,142	83,634	-6.2%	2.6%
200560	Espárragos, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético (excepto congelados)	102,115	97,522	103,006	94,065	59,698	-36.5%	-12.6%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (excepto congeladas)	35,225	32,997	48,267	40,415	42,767	5.8%	5.0%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas, preparadas o conservadas sin vinagre, sin congelar	238,861	253,173	299,197	256,233	300,443	17.3%	5.9%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés o pastas de frutas, obtenidas por cocción, incluso con	7,264	3,695	7,837	8,073	8,285	2.6%	330.0%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	2,164	7,630	27,359	10,103	18,872	86.8%	71.8%
200830	Cítricos, preparados o conservados, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	20,607	25,961	26,972	24,420	17,480	-28.4%	-4.0%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	8,554	9,465	12,312	13,414	12,704	-5.3%	10.4%
200899	Frutas y demás Partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de...	35,893	35,175	46,441	49,894	44,664	-10.5%	5.6%
200939	Zumo de un solo cítrico, sin fermentar, con un valor Brix > 20 a 20 °C, incluso con adición de...	10,626	11,360	15,808	13,851	15,655	13.0%	10.2%
200981	Arándano rojo o arándano rojo (Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccos, Vaccinium vitis-idaea)	67	253	1,150	1,329	909	-31.6%	91.9%
200990	Mezclas de zumos de frutas, incluido el mosto de uva, y zumos de hortalizas, sin fermentar, incluso con adición de...	4,438	6,679	9,960	2,521	5,549	120.1%	5.7%

Fuente: Trademap
Elaboración propia

El análisis en volumen revela tendencias que complementan la información del valor exportado. Por ejemplo, aunque las exportaciones de jengibre sin triturar disminuyeron en volumen (-3.9%), su valor se mantuvo estable, lo que sugiere una mejora en precios o valor agregado. En cambio, los espárragos preparados experimentaron una caída fuerte tanto en volumen (-52.1%) como en valor, indicando un deterioro del desempeño en este rubro.

Cuadro 3.3.3.2
PERU: EXPORTACIONES AL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS POR SUBPARTIDA
(Toneladas)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente, p. ej. con gas sulfuroso, en salmuera, en agua sulfurosa	16,217	18,404	15,996	16,165	9,292	-42.5%	-13.0%
071151	Hongos del género "Agaricus", conservados provisionalmente, por ejemplo, con gas sulfuroso	60	113	19	76	-	-100.0%	-100.0%
071490	Arrurruz, salep, aguaturmas y raíces y tubérculos similares con alto contenido de almidón o inulina...	1,027	1,307	658	442	698	57.9%	-9.2%

080122	Nueces del Brasil frescas o secas, sin cáscara	5,575	5,429	5,125	5,251	5,067	-3.5%	-2.4%
090421	Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	31,813	31,990	37,243	37,078	39,014	5.2%	5.2%
090422	Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, triturados o pulverizados	6,255	7,147	7,551	8,471	7,350	-13.2%	4.1%
091011	Jengibre, sin triturar ni pulverizar	49,657	54,178	55,575	73,138	47,707	-34.8%	-1.0%
091012	Jengibre, triturado o pulverizado	584	780	830	705	937	32.9%	12.5%
091099	Espicias (excepto pimienta del género Piper, frutos del género Capsicum o Pimenta,	88	104	67	66	97	47.0%	2.5%
110620	Harina, sémola y polvo de sagú o de raíces o tubérculos de mandioca, arrurruz, salep, batata...	3,371	3,240	3,010	3,318	3,406	2.7%	0.3%
121190	Plantas, partes de plantas, incluidas semillas y frutos, utilizados principalmente en perfumería, farmacia o... ..	8,394	9,395	9,735	10,475	10,908	4.1%	6.8%
150920	Aceite de oliva virgen extra "Cat. UE 1" obtenido del fruto del olivo únicamente por extracción mecánica...			1,260	1,304	393	-69.9%	NA
150990	Aceite de oliva "Cat. UE 4 y 5" y fracciones obtenidas del fruto del olivo únicamente...	5	27	57	1	7	600.0%	8.8%
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas en vinagre...	32,849	37,262	38,330	34,427	31,652	-8.1%	-0.9%
200560	Espárragos, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético (excepto congelados)	33,769	31,454	31,687	26,363	16,175	-38.6%	-16.8%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (excepto congeladas)	28,039	21,496	32,408	25,832	15,107	-41.5%	-14.3%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas, preparadas o conservadas sin vinagre, sin congelar...	121,313	125,212	142,978	115,755	134,146	15.9%	2.5%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés o pastas de frutas, obtenidas por cocción, incluso con...	7,392	3,455	7,124	6,838	7,547	10.4%	0.5%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	772	2,528	8,384	2,947	7,879	167.4%	78.7%
200830	Cítricos, preparados o conservados, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	10,738	13,875	13,259	11,839	8,340	-29.6%	-6.1%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con azúcar u otro edulcorante añadido...	3,649	4,088	4,790	4,828	4,079	-15.5%	2.8%
200899	Frutas y demás Partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de...	15,647	16,843	21,377	21,729	14,934	-31.3%	-1.2%
200939	Zumo de un solo cítrico, sin fermentar, con un valor Brix > 20 a 20 °C, incluso con adición de...	15,602	15,208	17,757	15,308	17,606	15.0%	3.1%
200981	Arándano rojo o arándano rojo (Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccos, Vaccinium vitis-idaea) ...	21	389	1,483	1,352	873	-35.4%	153.9%
200990	Mezclas de zumos de frutas, incluido el mosto de uva, y zumos de hortalizas, sin fermentar, incluso con adición de...	206	424	915	600	230	-61.7%	2.8%

Fuente: Trademap
Elaboración propia

IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN ESTADOS UNIDOS

4.1 Producción de alimentos procesados en Estados Unidos

Según la empresa especializada en estudios de mercado IBISWorld, la industria de alimentos envasados en Estados Unidos alcanzará ventas por USD 51,300 millones, con una tasa compuesta de crecimiento

anual (TCP%) de -0.4% en el periodo 2020–2025. Para el periodo 2025–2030, se proyecta una leve mejora con una TCP% de -0.2%.

Dentro de este sector, la industria de manufactura de frutas y vegetales en conserva está compuesta por 3,688 empresas, principalmente ubicadas cerca de centros de producción agrícola con infraestructura de transporte desarrollada y acceso a mercados con alta concentración de consumidores. Entre las regiones más destacadas se encuentran:

- California: Principal centro de procesamiento debido a su fuerte base agrícola.
- Medio Oeste (Illinois, Wisconsin, Ohio y Minnesota): Hub de producción de sopas enlatadas y productos cárnicos procesados.
- Noreste (New Jersey, Nueva York, Pennsylvania): Zona con una histórica presencia de procesadores de alimentos, actualmente especializada en productos dirigidos a consumidores étnicos, incluyendo alimentos kosher y halal, gracias a la cercanía con grandes centros urbanos como Filadelfia y Nueva York.
- Sur (Texas, Florida, Carolina del Norte): Texas destaca por su industria cárnica; Florida por su producción de frutas cítricas. Ambos estados tienen una fuerte proyección internacional por su conectividad vía puertos y aeropuertos.
- Noroeste del Pacífico (Washington y Oregón): Con presencia significativa de procesadores de frutas en conserva.

Por otro lado, la industria manufacturera de alimentos congelados genera ventas anuales por USD 47,500 millones, con una TCP% de 1.2% entre 2020 y 2025, y una proyección de crecimiento más dinámica del 3.6% para el periodo 2025–2030. Este sector está compuesto por 619 empresas distribuidas, en su mayoría, en los mismos estados mencionados anteriormente.

En cuanto a la distribución por tipo de producto, destacan aquellos alimentos listos para cocinar y listos para consumir, tanto en la categoría de alimentos en conserva como en congelados. Esto refleja una fuerte tendencia hacia productos de conveniencia, especialmente valorados por consumidores que no cocinan regularmente en casa.

Cuadro N° 4.1.1

ESTADOS UNIDOS: PRODUCTOS FABRICADOS POR LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS EN CONSERVA

(En millones de USD y participación %)

Productos	Ventas anuales (USD millones)	Participación %
Frutas y vegetales envasado	16,700	32.5
Sopas, guisos y caldos	7,500	14.6
Frutas y vegetales deshidratados	3,800	7.5
Jugos de frutas y vegetales	3,400	6.6
Mermeladas y purés	2,600	5.1
Productos encurtidos	1,700	3.3
Kétchup y otras salsas de tomate	4,900	9.6

Fuente: IBISWorld

El mercado de alimentos en conserva en Estados Unidos está liderado por los productos de frutas y vegetales envasados, que representan el 32.5% del total de las ventas anuales, con un valor de 16,700 millones de USD. Le siguen las sopas, guisos y caldos (14.6%), y el kétchup y otras salsas de tomate (9.6%). Este comportamiento del mercado refleja una fuerte preferencia del consumidor por productos con larga vida útil, fáciles de almacenar y que requieren poca o ninguna preparación. Otros productos como los deshidratados, jugos, mermeladas, purés y encurtidos también tienen presencia, aunque con participaciones menores, lo que evidencia una amplia gama de productos orientados a la conservación prolongada y la practicidad.

Cuadro N° 4.1.2
**ESTADOS UNIDOS: PRODUCTOS FABRICADOS POR LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS
 CONGELADOS**

(En millones de USD y participación %)

Productos	Ventas anuales (USD millones)	Participación %
Alimentos y comidas preparadas y congeladas	19,500	41.1
Vegetales congelados	14,900	31.4
Pizza congelada	9,000	19
Frutas congeladas y jugos concentrados	4,000	8.5

Fuente: IBISWorld

En la industria de alimentos congelados, los alimentos y comidas preparadas dominan el mercado con una participación del 41.1% y ventas anuales de 19,500 millones de USD, seguidos por los vegetales congelados (31.4%) y la pizza congelada (19%). Esta distribución revela una clara tendencia hacia el consumo de productos listos para calentar y consumir, en línea con estilos de vida acelerados que valoran la conveniencia y el ahorro de tiempo. Aunque con menor participación, las frutas congeladas y jugos concentrados (8.5%) también reflejan la demanda por alternativas saludables. En conjunto, este mercado se caracteriza por ofrecer soluciones rápidas, prácticas y con un enfoque en la conservación del valor nutricional.

4.2 Exportaciones de alimentos procesados en Estados Unidos

El cuadro muestra la evolución de las exportaciones de Estados Unidos por subpartida arancelaria en el sector agroindustrial entre 2020 y 2024. A nivel general, se observa un crecimiento de 5.1% en el valor total exportado.

Productos como el aceite de oliva virgen (150920) y Jengibre, triturado ni moliendo (91011) destacan con crecimientos significativos del 66.9% y 47.5%, respectivamente, evidenciando una creciente demanda internacional. Por otro lado, algunos productos experimentaron caídas pronunciadas, como los espárragos en conserva (200560) con una disminución del 69.1%, y Palmitos, preparados o conservados (200891), con -26.7%, lo que sugiere problemas de oferta, competitividad o cambios en la demanda del mercado. Este análisis refleja una diversificación paulatina de la oferta agroexportadora, con un comportamiento dinámico en productos con valor agregado y transformación, aunque también se evidencia la necesidad de mejorar la competitividad en ciertos segmentos que han perdido participación.

Cuadro N° 4.2.1.

ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES AL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
 (En miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		879,687	942,618	975,773	956,027	1,005,230	5.1%	100%
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato.	235	339	152	114	166	45.9%	-8.4%
71490	Raíces y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina, no especificados, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	847	636	513	816	873	6.9%	0.7%
80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	795	2,292	1,494	579	436	-24.8%	-14.0%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	29,873	33,802	33,412	27,569	36,002	30.6%	4.8%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (no kiwi),	25,388	31,291	34,969	31,403	23,384	-25.5%	-2.0%

	crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas							
81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	145,314	166,596	170,425	164,227	174,958	6.5%	4.8%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	14,069	13,160	14,814	16,075	19,533	21.5%	8.5%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), secas, sin triturado ni molidos	2,061	2,349	2,143	2,396	3,181	32.7%	11.5%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), triturado ni molidos	11,198	11,485	11,969	15,740	15,415	-2.1%	8.3%
91011	Jengibre, sin triturar ni moliendo	1,799	1,881	1,985	2,261	2,429	7.4%	7.8%
91012	Jengibre, triturado ni moliendo	1,993	1,163	1,047	2,255	3,325	47.5%	13.7%
91030	Cúrcuma	2,156	3,269	3,291	3,335	2,553	-23.4%	4.3%
91099	Espicias, nesoi	34,861	37,863	42,796	35,485	32,532	-8.3%	-1.7%
110620	Harinas y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	7,979	7,745	7,143	8,068	8,566	6.2%	1.8%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	8,268	10,154	0	0	0	5.1%	-100.0%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

Cuadro N° 4.2.2.
ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES AL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
(En miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	4,476	7,872	15,413	95.8%	NA
150930	Aceite de oliva virgen del capítulo 15, nota 1 de este capítulo, y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	535	1,174	1,493	27.2	NA
150940	Aceites de oliva vírgenes y sus fracciones y sus fracciones, incluso refinadas, pero sin modificar químicamente, nesoi	0	0	2,624	781	870	11.5%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	56,247	55,456	55,137	57,216	62,869	9.9%	2.8%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	566	416	237	490	151	-69.1%	-28.1%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	7,936	8,015	8,288	8,046	10,061	25.0%	6.1%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	88,766	85,693	88,156	93,295	99,168	6.3%	2.8%
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos de frutas cítricas, nesoi	6,942	7,458	7,693	7,908	6,509	-17.7%	-1.6%
200799	Mermeladas, jaleas de frutas, mermeladas y purés cocidos purés o pastas, excepto de frutas cítricas, nesoi, y purés o pastas de frutas cocidas, nesoi	100,678	119,189	130,857	131,636	127,644	-3.0%	6.1%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	1,713	2,196	2,066	1,732	2,092	20.8%	5.1%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y los segmentos refrigerados), preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	16,397	18,969	17,820	11,709	13,741	17.4%	-4.3%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	1,014	281	288	342	251	-26.7%	-29.5%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	146,425	138,922	161,061	152,265	168,694	10.8%	3.6%

200939	Zumo de cualquier otro fruto cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, nesoi	22,917	23,290	14,776	12,372	12,432	0.5%	-14.2%
200981	Zumo de arándano rojo (vaccinium macrocarpon, vaccinium oxycoccos); zumo de arándano rojo (vaccinium vitis-idaea)	28,556	44,020	45,528	57,096	57,162	0.1%	18.9%
200990	Mezclas de zumos, frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, incluso endulzados	114,695	114,688	110,081	101,772	103,326	1.5%	-2.6%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

El siguiente cuadro, presenta la evolución de las exportaciones desde Estados Unidos al mundo de alimentos procesados entre 2020 y 2024, medido en miles de kilogramos. Se observa un comportamiento mixto en las subpartidas analizadas, con algunos productos mostrando fuerte crecimiento y otros evidenciando retrocesos marcados. Destacan positivamente las aceitunas conservadas (712000), que creció un 100.6%, y aceite de oliva extra (150920), que incrementó 96.1% en volumen exportado, reflejando una creciente demanda global por productos saludables y funcionales. En contraste, productos como los espárragos preparados (200560) y la cúrcuma (910300) mostraron caídas pronunciadas del 57.1% y 44.4%, respectivamente, lo cual podría estar vinculado a cambios en la demanda, competitividad o barreras logísticas.

Cuadro N° 4.2.3.

ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES AL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
(En Kilogramos)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato.	130,685	182,710	76,248	40,353	80,959	100.6%	-11.3%
71490	Raíces y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina, no especificados, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	644,988	465,163	341,500	544,893	542,901	-0.4%	-4.2%
80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	149,161	639,735	402,169	153,897	108,896	-29.2%	-7.6%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	11,755,556	12,104,653	11,006,600	9,925,935	14,118,101	42.2%	4.7%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (no kiwi), crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas	7,796,030	6,745,567	5,836,148	5,759,695	5,610,492	-2.6%	-7.9%
81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	61,814,971	71,089,583	60,612,578	62,616,351	69,426,437	10.9%	2.9%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	2,229,179	1,906,447	1,869,438	1,910,875	2,425,648	26.9%	2.1%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), secas, sin triturado ni molidos	599,965	627,326	548,620	616,457	981,634	59.2%	13.1%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), triturado ni molidos	3,377,836	3,371,231	3,403,346	4,537,395	4,248,653	-6.4%	5.9%
91011	Jengibre, sin triturar ni moliendo	800,776	736,238	695,790	852,711	945,755	10.9%	4.2%
91012	Jengibre, triturado ni moliendo	915,677	593,873	603,466	1,173,777	1,817,297	54.8%	18.7%
91030	Cúrcuma	362,080	447,377	575,167	471,378	262,064	-44.4%	-7.8%
91099	Espicias, nesoi	6,693,865	7,220,671	8,372,755	6,615,910	6,212,745	-6.1%	-1.8%
110620	Harinas y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	5,621,715	5,772,829	5,063,654	4,912,562	4,992,486	1.6%	-2.9%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	2,461,509	2,776,453	0	0	0	NA	-100%
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	1,437,622	2,553,159	5,007,266	96.1%	NA
150930	Aceite de oliva virgen del capítulo 15, nota 1 de este capítulo, y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	152,260	363,797	485,315	33.4%	NA
150940	Aceites de oliva vírgenes y sus fracciones y sus fracciones, incluso refinadas, pero sin modificar químicamente, nesoi	0	0	792,563	205,534	242,890	18.2%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	25,558,639	25,877,357	25,031,991	24,263,188	25,191,514	3.8%	-0.4%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	195,798	131,983	61,021	127,806	54,782	-57.1%	-27.3%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	4,012,464	4,001,308	3,773,015	3,763,592	4,958,119	31.7%	5.4%

200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	60,487,141	56,402,263	57,365,319	61,822,132	61,597,841	-0.4%	0.5%
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos de frutas cítricas, nesoi	3,662,283	4,163,253	4,323,715	4,305,601	3,608,253	-16.2%	-0.4%
200799	Mermeladas, jaleas de frutas, mermeladas y purés cocidos purés o pastas, excepto de frutas cítricas, nesoi, y purés o pastas de frutas cocidas, nesoi	43,100,480	50,845,243	58,041,354	58,261,847	55,554,242	-4.6%	6.6%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	1,344,649	1,783,869	1,660,388	1,280,820	1,382,243	7.9%	0.7%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y los segmentos refrigerados), preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	14,570,439	17,575,128	14,116,562	8,000,061	7,106,998	-11.2%	-16.4%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	282,960	94,352	100,141	65,798	48,829	-25.8%	-35.5%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	53,690,421	50,783,250	47,908,847	43,990,797	48,513,731	10.3%	-2.5%
200939	Zumo de cualquier otro fruto cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, nesoi	16,771,150	16,614,562	11,206,436	9,103,599	8,854,071	-2.7%	-14.8%
200981	Zumo de arándano rojo (vaccinium macrocarpon, vaccinium oxycoccos); zumo de arándano rojo (vaccinium vitis-idaea)	19,991,614	30,124,666	35,711,310	44,937,298	45,581,692	1.4%	22.9%
200990	Mezclas de zumos, frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, incluso endulzados	68,494,331	65,478,850	64,890,718	54,911,243	56,465,606	2.8%	-4.7%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

4.3 Importaciones de Estados Unidos de alimentos procesados

Durante el período 2020-2024, se observa un crecimiento significativo en las exportaciones de varias subpartidas alimentarias. Destaca el notable incremento en el valor exportado de aceite de oliva virgen extra, que pasó de no registrar exportaciones en 2020 y 2021 a alcanzar 2,485.36 millones USD en 2024, mostrando una clara tendencia ascendente. También se evidenció una recuperación en las exportaciones de nuez de Brasil frescas o secas, con un alza en 2024 tras una caída en 2023. Finalmente, las frutas conservadas mantienen un volumen alto y estable, superando los 2,100 millones USD en 2024, lo que reafirma su importancia dentro de las importaciones agroindustriales de Estados Unidos.

Cuadro 4.3.1.

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024 (Valor importado en millones de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero no aptas para consumo inmediato en ese estado.	10.53	14.42	19.98	23.46	17.21	-26.6%	13.1%
71490	Raíces y tubérculos con alto contenido en almidón o inulina, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	17.57	12.83	18.93	21.34	13.82	-35.2%	-5.8%
80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	33.10	60.89	78.71	35.08	62.00	76.7%	17%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	300.59	383.00	371.78	306.99	322.83	5.1%	1.8%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (excepto kiwi), crudas o cocidas al vapor o en agua, congeladas	98.94	165.62	230.88	147.31	103.27	-29.9%	1.1%
81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	672.58	808.47	919.27	825.01	848.31	2.8%	6%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	76.35	116.03	157.75	125.28	174.27	39.1%	22.9%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), deshidratado, sin triturar ni moliendo	173.67	191.62	205.32	239.09	262.34	9.7%	10.9%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), triturado o moliendo	201.09	247.59	270.32	304.70	328.67	7.8%	13.1%
91011	Jengibre, sin triturar ni moler	134.83	133.37	101.70	124.83	143.31	14.8%	1.5%
91012	Jengibre, triturado o molido	18.60	18.15	22.61	18.14	21.39	17.9%	3.6%
91030	Cúrcuma	41.99	54.96	43.14	45.88	51.53	12.3%	5.2%

91099	Espicias, nesoi	98.70	110.94	103.41	103.99	117.65	13.1%	4.5%
110620	Harina y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	64.09	52.06	41.75	26.92	29.73	10.4%	-17.5%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	1,039.75	1,134.56	0.00	0.00	0.00	NA	-100%
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0.00	0.00	1,217.52	1,540.56	2,485.36	61.3%	NA
150930	Aceite de oliva virgen del capítulo 15, nota 1 de este capítulo, y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente modificado	0.00	0.00	46.23	33.82	43.10	27.4%	NA
150940	Aceites de oliva vírgenes y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, nesoi	0.00	0.00	33.70	30.80	6.09	-80.2%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	354.08	406.28	459.16	495.95	547.30	10.3%	11.5%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	21.19	21.32	18.69	13.31	6.20	-53.4%	-26.4%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	414.01	468.17	529.61	474.74	620.99	30.8%	10.7%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	581.89	630.96	729.44	630.44	695.26	10.3%	4.6%
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés cocidos de frutas cítricas pastas (no incluidas)	9.20	9.41	12.23	13.82	13.47	-2.5%	10%
200799	Mermeladas, jaleas de frutas, mermeladas y purés o pastas cocidos, excepto los de frutas cítricas (no incluidas), y purés o pastas de frutas frutos secos cocidos (no incluidas)	360.94	394.15	509.70	573.99	589.58	2.7%	13.1%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido (no incluidas)	301.16	391.80	434.38	321.03	313.00	-2.5%	1%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y los segmentos refrigerados), preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido (no incluidas)	293.93	290.11	367.50	323.62	282.65	-12.6%	-1%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido (no incluidas)	25.35	28.14	34.70	32.48	35.35	8.8%	8.7%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas (no incluidas), preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido (no incluidas) alcohol, sin fermentar	1,366.98	1,590.99	1,894.97	1,940.61	2,105.51	8.5%	11.4%
200939	Zumo de cualquier otro cítrico, sin fortificar con vitaminas ni minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, sin fermentar	93.78	100.90	100.45	80.21	98.24	22.4%	1.2%
200981	Zumo de arándano rojo (vaccinium macrocarpon, vaccinium oxycoccos); zumo de arándano rojo (vaccinium vitis-idaea)	25.66	28.34	42.52	50.77	50.52	-0.5%	18.5%
200990	Mezclas de zumos de frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, endulzados o no	68.16	80.82	97.47	88.55	136.69	54.3%	19.0%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

Durante el periodo 2020-2024, las importaciones estadounidenses de alimentos procesados mostraron un comportamiento mixto. Se evidenció una caída significativa en productos como aceitunas conservadas provisionalmente (-48.4%) y espárragos preparados (-56.6%), lo que sugiere una reducción de la demanda o cambios en los proveedores. En contraste, ciertos productos registraron incrementos notables, como el zumo de otros cítricos (36.2%), la nuez del Brasil (48.9%), y mezclas de zumos (46.2%), lo cual podría estar vinculado al interés por alimentos funcionales y saludables. En términos acumulados, los productos con mayor crecimiento sostenido fueron los zumos y las especias, mientras que, la subpartida de hortalizas y mezclas de hortalizas 200599 con más de 378 mil kilogramos en 2024. Estos datos reflejan cambios en los patrones de consumo y en la estructura de importación estadounidense, lo que representa oportunidades y desafíos para los exportadores de alimentos procesados.

Cuadro 4.3.2.

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
(En miles de kilogramos)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP (%) 24/20
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato.	8,613	10,847	17,045	17,728	9,145	-48.4%	1.5%

71490	Raíces y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina, no especificados, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	17,022	12,528	17,457	21,328	13,105	-38.6%	-6.3%
80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	5,549	6,875	8,457	5,827	8,677	48.9%	11.8%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	159,364	192,240	177,115	161,079	158,105	-1.8%	-0.2%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (no kiwi), crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas	43,034	47,305	54,389	41,443	35,533	-14.3%	-4.7%
81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	342,046	369,396	381,271	362,330	356,070	-1.7%	1%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	21,817	28,758	29,281	24,649	30,246	22.7%	8.5%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), secas, sin triturado ni molidos	54,291	56,224	54,911	59,173	62,137	5.0%	3.4%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de Jamaica), triturado ni molidos	107,781	120,528	121,483	132,047	130,623	-1.1%	4.9%
91011	Jengibre, sin triturar ni moliendo	101,620	103,947	102,516	90,310	100,079	10.8%	-0.4%
91012	Jengibre, triturado ni moliendo	4,511	4,357	5,506	4,203	4,910	16.8%	2.1%
91030	Cúrcuma	12,917	13,190	10,748	11,975	13,666	14.1%	1.4%
91099	Especias, nesoi	26,630	29,890	26,356	25,604	29,525	15.3%	2.6%
110620	Harinas y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	91,020	57,527	37,950	20,477	17,333	-15.4%	-33.9%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	298,997	272,601	0	0	0	-	-100%
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	271,688	244,486	271,300	11.0%	NA
150930	Aceite de oliva virgen del capítulo 15, nota 1 de este capítulo, y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	9,773	4,696	5,085	8.3%	NA
150940	Aceites de oliva vírgenes y sus fracciones y sus fracciones, incluso refinadas, pero sin modificar químicamente, nesoi	0	0	8,952	6,074	804	-86.8%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	248,734	289,612	293,960	287,390	295,350	2.8%	4.4%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	8,107	7,599	7,164	5,273	2,289	-56.6%	-27.1%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	123,248	141,338	146,027	124,566	139,310	11.8%	3.1%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	332,774	356,858	397,634	340,155	378,922	11.4%	3.3%
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos de frutas cítricas, nesoi	3,559	3,303	4,368	4,262	3,900	-8.5%	2.3%
200799	Mermeladas, jaleas de frutas, mermeladas y purés cocidos purés o pastas, excepto de frutas cítricas, nesoi, y purés o pastas de frutas cocidas, nesoi	217,249	218,716	258,359	259,838	246,790	-5.0%	3.2%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	252,701	294,769	324,265	260,529	234,581	-10.0%	-1.8%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y los segmentos refrigerados), preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	196,327	192,176	235,340	194,590	187,168	-3.8%	-1.2%

200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	9,624	10,332	11,234	9,919	10,534	6.2%	2.3%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	566,032	615,489	675,928	634,562	656,224	3.4%	3.8%
200939	Zumo de cualquier otro fruto cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, nesoi	51	41	264	68	423	517.7%	69.9%
200939	Zumo de cualquier otro cítrico, sin fortificar con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, nesoi	182,123	195,652	212,605	178,878	243,627	36.2%	7.5%
200981	Zumo de arándano rojo (<i>vaccinium macrocarpon</i> , <i>vaccinium oxycoccos</i>); zumo de arándano rojo (<i>vaccinium vitis-idaea</i>)	19,841	23,631	29,906	28,410	23,626	-16.8%	4.5%
200990	Mezclas de zumos de frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, incluso endulzados	61,331	68,511	67,953	61,102	89,357	46.2%	9.9%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

4.4 Estacionalidad de las importaciones de Estados Unidos

Estados Unidos mantiene una demanda constante de alimentos procesados a lo largo del año. Sin embargo, se observa un incremento significativo en las importaciones entre los meses de mayo a julio, impulsado principalmente por el aumento en el consumo de bebidas envasadas y la demanda asociada a las vacaciones de verano y las celebraciones del 4 de julio.

Otra temporada clave —y la más consistente según el análisis de múltiples años— ocurre entre septiembre y noviembre. Este periodo responde tanto al consumo habitual como a la preparación para la temporada festiva, que inicia con el Día de Acción de Gracias, celebrado el tercer jueves de noviembre. Durante esta festividad, es común que las familias compartan una comida a media tarde, en la que se incluyen diversos productos gourmet y especialidades culinarias utilizadas como aperitivos, acompañamientos o postres. Aunque el pavo suele servirse congelado y las ensaladas pueden presentarse frescas o cocidas, es habitual iniciar la reunión con tapenades (por ejemplo, de alcachofa y pimientos), puré de manzana o membrillo (que puede incorporar aguaymanto), y ensaladas que incluyan nueces amazónicas.

Además de los platillos servidos, los asistentes suelen intercambiar obsequios, entre los cuales destacan los alimentos procesados y en conserva, justamente similares —o idénticos— a los que forman parte de la oferta peruana. La temporada festiva se extiende hasta Navidad y Año Nuevo, periodos en los que las tradicionales canastas de regalo y los encuentros de confraternidad intensifican el consumo de productos gourmet, consolidándolos como opciones frecuentes para obsequios y reuniones.

Este fenómeno impulsa una mayor demanda de alimentos procesados entre julio y noviembre. No obstante, algunos productos presentan una estacionalidad específica relacionada con el clima. Tal es el caso de los jugos y pulpas de frutas, cuya importación se concentra entre mayo y septiembre, coincidiendo con el verano del hemisferio norte y los meses previos.

Asimismo, la pulpa de palta congelada experimenta un pico de importación entre marzo y abril, en preparación para el 5 de mayo, fecha en la que se celebra una festividad ampliamente adoptada tanto por comunidades mexicanas como no mexicanas en Estados Unidos. Durante este evento, el consumo de guacamole es elevado, elaborado a partir de palta fresca, pulpa congelada o guacamole ya preparado.

En los siguientes cuadros se presenta la variación mensual de las importaciones de Estados Unidos durante 2024. Dado que el estudio abarca 20 grupos de productos diferentes, todas las partidas han sido agrupadas para generar una estacionalidad conjunta.

Cuadro N° 4.4.1
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS DE PARTIDAS CONSIDERADAS EN EL ESTUDIO, POR MES, 2024
 (En valor FAS miles de USD)

N°	País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
	Total	805.18	747.16	881.25	866.1	961.3	901.36	873.71	834.83	835.61	848.2	853.51	882.04
1	México	125.10	114.17	117.27	121.53	121.76	108.79	124.29	131.72	128.53	131.32	119.02	130.60
2	España	109.11	100.60	153.29	131.04	172.01	201.40	149.95	113.37	100.50	121.75	106.54	119.04
3	Italia	87.03	90.90	117.85	98.13	112.51	105.68	106.75	93.60	92.77	80.24	97.86	73.83
4	China	70.57	54.86	48.76	55.35	65.50	55.26	62.50	60.75	59.29	51.91	58.14	65.94
5	Perú	44.08	30.00	31.32	30.40	28.58	29.67	24.14	31.65	37.88	48.53	52.04	53.93
6	India	25.62	29.84	32.51	37.71	37.86	33.08	32.84	35.04	39.77	42.09	39.50	39.50
7	Canadá	36.90	36.83	40.97	37.74	37.74	32.56	35.78	32.64	35.81	39.36	35.62	33.55
8	Grecia	28.03	24.67	32.72	31.37	29.15	34.53	24.86	34.39	22.03	33.33	35.04	27.93
9	Argentina	15.55	7.14	9.83	6.17	8.02	8.64	13.10	16.87	24.01	21.01	30.67	8.94
10	Turquía	27.12	27.11	35.84	36.82	22.61	23.96	28.79	29.57	38.63	33.43	25.96	41.24

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

Durante el año 2024, las importaciones de alimentos procesados por parte de Estados Unidos, considerando las partidas incluidas en el estudio, mostraron una tendencia mensual relativamente estable con un pico en mayo (961.3 mil USD) y el valor más bajo en febrero (747.16 mil USD). México se posicionó como el principal proveedor en términos de valor, seguido por España e Italia. Destaca el crecimiento constante de Perú en los últimos meses del año, pasando de 30.00 mil USD en febrero a 53.93 mil USD en diciembre. España experimentó altos volúmenes de valor en marzo, mayo y junio, mientras que China, pese a tener altos volúmenes físicos, mantuvo un valor monetario relativamente más bajo, lo cual puede deberse a menores precios unitarios.

Cuadro N° 4.4.2
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS DE PARTIDAS CONSIDERADAS EN EL ESTUDIO, POR MES, 2024
 (En miles de kilogramos)

N°	País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
	Total	257,205	231,045	252,769	253,115	267,818	240,407	242,522	248,483	260,205	263,469	262,673	273,738
1	China	50,168	39,909	33,326	37,839	44,011	37,862	42,316	40,473	40,306	36,811	41,761	48,920
2	México	43,877	39,503	42,904	42,113	41,357	36,929	42,360	44,768	48,678	49,719	40,752	44,301
3	Perú	16,254	10,391	10,968	10,285	9,990	10,107	8,462	11,659	14,997	19,073	21,147	19,333
4	España	18,660	17,512	24,473	18,548	24,299	23,959	21,911	17,192	15,076	19,693	17,954	20,028
5	India	6,729	7,764	8,731	11,457	10,250	8,765	8,918	9,775	11,789	12,548	12,094	11,236
6	Italia	11,572	11,557	14,148	11,262	13,654	12,453	12,738	11,541	11,278	10,021	11,515	9,455
7	Ecuador	9,007	9,221	8,143	7,302	10,757	8,576	7,622	10,261	10,473	8,550	9,331	9,927
8	Tailandia	9,142	8,301	10,070	11,715	10,607	10,189	9,369	11,897	10,768	10,448	8,224	9,487
9	Filipinas	5,733	6,677	8,410	6,971	6,877	8,063	5,417	4,992	6,490	7,905	8,138	8,431
10	Turquía	8,466	6,484	9,379	8,894	7,186	7,366	7,360	7,386	8,974	8,726	8,136	10,402

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

En términos de peso, las importaciones estadounidenses de alimentos procesados alcanzaron su punto máximo en diciembre con 273,738 mil kilogramos, mostrando un crecimiento sostenido en el segundo semestre. China lideró en volumen durante casi todo el año, seguido por México y Perú. Este último muestra una evolución positiva al pasar de 10,391 mil kilogramos en febrero a un pico de 21,147 mil kilogramos en noviembre, evidenciando una mayor presencia en el mercado estadounidense. España e

India también presentaron volúmenes significativos, mientras que Turquía, aunque en menor medida, mantuvo un volumen estable a lo largo del año.

Cuadro N° 4.4.3
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO DE ALIMENTOS PROCESADOS DE
PARTIDAS CONSIDERADAS EN EL ESTUDIO, POR MES, 2024
 (En miles de Litros)

N°	País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
1	Argentina	8,123	4,766	5,710	4,641	7,205	11,656	9,498	7,984	6,875	13,969	9,358	7,400
2	Canadá	4,203	4,588	6,198	5,807	6,832	4,531	4,668	4,380	4,744	6,308	6,554	4,691
3	Brasil	2,388	14,828	2,515	3,825	3,961	2,936	10,276	3,297	3,699	2,886	3,176	9,001
4	México	2,651	1,864	1,452	2,798	3,208	2,393	3,400	3,113	2,377	3,835	3,069	3,421
5	Sudáfrica	2,225	2,773	2,257	2,976	1,931	1,581	2,796	2,538	5,064	1,255	3,037	6,678
6	Uruguay	3,840	1,635	1,603	1,104	526	0	0	367	0	906	1,956	641
7	Turquía	1,084	1,201	982	1,411	868	1,066	2,316	1,094	982	1,581	782	1,665
8	Alemania	83	124	134	264	131	581	260	315	382	275	509	561
9	Perú	212	396	220	415	388	442	174	437	565	508	381	367
10	España	21	56	3	41	472	376	251	211	125	90	367	210

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

Respecto a las importaciones en volumen líquido, Argentina fue el principal proveedor de alimentos procesados en litros, destacando en los meses de junio (11,656 mil litros) y octubre (13,969 mil litros). Canadá y Brasil también mostraron altos volúmenes, con Brasil registrando un pico excepcional en febrero (14,828 mil litros). México presentó una tendencia estable, con incrementos en abril, julio y octubre. Perú tuvo una participación más modesta pero consistente a lo largo del año, con su punto más alto en septiembre (565 mil litros). España y Alemania tuvieron volúmenes bajos, aunque con cierta regularidad mensual.

4.5 Importaciones de Estados Unidos desde Perú

Entre 2020 y 2024, las exportaciones peruanas de alimentos procesados hacia Estados Unidos mostraron un comportamiento mixto. El análisis del cuadro revela una dinámica heterogénea en las importaciones de alimentos procesados por EE. UU. entre 2020 y 2024. Algunos productos han experimentado crecimientos notables, como las raíces y tubérculos (subpartida 71490), que crecieron 198.5% entre 2023 y 2024 y 34.7% en todo el periodo, o las mezclas de zumos (200990), con un alza del 352.2% anual. También destacan las frambuesas congeladas (81120) y el jengibre sin triturar (91011), con crecimientos significativos, impulsados posiblemente por tendencias saludables y naturales. En contraste, productos como las aceitunas provisionalmente conservadas (71120), la cúrcuma (91030), los espárragos preparados (200560) y algunas frutas congeladas (81190) mostraron caídas relevantes, con variaciones negativas tanto interanuales como en el acumulado 2020–2024, indicando una menor demanda o desplazamiento por otros proveedores

Cuadro N° 4.5.1.
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE PERU, ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
 (Valor importado en millones USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato.	708,404	803,173	599,798	508,882	485,297	-4.6%	-9.0%
71490	Raíces y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina, no especificados, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	158,371	203,274	183,242	174,818	521,792	198.5%	34.7%

80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	6,615,879	11,125,951	14,011,026	6,969,491	8,418,889	20.8%	6.2%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	24,241,449	30,428,365	41,022,215	23,836,621	26,708,871	12.0%	2.5%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (no kiwi), crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas	406,757	323,276	0	249,477	615,083	146.5%	10.9%
81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	62,669,226	71,052,031	91,741,650	72,656,711	45,252,874	-37.7%	-7.8%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	143,987	12,068	9,018	110,593	22,431	-79.7%	-37.2%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de jamaica), secas, sin triturados ni molidos	31,685,617	32,207,288	42,134,704	58,206,977	54,476,545	-6.4%	14.5%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de jamaica), triturados ni molidos	10,042,631	12,346,937	17,344,007	15,203,606	12,829,165	-15.6%	6.3%
91011	Jengibre, sin triturar ni molienda	39,922,491	43,126,200	35,291,262	49,959,241	57,747,817	15.6%	9.7%
91012	Jengibre, triturado ni molienda	578,241	634,974	1,306,156	354,959	449,118	26.5%	-6.1%
91030	Cúrcuma	212,935	151,772	153,922	11,220	123,480	1000.5%	-12.7%
91099	Especias (no incluidas)	35,929	95,587	98,241	209,107	507,166	142.5%	93.8%
110620	Harina y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	2,528,081	1,932,526	3,433,653	2,166,881	1,681,386	-22.4%	-9.7%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	883,438	307,056	0	0	0	NA	-100%
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	1,098,286	5,998,089	1,820,774	-69.6%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas (no incluidas), preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	51,429,001	51,258,306	71,483,353	60,533,562	61,036,137	0.8%	4.4%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	20,719,559	20,872,393	17,837,635	12,868,565	5,553,763	-56.8%	-28%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea con vinagre o ácido acético, sin congelar	4,597,140	5,308,180	7,107,442	6,101,133	10,001,445	63.9%	21.4%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea con vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	123,926,811	143,226,119	188,249,144	133,611,321	142,414,606	6.6%	3.5%
Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos de frutas cítricas, nesoi	0	0	0	18,144	0	-100.0%	NA
200799	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos, excepto frutas cítricas, nesoi, y purés o pastas de frutas de cacahuete cocidos, nesoi	7,069,416	4,729,407	7,498,364	6,912,529	6,964,477	0.8%	-0.4%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol adicional, nesoi	1,396,203	5,036,820	26,855,114	13,034,838	14,648,496	12.4%	80%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y refrigeradas) segmentos), preparados o	18,123,335	23,635,650	26,343,875	26,359,915	17,645,654	-33.1%	-0.7%

	conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi							
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	1,403,595	1,310,827	2,458,161	2,161,927	3,366,341	55.7%	24.4%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol añadido, nesoi	32,035,634	27,607,291	33,986,322	22,997,155	30,707,937	33.5%	-1.1%
200939	Zumo de cualquier otro cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol añadido, nesoi	735,772	939,550	1,366,138	633,487	1,042,576	64.6%	9.1%
200981	Zumo de arándanos rojos (vaccinium macrocarpon, vaccinium oxycoccos); zumo de arándano rojo (vaccinium vitis-idaea)	41,019	54,902	399,881	420,276	52,867	-87.4%	6.5%
200990	Mezclas de zumos, frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, incluso endulzados	5,010,416	6,671,799	11,179,339	1,448,294	6,549,263	352.2%	6.9%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

Entre 2020 y 2024, en términos de volumen, las importaciones de alimentos procesados desde Perú hacia Estados Unidos mostraron un comportamiento mixto, productos como las mezclas de zumos (subpartida 200990) y los tubérculos con almidón (71490) mostraron crecimientos extraordinarios de 220% y 245% respectivamente en el último año, reflejando una demanda creciente por productos naturales y funcionales. También destacan las aceitunas preparadas (200570) y los palmitos (200891), con alzas del 46% y 43%, lo que sugiere oportunidades para los productos gourmet o diferenciados. En contraste, productos tradicionalmente importantes como los espárragos preparados (200560) y las frutas congeladas diversas (81190) sufrieron fuertes caídas interanuales de -61% y -54%, lo que podría deberse a factores logísticos, competencia o cambios en la demanda. A nivel acumulado (TCP 2024/2020), destacan positivamente productos como la piña preparada (93.7%) y las especias no clasificadas (99.1%), mientras que otros como la cúrcuma y la pimienta mostraron un retroceso. En general, el dinamismo observado refleja tanto desafíos como nuevas oportunidades para los exportadores peruanos, que deben adaptarse a las tendencias del consumidor estadounidense y a la competitividad del mercado.

Cuadro N° 4.5.2

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE PERU, ALIMENTOS PROCESADOS, 2020-2024
(Kilogramos)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
71120	Aceitunas, conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato.	178,509	206,138	171,852	110,323	108,564	-2%	-11.7%
71490	Raíces y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina, no especificados, frescos o secos, incluso cortados en rodajas o en pellets. Bisa de sagú	62,306	55,788	47,277	47,607	164,030	245%	27.3%
80122	Nuez del brasil, frescas o secas, sin cáscara	1,102,453	1,178,186	1,724,127	1,170,139	1,138,497	-3%	0.8%
81110	Fresas, crudas o cocidas al vapor o en agua, incluso endulzadas, congeladas	12,443,737	14,495,010	20,242,553	13,262,687	13,361,103	1%	1.8%
81120	Frambuesas, moras, moras, frambuesas, grosellas y grosellas espinacas (no kiwi), crudas o cocidas al vapor o en agua hirviendo, congeladas	147,452	118,432	0	90,080	212,157	136%	9.5%

81190	Frutas, nesoi y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o en agua, incluso con edulcorante añadido, congeladas	33,380,901	34,471,495	40,400,322	36,760,907	16,955,672	-54%	-15.5%
90412	Pimienta del género piper (negra y blanca), triturada o molida	46,211	2,605	390	21,299	3,814	-82%	-46.4%
90421	Género capsicum (pimentas) o género pimenta (p. Ej., pimienta de jamaica), secas, sin triturados ni molidos	9,329,159	8,725,833	10,884,792	12,161,058	12,055,712	-1%	6.6%
90422	Género capsicum (pimienta) o género pimenta (p. Ej., pimienta de jamaica), triturados ni molidos	4,572,567	5,299,466	6,434,241	5,112,840	4,353,608	-15%	-1.2%
91011	Jengibre, sin triturar ni molienda	17,960,196	21,509,922	25,989,053	30,230,762	23,392,201	-23%	6.8%
91012	Jengibre, triturado ni molienda	184,692	236,389	426,337	123,818	143,679	16%	-6.1%
91030	Cúrcuma	39,815	22,450	24,159	3,791	19,352	410%	-16.5%
91099	Espicias (no incluidas)	9,983	15,836	31,987	78,701	157,008	99%	99.1%
110620	Harina y sémola de sagú, raíces o tubérculos de la partida 0714	484,486	301,764	445,197	319,606	279,379	-13%	-12.8%
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, virgen, sin modificar químicamente	219,245	73,766	0	0	0	NA	-100%
150920	Aceite de oliva virgen extra y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	0	0	257,330	971,244	215,299	-78%	NA
200190	Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas (no incluidas), preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	18,922,093	19,580,054	25,540,626	21,119,064	20,892,919	-1%	2.5%
200560	Espárragos, preparados o conservados de otro modo que no sea en vinagre o ácido acético, sin congelar	7,849,155	7,403,187	6,850,879	5,119,957	1,991,170	-61%	-29.0%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas de otro modo que no sea con vinagre o ácido acético, sin congelar	1,339,796	1,458,089	2,059,483	1,757,496	2,573,087	46%	17.7%
200599	Hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas de otro modo que no sea con vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	61,620,269	70,787,169	89,832,143	61,939,986	66,130,576	7%	1.7%
200791	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos de frutas cítricas, nesoi	0	0	0	4,034	0	-100%	NA
200799	Mermeladas, jaleas, mermeladas y purés o pastas cocidos, excepto frutas cítricas, nesoi, y purés o pastas de frutas de cacahuete cocidos, nesoi	6,814,036	4,268,714	6,747,532	6,151,097	5,564,610	-10%	-4.9%
200820	Piñas, preparadas o conservadas, incluso con edulcorante o alcohol adicional, nesoi	433,971	1,613,638	8,406,460	3,869,945	6,110,846	58%	93.7%
200830	Frutas cítricas (incluidas las mezclas y refrigeradas) segmentos), preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol adicional, nesoi	9,781,343	12,383,079	12,620,749	12,492,156	8,164,761	-35%	-4.4%
200891	Palmitos, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol adicional, nesoi	541,713	526,195	881,435	710,356	1,014,880	43%	16.9%
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, nesoi, preparados o conservados, incluso con edulcorante o alcohol adicional, nesoi	9,378,457	8,345,817	10,290,215	6,693,329	7,821,748	17%	-4.4%
200939	Zumo de cualquier otro cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol adicional, nesoi	50,400	40,480	240,800	49,200	58,852	20%	3.9%
200939	Zumo de cualquier otro cítrico, sin enriquecer con vitaminas o minerales, sin fermentar y sin alcohol adicional, nesoi	1,814,424	1,796,702	2,871,592	1,752,547	2,898,970	65%	12.4%
200981	Arándano rojo (vaccinium zumo de macrocarpon (vaccinium oxycoccos); zumo de arándano rojo (vaccinium vitis-idaea)	67,084	59,893	380,260	408,873	41,430	-90%	-11.3%
200990	Mezclas de zumos, frutas y/o vegetales, sin fermentar y sin alcohol añadido, incluso endulzados	354,274	397,254	809,330	488,791	1,565,752	220%	44.9%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

4.6 Análisis de la Competencia

Dada la variedad de productos considerados para este estudio, se ha respetado los 20 grupos de productos considerados en los términos de referencia.

Alcachofas procesadas y conservadas, se importan bajo dos partidas arancelaria específicas la 2001902500 para alcachofas preservadas en vinagre o ácido acético, y la 2005.99.80.00 para alcachofas preparadas y conservadas sin vinagre o ácido acético. En ambas presentaciones Perú lidera en los abastecimientos a los Estados Unidos. En el caso de las alcachofas de la partida 2001902500 de los USD 60 millones importados en el 2024, Perú tuvo una participación del 71.2% que equivales a USD 43 millones. Otros proveedores menores son España con USD 12 millones, Italia con USD 5 millones, Egipto con USD 397 mil.

En el caso de las alcachofas importadas bajo la partida 2005.99.80.00, Estados Unidos importó en el 2024 la suma de USD 84 millones, de los cuales USD 64 millones fueron abastecidas por Perú, con una participación de 76.7%, seguidos de España con USD 7 millones, Italia con USD 6.98 millones y Egipto con USD 4.8 millones.

En ambas partidas arancelarias, Perú exportó a los Estados Unidos por la suma de USD 107.7 millones, equivalentes a 36.7 toneladas.

Cuadro N° 4.6.1
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES, ALCACHOFAS EN CONSERVA,
TODAS LAS PARTIDAS**
(Valor importado en USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/ 23	TCP % 24/20
Total		124,075,249	133,609,454	183,516,305	142,631,230	144,831,298	1.5%	3.9%
1	Perú	94,829,991	94,468,244	138,224,080	106,906,705	107,789,916	0.8%	3.3%
2	España	19,876,952	25,264,657	25,436,631	16,244,029	19,100,304	17.6%	-1%
3	Italia	5,695,224	9,358,960	12,918,164	12,962,014	11,885,200	-8.3%	20.2%
4	Egipto	2,570,179	3,227,156	5,816,449	5,133,575	5,243,812	2.1%	19.5%
5	Israel	241,764	301,674	314,752	506,974	421,516	-16.9%	14.9%
6	Turquía	21,498	72,333	144,278	86,600	98,083	13.3%	46.2%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

Cuadro 4.6.2
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES, ALCACHOFAS EN CONSERVA,
TODAS LAS PARTIDAS**
(Kilogramos)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		47,436,051	49,574,854	64,948,025	46,818,561	48,262,193	3.1%	0.4%
1	Perú	35,421,825	34,714,643	47,964,557	35,373,534	36,766,599	3.9%	0.9%
2	España	8,525,432	10,056,886	10,219,300	5,481,824	5,907,325	7.8%	-8.8%
3	Italia	1,330,365	2,216,275	3,055,068	2,953,530	2,735,535	-7.4%	19.7%
4	Egipto	1,619,494	2,073,492	3,295,216	2,439,986	2,535,772	3.9%	11.9%
5	Israel	120,372	171,072	159,615	259,684	208,861	-19.6%	14.8%
6	China	193,280	38,052	4,665	60,940	26,853	-55.9%	-38.9%

7	Turquía	23,306	19,221	69,593	22,924	26,010	13.5%	2.8%
---	---------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	------

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

Pimientos en conserva, en todas las variedades y presentaciones, Estados Unidos importó en el 2024 por USD 173 millones, siendo Perú su principal proveedor con USD 60.5 millones, seguido por México, Grecia, Sudáfrica, España y Turquía.

Cuadro 4.6.3
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES, PIMIENTOS EN CONSERVA,
TODAS LAS PARTIDAS**

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		113.4	137.8	164.3	155.6	173.2	11.3%	11.2%
1	Perú	54.5	66.1	76.9	56.0	60.5	8.1%	2.7%
2	México	27.4	36.9	44.6	49.2	51.3	4.1%	17%
3	Grecia	8.6	7.7	8.8	12.6	11.8	-6.0%	8.3%
4	Sudáfrica	5.9	6.8	8.2	11.2	11.7	4.9%	18.8%
5	España	6.7	6.5	8.1	8.0	10.7	33.5%	12.5%
6	Turquía	4.5	4.8	6.7	6.7	9.6	42.3%	21%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Cuadro 4.6.4
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES, PIMIENTOS EN CONSERVA,
TODAS LAS PARTIDAS**

(En toneladas)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		66,044	80,342	91,218	79,103	84,510	6.8%	6.4%
1	Perú	31,210	37,858	43,636	31,614	32,991	4.4%	1.4%
2	México	18,158	24,247	25,667	25,444	23,989	-5.7%	7.2%
3	Turquía	3,503	4,260	4,808	3,947	5,875	48.8%	13.8%
4	España	3,445	3,373	4,359	3,778	4,715	24.8%	8.2%
5	Grecia	4,326	3,932	3,925	5,455	4,377	-19.8%	0.3%
6	Sudáfrica	2,428	2,547	3,056	3,446	3,568	3.5%	10.1%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Mermeladas, confituras y jaleas de frutas cítricas, Perú aparece como un proveedor en el 2023 con ventas por USD 18 mil y sin ventas en el 2024. Bajo esa partida destaca Francia, Polonia, Bélgica y Canadá como principales proveedores.

Cuadro 4.6.5
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE MERMELADAS Y PURES DE FRUTAS
 CITRICAS, SUBPARTIDA 200791**
 (Valor importado en USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		9,196,261	9,410,817	12,233,734	13,815,774	13,465,787	-2.5%	10%
1	Francia	2,774,161	3,345,420	3,950,473	4,308,333	3,836,867	-10.9%	8.4%
2	Polonia	1,413,746	1,064,559	1,543,916	1,813,561	2,156,469	18.9%	11.1%
3	Bélgica	685,347	1,040,674	1,235,757	2,497,713	1,795,430	-28.1%	27.2%
4	Canadá	1,127,378	496,491	1,809,401	1,142,755	1,134,031	-0.8%	0.1%
5	Italia	614,073	680,089	846,190	779,327	1,049,315	34.6%	14.3%
47	Perú	0	0	0	18,144	0	-100.0%	NA
	Los demás	2,581,556	2,783,584	2,847,997	3,255,941	3,493,675	7.3%	7.9%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

En cuanto a las mermeladas importadas bajo la partida 200799 de fruta no cítricas, Estados importó en el 2024 por USD 589 millones, siendo sus principales proveedores Francia y Canadá con ventas de USD 112 millones, USD 95 millones respectivamente. Chile aparece con USD 62 millones de ventas (con pures de manzana, membrillo, pera, apricot entre otros). Perú es el proveedor número 18 con USD 7 millones de ventas que comprenden pures de piña, jalea de fresa, jalea de uva, entre otros.

Cuadro 4.6.6
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE MERMELADAS Y PURES DE FRUTAS
 NO CITRICAS, SUBPARTIDA 200799**
 (Valor importado en USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		360,941,378	394,152,277	509,699,454	573,985,521	589,582,173	2.7%	13.1%
1	Francia	71,873,077	59,401,496	90,920,193	101,320,510	112,190,711	10.7%	11.8%
2	Canadá	52,110,625	50,049,834	62,229,798	85,543,824	95,367,799	11.5%	16.3%
3	Chile	46,618,740	48,372,621	78,035,957	73,737,002	62,469,038	-15.3%	7.6%
4	México	32,686,629	30,133,399	33,991,346	41,085,963	41,911,295	2.0%	6.4%
5	Bélgica	19,236,162	46,528,663	28,903,944	38,444,999	38,611,332	0.4%	19%
18	Perú	7,069,416	4,729,407	7,498,364	6,912,529	6,964,477	0.8%	-0.4%
	Los demás	131,346,729	154,936,857	208,119,852	226,940,694	232,067,521	2.3%	15.3%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

Aceite de Oliva Extra-Virgen de la subpartida 150920 que, en el 2024, Estados Unidos importó por USD 2,485 millones. Este mercado es atendido principalmente por Italia y España que exportan a los Estados Unidos USD 884 millones y USD 834 millones, seguidos por Túnez con USD 403 millones Argentina exportó a los EEUU USD 86 millones. Perú aparece en la posición 14 con USD 1.8 millones de ventas, la tercera parte de los USD 6 millones que vendió en el 2023.

Cuadro 4.6.7

EE. UU.: PRINCIPALES PROVEEDORES DE ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN, SUBPARTIDA 150920

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		0	0	1,217.52	1,540.56	2,485.36	61.3%	42.9%
1	Italia	0	0	495.92	582.48	884.52	51.9%	33.6%
2	España	0	0	380.97	429.69	834.39	94.2%	48%
3	Túnez	0	0	152.38	170.64	403.73	136.6%	62.8%
4	Argentina	0	0	30.56	63.95	86.92	35.9%	68.6%
5	Turquía	0	0	20.44	76.93	74.69	-2.9%	91.2%
14	Perú	0	0	1.10	6.00	1.82	-69.6%	28.8%
	Los demás	0	0	136.15	210.87	199.29	-5.5%	21.0%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración: propia

Jugos de fruta cítricas y no cítricas de la subpartida 200939, 200981 y 200990, entre las que destacan Canadá, Turquía y México. En los jugos cítricos destaca Argentina, líder en las exportaciones de jugos de limón. En el caso de los jugos clasificados en la subpartida 200981, Canadá es el principal y casi único proveedor, otros proveedores entre los que aparece Perú abastecen únicamente el 3% de la demanda de los EE. UU. En el caso de los jugos de la subpartida 200990 para los demás jugos, Perú aparece como sexto proveedor con US\$ 6.5 millones de ventas a los Estados Unidos en el 2024.

Cuadro 4.6.8

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE JUGOS DE FRUTAS CITRICAS, SUBPARTIDA 200939

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		94	101	100	80	98	22.5%	1.2%
1	Argentina	54	48	58	36	46	27.2%	-3.9%
2	México	19	22	17	16	18	10.4%	-1.8%
3	Brasil	8	13	10	12	13	10.9%	15.4%
4	Sudáfrica	6	8	5	5	7	57.4%	6.8%
5	Uruguay	1	2	4	3	5	43.6%	41.1%
9	Perú	1	1	1	1	1	64.6%	9.1%
10	Bolivia	0	0	1	2	2	24.7%	181.1%
	Las demás	5	6	5	5	5	1.8%	0.4%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración: propia

Cuadro 4.6.9
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE JUGOS DE CRANBERRY Y OTROS,
 SUBPARTIDA 200981**

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		25.6	28.3	42.5	50.7	50.5	-0.4%	18.5%
1	Canadá	24.3	21.0	39.9	47.2	47.8	1.3%	18.4%
2	Turquía	1.1	1.1	1.4	2.1	1.9	-9.1%	14.3%
3	Alemania	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	-33.3%	209.4%
4	Australia	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0%	37.3%
5	Brasil	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	NA	NA
6	Perú	0.0	0.1	0.3	0.4	0.1	-86.8%	6.5%
	Las demás	0.1	0.1	0.2	0.4	0.1	-68.6%	2.5%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

Cuadro 4.6.10
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE MIXTURAS DE JUGOS DE FRUTAS O
 VEGETALES, SUBPARTIDA 200990**

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		68.2	80.8	97.4	88.5	136.6	54.4%	19.0%
1	Canadá	9.8	18.5	24.8	26.5	46.7	76.2%	47.6%
2	Turquía	11.2	15.9	22.2	20.0	38.3	91.2%	35.9%
3	México	24.1	23.7	8.5	8.4	8.4	0.0%	-23.0%
4	Tailandia	3.7	2.3	4.3	5.2	7.5	44.2%	19.0%
5	Brasil	1.1	0.4	6.5	7.3	6.6	-9.6%	56.3%
6	Perú	5.0	6.6	11.1	1.4	6.5	364.3%	6.9%
	Las demás	12.9	13.1	19.7	19.4	22.3	14.9%	14.5%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

Pulpas y pures congelados de frutas, Canadá, México y Chile aparecen como los principales proveedores. Perú aparece como el sexto proveedor con USD 45.3 millones de ventas en el 2024 que comprenden principalmente pulpas de mango, arándano, piña, palta y para el mercado étnico peruano pulpa de lúcuma y maracuyá.

Cuadro 4.6.11
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE LAS DEMAS FRUTAS, SUBPARTIDA
 081190**

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		672.5	808.5	919.3	825.0	848.3	2.8%	6.0%
1	Canadá	220.1	224.0	277.3	280.0	254.1	-9.3%	3.7%

2	México	96.9	110.8	126.0	113.8	142.0	24.7%	10.0%
3	Chile	94.3	125.5	138.4	11.4	132.4	1066.4%	8.9%
4	Guatemala	23.2	44.8	54.2	55.3	66.4	20.0%	29.4%
5	Costa Rica	49.8	71.2	67.8	51.4	59.9	16.7%	4.7%
6	Perú	62.6	71.1	91.7	72.7	45.3	-37.7%	-7.8%
	Los demás	125.1	161.1	163.8	140.4	148.2	5.6%	4.3%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Frutas cítricas preparadas y conservadas, en las que destaca China como principal proveedor, seguido de México y Perú. China debido a las tarifas de reciprocidad se verá afectado en sus ventas de frutas conservadas. Perú exporta USD 17.6 millones de estas conservas.

Cuadro 4.6.12

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE FRUTAS CITRICAS PREPARADAS Y CONSERVADAS, SUBPARTIDA 200830
(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		294	290	368	324	283	-12.6%	-1.0%
1	China	194	180	252	201	184	-8.3%	-1.2%
2	México	66	69	69	71	50	-29.9%	-6.8%
3	Perú	18	24	26	26	18	-33.1%	-0.7%
4	Argentina	4	3	4	5	9	70.4%	25.0%
5	Tailandia	3	3	5	6	6	0.0%	16.1%
	Los demás	9	10	12	13	15	17.1%	15%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Palmitos en conserva, producto que Estados Unidos compró bajo la subpartida 200891, en el 2024, por USD 35.3 millones, siendo su principal proveedor Ecuador, seguido por Costa Rica. Perú es su tercer proveedor con USD 3.3 millones exportados en el 2024.

Cuadro 4.6.13

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PALMITOS CONSERVADOS, SUBPARTIDA 200891
(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		25.3	28.1	34.7	32.4	35.3	9.0%	8.7%
1	Ecuador	15.6	19.5	23.2	23.2	24.8	6.9%	12.2%
2	Costa Rica	4.9	4.7	5.5	4.3	4.3	0.0%	-3.1%
3	Perú	1.4	1.3	2.4	2.1	3.3	57.1%	24.4%
4	Brasil	0.6	1.1	1.0	1.1	1.5	36.4%	24.0%
5	Colombia	1.1	0.6	1.3	0.6	0.4	-33.3%	-22.9%
6	Bolivia	0.6	0.1	0.3	0.1	0.3	200.0%	-14.4%
	Los demás	0.8	0.7	0.8	0.7	0.4	-42.9%	-15.1%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Aceitunas: Las aceitunas que se importan principalmente bajo la subpartida 200570. De los USD 620 millones que Estados Unidos compra bajo esta subpartida, Perú lo abastece con USD 10 millones y está ubicado como el noveno proveedor. Los principales proveedores de los Estados Unidos son Grecia, España, Italia, Egipto y Marruecos. Grecia y España exportan por USD 223 millones y USD 208 millones, respectivamente.

Cuadro 4.6.14

EE. UU.: PRINCIPALES PROVEEDORES DE ACEITUNAS PREPARADAS, SUBPARTIDA 200570
(Valor importado en USD)

	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	414,009,311	468,168,791	529,611,957	474,744,767	620,991,816	30.8%	10.7%
1	Grecia	149,700,648	165,490,775	215,768,718	165,705,710	223,596,049	34.9%	10.6%
2	España	152,060,756	152,152,828	167,955,826	162,703,939	208,492,948	28.1%	8.2%
3	Italia	31,985,291	42,332,460	46,585,585	49,472,849	57,801,969	16.8%	15.9%
4	Egipto	10,671,733	18,199,437	11,202,064	22,588,462	37,465,299	65.9%	36.9%
5	Marruecos	33,983,359	44,017,133	42,611,258	27,380,139	26,826,576	-2.0%	-5.7%
9	Perú	4,597,140	5,308,180	7,107,442	6,101,133	10,001,445	63.9%	21.4%
	Los demás	31,010,384	40,667,978	38,381,064	40,792,535	56,807,530	39.3%	16.3%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Piñas preparadas y conservadas: de la subpartida 200820 que en el 2024 ha sido importado por USD 313 millones, siendo sus principales proveedores Indonesia, Tailandia y Filipinas, con USD 99 millones, USD 89 millones y USD 84 millones respectivamente. Perú es el cuarto proveedor con USD 14.6 millones.

Cuadro 4.6.15

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PIÑAS EN CONSERVAS, SUBPARTIDA 200820
(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	301.2	391.8	434.4	321.0	313.0	-2.5%	1.0%
1	Indonesia	72.0	99.0	97.4	77.6	99.3	27.9%	8.4%
2	Tailandia	120.3	174.2	196.2	111.8	88.8	-20.5%	-7.3%
3	Filipinas	96.0	97.4	95.6	100.6	83.9	-16.6%	-3.3%
4	Perú	1.3	5.0	26.9	13.0	14.6	12.0%	80.0%
5	Costa Rica	0.7	1.3	2.0	4.4	5.4	22.7%	62.4%
	Los demás	10.7	14.7	16.2	13.5	20.7	53.3%	18.1%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Nueces de Brasil que Estados Unidos compra por USD 62 millones, siendo Bolivia, Brasil y Perú los principales proveedores.

Cuadro 4.6.15
ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE NUECES DE BRASIL, SUBPARTIDA 080122

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		33.1	60.8	78.7	35.1	61.9	76.5%	17.0%
1	Bolivia	20.8	32.4	53.2	18.3	43.0	135.1%	19.9%
2	Brasil	5.4	16.2	8.6	8.0	9.8	22.3%	16.0%
3	Perú	6.6	11.1	14.0	6.9	8.4	21.7%	6.2%
4	Vietnam	0.0	0.0	0.7	0.3	0.2	-33.3%	NA
5	Japón	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	NA	NA
	Las demás	0.2	1.1	2.0	1.3	0.2	-84.6%	-1.4%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración: propia

Jengibre, Perú aparece como el principal proveedor de los Estados Unidos, en el 2024 le abasteció USD 57.7 millones de los USD 143 millones que compra ese país. Otros proveedores importantes son China con USD 51 millones y Brasil con USD 17.5 millones. China se verá afectado en sus abastecimientos de este producto por el arancel de reciprocidad.

Cuadro 4.6.16
ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE JENGIBRE, SUBPARTIDA 091011

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		134.8	133.4	101.6	124.8	143.3	14.8%	1.5%
1	Perú	39.9	43.1	35.2	50.0	57.7	15.6%	9.7%
2	China	54.4	53.5	42.3	47.9	51.3	7.0%	-1.5%
3	Brasil	20.3	14.5	9.1	11.9	17.5	47.7%	-3.6%
4	Costa Rica	4.9	4.5	2.4	3.3	4.1	25.4%	-4.5%
5	India	2.1	3.8	2.4	1.9	3.6	88.5%	14.9%
6	México	1.8	1.7	3.0	3.2	2.8	-13.6%	10.9%
	Los demás	11.2	12.0	6.9	6.6	6.2	-7.4%	-14%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración: propia

Cúrcuma, un producto que Estados Unidos se abastece desde India, Fiji, Tailandia, Indonesia y China. Perú aparece en el puesto 17 con ventas de USD 123 mil en el año 2024.

Cuadro 4.6.17
ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CURCUMA, SUBPARTIDA 091030

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		41.9	55.0	43.1	45.9	51.5	12.3%	5.2%
1	India	29.8	36.9	27.8	32.7	36.2	10.5%	4.9%
2	Fiji	5.4	9.4	8.4	9.1	9.8	7.4%	16%

3	Tailandia	0.4	0.3	0.3	0.7	0.7	6.1%	22.2%
4	Indonesia	0.2	0.5	0.3	0.2	0.6	252.9%	35.7%
5	China	2.1	3.3	1.9	0.3	0.5	56.3%	-27.6%
17	Perú	0.2	0.2	0.2	0.0	0.1	990.9%	-12.7%
	Los demás	3.9	4.5	4.3	2.8	3.4	21.4%	-3.1%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Paprika: Perú exporta bajo las subpartidas 090421 y 090422. Estados Unidos importó en el 2024, USD 262 millones, siendo México su principal proveedor con USD 107 millones, seguido de Perú con USD 54 millones. China es el tercer proveedor con USD 46 millones. China está siendo afectado por el arancel de reciprocidad mayor que el resto de los países.

Bajo la subpartida 090422 Estados Unidos, importó en el 2024 por USD 328 millones, siendo sus principales proveedores India, España, China y México. Perú es su quinto proveedor con 12.8 millones. En este caso los USD 53 millones que China exportó en el 2022 a Estados Unidos, se verán afectados por las tarifas, dejando una oportunidad a países como Perú que cuenta con una menor tarifa.

Cuadro 4.6.18

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PAPIKA, SUBPARTIDA 090421
(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		173.7	191.6	205.3	239.1	262.3	9.7%	10.9%
1	México	56.1	61.9	59.5	75.8	107.3	41.6%	17.6%
2	Perú	31.7	32.2	42.1	58.2	54.5	-6.4%	14.5%
3	China	42.7	37.9	47.2	46.4	46.6	0.4%	2.2%
4	India	26.7	37.0	33.1	38.6	35.5	-8.1%	7.4%
5	España	6.1	9.8	10.0	5.6	5.2	-7.6%	-4.0%
	Los demás	10.4	12.8	13.4	14.3	13.2	-7.8%	6.2%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Cuadro 4.6.19

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PÁPRIKA (PEPPERS), SUBPARTIDA 090422

(Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		201.1	247.6	270.3	304.7	328.7	7.9%	13.1%
1	India	58.0	837.1	79.9	83.0	95.0	14.4%	13.1%
2	España	41.2	51.3	66.7	78.1	89.4	14.3%	21.3%
3	China	38.0	38.8	39.5	52.3	53.2	1.7%	8.7%
4	México	25.4	27.1	30.8	47.9	45.9	-4.2%	15.7%
5	Perú	10.0	12.3	17.3	15.2	12.8	-15.6%	6.3%
	Los demás	28.2	34.4	36.2	28.1	32.4	15.2%	3.6%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración: propia

Espárragos preparados o conservados sin vinagre o sin ácido acético, de la subpartida 200560, Estados Unidos importó en el 2024 la suma de USD 6.2 millones, de los cuales USD 5.5 millones equivalentes al 89.5% fueron abastecidos por Perú. China es el segundo proveedor con USD 539 mil en ventas, seguido de España. Se debe resaltar que los consumidores de los Estados Unidos prefieren el espárrago fresco, en el cual Perú también es líder y debe notarse además que la tarifa de reciprocidad aplicada a China afectará sus ventas de este producto.

Cuadro 4.6.20
ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE ESPARRAGOS CONSERVADOS,
SUBPARTIDA 200560
 (Valor importado en millones de USD)

N°	País	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	21.2	21.3	18.7	13.3	6.2	-53.4%	-26.4%
1	Perú	20.7	20.9	17.8	12.9	5.6	-56.8%	-28.0%
2	China	0.3	0.4	0.6	0.4	0.5	41.5%	20.4%
3	España	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	60.1%	-6.5%
4	Vietnam	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	NA	NA
5	Italia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-72.4%	NA
6	Tailandia	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	NA	-100%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración: propia

No es posible identificar con precisión la competencia de otros productos, sobre todo de aquellos que se exportan bajo partidas genéricas de los Estados Unidos, como es el caso de la maca.

En el caso de los hongos del género Agaricus con partida específica 071151, el volumen importado por Estados Unidos es únicamente de USD 85 mil, siendo Canadá, Holanda y Vietnam sus únicos proveedores.

4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales a Estados Unidos

El Cuadro N° 4.6.1.1 muestra que entre los principales proveedores de alimentos procesados a Estados Unidos destacan empresas españolas como Dcoop S Coop And, Angel Camacho Alimentación y Medbest S.A., que lideran en exportaciones de aceitunas con más de 250 mil toneladas combinadas. En hongos y setas, Países Bajos domina con Prochamp B.V., Scelta Mush y Okechamp S.A./B.V., mientras que en paprika sobresalen Ramon Sabater S.A., Pimursa S.L. y otros proveedores europeos y asiáticos. En jengibre, empresas chinas como Shandong Santao y Laiwu Taifeng destacan, junto a Fever Tree Ltd del Reino Unido; en cúrcuma, aparecen exportadores peruanos como Elisur Organic S.A. y Agroindustria Jas E.I.R.L. En orégano, lideran Ramon Sabater S.A. y Roviga C por A, mientras que en alcachofas procesadas el Perú tiene una participación importante con Viru USA, Alsur Perú y Danper Trujillo. Finalmente, en aceite de oliva se observa una fuerte presencia de empresas españolas e italianas como Certified Origins Italia, Deoleo y Salov S.P.A., consolidando a Europa como principal abastecedor en múltiples categorías.

Cuadro N° 4.6.1.1
PRINCIPALES PROVEEDORES A ESTADOS UNIDOS DE ALIMENTOS PROCESADOS
 (Toneladas)

Exportador	Embarques	Tons.	Part. %	Producto	Exportador	Embarques	Tons.	Part. %	Producto
------------	-----------	-------	------------	----------	------------	-----------	-------	------------	----------

			Prod ucto	
Dcoop S Coop And	444	83,033	6.8	Aceitunas
Angel Camacho Alimentacion S L	2,915	69,688	5.7	Aceitunas
Aceitunas Guadalquivir S L	1,833	54,927	4.5	Aceitunas
Medbest S A	2,712	52,614	4.3	Aceitunas
International Olivarrera S A	2,192	51,901	4.2	Aceitunas
Goya En Espana Pol Ind La Red Sur Calle	2,278	45,871	3.7	Aceitunas
Prochamp B V	811	29,388	5.8	Hongos
Scelta Mush	941	16,730	3.3	Hongos y setas
Okechamp S A	595	15,716	3.1	Hongos y setas
Okechamp Bv	639	15,028	2.9	Hongos y setas
Greenyard Prepared Netherlands Bv	339	8,551	1.7	Hongos y setas
Scelta Products Bv	404	7,307	1.4	Hongos y setas
Champi Mer B V	315	7,242	1.4	Hongos y setas
Greenyard Prepared Belgium Nv	235	5,495	1.1	Hongos y setas
Fim Food Ingredients Bv	233	5,402	1.1	Hongos y setas
Ramon Sabater S A	1,337	29,134	8.2	Paprika
Pimursa S L	773	22,378	6.3	Paprika
Walter Seras & Asociados Sac	11	20,094	5.7	Paprika
Ramon Sabater Sau	442	12,376	3.5	Paprika
Xingtai Hongri Biotech Co Ltd	398	7,785	2.2	Paprika
Herbo Spice S L	312	6,986	2.0	Paprika
Qingdao Qiangda Foods Co Ltd	342	6,685	1.9	Paprika
Sinopaprika Co Ltd	210	5,206	1.5	Paprika
Agroexportadora Sol De Olmos Sac	253	5,199	1.5	Paprika
Hebei Chili Spice Co Ltd	196	4,355	1.2	Paprika
Alimentos Procesados Agrícolas S A	206	4,053	1.1	Paprika
Sinon Food Gansu Co Ltd	68	3,878	1.1	Paprika
Qingdao Tai Foong Foods Co Ltd	162	3,806	1.1	Paprika
Adb International S A	178	3,658	1.0	Paprika
Jose Sanchez Aranda Sl	162	3,410	1.0	Paprika
Beneficiadora De Almendras Urkupina Calle Medardo Chavez	137	2,305	5.2	Nuez de Brasil
Beneficiadora San Agustin S R L	117	1,991	4.5	Nuez de Brasil
Usibras Usina Brasileira De Oleos E Castanhas Ltda	107	1,775	4.0	Nuez de Brasil
Eximcruz S R L	95	1,660	3.8	Nuez de Brasil
Ciex Comercio Industria E Exportaca	67	1,260	2.9	Nuez de Brasil
Hylea 1884 S R L	64	1,127	2.6	Nuez de Brasil
Fever Tree Limited	1,043	118,915	6.2	Jengibre
Fevertree Ltd	416	68,861	3.6	Jengibre
Bbd Usa Llc	600	46,575	2.4	Jengibre
Laiwu Taifeng Foods Co Ltd	1,816	43,311	2.2	Jengibre

			Prod ucto	
Shandong Santao Food Co Ltd	974	25,713	1.3	Jengibre
Shandong Zhenzhenran International Trade Co Ltd	719	19,431	1.0	Jengibre
Fruitchange Sac	38	834	1.5	Cúrcuma
Jesus Navarro S A	26	800	1.4	Cúrcuma
Pharmanza Herbal Pvt Ltd	92	747	1.3	Cúrcuma
K Patel Phyto Extractions Pvt	65	746	1.3	Cúrcuma
Elisur Organic S A	21	476	0.8	Cúrcuma
Agroindustria Jas E I R L	20	448	0.8	Cúrcuma
Nativa Organics Sac	17	383	0.7	Cúrcuma
Arcsam De Costa Rica S A	18	382	0.7	Cúrcuma
Ramon Sabater S A	327	5,623	4.6	Orégano
Roviga C Por A	302	4,976	4.1	Orégano
Canal Export Srl	171	4,123	3.4	Orégano
Ramon Sabater Sau	119	3,734	3.1	Orégano
Safe Spice Gida Sterilizasyon San V	290	2,917	2.4	Orégano
Mani Foods S A	117	2,546	2.1	Orégano
Certified Origins Italia Srl	7,298	160,768	4.6	Aceite de oliva
Deoleo Global S A	3,683	140,749	4.0	Aceite de oliva
Salov S P A	3,595	132,670	3.8	Aceite de oliva
Bioliva Med Company	915	72,446	2.1	Aceite de oliva
Mercaoleo	953	64,710	1.9	Aceite de oliva
Dcoop S Coop And	124	63,951	1.8	Aceite de oliva
Agritalia S R L	3,056	57,977	1.7	Aceite de oliva
Verde Yag Besin Mad San Ve Tic	215	49,796	1.4	Aceite de oliva
Aceites Del Sur Coosur S A	923	46,658	1.3	Aceite de oliva
Borges Agricultural & Industrial Edible Oils S A	771	41,926	1.2	Aceite de oliva
Deoleo S A	676	35,167	1.0	Aceite de oliva
Sovena Espana S A	193	34,337	1.0	Aceite de oliva
Dcoop Sociedad Cooperativa Andaluza	176	33,335	1.0	Aceite de oliva
Viru Usa	1,753	37,004	23.5	Alcachof. cons.
Alsuir Peru Sac	171	3,531	2.2	Alcachof. cons.
Danper Trujillos A	114	3,375	2.1	Alcachof. cons.
Alsuir Per Usa	59	1,187	0.8	Alcachof. cons.
Cynara Per Sac	34	1,030	0.7	Alcachof. cons.
Interglobo Per Usa	41	666	0.4	Alcachof. cons.
Natura Agro Trade Co for Import & Export S A	21	492	0.3	Alcachof. cons.
Vir Usa	324	6,444	34.3	Alcachof. cons.
Tal S A	19	1,211	6.4	Alcachof. cons.
La Fortaleza Del Norte S A	46	1,096	5.8	Alcachof. cons.
Twf S A	38	765	4.1	Alcachof. cons.

Fuente: Veritrade
Elaboración propia

El Cuadro N° 4.6.1.2 revela la diversidad de empresas proveedoras de alimentos procesados a Estados Unidos, destacando en espárragos en conserva firmas como la peruana Agroindustrias AIB S.A. y Golden Banyan Group Co. Ltd., con participaciones superiores al 1%. En mermeladas, lidera Mexifrutas S.A. de C.V. con casi 4,600 toneladas y una participación del 7.4%, seguida por Empresas Carozzi S.A. y Aconcagua Foods S.A. En frutas enlatadas, King Lucky Food Industrial Corp encabeza con el 14.2%, junto con Zhejiang Merry Life Food y Virú USA. En jugos de frutas cítricas, sobresale Pasteurizadora Rica S.A. con más de 51,700 toneladas y un 14.5% de participación, seguida por Sas Alain Milliat y Pasteurizadora Rica S.A. Leche Rica, lo que evidencia una alta concentración de proveedores

especializados por categoría y una fuerte presencia latinoamericana y asiática en el abastecimiento al mercado estadounidense.

Cuadro 4.6.1.2
PRINCIPALES PROVEEDORES A ESTADOS UNIDOS DE ALIMENTOS PROCESADOS
(Toneladas)

Exportador	Embarques	Toneladas	Participación en el producto	Producto
Agroindustrias Aib S A	11	239	1.3	espárragos en conserva
Golden Banyan Group Co Ltd	10	220	1.2	espárragos en conserva
Qingdao Countree Food Co Ltd	8	160	0.9	espárragos en conserva
Sociedad Agroexportadora Del Peru S	8	151	0.8	espárragos en conserva
Mexifrutas S A De C V	93	4,597	7.4	mermeladas
Empresas Carozzi S A	91	4,143	6.6	mermeladas
Aconcagua Foods S A	159	3,664	5.9	mermeladas
Dulces Y Conservas Helios S A	50	3,197	5.1	mermeladas
Predilecta Alimentos Ltda	36	2,399	3.9	mermeladas
Sat N	8	2,336	3.7	mermeladas
Kmais Importacao E Exportacao Eirel	36	2,182	3.5	mermeladas
King Lucky Food Industrial Corp	85	2,595	14.2	Frutas enlatadas
Zhejiang Merry Life Food Co Ltd	30	2,021	11.1	Frutas enlatadas
Viru Usa	60	1,351	7.4	Frutas enlatadas
New Lamthong Foods Industries Co Ltd	33	678	3.7	Frutas enlatadas
Kuiburi Fruit Canning Co Ltd	29	658	3.6	Frutas enlatadas
Venus Growers Agricultural Cooper	5	512	2.8	Frutas enlatadas
Zhejiang Fomdas Foods Co Ltd	10	332	1.8	Frutas enlatadas
Praetorius Gmbh	12	284	1.6	Frutas enlatadas
Bollere Logistics Dunkerque	12	260	1.4	Frutas enlatadas
Al Ahlam Food Products Co	11	256	1.4	Frutas enlatadas
I G Distribution	13	199	1.1	Frutas enlatadas
Pasteurizadora Rica S A	2,353	51,757	14.5	Jugos de frutas cítricas
Sas Alain Milliat	6	18,940	5.3	Jugos de frutas cítricas
Pasteurizadora Rica Sa Leche Rica	607	13,033	3.6	Jugos de frutas cítricas
New Sevegep Ltd	425	10,838	3.0	Jugos de frutas cítricas
Comercializadora Eloro S A	161	8,936	2.5	Jugos de frutas cítricas
Empresas Carozzi S A	103	8,163	2.3	Jugos de frutas cítricas
Fortuna Sp Z O O UI	251	7,643	2.1	Jugos de frutas cítricas
Citro Frut S A De C V	227	6,896	1.9	Jugos de frutas cítricas
Dolfin Spa	59	6,128	1.7	Jugos de frutas cítricas
Fecovita Coop Ltda	85	4,782	1.3	Jugos de frutas cítricas
Fecovita Cooperativa Ltda	94	4,101	1.1	Jugos de frutas cítricas
Asiatic Agro Industrial Co Ltd	88	3,876	1.1	Jugos de frutas cítricas

Fuente: Veritrade
Elaboración propia

4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras a Estados Unidos

Este cuadro presenta a las principales empresas peruanas exportadoras de alimentos procesados al mercado estadounidense, desagregadas por producto. Se destacan cuatro categorías predominantes: aceitunas provisionalmente preservadas, nuez de Brasil, paprika y kion (jengibre). Las aceitunas representan un grupo con numerosos exportadores, siendo INVERSIONES YAUCA E.I.R.L. y EL OLIVAR PERÚ S.A.C. los mayores proveedores. En el caso de la nuez de Brasil, WHITE LION NUTS S.A.C. lidera con más de USD 56 millones exportados, mostrando un alto valor por kilogramo. La paprika, por su parte, presenta volúmenes considerables y un valor FOB relevante, siendo S & M FOODS S.A.C. y ADB INTERNATIONAL S.A.C. los más destacados. Finalmente, en el rubro del kion, AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C. y ELISUR ORGANIC S.A.C. son los exportadores más importantes, con precios por kilo que rondan los USD 1.7–2.0.

Cuadro 4.6.2.1
PRINCIPALES PROVEEDORES PERUANOS A ESTADOS UNIDOS DE ALIMENTOS
PROCESADOS
(En valor FOB USD y Kilogramos)

Empresa	Embarques	Valor USD	Part % en producto	Kgs	Producto
INVERSIONES YAUCA E.I.R.L.	532.00	6,754,419	10.0	8,879,900	Aceitunas provisionalmente preservadas
EL OLIVAR PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - EL OLIVAR PERU S.A.C.	217.00	6,419,569	9.5	7,985,760	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROEXPORTACIONES NORVALLE EMPRESA INDIV	538.00	4,534,433	6.7	7,467,000	Aceitunas provisionalmente preservadas
N/A	457.00	4,019,916	6.0	6,272,888	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROINDUSTRIAS EL TRIO S.A.C.	235.00	3,745,095	5.6	3,779,520	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROEXPORTACIONESOLSUREMPRESAINDIVIDUALD	348.00	3,362,905	5.0	5,411,110	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROEXPORTADORA MENDOZA E.I.R.L.	419.00	3,122,307	4.6	5,193,635	Aceitunas provisionalmente preservadas
ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	229.00	3,011,921	4.5	3,911,600	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROPERU SUR E.I.R.L.	381.00	2,693,306	4.0	4,464,150	Aceitunas provisionalmente preservadas
OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	292.00	1,988,029	3.0	1,667,950	Aceitunas provisionalmente preservadas
AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	213.00	1,629,197	2.4	2,601,330	Aceitunas provisionalmente preservadas
N/A No Disponib	126.00	1,368,279	2.0	2,010,855	Aceitunas provisionalmente preservadas
OLIVOS SALINAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA -OLIVOS SALINAS E.I.R.L.	76.00	1,243,600	1.8	1,223,640	Aceitunas provisionalmente preservadas
GRUPO JEAN LOGISTICA S.A.C.	198.00	1,220,916	1.8	1,998,070	Aceitunas provisionalmente preservadas
EXPORTACIONES & IMPORTACIONES ANABY E.I.R.L. - EXPORT. & IMPORT. ANABY E.I.R.L.	109.00	1,046,212	1.6	1,707,030	Aceitunas provisionalmente preservadas
TAKANA OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - TAKANA OLIVES S.A.C.	78.00	1,007,930	1.5	1,233,690	Aceitunas provisionalmente preservadas
AROMATICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	21.00	613,045	95.0	381,080	Hongos y setas
COMERCIALIZADORA VERDE DE ALIMENTOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMVER ALIMENTOS S.A.C.	1.00	32,050	5.0	18,900	Hongos y setas
WHITE LION NUTS S.A.C.	433.00	56,485,188	25.0	7,159,630	Nuez de Brasil
EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R LTDA	384.00	35,827,291	15.9	4,902,710	Nuez de Brasil
AGRICOLAS Y FORESTALES SAC	320.00	24,001,755	10.6	3,464,117	Nuez de Brasil
LA NUEZ S.R.L.	309.00	23,176,878	10.3	3,428,731	Nuez de Brasil
COM ALT DE PROD NO TRAD Y DES EN LAT AME	359.00	17,459,811	7.7	2,385,627	Nuez de Brasil
AGROFINO FOODS S.A.C.	512.00	16,380,854	7.3	2,291,192	Nuez de Brasil
NUTTREE CORPORATION SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-NUTTREE CORP. S.R.L.	138.00	11,931,869	5.3	1,680,234	Nuez de Brasil
MANUTATA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	213.00	9,005,805	4.0	1,236,496	Nuez de Brasil

S & M FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - S & M FOODS S.A.C.	2,368.00	120,910,292	14.2	34,892,812	Paprika
ADB INTERNATIONAL S.A.C.	1,508.00	99,345,941	11.7	25,546,465	Paprika
AGROEXPORTADORA SOL DE OLMOS S.A.C.	1,847.00	83,503,738	9.8	28,285,648	Paprika
AGROINDUSTRIAL E&C S.A.C.	1,265.00	82,607,812	9.7	23,577,576	Paprika
ICH CORP S.A.	481.00	49,631,019	5.8	15,191,212	Paprika
ALIMENTOS PROCESADOS AGRICOLAS S.A.C.	539.00	35,663,240	4.2	9,507,903	Paprika
ARBAYAZA EXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ARBAYAZA EXPORT S.A.C.	488.00	32,623,313	3.8	8,072,264	Paprika
PERUVIAN CAPSICUM EXPORTERS S.A.C.	542.00	30,949,953	3.6	8,664,709	Paprika
AGRO LATAM S.A.C.	447.00	29,791,125	3.5	8,288,739	Paprika
MONHA SERVICE S.A.C.	369.00	17,347,169	2.0	6,820,785	Paprika
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	1,519.00	50,777,707	9.3	20,802,722	Kion
ELISUR ORGANIC S.A.C.	1,056.00	27,220,337	5.0	15,494,317	Kion
FRUITXCHANGE S.A.C - FC S.A.C	864.00	26,229,570	4.8	14,268,703	Kion
KION EXPORT S.A.C.	821.00	23,176,832	4.2	13,506,470	Kion
JCH ORGANIC SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	850.00	22,358,801	4.1	15,484,823	Kion
VANCARD PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	800.00	21,785,014	4.0	12,479,141	Kion
BLUE PACIFIC OILS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BLUE PACIFIC OILS S.A.C.	488.00	16,483,462	3.0	9,236,558	Kion
JCH AGROEXPORTACIONES S.A.C.	448.00	14,496,228	2.6	7,185,701	Kion
INTERLOOM S.A.C.	627.00	13,078,969	2.4	7,093,544	Kion
SOBIFRUIITS S.A.C.	468.00	12,524,891	2.3	7,181,689	Kion
RTE AMAZON S.A.C.	460.00	11,165,781	2.0	6,615,611	Kion
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	1,479.00	25,032,278	19.6	4,189,107	maca
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	833.00	14,142,678	11.1	2,371,106	maca
COMPANY CAMEL E.I.R.L.	85.00	10,734,050	8.4	52,930	maca
CPX PERU S.A.C.	534.00	7,058,793	5.5	706,409	maca
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	256.00	5,903,295	4.6	1,020,803	maca

Fuente: Veritrade

Elaboración propia

El cuadro 4.6.2.2 revela que, en el rubro de exportación de maca procesada a Estados Unidos, las empresas peruanas más destacadas en términos de valor FOB fueron ECOANDINO S.A.C., AGRO FERGI S.A.C. y VILLA ANDINA SAC BIC. Estas tres empresas juntas representan una parte importante del valor exportado de maca, destacándose ECOANDINO con más de 4.7 millones de dólares FOB. También es relevante la participación de empresas como INVERSIONES 2A S.A.C. que, aunque con menor volumen, logran precios por kilogramo notablemente altos, indicando posiblemente un mayor valor agregado en su presentación o calidad del producto.

En el segmento del orégano, se observa una concentración aún mayor del mercado, encabezado por AROMATICO INVERSIONES S.A.C., que lidera con más de 20 millones de dólares FOB, representando el 19.3 % del total exportado de este producto. Le siguen PRODUCTOS VEGETALES DE EXPORTACIÓN y COMVER ALIMENTOS S.A.C., ambas con cifras que superan los 10 millones de dólares, consolidando una cadena exportadora robusta y diversificada dentro del país. El orégano presenta precios por kilogramo relativamente estables en torno a los 2 USD, lo que sugiere un mercado competitivo, pero de buen volumen.

En cuanto a los aceites de oliva y aceitunas preservadas, destacan empresas como OASIS FOODS S.A.C. en aceites, con una participación dominante del 63.2 % del total exportado, y AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A. en aceitunas, con el 27.6 %. Este último producto muestra un amplio abanico de empresas exportadoras, lo que denota una cadena más extendida y descentralizada. El valor FOB por kilogramo en aceitunas se mantiene generalmente por debajo de 2 USD, evidenciando una fuerte competencia en precios y posiblemente mayores volúmenes de exportación como estrategia de rentabilidad.

Cuadro 4.6.2.2
PRINCIPALES PROVEEDORES PERUANOS A ESTADOS UNIDOS DE ALIMENTOS PROCESADOS
(En valor FOB USD y Kilogramos)

Empresa	Embarques	Valor USD	Part % en producto	Kgs	Producto
ECOANDINO S.A.C.	761.00	4,751,825	3.7	757,249	maca
AGRO FERGI S.A.C.	151.00	3,723,135	2.9	1,247,196	maca
VILLA ANDINA SAC BIC	178.00	2,943,488	2.3	520,346	maca
INVERSIONES 2A S.A.C.	40.00	2,708,995	2.1	106,330	maca
AMAZON ANDES EXPORT S.A.C.	397.00	2,610,334	2.0	309,241	maca
ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.	112.00	2,604,512	2.0	713,097	maca
AROMATICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	530.00	20,431,700	19.3	7,753,148	Orégano
PRODUCTOS VEGETALES DE EXPORTACION EMPRE	520.00	12,448,723	11.7	5,932,194	Orégano
COMERCIALIZADORA VERDE DE ALIMENTOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMVER ALIMENTOS S.A.C.	412.00	10,116,736	9.5	5,152,395	Orégano
NOVOS DISTRIBUCION Y EXPORTACION DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	257.00	7,623,951	7.2	3,640,188	Orégano
FOODSPICE GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FOODS GROUP S.A.C.	267.00	7,285,724	6.9	3,733,133	Orégano
AGRO FERGI S.A.C.	251.00	7,162,898	6.8	2,697,360	Orégano
SABOR PERUANO DE EXPORTACION S.A.C.	208.00	6,414,195	6.1	3,104,018	Orégano
GRUPO ESTELA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GRUPO ESTELA S.A.C.	137.00	4,176,539	3.9	1,895,000	Orégano
COMPAÑIA AGROEXPORTADORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMPAÑIA AGROSUR S.A.C.	116.00	3,254,548	3.1	1,596,860	Orégano
LA PASCALA E.I.R.L.	101.00	3,234,727	3.1	1,271,285	Orégano
ICH CORP S.A.	54.00	2,568,224	2.4	956,500	Orégano
KUNTU FOODS S.A.C.	38.00	2,397,699	2.3	246,476	Orégano
OASIS FOODS S.A.C.	95.00	10,284,037	63.2	2,075,070	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS GONZALEZ S.A.C.	18.00	1,946,090	12.0	271,961	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS DEL SUR S.A.	8.00	1,072,380	6.6	235,720	Aceite de Oliva
DESCALS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	7.00	482,112	3.0	139,569	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS DAVALOS E.I.R.L.	2.00	446,978	2.7	88,130	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS MONTOYA S.A.C.	4.00	446,714	2.7	88,520	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS GAMVER S.A.C.	4.00	386,860	2.4	85,930	Aceite de Oliva
AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	8.00	378,200	2.3	188,000	Aceite de Oliva
NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	1.00	207,901	1.3	62,060	Aceite de Oliva
MARCAHUASI INDUSTRIAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- MARCAHUASI INDUSTRIAL S.A.C.	2.00	168,898	1.0	48,575	Aceite de Oliva
VIRÚ GROUP PERÚ S.A.	5,330.00	141,061,782	26.6	43,820,086	Los demás vegetales conservados
DANPER TRUJILLO S.A.C.	6,836.00	121,046,282	22.8	41,856,476	Los demás vegetales conservados
GANDULES INC SAC	4,890.00	105,777,696	19.9	53,124,254	Los demás vegetales conservados
ECOSAC AGRICOLA S.A.C.	1,072.00	41,066,042	7.7	17,277,763	Los demás vegetales conservados
ALSUR PERU S.A.C.	997.00	36,308,412	6.8	11,369,330	Los demás vegetales conservados
CYNARA PERU S.A.C.	363.00	24,523,672	4.6	10,574,828	Los demás vegetales conservados
GREEN PERU S. A	454.00	20,530,338	3.9	10,089,415	Los demás vegetales conservados
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	1,023.00	17,043,871	3.2	17,978,789	Los demás vegetales conservados

CAYNARACHI S.A.	411.00	9,115,430	1.7	6,200,431	Los demás vegetales conservados
VIRU S.A.	278.00	7,457,707	1.4	3,134,898	Los demás vegetales conservados
AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.	7,366.00	67,751,985	27.6	28,090,273	Aceitunas preservadas
NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	2,820.00	47,887,438	19.5	33,377,957	Aceitunas preservadas
FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	1,680.00	26,732,770	10.9	19,251,446	Aceitunas preservadas
OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLI.S.A.C.	764.00	8,441,874	3.4	6,294,870	Aceitunas preservadas
OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2,027.00	6,817,198	2.8	4,427,116	Aceitunas preservadas
CORPORACION COSTA VERDE E.I.R.L. - CORP. COSTA VERDE E.I.R.L.	229.00	6,692,916	2.7	3,313,957	Aceitunas preservadas
AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R. L	247.00	6,558,242	2.7	5,089,700	Aceitunas preservadas
BASCONT AGROEXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BASCONT AGROEXPORT S.A.C.	501.00	6,101,735	2.5	4,704,927	Aceitunas preservadas
AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	215.00	4,366,302	1.8	2,448,707	Aceitunas preservadas
ALIMENTOS PROCESADOS DEL OLIVO E.I.R.L.	100.00	3,482,100	1.4	1,596,472	Aceitunas preservadas
AGROINDUSTRIAS ACEITUNAS DE MI TIERRA S.	182.00	3,092,455	1.3	2,578,676	Aceitunas preservadas
AGROINDUSTRIAS VALLE VIDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VALLE VIDA S.A.C.	137.00	2,979,628	1.2	2,470,284	Aceitunas preservadas
AGROINDUSTRIAS OLIVDRE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	112.00	2,924,601	1.2	1,635,070	Aceitunas preservadas
AGROINDUSTRIAS LIMATERRA S.A.C. - AGROLIMATERRA S.A.C.	156.00	2,895,782	1.2	1,389,054	Aceitunas preservadas

Fuente: Veritrade
Elaboración propia

Las principales exportaciones peruanas de alimentos procesados a Estados Unidos estuvieron lideradas por empresas como Virú Group Perú S.A., Danper Trujillo S.A.C., Alsur Perú S.A.C. y Gandules Inc S.A.C., destacándose en productos como alcachofas en conserva, piñas, palmitos y frutas preservadas. Virú Group Perú S.A. fue el mayor exportador en términos de valor, con más de USD 281 millones, principalmente en alcachofas, mientras que Gandules Inc S.A.C. lideró en la categoría de piñas conservadas y pulpas de mango. En el segmento de mermeladas, Multifoods S.A.C. representó el 78.6% del valor exportado, y en jugos de frutas cítricas, también ocupó el primer lugar con un valor FOB de más de USD 56 millones. Estas cifras reflejan la fuerte presencia de productos agroindustriales peruanos en el mercado estadounidense, con un enfoque en alimentos en conserva y procesados de alto valor agregado.

Cuadro 4.6.2.3 PRINCIPALES PROVEEDORES PERUANOS A ESTADOS UNIDOS DE ALIMENTOS PROCESADOS

(En valor FOB USD y Kilogramos)

Empresa	Embarques	Valor USD	Part % en producto	Kgs	Producto
EMPRESA AGROINDUSTRIAS SANTA MARIA. E.I.R.L.	209.00	2,857,882	1.2	2,028,582	Aceitunas preservadas
VIRÚ GROUP PERÚ S.A.	9,295.00	281,837,692	40.8	106,559,962	alcachofas en conserva
DANPER TRUJILLO S.A.C.	10,980.00	251,210,345	36.4	92,905,066	alcachofas en conserva
ALSUR PERU S.A.C.	3,213.00	86,019,695	12.5	31,859,842	alcachofas en conserva
CYNARA PERU S.A.C.	613.00	53,551,484	7.8	25,783,290	alcachofas en conserva
VIRU S.A.	240.00	7,978,314	1.2	2,841,597	alcachofas en conserva
AGRICOLA ALSUR CUSCO S.A.C.	252.00	7,476,408	1.1	3,591,361	alcachofas en conserva
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	57.00	1,913,344	0.3	1,091,657	alcachofas en conserva
CONSERVAS VEGETALES CERRO VERDE S.A.C.	40.00	448,278	0.1	234,515	alcachofas en conserva
MULTIFOODS S.A.C.	1,388.00	32,765,423	78.6	33,524,466	mermeladas
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	199.00	1,637,999	3.9	761,282	mermeladas
AJEPROCESOS S.A.C.	34.00	1,386,850	3.3	1,082,043	mermeladas
VEROBIO PERU S.A.C.	57.00	1,374,450	3.3	1,357,196	mermeladas
SELVA INDUSTRIAL S.A.	12.00	758,712	1.8	317,280	mermeladas
UNION DE NEGOCIOS CORPORATIVOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20.00	741,019	1.8	277,287	mermeladas
VIRÚ GROUP PERÚ S.A.	120.00	513,340	1.2	100,126	mermeladas

COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGANICOS APROMALPI LTDA.	13.00	453,684	1.1	323,700	mermeladas
GANDULES INC SAC	1,098.00	47,355,060	66.3	14,642,349	Piñas conservadas
PROCESADORA LARAN SAC	438.00	22,002,486	30.8	9,601,211	Piñas conservadas
PROCESADORA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	21.00	1,055,268	1.5	359,609	Piñas conservadas
CAYNARACHI S.A.	12.00	575,177	0.8	165,382	Piñas conservadas
ASEPTIC PERUVIAN FRUIT S.A.	44.00	255,633	0.4	86,269	Piñas conservadas
CAYNARACHI S.A.	2,114.00	57,185,010	82.0	22,270,764	Palmito preservado
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO APROPAL LTDA.	332.00	8,357,712	12.0	3,059,296	Palmito preservado
AGROINDUSTRIAL SAN PEDRO S.A.C.	95.00	4,190,218	6.0	1,511,650	Palmito preservado
VIRÚ GROUP PERÚ S.A.	61.00	19,155	0.0	7,891	Palmito preservado
VALLE FERTIL S.A.C.	3.00	14,042	0.0	4,621	Palmito preservado
NOE IMPORT EIRL	8.00	12,074	0.0	3,840	Palmito preservado
INKA CROPS S.A.	4,470.00	100,394,619	36.5	19,337,536	Frutas preservadas
GANDULES INC SAC	851.00	26,276,318	9.6	10,001,563	Frutas preservadas
UNION DE NEGOCIOS CORPORATIVOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,013.00	25,226,331	9.2	9,147,979	Frutas preservadas
AGROMAR INDUSTRIAL S.A.	506.00	18,376,622	6.7	15,322,792	Frutas preservadas
QUICORNAC S.A.C.	395.00	15,664,904	5.7	12,273,661	Frutas preservadas
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	402.00	14,324,022	5.2	10,213,300	Frutas preservadas
SELVA INDUSTRIAL S.A.	339.00	13,412,385	4.9	10,411,324	Frutas preservadas
DELICIAS Y SABORES DEL PERU EIRL	431.00	8,809,244	3.2	3,867,810	Frutas preservadas
ASEPTIC PERUVIAN FRUIT S.A.	475.00	8,223,320	3.0	5,527,852	Frutas preservadas
PIURA FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PIURA FOODS S.A.C.	1,686.00	7,705,368	2.8	1,615,075	Frutas preservadas
GANDULES INC SAC	849.00	26,276,318	25.2	10,001,559	Pulpa de mango y otras frutas
AGROMAR INDUSTRIAL S.A.	506.00	18,376,622	17.6	15,322,792	Pulpa de mango y otras frutas
QUICORNAC S.A.C.	309.00	12,863,974	12.3	11,209,180	Pulpa de mango y otras frutas
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	351.00	12,236,752	11.7	9,347,994	Pulpa de mango y otras frutas
SELVA INDUSTRIAL S.A.	259.00	10,532,629	10.1	9,105,950	Pulpa de mango y otras frutas
ASEPTIC PERUVIAN FRUIT S.A.	283.00	5,128,672	4.9	3,798,513	Pulpa de mango y otras frutas
FRUTOS TONGORRAPE SOCIEDAD ANONIMA	243.00	4,112,186	3.9	3,355,818	Pulpa de mango y otras frutas
AGROFRUTOS TRADING S.A.	83.00	3,727,970	3.6	3,106,027	Pulpa de mango y otras frutas
VIRÚ GROUP PERÚ S.A.	178.00	3,614,872	3.5	1,455,218	Pulpa de mango y otras frutas
PULPAS Y PROCESADOS DEL AGRO SOCIEDAD ANONIMA-PULPAGRO	153.00	2,426,973	2.3	2,156,894	Pulpa de mango y otras frutas
MULTIFOODS S.A.C.	4,670.00	56,494,900	45.8	83,527,074	Jugos de frutas cítricas y otros
AGRICOLA EL TUNAL S.A. Y/O AGROTUNA S.A.	105.00	32,451,737	26.3	1,105,420	Jugos de frutas cítricas y otros
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	773.00	14,233,016	11.5	13,657,295	Jugos de frutas cítricas y otros
LIMONES PIURANOS SOCIEDAD ANONIMA CERRAD	181.00	7,960,914	6.5	4,746,932	Jugos de frutas cítricas y otros
AGROMAR INDUSTRIAL S.A.	90.00	5,202,579	4.2	3,576,616	Jugos de frutas cítricas y otros
GLOBAL CITRUS INTERNATIONAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	81.00	3,662,793	3.0	1,654,571	Jugos de frutas cítricas y otros

V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.1 Perfil del Consumidor

5.1.1 Panorama Demográfico General

Estados Unidos cuenta con una población de aproximadamente 342 millones de habitantes, caracterizada por su diversidad étnica y amplio poder adquisitivo. El 63.4% de los ciudadanos se encuentra en edad productiva (15-64 años), segmento que concentra la mayor demanda de alimentos prácticos y funcionales, como los procesados y congelados. La población mayor de 65 años (18.5%)

también representa una oportunidad comercial, al mostrar preferencias por productos saludables, fáciles de preparar y con beneficios nutricionales claros.

La estructura poblacional está compuesta por:

- 61.6% personas blancas
- 12.4% afroamericanos
- 6% asiáticos
- 10.2% multirraciales
- 1.1% nativos americanos

La diversidad étnica influye directamente en las preferencias alimentarias, favoreciendo productos con influencias mediterráneas (aceitunas, aceite de oliva), latinoamericanas (pimientos, pulpas de frutas) y alternativas saludables de origen natural (como superfoods).

5.1.2 Distribución Geográfica y Comportamiento Regional

Los principales focos de consumo se encuentran en:

- California (39 millones): mercado receptivo a productos naturales, orgánicos, y superfoods como maca y sacha inchi, impulsado por estilos de vida saludable.
- Texas y Florida (30.5 y 22.6 millones): alta presencia de población hispana, mayor familiaridad con productos como pulpas congeladas, mermeladas, jalapeños y pimientos.
- Nueva York y Pensilvania: consumidores sofisticados, interesados en alimentos gourmet como alcachofas en conserva y aceite de oliva de calidad premium.

Las áreas metropolitanas más pobladas, como Nueva York-Nueva Jersey, Los Ángeles, Chicago y Dallas-Houston, concentran cadenas minoristas de alto volumen y canales de distribución clave para alimentos congelados y en conserva.

5.1.3 Segmentación por Nivel de Ingreso

El poder adquisitivo influye directamente en las decisiones de compra:

- Los hogares con ingresos superiores a USD100,000 (33.4% del total) valoran productos gourmet, funcionales y con origen trazable, como el aceite de oliva extra virgen, superfoods y conservas artesanales.
- Los hogares con ingresos entre USD50,000 y USD99,999 (28.8%) buscan una combinación de calidad y accesibilidad, siendo receptivos a productos saludables listos para consumir.
- Los consumidores con ingresos inferiores a USD49,999 (38.5%) priorizan conveniencia, precio y durabilidad; suelen optar por versiones congeladas o en conserva para abastecer sus despensas.

En todos los niveles, la salud, el sabor, y la practicidad son factores clave para la elección del producto.

5.1.4 Consumo de los productos objeto del estudio

Alcachofas, espárragos y pimientos en conserva: valorados por su versatilidad en platos mediterráneos, veganos y gourmet. Altamente demandados en estados como California y Nueva York.

Aceitunas y aceite de oliva: vinculados a hábitos saludables, cocina mediterránea y experiencias de consumo premium. Preferidos por adultos mayores y hogares de alto ingreso.

Pulpas congeladas y mermeladas: atractivos para consumidores con estilos de vida activos, interesados en bebidas funcionales, smoothies y snacks saludables. Gran aceptación entre públicos jóvenes.

Superfoods como la maca, jengibre y cúrcuma: consumidos por quienes buscan alternativas naturales para mejorar energía, salud hormonal y nutrición funcional. Mayor presencia en tiendas especializadas y canales digitales.

5.2 Análisis de Tendencias

Demanda de Conveniencia y Alimentos Listos para Consumir

El ritmo de vida acelerado, junto con el crecimiento de hogares con doble ingreso, ha incrementado la demanda de alimentos listos para consumir, especialmente entre estudiantes y profesionales. Este fenómeno ha impulsado el crecimiento del segmento de comidas preparadas (ready-to-eat meals), que se proyecta crecer a una tasa compuesta anual del 6.1% hasta 2030, según datos de Grand View Research. Empresas líderes como Nestlé y Unilever han respondido a esta tendencia ampliando su oferta de productos congelados y envasados con larga vida útil, incluyendo pastas, arroces y sopas.

Enfoque en Salud y Bienestar

La salud se ha convertido en un criterio decisivo de compra. De acuerdo con un estudio de Ingredion (2023), el 78% de los consumidores estadounidenses está dispuesto a pagar un precio más alto por productos con etiquetas "naturales" u "orgánicas". Esta tendencia ha impulsado el auge de productos con etiquetas limpias ("clean label"), sin aditivos artificiales, bajos en azúcar y elaborados con ingredientes naturales.

El segmento de alimentos **plant-based** también muestra una expansión notable, favorecido por el crecimiento del veganismo y la intolerancia a la lactosa. Marcas como Beyond Meat e Impossible Foods han liderado esta transformación con alternativas cárnicas y lácteas a base de plantas, incluyendo hamburguesas, yogures y bebidas vegetales.

Además, se ha observado un incremento del 30% en productos con declaraciones como "sin azúcar añadido" o "bajo en azúcar", de acuerdo con Innova Market Insights. Los consumidores están optando por endulzantes naturales y alternativas como fibras dulces.

Transparencia y Sostenibilidad

Los consumidores exigen mayor claridad en el etiquetado, y valoran cada vez más la trazabilidad del producto, incluyendo el origen de los ingredientes, las prácticas agrícolas y los métodos de procesamiento. Las certificaciones como **USDA Organic**, **Non-GMO Project Verified** y **Fair Trade** han ganado terreno como indicadores de confianza y calidad (Nationwide, 2023).

En paralelo, la sostenibilidad impulsa la innovación en empaques. Por ejemplo, la empresa Greif lanzó en 2024 un cartón reciclado recubierto (CRB) para la industria alimentaria, y Compostic ha introducido envoltorios compostables para uso doméstico. Whole Foods, en sus predicciones para 2025, señaló que los empaques biodegradables y compostables serán una prioridad creciente en la industria.

Crecimiento del Comercio Electrónico

La pandemia de COVID-19 consolidó al comercio electrónico como un canal clave en la distribución de alimentos. Según Grand View Research, se espera que las ventas de alimentos en línea mantengan un crecimiento anual compuesto del 9.1% hasta 2030. Plataformas como Amazon y servicios de entrega especializados han facilitado el acceso a productos procesados, mejorando continuamente la experiencia del usuario a través de diseños web optimizados, empaques resistentes y sistemas de seguimiento en tiempo real.

Preferencia por Sabores Globales y Exóticos

Los consumidores estadounidenses muestran una mayor apertura hacia sabores internacionales, especialmente los originarios de Sudamérica, el sudeste asiático y África. Sabores como curry,

chimichurri, umami y picantes mexicanos se integran cada vez más en productos listos para consumir. Asimismo, las bebidas funcionales con ingredientes exóticos como cúrcuma, hibisco o lichi están ganando popularidad entre los consumidores jóvenes, según el portal especializado GrandeCig (2024).

Tendencias en el Sector de Foodservice (Consumo Fuera del Hogar)

Restaurantes de Servicio Rápido (QSR)

Los restaurantes de servicio rápido dominan el mercado de foodservice en EE. UU., representando el 50% del total en 2024, según Mordor Intelligence. Cadenas como McDonald's, Yum! Brands y Starbucks han logrado captar la demanda con menús rápidos y personalizables. El tique promedio en este tipo de establecimientos ha aumentado un 16.23% en los últimos años, situándose en USD 8.75 para hamburguesas y USD 16.00 para pizzas.

Digitalización y Tecnología

La digitalización ha revolucionado la industria de alimentos fuera del hogar. Las cocinas en la nube (cloud kitchens), que operan exclusivamente a través de pedidos digitales, proyectan un crecimiento del 9.33% anual en el mercado estadounidense. Empresas como Starbucks y Dunkin' Donuts han desarrollado sistemas de pedidos móviles y aplicaciones propias que permiten mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa (Mordor Intelligence, 2024).

Alimentación Saludable y Plant-Based en Restaurantes

La tendencia hacia lo saludable también se traslada al canal foodservice. Según Fortune Business Insights (2025), cadenas como Pizza Hut han introducido alternativas vegetales como el Beyond Pepperoni. En respuesta a los nuevos hábitos, restaurantes están adaptando sus menús para reducir azúcar y sodio, en línea con iniciativas como la National Salt and Sugar Reduction Initiative (NSSRI) en EE. UU.

Personalización y Experiencia del Cliente

Los consumidores valoran cada vez más los menús personalizados según sus restricciones dietéticas, como opciones sin gluten, keto, veganas o ricas en proteínas. Restaurantes de servicio completo como Applebee's o Chili's han integrado una gama más amplia de opciones en sus menús, y se observa un crecimiento de patios de comida con múltiples cocinas internacionales en ciudades secundarias (Mordor Intelligence, 2024).

Sostenibilidad en Foodservice

La sostenibilidad también se impone como estándar en el sector horeca. Restaurantes y cadenas adoptan bandejas, vasos y empaques compostables o reciclables, tanto por presión normativa como por exigencias del consumidor. Grand View Research identifica que esta tendencia está directamente alineada con regulaciones como el **European Green Deal**, que está influyendo en el comportamiento de empresas estadounidenses.

Impacto de la Inflación y Precios

En 2025, los precios de los alimentos para consumo en casa (FAH) aumentaron un 2.2%, mientras que los del sector foodservice (FAFH) subieron un 3.9%, según el USDA Economic Research Service. Este aumento se debe principalmente a mayores costos de energía, insumos como café y cítricos, y mano de obra. Como resultado, muchos consumidores migran hacia opciones más económicas como los QSR o productos envasados con buena relación calidad-precio.

7. Discurso Político y Cambios Nutricionales: Caso Kennedy

La agenda "Make America Healthy Again" (MAHA), promovida por Robert F. Kennedy Jr., ha generado debate sobre el uso de grasas animales vs. aceites vegetales en la dieta estadounidense. Kennedy

argumenta que los aceites de semillas (soya, canola, maíz, girasol) son responsables de inflamaciones crónicas debido a su contenido de omega-6 y procesos químicos, promoviendo en su lugar el consumo de manteca de cerdo, sebo de res y mantequilla.

Aunque esta postura ha sido cuestionada por expertos en salud cardiovascular, ha tenido eco en ciertos sectores del mercado. Por ejemplo, la cadena Steak 'n Shake anunció en 2025 que utilizará sebo de res en la fritura de sus papas. Al mismo tiempo, Sweetgreen eliminó los aceites de semillas de su menú y optó por aceite de oliva, reflejando una mayor sensibilidad a estas preocupaciones sin adoptar completamente el discurso de Kennedy.

5.3 Variedades

El presente estudio comprende múltiples productos, y cada uno de ellos determina diversas variedades, por ello en este capítulo solo analizaremos dos productos en los cuales las variedades que cuentan con mayor oportunidad y por lo tanto mejores resultados comerciales.

Variedades de Aceitunas más Demandadas

El mercado de aceitunas en EE. UU., valorado en USD 7.30 mil millones en 2025, crecerá a USD 9.64 mil millones para 2030 con un CAGR del 5.74% (Statista, 2024). Las aceitunas se consumen como aperitivos (de mesa) y como ingredientes en pizzas, salsas y platos preparados, tanto en hogares como en foodservices. Las variedades con mayor demanda son:

- Kalamata: Estas aceitunas griegas, con su sabor intenso, dominan el segmento de mesa (25% de las ventas minoristas) y son ampliamente usadas en foodservice (54.9% de los ingresos del sector). En restaurantes mediterráneos y pizzerías de alta gama, como California Pizza Kitchen, se utilizan en ensaladas, tapenades y pizzas gourmet. Las versiones deshuesadas en frascos de vidrio reciclables son preferidas por su conveniencia.
- Manzanilla: Populares en hogares (30% de las ventas de aceitunas de mesa), las Manzanilla, a menudo rellenas con pimientos o ajo, son ideales para aperitivos y cócteles. En foodservice, se usan en pizzas y nachos en cadenas como Domino's, con una demanda creciente por variedades orgánicas y bajas en sodio.
- Mission: Producidas principalmente en California, las aceitunas Mission son un pilar en el mercado doméstico y foodservice, representando cerca del 10% de las ventas de aceitunas de mesa y un 15% del uso en preparación de alimentos. Su sabor suave y disponibilidad local las hacen ideales para pizzas (especialmente en cadenas como Pizza Hut) y salsas procesadas. En 2024, las Mission negras enlatadas, usadas como ingrediente en pizzas y ensaladas, tuvieron un aumento del 8% en ventas en supermercados como Walmart, según Nielsen. También se utilizan en la producción de aceite de oliva, aunque su impacto en este segmento es menor.
- Las aceitunas verdes Picholine y Cerignola: son valoradas en foodservice por su textura firme en tapenades y martinis. En hogares, se consumen como aperitivos, mientras que en pizzerías se usan en recetas gourmet. Otras variedades verdes que aparecen mucho en los anaqueles son la Queen y Castelvetro.

Variedades de Pimientos Envasados más Demandadas

Los pimientos envasados (enlatados, encurtidos o en conserva) son esenciales en cocinas domésticas y foodservice, especialmente en pizzas, salsas y platos tex-mex.

- Pimientos Cherry: Estos pimientos dulces o picantes, con un aumento del 10% en ventas en 2024 (USDA), son populares en ensaladas y pizzas en hogares y restaurantes. En foodservice, se

usan en pizzas de cadenas como Papa John's y en aperitivos rellenos de queso, con una demanda creciente por versiones orgánicas.

- Pimientos Jalapeño: Representan el 25% del mercado de pimientos envasados, siendo un ingrediente clave en salsas, nachos y pizzas en foodservice (por ejemplo, en Taco Bell). En hogares, los jalapeños en rodajas encurtidos son comunes en recetas tex-mex, con un crecimiento del 12% en ventas minoristas.
- Pimientos Piquillo: Estos pimientos rojos dulces, usados en tapas y pizzas gourmet, son apreciados en restaurantes de alta cocina. Su mercado creció un 8% en 2024, impulsado por su sabor intenso y presentaciones en frascos premium.
- Pimientos Bell (Rojos y Verdes): Ampliamente usados en hogares para salsas y guisos, y en pizzerías para pizzas clásicas. Las variedades orgánicas y en envases sostenibles tienen una demanda creciente.

5.4 Presentaciones y precios al consumidor final

En este capítulo vamos a mostrar las distintas presentaciones y precios finales que varían dependiendo del tamaño, el envase y el lugar donde estos productos se expenden. Como referencia, se incluirá los precios FOB de estos productos en la parte final, precios que también varían según la temporada y las variables tamaño, envase, calibre y otros factores.

Alcachofas procesadas y conservadas. - Este producto se consume masivamente tanto en el mainstream como por consumidores étnicos hispanos, debido a la influencia de España en la gastronomía de todos los países hispanos americanos.

En EE. UU. este producto se consume principalmente procesado considerando que en su estado fresco es admisible de muy pocos países. Se expenden en todo tipo de presentaciones, tanto en corazones, tapas, cuartos, únicamente preservados, marinados, a la parrilla y marinados.

Se expenden tanto en frascos como en latas y tanto para consumo familiar y en presentaciones institucionales.

Es importante notar que las presentaciones institucionales toman importancia con presentaciones de alto valor agregado, sobre todo para uso en restaurantes que usan la alcachofa como guarnición, por lo que usan la alcachofa totalmente preparada para acompañar un plato principal.

Cuadro N° 5.4.1.

PRESENTACION DE ALCACHOFAS EN CONSERVA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Alcachofas marinadas
	Presentación	Cuartos marinados en frasco de vidrio con tapa metálica regular
	Marca	Sophia
	Precio	USD 3.49
	Peso Neto	12 onzas / 340 grs
	País de Fabricación	España
	País de Distribución	EEUU, España y otros
	Fecha de Fabricación	07 de enero de 2025

Elaboración propia

También se comercializan alcachofas congeladas, tanto tapas como corazones en cuartos. Whole Foods con su marca "365 Whole Food Market" vende alcachofas congeladas de origen peruano.

Imágenes N° 5.4.1.
PRESENTACIONES DE ALCACHOFA CONGELADA



Fuente: Amazon

Pimientos y espárragos en procesados. - Al igual que las alcachofas ambos son productos de consumo masivo, está presente en la cocina de los hogares como en la cocina de los restaurantes, cafeterías y otros foodservices. En el caso del pimiento lo es más. Es importante notar que ambos productos tienen abastecimiento adecuado en presentaciones frescas, todos los supermercados ofertan espárragos y pimientos frescos, en cualquier época del año.

Por ello sus presentaciones procesadas responden al “convenience” que significa contar con pimientos y espárragos en conserva o congelados, para usarlo de acuerdo con lo requerido y sin desperdiciar lo restante como ocurre con el producto fresco.

Y es este concepto de convenience que determina su uso en las cocinas de restaurantes y otros foodservices, los cuales son abastecidos en presentaciones básicas como presentaciones con mayor valor agregado como podría ocurrir con los pimientos y espárragos a la parrilla y marinados, listos para servir.

En el caso de los pimientos, otro factor que alienta su consumo son las variedades especiales como puede ocurrir con un pimiento Cherry o un pimiento banana, de uso por un limitado número de consumidores por lo que su oferta de frescos está limitado a mercados de especialidad y por ello estas variedades especiales de pimientos por regla general se compran procesados en conserva.

Cuadro 5.4.2
PRESENTACION PIMIENTO CHERRY EN CONSERVA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Pimiento Rojo Cereza - Red Cherry Pepper
	Presentación	Frascos de vidrio
	Marca	Boticelli
	Precio	USD 3.99
	Peso Neto	Peso Neto: 15.8 onzas / 450 grs Peso escurrido: 6.3 onzas / 180 grs
	País de Fabricación	Perú
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N/D

Elaboración propia

Si bien los pimientos se producen en todos los países mediterráneos, es notable la presencia de pimientos en conserva producidos en Turquía, que en el periodo 2020-2024 ha tenido una tasa de crecimiento promedio de 21%, la mayor de todos los proveedores de EE. UU. para este producto.

Imagen 5.4.2.

PRESENTACION DE PIMIENTO TOJO ROSTIZADO CON AJO PRODUCIDO EN TURQUIA



Fuente: propia

Cuadro 5.4.3

PRESENTACION ESPARRAGO EN CONSERVA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Lanzas de esparrago blanco
	Presentación	En frascos de vidrio y tapa blanca
	Marca	Heaven & Earth
	Precio	USD 29.99
	Peso Neto	cada frasco: 12.5 oz / 2.13 Kg Pkt de 6 frascos: 75 oz /
	País de Fabricación	Perú
	País de Distribución	EEUU y Canadá
	Fecha de Fabricación	N.D.

Fuente: Amazon

Es importante notar la fuerte disminución en los estantes de los supermercados, de espárragos en conserva, sean enlatados o en frascos, lo que se refleja en las cifras de importación de los EE. UU. en la partida 200560, que en el 2024 fueron de USD 21.2 millones y en el 2024 fueron de USD 6.2 millones. Ello es notable, por ejemplo, en la tienda Whole Foods que no vende espárragos en conserva y oferta únicamente esparrago congelado, reflejando la creciente tendencia de los consumidores por productos frescos y congelados.

Cuadro 5.4.4.

IMÁGENES DE ESPARRAGO CONGELADO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Esparrago congelado
	Presentación	Congelado
	Marca	365 Whole Food Market
	Precio	USD 4.69
	Peso Neto	12 onzas / 340 grs
	País de Fabricación	Chile
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Mermeladas, confituras, purés y jaleas de frutas cítricas. - El mercado de mermeladas, confituras y jaleas es atendido principalmente por fabricantes estadounidenses con una oferta que refleja las frutas que este país produce y considerando además la cuota de azúcar que afecta a países proveedores de mermeladas con azúcar. Las mermeladas importadas que no alcancen cuota pagan aprox. USD 0.15 por libra. Esta regla no se aplica a Canadá ni México, pero si afecta a Perú.

Por ello mermeladas en base a frutos exóticos tendrán menor competencia se fabricantes domésticos. Asimismo, el creciente interés por endulzantes distintos al azúcar, podría generar mayores oportunidades, por ejemplo, para mermeladas endulzadas con yacón, destinadas justamente para consumidores de altos ingresos que buscan consumir mermeladas sin perjudicar su salud.

En el caso de mermeladas de arándanos, varias marcas reconocidas la ofertan, como por ejemplo Smucker's. Otras marcas la ofertan en presentaciones sin azúcar y algunas marcas europeas la ofertan en presentaciones premium, como es el caso de la marca belga "Bonne Maman" que se vende en las tiendas de Whole Foods.

Cuadro 5.4.5.

PRESENTACION DE MERMELADA DE ARANDANO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Mermelada de Blueberry
	Presentación	En frasco de vidrio
	Marca	Bonne Maman
	Precio	USD 6.99
	Peso Neto	13 onzas / 370 grs
	País de Fabricación	Bélgica
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	N.D.	

Elaboración propia

Un producto que se comercializa son los pures en presentaciones semi líquidas, para mezclarse con agua y preparar jugos, o para uso en repostería. Destacan los pures de frutas no nativas que se exportan a los EE. UU. para evitar el transporte del agua que si ocurre con los jugos. En el siguiente cuadro se presenta un pure de mango, envasado en pouches laminados dentro de cajas de cartón, que se distribuye en una tienda étnica taiwanesa.

Cuadro 5.4.6.

PRESENTACION PURÉ DE MANGO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Mango Pure
	Presentación	Puré envasado en bolsa laminada dentro de caja de carton
	Marca	Philippine
	Precio	USD 2.89
	Peso Neto	17.6 onzas / 500 grs
	País de Fabricación	Filipinas
	País de Distribución	EEUU y otros
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Al igual que en las mermeladas, en el caso de los purés, la producción doméstica de los EE. UU. se basa en frutas que son abundantes en este país, que es el caso de las manzanas y arándanos, que empresas líderes como Mott's las procesa masivamente y también los vende masivamente a precios muy bajos. En el siguiente cuadro se presentan pures de manzana para uso familiar y para las loncheras

de los niños. Productos similares en envases de 1 libra, se venden en acción de gracias, navidad y año nuevo, para uso en las comidas que se sirven en esas fiestas. Purés de manzana con aguaymanto u otras frutas exóticas, podrían ofrecerse para el segmento specialty en las presentaciones más grandes para acompañar el pavo de Acción de Gracias.

**Cuadro 5.4.7
PRESENTACION PURÉ DE MANZANA Y ARANDANO**

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Applesouce. Pure de manzana con arándano
	Presentación	Set de 6 vasitos
	Marca	Motts
	Precio	USD 4.59
	Peso Neto	Set de 23.4 oz / 666 grs conteniendo 6 vasitos de 3.9 oonzas / 111 grs
	País de Fabricación	EEUU - Texas
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	26 de abril de 2024	

Elaboración propia

Aceite de Oliva Extra-Virgen, es un producto que cuenta con una demanda masiva, todo los consumen un mayor o menor medida. Las recientes noticias de que los aceites de granos y nueces son perjudiciales para la salud y que el aceite de oliva es uno de los pocos aceites vegetales que no tiene efectos dañinos para la salud ha fortalecido su demanda y por lo mismo sus precios.

Sin embargo, es su uso culinario el que genera su fuerte demanda, en un país en el cual las recetas mediterráneas son consumidas por todas las familias, el aceite de olive es omnipresente en las cocinas de las familias y foodservices.

Este mercado importa aceites de oliva de todos los orígenes, principalmente de países mediterráneos, destacando Portugal, España, Italia, Grecia, Turquía y Túnez, y también otros países como Argentina, Chile.

Es importante notar que estos países usan variedades de aceitunas adecuadas para la producción de aceite, debido a la cantidad de aceite que producen, el sabor y aroma y porque son resistentes a la oxidación. Las principales variedades usadas por los países que abastece de aceite de oliva a los EE. UU. son:

**Cuadro 5.4.8
 VARIEDADES DE ACEITUNAS PARA FABRICACION DE ACEITES**

Variedad	País de producción
Picual	España
Arbequina	España, Australia, EEUU
Koroneiki	Grecia
Hojiblanca	España
Frantoio	Italia
Leccino	Italia
Chetoui	Túnez
Chemlali Sfax	Túnez
Barnea	Israel y Australia
Cornicabra	España

Elaboración propia

En el mercado de los EE. UU. se ofertan aceites de oliva y extra virgen de oliva de todas las calidades y precios, siendo un aceite de precio alto la presentación de la marca Colavita, a USD 31.99 el litro. Un precio bajo corresponde al aceite de oliva extra virgen marca Betis con precio de USD 15.32 el litro en presentación institucional.

Las presentaciones de uso familiar, también se venden en botellas de 2 o 3 litros, así como también en presentaciones de menor tamaño, tanto en botellas de vidrio, plástico o metal.

**Cuadro 5.4.9
 PRESENTACION ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN**

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceite de oliva extra virgen
	Presentación	Botellas de vidrio
	Marca	Colavita
	Precio	USD 31.99
	Peso Neto	34 Oz / 1 litro
	País de Fabricación	Grecia
	País de Distribución	EEUU y resto del mundo
Fecha de Fabricación	N.D.	

Elaboración propia

En el caso de aceites de oliva para uso en restaurantes o foodservices, se venden en envases de metal de un galón y de tres litros, aunque los ofrecen en paquetes de 6 unidades con un descuento por cantidad. No se ofertan en envases mayores a 1 galón, como si ocurre por ejemplo con los aceites regulares de maíz o soya, que se venden en latas de 4.5 o 5 galones.

Cuadro 5.4.10

PRESENTACION ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN EN ENVASES DE METAL

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceite de Oliva Virgen Extra
	Presentación	Galonera de Metal con tapa plástica
	Marca	Betis
	Precio	Precio regular: USD 57.99 Precio de oferta: USD 49.99
	Peso Neto	1 galón / 3.785 litros
	País de Fabricación	España
	País de Distribución	EEUU y otros países
	Fecha de Fabricación	Agosto 2024

Elaboración propia

Otra presentación, son los aceites de oliva extra virgen en aerosol, con una creciente y variada oferta. La misma presentación es para uso familiar y foodservices, aunque para estos establecimientos los venden en paquetes de varias unidades a un menor precio.

Cuadro 5.4.11

PRESENTACION ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN EN SPRAY

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceite de Oliva Extra Virgen
	Presentación	Spray en tubo
	Marca	Colavita
	Precio	USD 9.99
	Peso Neto	5 Oz fl/ 148 ml
	País de Fabricación	Importado desde Italia, con aceites de Italia y España mezclados
	País de Distribución	EEUU y otros
	Fecha de Fabricación	ND

Elaboración propia

Es muy usual que una marca pueda ofertar aceites de oliva de diversos orígenes, lo que denota en su etiqueta. En unos casos, sobre todo los aceites de menor precio, indica que el aceite puede ser de origen de uno de los países mencionados en la etiqueta, sin detallar con exactitud de que origen es el aceite,

como el caso del aceite Filippo Berio en cuya etiqueta indica: “Empacado en Italia con aceites de oliva extra virgen de Grecia, Italia, Portugal España y Túnez”

Imagen 5.4.3

ETIQUETA DE ORIGEN NO DETERMINADO DE ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN



Fuente: propia

En el caso de aceites más finos como la botella de marca Colavita del cuadro 5.4.9, si bien indica que la botella es importada de Italia y “contiene aceite de uno más de estos países: I-Italia, Gr-Grecia, P-Portugal, E-España. Ver el código en la base de la etiqueta”, lo que, en el caso de la botella de la foto, el aceite es de Grecia por los símbolos “E Gr” notados debajo del cuadro nutricional, lo que denota que el aceite es un blend de aceites provenientes de España y Grecia.

Imagen 5.4.4

ETIQUETA DE ORIGEN DETERMINADO DE ACEITE DE OLIVA EXTRA-VIRGEN



Fuente: propia

Además, existe un mercado para aceites de precios más altos, como aquellos que se venen en la tienda William Sonoma, en los que un litro puede costar por encima de USD 70.00. En estos establecimientos se venden aceites puros y también aromatizados con ajo, trufas y otras especias. Debe notarse que William Sonoma vende aceites de diversas marcas y orígenes, y también vende aceites con su marca privada William Sonoma.

Imagen 5.4.5

ACEITES DE OLIVA EXTRA-VIRGEN EN TIENDA WILLIAM SONOMA



Fuente: propia

Es muy importante notar, que uno de los principales consumidores de aceites extra virgen son los restaurantes, sobre todo lo que expenden comida mediterránea, como son los restaurantes españoles, portugueses, italianos, griegos y también los restaurantes franceses. Por regla general estos restaurantes colocan en sus mesas aceites de origen único de los países cuya comida sirven. Es decir, en un restaurante griego se colocará además de la pimienta y sal, una botella de aceite de oliva griego. No pondrán un aceite otro origen por más que consigan uno mejor y de menor precio. Además, muchos restaurantes sirven aceite de oliva con la marca propia del restaurante, y ciertamente hechos en el país cuya comida sirven.

En el caso de restaurantes que no tienen nacionalidad, por ejemplo, un restaurante de carnes o pescados, por usualmente servirán aceites de oliva italianos, aunque esta regla no es absoluta, porque eventualmente podrían servir aceites de otros orígenes de buena calidad.

Jugos de fruta cítricas y no cítricas. - Los jugos de fruta cítricas que se comercializan en los EEUU son de diversos orígenes, aunque en el caso del jugo de naranja se expenden jugos de Florida, los que son reconocidos por su calidad, sobre todo aquellos con etiqueta "Not From Concentrated". Aun así, algunas marcas de la Florida venden aceite de naranja de otros orígenes, por Ej: Brasil, usualmente con etiqueta "From Concentrated", es decir importan el concentrado y le añaden agua y envasan. También los mezclan con jugos de otras frutas que no se producen en EE. UU. por ejemplo con jugo de piña, mango, kiwi y otros que importan como concentrado. Es preciso notar que ciertos jugos son aceptados por todos los consumidores, como es el caso del jugo de naranja o el jugo de manzana. No

ocurre lo mismo con sabores que son comunes en otros países como el jugo de maracuyá que lo consumen mucho las comunidades hispanoamericanas y asiáticas.

Muchos países exportan concentrados a empresas de los EE. UU. que los procesan y envasan como jugos de un solo sabor o como mezclas, en diversas presentaciones, en cajas de cartón o en botellas de plástico y también vidrio.

Sin embargo, algunas marcas foráneas distribuyen a los EE. UU. jugos con sus propias marcas. La marca peruana Gloria exporta a EE. UU. y distribuye a través de sus representantes en diversas regiones de los EE. UU. La marca egipcia Mira cuenta con amplia distribución en casi todos los EE. UU., lo mismo ocurre con marcas mexicanas y de República Dominicana.

Cuadro 5.4.12
PRESENTACION JUGO DE MARACUYA DE ORIGEN DOMINICANO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Jugo de Maracuya
	Presentación	En caja de carton plastificada y tapa de plástico
	Marca	Rica
	Precio	Precio regular: USD 2.99 Precio de oferta: USD 2.50
	Peso Neto	1 litro
	País de Fabricación	República Dominicana
	País de Distribución	EEUU y otros
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

De los jugos elaborados con berries, el que ha ganado una posición en los EE. UU. es el jugo de Cranberry, una fruta de masiva producción en los EE. UU., que se vende como fruta fresca, fruta seca y especialmente en jugo.

Otro jugo que ha empezado a producirse es el jugo de arándano, sin embargo, su demanda no es masiva como la de Cranberry, y su venta está limitada a tiendas de productos naturales como es el caso de Whole Foods o Trader Joe's, donde es posible encontrar algunas marcas specialty y de precios superiores por ejemplo si se le compara al jugo de cranberry.

Cuadro 5.4.13
PRESENTACION JUGO DE ARANDANO DE ORIGEN EE. UU.

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO
	Nombre del Producto Jugo de Arandano
	Presentación Jugo de Arandano preparado a partir de concentrado, en botella de vidrio
	Marca Knudsen
	Precio Precio regular: USD 10.49 Precio de oferta: USD 8.91
	Peso Neto 32 fl onzas / 946 mL
	País de Fabricación EEUU
	País de Distribución EEUU
	Fecha de Fabricación N.D.

Elaboración propia

Muchas marcas estadounidenses, tanto las que ofertan jugos regulares como los que ofertan jugos premium, usan concentrados importados, por ello los exportadores peruanos de jugos deben buscar atender a estos fabricantes con una oferta de concentrados o pulpas. Un sabor ampliamente consumido en jugo, si bien como blend, es el mango que se consume mezclado con naranja. Algo similar sucede con el jugo de piña que se vende puro o mezclado. El jugo de papaya no es tan masivo, pero ha empezado a ser considerado por algunas marcas.

Imagen 5.4.6

JUGOS DE ESPECIALIDAD EN BASE A CONCENTRADOS IMPORTADOS



Fuente: propia

Frutas y pulpas congeladas. - el mercado de frutas y pulpas congeladas ofrece una variedad de productos en diversas presentaciones. Las más usuales y destinadas a todo tipo de consumidor son pulpas de frutas congeladas en bolsas plásticas debidamente impresas con fotografías de los productos que contienen. Todos los supermercados cuentan con una oferta principal de este tipo.

Resaltan las pulpas de fresas, mango, piña y últimamente papaya. Asimismo, se incluyen mixturas de frutas en las que se incluyen uvas, berries, manzanas y otras. Los fabricantes importan pulpas de países productores y las mezclan con pulpa de frutas de la temporada de los EE. UU., entre las que destacan manzanas, duraznos, uvas y algunos berries.

En este primer cuadro se presentan pulpas de fresa de origen egipcio, luego mango en trozos de origen peruano seguido de pulpa de papaya de origen colombiano.

Cuadro 5.4.13

PRESENTACION DE PULPA DE FRESA CONGELADA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Fresa congelada
	Presentación	Bolsas doypack
	Marca	Campoverde
	Precio	USD 17.49
	Peso Neto	3 libras / 1.36 Kgs
	País de Fabricación	Egipto
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	1 de marzo de 2025

Elaboración propia

Cuadro 5.4.14

PRESENTACION DE PULPA DE MANGO CONGELADO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Mango en trozos
	Presentación	Mango congelado
	Marca	Campoverde
	Precio	USD 17.49
	Peso Neto	3 libras / 1.36
	País de Fabricación	Peru
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	01 de marzo de 2025

Elaboración propia

Cuadro 5.4.15

PRESENTACION DE PAPAYA EN TROZOS CONGELADO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Papaya en trozos
	Presentación	Papaya congelada en trozos
	Marca	Campoverde
	Precio	USD 17.49
	Peso Neto	3 libras / 1.36 Kgs
	País de Fabricación	Colombia
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	1 de marzo de 2025

Elaboración propia

Imagen: 5.4.7

PRESENTACION DE PULPA DE MANGO CONGELADA EN TAPERS PLASTICOS



Fuente: Propia

Además de las pulpas destinadas al mercado principal, otras pulpas se comercializan en supermercados que atienden a comunidades hispanas. Por ejemplo, la cadena de supermercado Bazaar Food de propiedad de la empresa Bogopa, cuenta con una amplia selección de productos destinados a la comunidad hispana, donde vende pulpas de frutas típicas de los países de Hispano América. Destacan las pulpas de mango, piña, maracuyá, lulo o tomate de árbol, mora, papaya, guanábana, chirimoya, lúcuma y otras frutas de marcas reconocidas como con su marca propia, en presentaciones de 397 grs para uso familiar, o en paquetes de 850 grs conteniendo 10 bolsas individuales 85 grs cada bolsita para preparaciones individuales de jugos de frutas como lo llamamos en Perú o batidos como lo llaman en otros países hispanos.

Es importante notar el amplio número de marcas hispanas que cuentan con la línea de pulpas congeladas, destaca la marca líder en pulpas congeladas La Fe, también Goya, Palma y la marca peruana Inca's Food.

Además, casi todas las cadenas de supermercados cuentan con su marca privada de pulpas congeladas, considerando que es un producto de alta rotación. Si bien casi todos los países de hispanoamericanos exportan este producto, destacan Colombia y Costa Rica.

Cuadro 5.4.16

PRESENTACION DE PULPA DE MARACUYA CONGELADA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Pulpa de Parcha
	Presentación	Pulpa de maracuya congelada en bolsa plástica transparente
	Marca	La Fe
	Precio	Precio regular: USD 4.49 Precio de oferta: USD 3.99
	Peso Neto	14 onzas / 397 grs
	País de Fabricación	Colombia
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Fuente: propia

Imagen: 5.4.8

PULPAS DE MANGO, MARACUYA, LULO Y OTROS DESTINADOS A CONSUMIDORES HISPANOS





Fuente: propia

Además de las comunidades hispanas, las comunidades asiáticas consumen pulpas de estas frutas, en presentaciones típicas. Por ejemplo, las comunidades chinas consumen una compota de pulpa de maracuyá y también una especie de dados secos de elaborados con pulpa de maracuyá.

Imagen: 5.4.9

PULPAS DE MARACUYA DESTINADO A CONSUMIDORES ASIATICOS



Fuente: propia

Aceitunas. - Al igual que los aceites de oliva, es un producto de alto consumo sobre todo para su uso en la cocina. Diversos platos usan intensivamente la aceituna usualmente despepada, para guisos, pastas y ciertamente los restaurantes para la preparación de pizzas. Las latas de aceitunas despepadas son un alimento básico o esencial o “staple” como se los llama. Los mismo sucede en las cocinas de restaurantes y foodservices que cuentan con este producto en latas de 1.5 kgs, en frascos de 2 Kgs o en bolsas plásticas.

Las variedades prevalentes en este mercado son:

- Mission o California Black Olives, ampliamente usada para la industria de la pizzería
- Manzanilla
- Kalamata

Otras siempre disponibles en los anaqueles son la Queen y Castelvetro.

La aceituna Alfonso como se conoce a la aceituna Botija peruana, aún tiene una participación marginal, se venden casi exclusivamente en supermercados hispanos.

Cuadro 5.4.17

PRESENTACION DE ACEITUNAS PARA USO FAMILIAR

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceituna rellena con pimienta
	Presentación	Frasco de vidrio
	Marca	Urban Meadow
	Precio	USD 2.59
	Peso Neto	5.75 onzas 163 grs
	País de Fabricación	N.D.
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Cuadro 5.4.18

PRESENTACION DE ACEITUNAS PARA CANAL INSTITUCIONAL U HORECA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceitunas negras cortadas
	Presentación	Lata institucional para pizzeria
	Marca	Supremo Italiana
	Precio	Precio por lata: USD 9.54 Precio por caja de 6 latas: USD 44.77
	Peso Neto	55 onzas / 1.560 kgs
	País de Fabricación	Egipto
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	2024

Elaboración propia

Imagen: 5.4.10

AROS DE ACEITUNAS EN PRESENTACION INSTITUCIONAL U HORECA



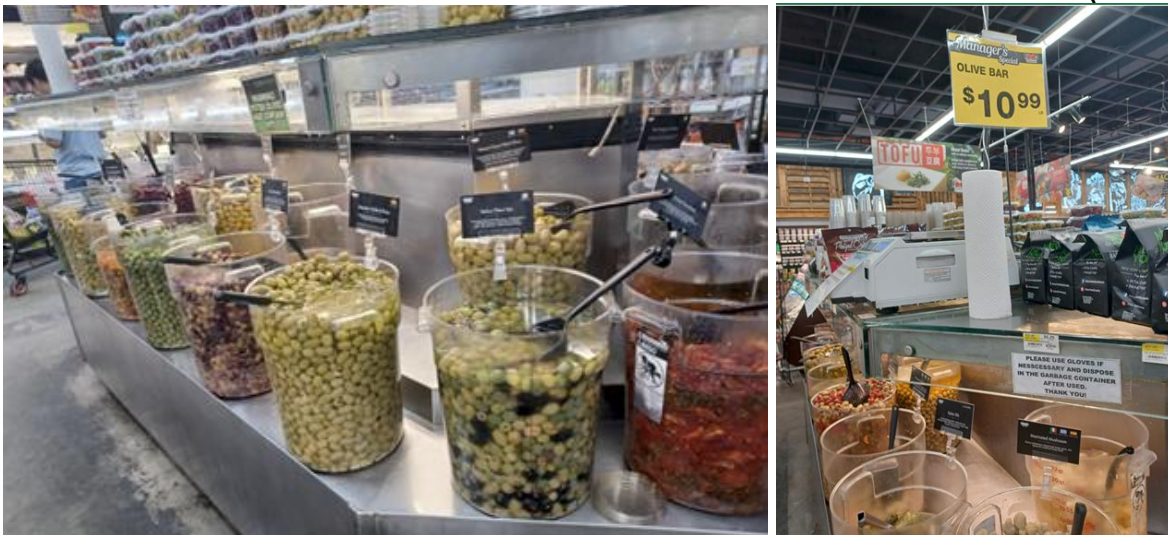
Fuente: propia

La mayoría de los supermercados cuentan con bares de aceitunas, unos más amplios que otros, por ejemplo, la tienda Food Bazaar ubicado en la ciudad de Douglaston, Queens, Nueva York, cuenta con un amplio “Olive Bar” en las que se presentan diversas variedades en baldes a granel y que se expenden al peso en envases de una o dos libras. Todas las aceitunas cuestan USD 10.99 la libra, considerando la calidad de los productos expuestos y que los clientes las compran usualmente escurridas.

En este bar destacan las variedades Kalamata, Castelvetrano. En este bar también se exponen las aceitunas Alfonso indicando como origen Perú y Chile.

Imagen: 5.4.11

BAR DE ACEITUNAS EN SUPERMERCADO HISPANO BAZAAR FOOD (BOGOPA)



Fuente: propia

Es importante notar que las aceitunas Alfonso, como se conocen en los EE. UU. a las aceitunas peruanas Botija, se importan tanto de Perú y Chile y son vendidas principalmente en supermercados hispanos donde casi todas las marcas de alimentos que atienden a las comunidades peruanas los ofertan.

En el bar de aceitunas de la tienda Bogopa es vendida al peso, además de las presentaciones de diversas marcas que las venden en frascos de vidrio. También se expenden aceitunas secas para preparar encurtidos.

Cuadro 5.4.19
PRESENTACION DE ACEITUNAS ALFONSO (BOTIJA)

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aceitunas Alfonso (Botija)
	Presentación	A granel
	Marca	Sin marca
	Precio	USD 10.99 por 1 libra
	Peso Neto	lo que requiera el cliente en envases a partir de 1 libra
	País de origen	Perú y Chile
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Imagen: 5.4.12
DIVERSAS MARCAS DE ACEITUNAS ALFONSO (BOTIJA) COMERCIALIZADAS EN SUPERMERCADOS HISPANOS DE NUEVA YORK





Fuente: propia

Como se mencionó antes, las variedades más comunes son la Mission o negra de California, que generalmente se vende despepada o en anillos y en latas para uso familiar, también la manzanilla, la Queen y ciertamente la Kalamata. Una variedad que está aparece en mayor medida es la Castelvetrano.

Imagen: 5.4.13

VARIETADES MAS USUALES O COMUNES, QUE SE VENDEN EN TODOS LOS SUPERMERCADOS.



Fuente: propia

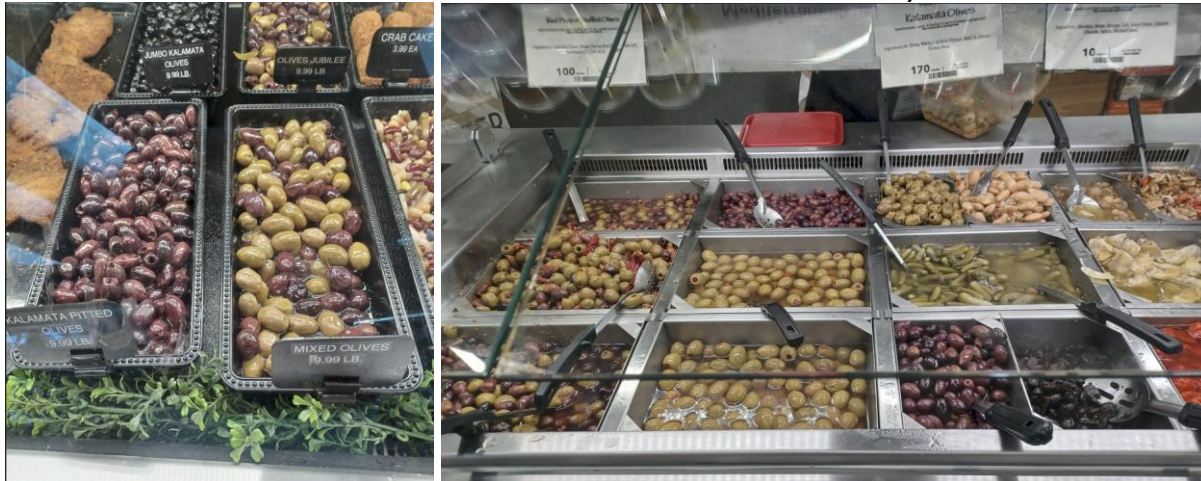
Es importante notar que en los bares de aceitunas de supermercado no hispanos, esta ausente la aceituna Alfonso (Botija), incluso de aquellos supermercados y tiendas “specialty” como D’agostino en NY o Bacco’s en Boston. En el pasado, existía una tienda de productos gourmet llamada “Todaro”, que cerró en 2019, que ofrecía permanentemente aceitunas Alfonso, con un liquido de gobierno adecuado

al paladar estadounidense y también aderezadas con varias hierbas entre las que destacaba el romero.

Considero que la aceituna Alfonso, tal como viene siendo vendida, en el mismo líquido de gobierno que consumimos en Perú, permanecerá como una aceituna étnica peruana, por ello es importante realizar las preparaciones adecuadas al paladar estadounidense, para que pueda ser incorporada en la oferta de aceitunas de mesa.

Imagen: 5.4.14

OLIVE BAR DE SUPERMERCADOS FOOD EMPORIUM Y WHOLE FOODS (NO INCLUYEN ACEITUNAS ALFONSO O BOTIJA)



Fuente: propia

Piñas preparadas y conservadas. - La piña es un producto de amplio consumo en los EE. UU., se consume fresca como procesada en diversas presentaciones. Se usa para la preparación de bebidas, postres y comidas y se vende en todos los supermercados, tanto los que atienden al consumidor general (mainstream) como aquellos que atienden a comunidades étnicas. El origen de los productos es diverso, aunque prevalecen los orígenes asiáticos, aunque Perú se ha colocado como un expectante cuarto proveedor de este mercado en sus abastecimientos bajo la subpartida 200820 “piñas conservadas y preservadas”.

Cuadro 5.4.20
PRESENTACION DE PIÑAS EN CONSERVAS

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Piña en rodajas en su propio jugo
	Presentación	Conserva en latas
	Marca	Dole
	Precio	USD 1.69
	Peso Neto	8 onzas / 227 grs
	País de Fabricación	Indonesia
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	15 de febrero de 2024

Elaboración propia

Es importante notar que los precios de las conservas de piñas en rodajas (slices) o cubos (chunk) usualmente se ofertan a precios competitivos por las marcas líderes Dole y Del Monte.

Imagen: 5.4.15
CONSERVAS DE PIÑA OFERTADAS POR MARCAS LIDERES DEL MONTE Y DOLE



Fuente: propia

Otras presentaciones que crecen sostenidamente son la piña deshidratada caramelizados que también son de origen asiático y se venden en bolsas doypack como en envases de plástico o bolsas de plástico con etiquetas simples.

Cuadro 5.4.21

PRESENTACION DE PIÑAS DESHIDRATADAS

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Piña deshidratada
	Presentación	En bolsa doypack impresa
	Marca	Mariani
	Precio	USD 4.99
	Peso Neto	6 onzas / 170 grs
	País de Fabricación	Tailandia
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	25 de julio de 2024

Elaboración propia

Imagen: 5.4.16

PIÑA DESHIDRATADA Y CAMELIZADA EN ENVASES ARTESANALES, VENDIDOS EN SUPERMERCADO FOOD EMPORIUM.

Fuente: propia

Ya es notable la presencia de la piña deshidratada peruana en el mercado de los EEUU, es posible encontrar marcas ofertando piña deshidratada de origen peruano. Es el caso de la marca Kirkland, que es la marca privada de los supermercados club Costco, que vende los productos en presentaciones de 737 grs a un precio de USD 14.29 la bolsa.

Imagen: 5.4.17

PIÑA DESHIDRATADA DE ORIGEN PERUANO VENDIDOS EN SUPERMERCADO COSTCO



Fuente: propia

Nueces de Brasil. - Es un producto que se importa para su uso en la industria de la panificación y repostería familiar. No se consume como nuez de boca, no lo venden como snack, ni siquiera como parte de un blend o mezcla de nueces.

En los supermercados se expenden en la sección de repostería, empaçado o a granel.

Cuadro 5.4.22

PRESENTACION DE NUECES DE BRASIL

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Nuez de Brasil
	Presentación	A granel para uso en reposteria doméstica
	Marca	Sin marca, marca genérica de la tienda Bogopa / Food Bazaar
	Precio	USD 19.09
	Peso Neto	1 Libra
	País de Fabricación	No mencionan origen
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	11 de octubre de 2024	

Elaboración propia

Jengibre y Cúrcuma. - como producto procesado el jengibre se comercializa en múltiples presentaciones. Seco sin moler y seco molido se usan como ingredientes para las industrias de alimentos, bebidas y nutraceuticos. Ya como producto procesado se vende como pulpa seca caramelizada de amplio consumo por comunidades asiáticos, especialmente coreanas, cuyas empresas exportan a este mercado.

Cuadro 5.4.23

PRESENTACION DE JENGIBRE SECO Y CARMELIZADO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Jengibre Deshidratado y caramelizado
	Presentación	En bolsas plásticas
	Marca	Valued Naturals
	Precio	USD 2.99
	Peso Neto	6 onzas / 170 grs
	País de Fabricación	Tailandia, empacado en EEUU
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	Julio 2024

Elaboración propia

Otro uso y masivo, es el jengibre encurtido que lo venden en presentaciones premium como en presentaciones artesanales. Este producto que se consume como alimento o complemento de comidas se vende en casi todos los supermercados donde hay comunidades asiáticas y en mayor medida en barrios o ciudades donde la comunidad asiática es importante. En los supermercados asiáticos, cuyas cadenas son de ciudadanos coreanos y taiwaneses, se ofrecen múltiples marcas y presentaciones.

Imagen: 5.4.18

JENGIBRE ENCURTIDO EN PRESENTACIONES ARTESANALES





Fuente: propia

En el caso de la cúrcuma, su consumo es más amplio, se usa principalmente como especie en la cocina asiática e hispana y también se usa como nutraceutico en capsulas y concentrados, y también como ingrediente para diversas industrias incluyendo la cosmética.

Cuadro 5.4.24
PRESENTACION DE CURCUMA EN POLVO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Cúrcuma en polvo
	Presentación	Frasco de vidrio
	Marca	La Flor
	Precio	USD 4.49
	Peso Neto	2.25 onzas / 64 grs
	País de Fabricación	N.D.
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	22 de mayo de 2025	

Elaboración propia

Cuadro 5.4.25

PRESENTACION DE EXTRACTO DE JENGIBRE

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Ginger Bost
	Presentación	En botellas tipo shot
	Marca	Vive Organic
	Precio	Shot: USD 3.99 Caja de 12 shots: 39.99
	Peso Neto	Shot: 2 fl onzas / 59 mL Caja: 24 fl onzas / 708 mL
	País de Fabricación	EEUU
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	N.D.	

Elaboración propia

Cuadro 5.4.26

PRESENTACION DE EXTRACTO DE CURCUMA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Turmeric Boost
	Presentación	En botellas tipo shot
	Marca	Vive Organic
	Precio	Shot: USD 3.99 Caja de 12 shots: 39.99
	Peso Neto	Shot: 2 fl onzas / 59 mL Caja: 24 fl onzas / 708 mL
	País de Fabricación	EEUU
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	N.D.	

Elaboración propia

Un producto que se comercializa en tiendas specialty como Whole Foods, son bebidas del tamaño de un shot, elaborados en base a extracto de jengibre y cúrcuma, cada uno con propiedades específicas. En el caso del shot de cúrcuma fortalece el sistema inmunológico y el shot de jengibre tiene propiedades energizantes. Cada shot de 2 o 2.1 onzas cuesta USD 4 y se vende por cajas de 12 unidades a un costo de USD 40.

Sería importante considerar el desarrollo de este producto o similar, considerando la alta calidad de la materia prima peruana de estos dos productos.

Imagen: 5.4.19
SHOTS ENERGIZANTES DE JENGIBRE



Fuente: propia

Imagen: 5.4.20
SHOTS ENERGIZANTES DE CURCUMA



Fuente: propia

Paprika. - Este producto se comercializa fundamentalmente como especia para uso dom3stico y en restaurantes y otros foodservices. Tambi3n se usa como ingrediente para la industria alimentaria. Ej.: fabricaci3n de embutidos.

Cuadro 5.4.27
PRESENTACION DE PAPIKA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Paprika
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Marca de la tienda Bogopa
	Precio	USD 6.49
	Peso Neto	13 onzas / 368 grs
	País de Fabricación	N.D.
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Maca y Chocho. - Ambos productos se comercializan como alimentos y bebidas étnicas y también como nutraceúticos destinados a consumidores interesados en este tipo de productos. En el caso de nutraceúticos se venden en capsulas o en polvo, en tiendas especializadas como GNC. Una tienda donde se expenden estos productos es Whole Foods en su sección de nutraceúticos naturales.

Cuadro 5.4.28
PRESENTACION DE MACA COMO NUTRACEUTICO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Maca en polvo
	Presentación	en bolsa doypack
	Marca	Navitas
	Precio	USD 10.29
	Peso Neto	4 onzas / 113 grs
	País de Fabricación	Perú
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de fabricación	N.D.

Elaboración propia

Cuadro 5.4.29

PRESENTACION DE CHOCHO COMO NUTRACEUTICO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocho puro
	Presentación	Polvo de chocho en bolsa doypack
	Marca	Mikuna
	Precio	USD 43.99
	Peso Neto	20.64 onzas / 585 grs
	País de Fabricación	ND
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	N.D.

Elaboración propia

Como antes indicado, tanto la maca como el chocho se venden en supermercados hispanos en presentaciones destinadas a prepararse en la manera regular como se hace en los países hispanos. Incluso se expenden bebidas ya preparadas en base a maca similares a las bebidas de maca que se expenden en Perú.

Imagen: 5.4.20

HARINA DE MACA Y BEBIDA DE MACA

Fuente: propia

En el mercado étnico, el chocho o tarwi se consume principalmente por la comunidad ecuatoriana que reside en los EE. UU., que en número es el doble que la comunidad peruana. Por ello las marcas que atienden esa comunidad son los que más comercializan dicho producto. Destaca la marca Mama Tere de la empresa Family Foods de Nueva Jersey, que distribuye chocho precocido y envasado en frasco de vidrio, que se usa para preparación de ensaladas. La misma marca vende también chocho seco de origen peruano en bolsas de 397 grs a un precio de USD 4.79.

Cuadro 5.4.30

PRESENTACION DE CHOCHO PRECOCIDO PARA PREPARACION DE ENSALADAS

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chochos Picantes
	Presentación	Chochos pre cocidos en frascos de vidrio
	Marca	Mama Tere
	Precio	USD 6.59
	Peso Neto	17.6 onzas / 500 grs
	País de Fabricación	Ecuador
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	25 de marzo de 2025	

Elaboración propia

Imagen: 5.4.21
CHOCHO SECO



Fuente: propia

5.5 Percepción del Producto peruano

Perú se ha consolidado como un actor clave en el abastecimiento de productos agroalimentarios hacia los Estados Unidos, destacándose como líder en la provisión de frutas y vegetales de alta calidad. Entre los productos más representativos se encuentran los arándanos, uvas, espárragos, paltas, mandarinas, mangos, quinua, cebollas y jengibre, así como café, cacao y caña de azúcar. Esta sólida posición se ha trasladado a los productos procesados, lo cual es reconocida por importadores y profesionales vinculados a la industria alimentaria, quienes destacan la confiabilidad del suministro peruano, una

percepción reforzada por diversos artículos publicados en medios especializados tanto en EE. UU. como a nivel internacional.

Las campañas promocionales desarrolladas por PROMPERÚ —como la de Superfoods— ha ayudado a posicionar la percepción de Perú como proveedor de alimentos especiales y diferenciados, incluyendo los alimentos procesados, entre los cuales Perú ostenta liderazgo como productor de alcachofas, pimientos, espárragos, pulpas de papaya y mango, snacks de plátano, entre otros.

Perú también es reconocido como fuente de superfoods y nutracéuticos naturales de alto valor nutricional, como la maca, el camu camu, el sachu inchi y el yacón, productos que aportan naturalmente beneficios para la salud.

Este reconocimiento se ve reforzado por la creciente notoriedad de la gastronomía peruana en el mundo. Ejecutivos de empresas alimentarias estadounidenses asocian a Perú no solo con los productos que comercializan, sino también con aquellos que conocen y consumen. En ferias internacionales como Summer Fancy Food Show, compradores y visitantes vinculan espontáneamente el concepto de superfoods a productos ofrecidos por empresas peruanas, incluso en stands individuales fuera del pabellón oficial.

Sin embargo, pese a todo lo que Perú ofrece, los productos peruanos y sus empresas, enfrentan la percepción de que el producto peruano aun no alcanza la calidad del producto europeo, es decir por ejemplo una alcachofa peruana no podría alcanzar la calidad de una alcachofa de origen italiano o español. Y esa percepción se traduce en que empresas estadounidenses distribuidoras de alimentos gourmet no incluyan productos peruanos en su línea. Por ejemplo, la empresa Forever Cheese (<https://forevercheese.com/products/>) no oferta ningún producto peruano, pese a que Perú cuenta con varios, que con creces podrían formar parte de su oferta.

Por ello, se recomienda repetir y ampliar la campaña de Superfoods, vinculándola a la oferta peruana ya presente en el mercado. La propuesta puede evolucionar hacia una estrategia integral que destaque atributos como el sabor y aroma excepcionales: Superfoods, Super Sabor, Super Aroma. Ejemplos como la uva peruana —valorada por su dulzor y fragancia— y el mango —elogiado por tiktokeros de otros países— refuerzan este enfoque.

No solo los productos peruanos gozan de prestigio: los empresarios detrás de las exportaciones también son valorados por su eficiencia y confiabilidad. El *mid management* de las empresas exportadoras peruanas es considerado por importadores estadounidenses como altamente organizado, predecible y orgulloso de los productos que ofertan. Un comprador comentó que estos ejecutivos destacan por su excepcional profesionalismo.

El reconocimiento por parte de la industria es significativo. Las futuras campañas deben enfocarse en consolidar esta percepción y proporcionar herramientas que ayuden vender mejor los productos peruanos. Ejemplo: destacar que “la pulpa del mango peruano tiene el sabor más dulce y aromático”. O, “En enero las uvas son peruanas”.

Por el lado de los consumidores, el reconocimiento es menor. Muchos pueden estar comiendo una alcachofa peruana creyendo que provienen de Italia. En ese sentido, se propone una campaña focalizada para resaltar los productos ya presentes en el mercado: “Pide que sea peruano”. Es fundamental conectar al consumidor final, la calidad del producto que pueden comprar, con el origen.

Asimismo, mientras restaurantes peruanos como Central y Maido son ampliamente reconocidos por su excelencia, la mayoría de los consumidores estadounidenses, incluso los peruanos residentes en EE. UU. no están familiarizados con empresas exportadoras peruanas como Virú, Danper, Camposol o Alsur. Informar, por ejemplo, que las alcachofas vendidas en Costco son peruanas y de alta calidad podría contribuir a fortalecer el vínculo entre el producto, el exportador Alsur y el Perú como origen de productos de calidad.

En resumen, las campañas promocionales deben orientarse a fomentar el reconocimiento del producto peruano respaldando su presencia en el mercado, reforzando su valor diferencial, fomentando el reconocimiento del origen peruano y conectando estratégicamente con todos los actores de la cadena comercial, desde el importador hasta el consumidor final.

VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

6.1 Medidas Arancelarias

Debido a la política arancelaria del gobierno del presidente Donald Trump, la importación a los EE. UU. de alimentos y bebidas procesadas de origen peruano están afectas al pago de un arancel Ad Valorem del 10% sobre el valor aduanero. En EE. UU. el valor aduanero es el valor FAS (Free Alongside Ship), el cual, en la práctica, equivale al valor FOB declarado en el país exportador, es decir, Perú. Esta tasa arancelaria de 10% conocido como "Arancel de Reciprocidad" ha sido implementado recientemente y, si bien aún no se ha confirmado su carácter definitivo, u vigencia se ha pospuesto hasta el 01 de agosto cuando se volverá a revisar. Sin embargo, el secretario de Comercio de los Estados Unidos, Sr. Howard Lutnick, confirmó que los aranceles "de reciprocidad" se aplicarán a partir del 1 de agosto si no se logran acuerdos antes de la fecha límite del 9 de julio.

Para comprender cómo se ha llegado a la aplicación de este arancel, es necesario explicar el funcionamiento del sistema arancelario de los Estados Unidos.

El sistema arancelario estadounidense, conocido como el **Harmonized Tariff Schedule (HTS)**, es revisado anualmente con el fin de incorporar nuevas aperturas arancelarias o actualizar las existentes. En este marco, los alimentos procesados sean secos, congelados y envasado se clasifican en diversas partidas que se detallarán a continuación.

Es importante notar que el arancel de los EE. UU. cuenta con un nivel de desagregación, o aperturas, mucho más amplio que el arancel peruano, sobre todo tratándose de alimentos procesados con mayor valor agregado:

En el siguiente cuadro se incluyen las partidas arancelarias correspondientes a frutas congeladas de la subpartida 0811, incluyendo únicamente aquellas referidas a la oferta peruana.

Imagen N° 6.1
PARTIDAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 16 (2025)
 Annotated for Statistical Reporting Purposes

Heading Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				General	Special	
0811.10.00	20	Strawberries.....	kg	11.2% ¹	Free (A*, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	35%
		In immediate containers each holding not more than 1.2 liters.....				
		In immediate containers each holding more than 1.2 liters:				
		Containing cane and/or beet sugar:				
		Not more than 25 percent by weight.....				
60	More than 25 percent by weight.....	kg				
70	Other.....	kg				
0811.90.20	24	Blueberries.....	kg	Free ¹		35%
		Wild.....				
		Cultivated (including highbush):				
		Certified organic.....				
40	Other.....	kg				
80	Other.....	kg				
0811.90.40	00	Papayas.....	kg	11.2% ¹	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	35%
0811.90.50	00	Pineapples.....	kg	0.25¢/kg ¹	Free (A*, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	4.4¢/kg
0811.90.52	00	Mangoes.....	kg	10.9% ¹	Free (A*, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	35%
0811.90.55	00	Melons.....	kg	11.2% ¹	Free (A*, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	35%
0811.90.80	40	Other.....	kg	14.5% ¹	Free (A+, AU, BH, CL, CO, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	35%
		Cherries:				
		Sweet varieties.....				
		Tart varieties.....				
		Frozen mixes only of combinations of strawberries, blueberries, red raspberries or blackberries.....				
		Peaches.....				
		Other.....				

Fuente: HTSUS United States

Como todo sistema arancelario, el Arancel de los Estados Unidos está estructurado en columnas que incluyen: el código de la partida arancelaria, la descripción del producto, la unidad de medida y las tasas de impuestos aplicables.

Estructura de la columna de tasas arancelarias

La columna de tasas arancelarias está dividida en:

Columna (1): Aplica a la mayoría de los países.

Columna (2): Aplica a países con sanciones comerciales, como Rusia, Bielorrusia, Cuba y Corea del Norte, imponiendo tasas arancelarias elevadas que en la práctica restringen las importaciones desde dichos países.

La Columna (1), a su vez, se subdivide en dos sub-columnas:

Sub-columna General: Detalla las tasas que se aplican a los países que no gozan de preferencias arancelarias. Estas tarifas pueden ser ad valorem, específicas o mixtas.

Sub-columna Especial: Incluye siglas correspondientes a acuerdos comerciales o regímenes preferenciales, indicando reducciones o exenciones arancelarias.

Para el Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos, la sigla utilizada es “PE”, que aparece generalmente junto a la palabra “FREE”, lo que significa “ingreso sin pago de impuestos de importación del producto originario del Perú al mercado estadounidense”.

Si en la sub-columna especial aparece la mención “FREE (PE)”, significa que el producto está exonerado del pago de arancel cuando es importado desde Perú.

Aplicación de arancel de reciprocidad: situación extraordinaria

A pesar del TLC vigente desde 2009, el presidente Donald Trump, mediante una orden ejecutiva emitida bajo la Ley de Poderes Económicos de Emergencia Internacional (IEEPA), declaró una “emergencia nacional” en abril de 2025, alegando que ciertas prácticas comerciales extranjeras afectaban la economía y seguridad nacional de EE. UU.

Como resultado, se impuso un arancel base del 10% sobre la mayoría de los productos importados de 184 países, incluido Perú, el cual entró en vigor el 5 de abril de 2025 a las 00:01 h (EST). Este arancel se aplicó incluso a productos que anteriormente estaban exentos bajo acuerdos comerciales preferenciales.

Algunas características del arancel:

Código arancelario aplicable: 9903.01.25

Afecta a productos que normalmente ingresaban libres de impuestos desde Perú bajo el TLC.

Otros países fueron sujetos a tarifas más altas (superiores al 10%), pero dichas tarifas fueron suspendidas por una nueva orden ejecutiva del 10 de abril de 2025, manteniéndose una tarifa uniforme del 10% para todos los países hasta el 9 de julio de 2025, excepto algunos países como es el caso de la República Popular de China.

Imagen N° 6.1.1
PARTIDAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 7 (2025)
 Annotated for Statistical Reporting Purposes

XXII
 99 - III - 298

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				General	1 Special	2
9903.01.25		Except for products described in headings 9903.01.26-9903.01.33, and except as provided for in heading 9903.01.34, articles the product of any country, except for articles the product of a country enumerated in subdivision (v)(xiii) of U.S. note 2 to this subchapter that are entered for consumption, or withdrawn from warehouse for consumption, after 12:01 a.m. eastern daylight time on April 9, 2025, and that were not in transit on the final mode of transit prior to 12:01 a.m. eastern daylight time on April 9, 2025, as provided for in subdivision (v) of U.S. note 2 to this subchapter.....		The duty provided in the applicable subheading + 10%	The duty provided in the applicable subheading + 10%	The duty provided in the applicable subheading

Fuente: HTSUS United States

Debe destacarse que algunos países proveedores de cacao y sus derivados hacia los Estados Unidos tienen asignados aranceles de reciprocidad superiores al 10%, aunque dichos aranceles se encuentran actualmente suspendidos hasta el 9 de julio de 2025.

Entre los casos más relevantes:

- Costa de Marfil, principal proveedor de cacao en grano, tiene asignado un arancel de reciprocidad del 21%.
- Indonesia, importante abastecedor de manteca de cacao, posee una tasa arancelaria asignada del 32%.
- Madagascar, proveedor de cacaos finos y chocolates industriales, enfrenta un arancel de reciprocidad del 47%.

A pesar de estas tarifas asignadas, durante el periodo de suspensión (hasta el 9 de julio de 2025), a estos países se les viene aplicando una tasa uniforme del 10%, similar a la aplicada al Perú.

Incertidumbre en la política arancelaria de EE. UU.

La actual política arancelaria de los Estados Unidos presenta un alto grado de incertidumbre, tanto para exportadores como para importadores, ya que no se ha definido oficialmente cómo se implementarán los aranceles de reciprocidad después del 9 de julio de 2025.

Según analistas del sector, es probable que:

Se mantenga el arancel uniforme del 10% para todos los países.

Se descarten las tarifas diferenciadas más altas, particularmente para aquellos países que han negociado condiciones más favorables o recíprocas hacia los intereses comerciales de los EE. UU.

Esta situación plantea riesgos para la planificación logística y comercial, especialmente para empresas importadoras estadounidenses que dependen de insumos clave como cacao en grano, manteca de cacao y chocolates industriales, así como para exportadores de países actualmente beneficiados por la suspensión temporal.

6.2 Medidas No Arancelarias

6.2.1 Medidas Técnicas

Requisitos Sanitarios - Agroindustria

Para el ingreso a los Estados Unidos se requiere:

DIGESA:

- Certificado Libre Venta o Libre Comercialización.
- Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (Se debe de adjuntar el Informe de análisis físico químico y microbiológico del producto a exportar emitido por un laboratorio acreditado ante el INACAL, packing list, Informe de inspección del lote y Copia de Resolución por Habilitación Sanitaria Vigente [Cumplimiento de BPM, HACCP y Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES)].

VUCE:

- DGS006 - Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano - PRODUCTO NACIONAL (TUPA: 30).
- DGS004 - Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en el país (TUPA: 33). (Pre – requisito DGS006).
- DGS002 - Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (TUPA: 34).

LMR (Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas)

La EPA es la autoridad competente en EE. UU. y la Ley FIFRA requiere que todos los pesticidas utilizados en el país estén registrados. También establece medidas de tolerancia seguras para residuos químicos en alimentos domésticos e importados.

Tabla 6.2.1

LMR DE PLAGUICIDAS

Ingrediente Activo	Valor (ppm)
Broflanilide	0.01
Carfentrazone-ethyl	0.1
Chlorantraniliprole	0.08

Chlorothalonil	0.05
DDT (DDE, DDD)	1
Dichlorvos	0.5
Dichlorvos	0.5
Dichlorvos	2
Etofenprox	5
Glyphosate	0.2

Fuente: PROMPERU
Elaboración: Propia

Habilitación Sanitaria y la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP

Todas las plantas de procesamiento de alimentos deben obtener una autorización sanitaria de procesamiento primario y cumplir con las Buenas Prácticas de Producción e Higiene.

DIRESA:

Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (Croquis de ubicación del establecimiento de fabricación, Licencia de Funcionamiento del establecimiento sea provisional o definitiva para la condición que solicita la habilitación, Última versión del Plan HACCP por la línea de producto actualizado, Programa de higiene y saneamiento y Manual de Buenas Prácticas de Manufactura y contar con estudios que sustenten el tiempo de vida útil declarado en la descripción del producto).

VUCE

- DGS032 - Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (TUPA: 35).

Etiquetado

El marcado y el etiquetado se regulan por el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 "Food Labeling" (21 CFR 101). Tener en consideración:

- Envases destinados a la Venta al por Menor.
- Naturaleza del Producto: Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase, deberá ser etiquetado con el nombre del producto y, facultativamente, con el nombre de la variedad y/o tipo comercial.
- Envases destinados a la Venta al por Mayor.
- Identificación, Nombre y dirección del Exportador, Envasador y/o Distribuidor. Código de identificación (facultativo). Naturaleza y Nombre del Producto - Nombre de la variedad (facultativo).
- Origen del Producto.
- País de origen y, facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción.

- Identificación Comercial – Categoría - Calibre expresado en diámetros mínimo y máximo (si están clasificados por calibre).
- Marca de Inspección Oficial
- Idioma (La Ley exige que todos los elementos aparezcan declarados en inglés)

Envase y embalaje

- La Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA) regula el envasado y etiquetado de alimentos para mejorar la seguridad y mantener informados a los consumidores.
- Los exportadores serán responsables de que los embalajes al ser exportados cumplan con las reglamentaciones establecidas para el caso por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino.
- Cuando se utilizan embalajes de madera para la exportación en Perú, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas.
- La NIMF 15 entiende como embalaje de madera a: pellets, la madera de estiba, jaulas, bloques, barriles, cajones, tablas para carga, collarines de paletas y calces.

6.2.2 Medidas No Técnicas

Se suelen utilizar como instrumentos de política comercial que se aplican para contrarrestar determinados efectos negativos de las importaciones en el mercado del país importador.

Certificaciones Voluntarias

Principales certificaciones:

- HACCP
- BRC Global Standard for Food Safety
- Safe Quality Food Program - SQF
- Fair Trade

Imagen N° 6.2.2
CERTIFICADO FAIRTRADE



Fuente: revista Connoisseur

b. Orgánico

Exigencias relacionadas con la producción y procesamiento de productos orgánicos, establecida en el Perú y en el mercado de destino. El Programa Nacional Orgánico (NOP) desarrolla las reglas y regulaciones para la producción, manejo, etiquetado y aplicación de todos los productos orgánicos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Este proceso incluye aportes de la Junta Nacional de Normas

Orgánicas y el público. Todos los productos que llevan una indicación de producción orgánica tienen que cumplir estas normas.

Imagen N° 6.2.3

CERTIFICADO ORGANICO



Fuente: revista *Chocolate Connoisseur*

c. FDA (Food and Drug Administration)

Para llevar a cabo ciertas disposiciones de la Ley de Bioterrorismo, la FDA estableció regulaciones que requieren que:

- Las instalaciones de alimentos se registran en la FDA, y dan aviso previo al FDA sobre los envíos de alimentos importados.

Paso 1: El exportador o dueño de la instalación de alimentos deberá crear un Account ID de forma online a través del FDA Industry Systems.

Paso 2: Registro de las instalaciones, además de los datos de la instalación es necesario consignar los datos de un Agente en Estados Unidos, el FDA solicita renovar este registro entre octubre y diciembre de cada año par.

Ahora también es necesario que la instalación gestione su Número DUNS, se puede hacer de forma gratuita en el FDA DUNS Portal.

Paso 3: Notificaciones Previas o Prior Notices por cada exportación, se realiza por embarque y presentación del producto, en el lapso desde 15 días antes de llegar la mercancía a los Estados Unidos. La fecha límite para la recepción del aviso depende del medio de transporte que se use:

- Si es por vía marítima, se tendrá un plazo de 8 horas antes de la llegada al puerto.
- Si es por aire o por vía férrea, 4 horas antes de la llegada al puerto.
- Si es por tierra (carretera), el aviso deberá remitirse en un mínimo de 2 horas antes de la llegada al puerto de entrada.

6.3 Normas Privadas

- **Import Security Filing ISF 10+2**

El 26 de enero del año 2009 entró en vigor la norma "Importer Security Filing and Additional Carrier Requirements" comunmente identificado como ISF 10+2, esta norma se aplica a toda carga importada que llega a EE. UU. vía marítima, el incumplimiento de esta norma podría resultar en sanciones monetarias, el aumento de las inspecciones y el retraso de la carga.

Se exigen los siguientes diez (10) elementos de datos del importador y se deben enviar 24 horas antes de cargarse el buque con destino a los EE. UU.

- Datos del vendedor
- Datos del vendedor
- Datos del comprador
- Número de Registro del importador
- Número de Registro del consignatario
- Datos del fabricante o proveedor
- Ship to party o destinatario
- País de origen
- Partida arancelaria, según el Commodity Harmonized Tariff Schedule
- Datos del lugar de llenado del contenedor
- Datos del consolidador

Los siguientes elementos son exigidos por el transportista, Declaración de seguridad del transportista (Carrier Security Filing)

- Plan de estiba del buque
- Mensajes de estatus de los contenedores
- SUSTAINABILITY MAP: Es una herramienta desarrollada por ITC y brinda información sobre las principales certificaciones exigidas por producto y país destino.

- Dun & Bradstreet: Sistema de Numeración Universal de Datos - DUNS® es la principal fuente mundial de información comercial y visión de negocio, lo que permite a las empresas tomar decisiones con confianza para mitigar el riesgo de crédito y el proveedor, aumentar el flujo de caja y un aumento de la rentabilidad.
- CTPAT: Customs Trade Partnership Against Terrorism

VII. LOGÍSTICA

7.1 Canales de Distribución

7.1.1 Rutas de Acceso

Para el transporte del producto al mercado estadounidense, sólo existen dos maneras, vía marítima y vía aérea.

7.1.1.1. Rutas marítimas.

Existen tres rutas marítimas para transportar el producto al mercado de Estados Unidos, entre ellos por la Costa del Golfo, la Costa Este y la Costa Oeste de Estados Unidos.

Cuadro N° 7.1.1.1.1

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA DEL GOLFO DE ESTADOS UNIDOS

Costa del Golfo EE. UU.			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Cartagena (Colombia)	12	SEMANTAL
Callao	Veracruz (México)	16	SEMANTAL
Callao	Houston (Estados Unidos)	17	SEMANTAL
Callao	New Orleans (Estados Unidos)	21	SEMANTAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.2

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA DEL GOLFO DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
1,600	1,800	3,000	80
1,800	2,400	5,500	105
1,900	2,600	5,600	137
2,000	2,700	5,750	137

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Elaboración: Propia

Cuadro N° 7.1.1.3

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA ESTE DE ESTADOS UNIDOS

Costa Este EE. UU			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Balboa (Panamá)	3	SEMANAL
Callao	Miami (Estados Unidos)	16	SEMANAL
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	18	SEMANAL
Callao	Charleston (Estados Unidos)	18	SEMANAL
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	19	SEMANAL
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	24	SEMANAL
Callao	New York (Estados Unidos)	14	SEMANAL
Callao	Montreal (Canadá)	19	SEMANAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.4

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA ESTE DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
1,600	2,100	2,800	80
1,800	2,300	3,550	90
2,412	3,604	4,874	80
2,300	3,500	4,700	110
2,400	3,600	4,750	100
2,500	3,650	4,750	80
2,650	3,650	4,800	80
2,700	3,650	5,300	120

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.5

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA OESTE DE ESTADOS UNIDOS

Costa Oeste EE. UU			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Manzanillo (México)	7	SEMANAL
Callao	San Diego (Estados Unidos)	20	SEMANAL

Callao	Long Beach (Estados Unidos)	22	SEMANAL
Callao	Los Ángeles (Estados Unidos)	20	SEMANAL
Callao	Oakland (Estados Unidos)	28	SEMANAL
Callao	Vancouver (Estados Unidos)	26	SEMANAL
Callao	Seattle (Estados Unidos)	31	SEMANAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.6

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA OESTE DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
2,400	3,700	5,500	80
2,500	3,700	5,500	80
2,600	3,750	5,600	80
2,650	3,750	5,650	80
2,700	3,800	6,000	110
2,800	3,900	6,100	131
2,950	4,000	6,200	120

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

7.1.1.2. Rutas aéreas.

Existen 8 rutas aéreas por los siguientes aeropuertos a los EE. UU. y para poder elegir la mejor ruta, se debe observar el menor tiempo de tránsito, los números de escala, así como los costos de flete.

Rutas aéreas directas desde Perú (Lima) a los Estados Unidos:

- Lima (LIM) a Miami (MIA):
 - Aerolíneas: American Airlines (Oneworld), LATAM Airlines, Sky Airline, Sky Airline Perú.
 - Duración promedio: 6 a 8 horas.
 - Distancia: 2,622 millas.
- Lima (LIM) a Atlanta (ATL):
 - Aerolíneas: Delta Air Lines (SkyTeam), LATAM Airlines.
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.

- Lima (LIM) a Fort Lauderdale (FLL):
 - Aerolínea: Spirit Airlines (ruta estacional, opera de agosto a noviembre).
 - Duración promedio: Similar a Miami, alrededor de 6 a 8 horas.
- Lima (LIM) a Houston (IAH):
 - Aerolínea: United Airlines (Star Alliance).
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.
- Lima (LIM) a Los Ángeles (LAX):
 - Aerolínea: LATAM Airlines.
 - Duración promedio: 10 a 12 horas.
 - Distancia: 4,176 millas.
- Lima (LIM) a Nueva York (JFK):
 - Aerolínea: LATAM Airlines.
 - Duración promedio: 9 horas y 57 minutos.
 - Distancia: 3,645 millas.
- Lima (LIM) a Nueva York (EWR):
 - Aerolínea: United Airlines (Star Alliance).
 - Duración promedio: Similar a JFK, alrededor de 9 horas.
- Lima (LIM) a Orlando (MCO):
 - Aerolínea: LATAM Airlines (estacional).
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.

Fuente: Travelocity y Kayak

Cuadro N° 7.1.1.1.7

TARIFA AÉREO PROMEDIO DE FLETE POR KILOS EN LAS 11 RUTAS

Flete Aéreo Promedio	
Tarifa por Kilo	
0 - 50 Kilos	US\$ 6.00/KG
52 - 100 Kilos	US\$ 3.50/KG
101 - 300 Kilos	US\$ 2.80/KG
301 - 500 Kilos	US\$ 2.50/KG
501 - 1,000 Kilos	US\$ 2.30/KG

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

7.1.2 Costos Logísticos

Cuadro N° 7.1.2

TARIFA AÉREO PROMEDIO DE FLETE POR KILOS

Cantidad Por Exportar	1	caja
	200	unidades
	10	kg
Concepto	Variable	Subtotal (USD)
Costo del producto		\$547.82
Utilidad	30%	\$164.35
EXW		\$712.17
Estiba de la carga (US\$)		\$6.00
Transporte interno al aeropuerto (US\$)		\$4.25
Almacenamiento (US\$)		\$35.40
Comisión de agente de aduana (US\$)		\$15.00
Emisión de Bill of lading (US\$)		\$50.00
Handling (US\$)		\$70.80
Otros gastos de embarque (US\$)		\$59.00
FAS		\$952.62
Estiba de la carga al buque (US\$)		\$66.00
FOB		\$1,018.62

Fuente: Agente de Carga Internacional

Elaboración: Propia

7.1.3 Principales Agencias de Transporte

7.1.3.1. Líneas marítimas

Las líneas marítimas de Estados Unidos juegan un papel vital en el transporte de mercancías y pasajeros a lo largo de las extensas costas del país y a través de las aguas internacionales. Con una economía altamente conectada al comercio internacional, las líneas marítimas de EE. UU. operan en puertos estratégicos en la Costa Este, Costa Oeste y Costa del Golfo, facilitando el flujo eficiente de bienes y personas.

a. Costa del Golfo EE. UU.

Las líneas marítimas que operan en esta región juegan un papel crucial en el transporte de mercancías y pasajeros, conectando puertos vitales como Houston, Nueva Orleans y Tampa, entre otros.

Cuadro N° 7.1.3.1

LÍNEAS MARÍTIMAS EN COSTA DEL GOLFO EE. UU.

Líneas Navieras	Callao - Cartagena					
Tarifa promedio de flete por	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida

contenedor						
20 pies: \$1900	\$137	Hamburg Sud	Columbus	Alconsa	11	semanal
40 pies: \$2600		MSC	MSC PERU	LICSA	19	semanal
40 pies refrigerado: \$5600		Hamburg SUD	Columbus	Alconsa	23	semanal
		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	15	semanal
Líneas Navieras	Callao - New Orleans					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$2000	\$137	MSC	MSC PERU	LICSA	20	semanal
40 pies: \$2700		Hamburg SUD	Columbus	Alconsa	27	semanal
40 pies refrigerado: \$5750		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	17	semanal

Fuente: Rutas Marítimas - Promperú

b. Costa del Este EE. UU.

Las líneas marítimas que operan en esta área facilitan el transporte de mercancías y pasajeros entre las principales ciudades y puertos de la región, además de mantener conexiones con Europa y otros destinos internacionales.

Cuadro N° 7.1.3.2

LÍNEAS MARÍTIMAS EN COSTA ESTE

Líneas Navieras	Callao -Miami					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$1800	\$90	MSC	MSC PERU	LICSA	13	semanal
40 pies: \$2300						
40 pies refrigerado: \$3550		Hamburg SUD	COLUMBUS	Alconsa	18	semanal
		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	18	semanal
Líneas Navieras	Callao - New York					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida

20 pies: \$2650	\$80	MSC	MSC PERU	LICSA	14	semanal
40 pies: \$3650		HAPAG LLOYD	TRAMARSA	DPWORLD	14	semanal
40 pies refrigerado: \$4800						

Fuente: Rutas Marítimas - Promperú

c. Costa Oeste EE. UU.

Las líneas marítimas que operan en la Costa Oeste son fundamentales para la conexión con el Pacífico y el comercio internacional con Asia y otras partes del mundo.

Cuadro N° 7.1.3.2
LÍNEAS MARÍTIMAS EN COSTA ESTE

Líneas Navieras	Callao - Los Ángeles					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$2650	\$80	MSC	MSC PERU	LICSA	22	semanal
40 pies: \$3750						
40 pies refrigerado: \$5650		HAMBURG SUD	COLUMBUS	Alconsa	19	semanal

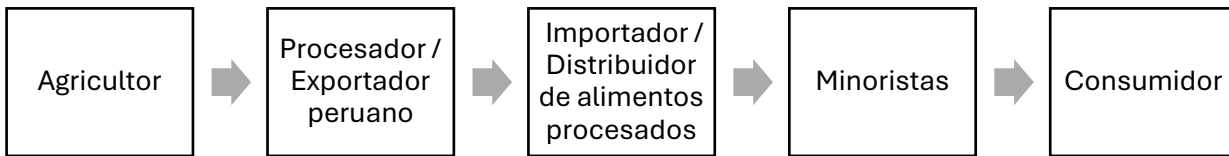
Fuente: Rutas Marítimas - Promperú

7.2 Canales de Comercialización

A continuación, se presentan los dos principales canales de comercialización en el mercado de los Estados Unidos para alimentos procesados:

7.2.1. Alimentos procesados en presentaciones de uso personal o familiar. - esta es la cadena más usual que comprende a los agricultores que producen frutas y vegetales que son entregados a los procesadores peruanos que usualmente los exportan directamente a un importador con marca propia, que distribuye el producto a diversos minoristas quienes son los que los venden a los consumidores finales.

Imagen N° 7.2
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

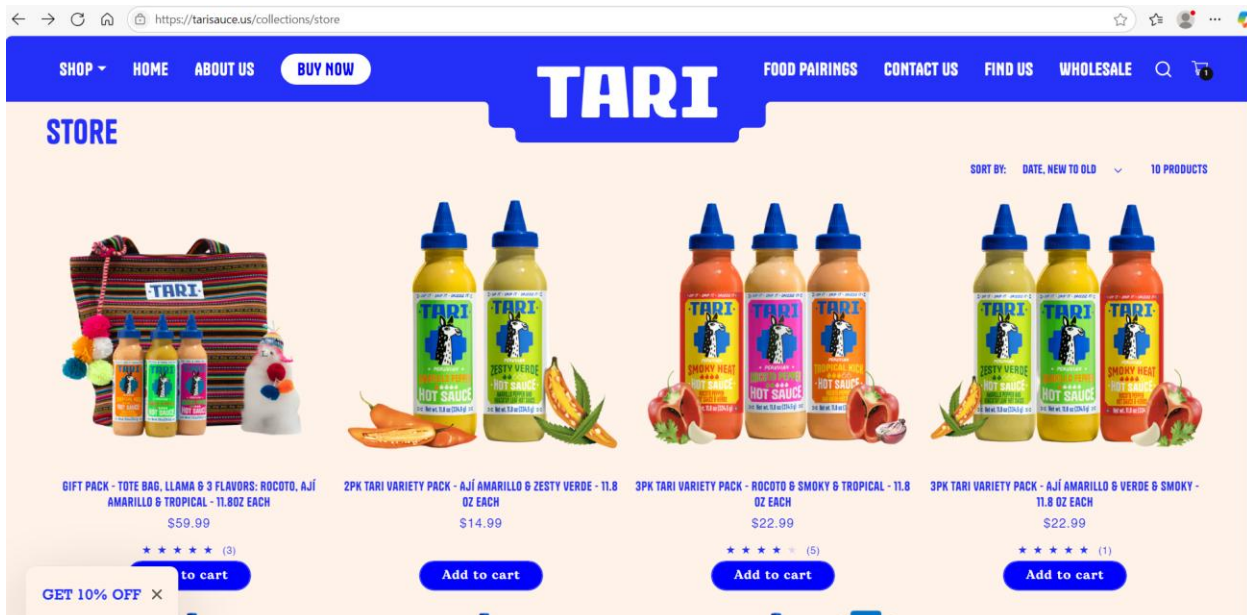


Debe notarse que esta cadena usual puede tener algunas variaciones en sus eslabones. Por ejemplo, muchas veces los agricultores venden sus productos a acopiadores que abastecen a procesadores, o que compran por cuenta de estos. También entre el procesador e importador puede haber un broker. Y en algunos casos, algunos minoristas que cuentan con múltiples puntos de venta importan directamente (direct importer retailers), o a través de un broker. Un ejemplo de ello es la tienda club Costco, que ha importado directamente múltiples productos desde Perú.

Asimismo, con el desarrollo del comercio electrónico, algunos fabricantes peruanos están vendiendo al consumidor final, formando una cadena de distribución de solo tres eslabones: agricultor/fabricante/consumidor. Este es el caso de la empresa Alicorp SAA para sus salsas marca Tari, que distribuye en EE. UU. directamente a los consumidores finales a través de su página web: <https://tarisauce.us>.

Debe notarse que Alicorp vende también esta salsa a través de distribuidores y minoristas.

Imagen N° 7.2.1
CADENA DE DISTRIBUCIÓN TARI EN ESTADOS UNIDOS



Fuente: Página web Tari Sauce

Imagen N° 7.2.2

CADENA DE DISTRIBUCIÓN TARI EN ESTADOS UNIDOS

Join today to claim your referral offer: 50% off your first order, up to \$150, and 1 year of free shipping.*

Start Shopping

*Available for retailers who are new to Faire. Maximum discount of \$150 and free shipping with Tari Peruvian Hot Sauce only. Expires 7 days after retailer signs up for Faire.

Tari Peruvian Hot Sauce
Based in Miami, Florida
\$126 Min | \$84 Reorder Min
Latino Owned

Featured Products

Product Name	MSRP
Tari Hot Sauce - Aji Amarillo - 11.8 oz	\$6.49
Tari Hot Sauce - Rocoto Pepper - 11.8oz	\$6.49
Tari Hot Sauce - Zesty Verde - 11.8oz	\$6.49
Tari Hot Sauce - Smoky Heat - 11.8oz	\$6.49

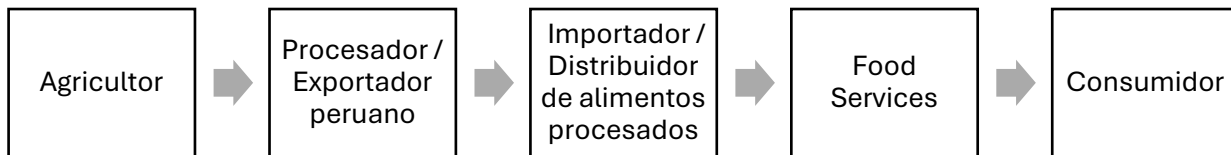
Fuente: Página web Faire.com

7.2.2. Alimentos procesados en presentaciones HORECA. - En EE. UU. este canal es conocido como “institucional” debido a que en este canal se distribuye alimentos para uso en instituciones como universidades, hospitales, cárceles y otras instituciones que cuentan con cafeterías y que consumen alimentos en las mismas presentaciones usadas por los restaurantes, bares, hoteles y empresas de catering.

Como es conocido, las presentaciones usadas por restaurantes difieren de aquellas destinadas al uso familiar o individual, especialmente por la cantidad o tamaño. Ejemplo, el aceite extra virgen de oliva es vendido en galoneras de 3 litros o más, o en paquetes de 12 botellas de litro, a diferencia de aquellos destinados para consumo familiar que son vendidos individualmente en botellas de 1 litro, medio litro o menos.

La cadena más usual comprende a los agricultores que producen frutas y vegetales que son entregados a los procesadores peruanos que usualmente los exportan directamente a un importador con marca propia, que distribuye el producto a diversos food services quienes los preparan y sirven a los consumidores finales.

Imagen N° 7.2.2
CADENA DE DISTRIBUCIÓN HORECA



Elaboración propia

En algunos casos se pueden añadir eslabones adicionales, como un broker entre el exportador peruano y el importador/distribuidor, o una tienda especializada en food services entre el Importador/distribuidor y el Food Service.

Por ejemplo, la empresa Restaurant Depot, que en unos casos actúa como un eslabón adicional, entre el importador y los food services, cuando vende marcas reconocidas importadas por otras empresas; y en otros casos sustituye al importador/distribuidor cuando importa sus marcas propias y los vende los food services.

Debe notarse que “Restaurant Depot” y su empresa hermana “Jetro Cash & Carry”, son tiendas club para food services. Que a diferencia de las tiendas club para familias no cobran por la membresía. Restaurant Depot otorga la membresía a las personas que acrediten contar con una empresa dedicada al negocio de alimentos o bebidas. En el caso de Jetro otorga membresía a personas que acrediten que cuenten con bodegas.

Muchos de los importadores/distribuidores que se abastecen desde Perú son notables empresas que atienden el segmento “institucional”, una empresa muy conocida entre los exportadores peruanos es Atalanta y su subsidiaria Camerican. Otra importante empresa que en el pasado compraba pimientos en conserva y ahora compra fresa y mango congelado desde Perú es Sysco, la mayor distribuidora de alimentos procesados para el segmento institucional.

VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

8.1 Ferias

8.1.1. Fancy Food Show – Specialty Food Association

Sitio web: www.specialtyfood.com

Organizador: Specialty Food Association

Tipo: Feria B2B especializada en alimentos gourmet, orgánicos, premium y de especialidad.

Ediciones

- **Summer Fancy Food Show 2026**
 - **Fecha:** 28 al 30 de junio de 2026
 - **Lugar:** Jacob Javits Convention Center, Nueva York
 - **Participación:**
 - +2,300 expositores de 56 países

- +29,000 visitantes profesionales del sector
-
- **Winter Fancy Food Show 2026**
 - **Fecha:** 11 al 13 de enero de 2026
 - **Lugar:** Centro de Convenciones de San Diego, California
 - **Participación anterior (2025 en Las Vegas):**
 - Aproximadamente 1,100 expositores
 - Cerca de 12,000 asistentes

Costos estimados de participación (referenciales)

- Stand de 10' x 10' (9.29 m²): USD 4,700.
- Membresía Specialty Food Association: USD 300
- Evaluación de muestras: USD 150

Nota: Estos costos son relativamente bajos en comparación con ferias organizadas por empresas feriales privadas, gracias a que esta feria es organizada por una asociación de la industria. Además, es importante notar que todos los años, la Cámara de Comercio de Lima organiza un pabellón peruano en la Sumer Fancy Food de Nueva York, que incluye el piso de la feria y la decoración. Para participar con la Cámara de Comercio contactar a:

Ventajas clave

- Es la feria más importante en los EE. UU. para productos procesados. En ella exhiben la mayoría de las marcas que venden productos procesados y que ya importan desde Perú. También exhiben fabricantes de diversos países del mundo, incluyendo procesadores y exportadores peruanos, que lo hacen en el pabellón peruano o individualmente, en stands separados.

8.1.2 PLMA's Annual Private Label Trade Show

Sitio web: www.plma.com

Organizador: Private Label Manufacturers Association

Tipo de evento: Feria B2B – especializada en alimentos procesados para marcas privadas de minoristas y otros negocios. Exhiben fabricantes de alimentos procesados y asisten como compradores minoristas (Ej: supermercados) que desean desarrollar algún producto con su marca propia.

Fecha y Lugar (2025):

16 al 18 de noviembre de 2025

Donald E. Stephens Convention Center, Chicago, EE. UU.

Perfil del evento:

- **Público objetivo:** Ejecutivos de sourcing de minoristas y cualquier otra empresa que desee desarrollar un producto bajo su propia marca. Por ejemplo, un restaurante que desee comprar aceite de oliva con su propia marca, una aerolínea que desee desarrollar un snack con su marca, etc. Los principales compradores son los supermercados. También asisten brokers que hacen producción por encargo de sus clientes.
- **Expositores típicos:** Fabricantes de alimentos procesados. En el 2024 exhibieron 1,800 empresas de más de 60 países, en más de 3,000 stands
- **Participación promedio:** En el 2024 asistieron aproximadamente 15,000 visitantes
- **Costo:** USD 4,500 para exhibir en la edición del 2025, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aprox 9.3 metros cuadrados).

Además, es importante notar que todos los años, el Gremio de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima organiza un pabellón peruano, que incluye el piso de la feria y la decoración. Para

participar con la Cámara de Comercio contactar a la Sra. Rocio Boza, Email:
rboza@camaralima.org.pe

8.1.3 National Restaurant Association Show

Sitio web: www.nationalrestaurantshow.com

Organizador: National Restaurant Association / Informa Connect

Tipo de evento: Feria especializada B2B en todos los bienes y servicios para la industria de restaurantes y foods services.

Enfoque: Todo tipo de alimentos para uso en restaurantes y foodservices, tanto para productos regulares como premium. Alimentos en presentaciones institucionales.

Fecha y Lugar (2026):

16 al 19 de mayo de 2026

Centro de Convenciones McCormick Place, Chicago, Illinois, EE. UU.

Perfil del evento: más de 2,200 expositores y más de 53,000 asistentes representando a más de 124 países.

- **Asistencia estimada:** +53,000 visitantes
- **Costo:** USD 4,800 para exhibir en la edición del 2026, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aprox 9.3 metros cuadrados).
- **Público objetivo:**
 - Restaurantes
 - Cafeterías
 - Bares
 - Foodservices en general

8.1.4 Natural Expo West

Sitio web: <https://www.supplysideglobal.com>

Organizador: Informa Markets

Tipo de evento: Feria B2B – Productos naturales procesados y empacados, en presentaciones listos para vender al por menor.

Enfoque: Alimentos naturales, funcionales, bebidas, suplementos.

Fecha y Lugar (2026): 3 al 6 de marzo de 2026

Anaheim Convention Center, Anaheim, California, EE. UU.

Perfil del evento:

- **Participación internacional:**
 - +3,000 expositores
 - +65,00 asistentes de los cuales, dos tercios son compradores calificados.
- **Público objetivo:**
 - Minoristas de alimentos naturales, de alimentos funcionales, de farmacias, profesionales de la salud
- **Productos relevantes:**
 - Adecuado para super alimentos como la maca, el yacon, sachá inchi, quinua, preparaciones con jengibre, cúrcuma, galletas de quinua, frutas secas envasadas, etc.
- Los costos para exhibir en la edición del 2026, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aprox 9.3 metros cuadrados) es de USD 9,100 en un stand linear y por cada esquina USD 1,500.
- Las empresas interesadas en exhibir deben comunicarse con el Sr. Simone Tanda, Senior Sales Manager – International, E-mail: simone.tanda@informa.com

8.1.6 New England Restaurant Bar Show

Sitio web: www.newenglandrestaurantbarshow.com

Organizador: Massachusetts Restaurant Association

Tipo de evento: Feria B2B – especializada en todo tipo de productos y servicios para la industria de restaurantes y foodservices, entre los cuales se exhiben alimentos y bebidas.

Enfoque: feria regional especializada en la industria de restaurantes en la que se exhiben alimentos en presentaciones institucionales y también en presentaciones familiares.

Fecha y Lugar (2026):

26 y 27 de abril de 2026

Boston Convention & Exhibition Center, Boston, Massachusetts, EEUU

Perfil del evento:

- **Participación internacional:**
 - +300 empresas expositoras
 - +15,000 visitantes profesionales
- **Público objetivo:**
 - Restaurantes
 - Chefs
 - Foodservices
 - Empresas de catering
- Los costos para exhibir en la edición del 2026, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aproximadamente 9.3 metros cuadrados) es de USD 4,750 en un stand linear y por cada esquina USD 500.
- Las empresas interesadas en exhibir deben escribir a Exhibit@NewEnglandRestaurantBarShow.com

8.2 Exhibiciones

8.2.1 Food Network New York City Wine & Food Festival (NYCWFF)

- **Descripción:** Organizado por Food Network y Cooking Channel, este festival es una combinación de conferencias, talleres, y exposiciones de alimentos y bebidas, con un fuerte énfasis en productos procesados internacionales (salsas, conservas, snacks, chocolates, bebidas artesanales). Aunque es principalmente un evento B2C (business-to-consumer) para el público general, incluye sesiones educativas con chefs y expertos que funcionan como conferencias, junto con grandes áreas de exhibición (Grand Tastings) donde marcas extranjeras presentan sus productos.
- **Ubicación:** Múltiples locaciones en Nueva York, NY, con eventos principales en Brooklyn Pier y Manhattan.
- **Fechas 2025:** 15-19 de octubre de 2025
- **Asistentes:** es abierto al público con +45,000 asistentes (consumidores, chefs, profesionales de la industria, medios).
- **Expositores:** Marcas de alimentos con distribución en los EE. UU., incluyendo importadores de alimentos procesados de diversas partes del mundo.
- **Conferencias:** Charlas de chefs reconocidos (por ejemplo, Bobby Flay, Marcela Valladolid), talleres sobre tendencias culinarias, y paneles sobre sostenibilidad y sabores globales.

- **Exposiciones paralelas:** Áreas de degustación con stands de marcas internacionales, donde los asistentes pueden probar y comprar productos como salsas, aceites, bebidas, y dulces importados.
- **Interesados en exhibir:** escribir a la Sra. Rosalinda Secondini, rsecondini@sgws.com, tel +1 516 730 3207

8.2.2 World Food Championships (WFC)

- **Descripción:** Aunque conocido como una competencia culinaria, el WFC incluye una conferencia educativa y una exposición paralela abierta al público, donde marcas de alimentos procesados (muchas de origen extranjero) presentan productos como salsas, condimentos, snacks, y bebidas. La exposición, conocida como “Taste of WFC,” permite a los asistentes interactuar con marcas internacionales y nacionales, mientras las conferencias abordan tendencias culinarias y técnicas de cocina.
- **Lugar:** Indianapolis, Indiana (Indiana Convention Center; sede 2025 confirmada).
- **Fechas:** 16 al 19 de octubre de 2025
- **Asistentes:** + 10,000 asistentes (consumidores, chefs, competidores, y profesionales). Abierto al público en general.
- **Expositores:** +100 marcas en la exposición, incluyendo importadores de productos procesados de México, América Latina, Europa, y Asia.
- **Conferencias:** Sesiones sobre tendencias alimentarias, sostenibilidad, y técnicas de cocina con ingredientes procesados (por ejemplo, uso de salsas importadas en recetas).
- **Exposiciones paralelas:** Stands en la “Taste of WFC” donde marcas presentan salsas picantes, conservas, snacks, y bebidas artesanales, con degustaciones y ventas directas.
- **Alimentos procesados extranjeros destacados:** Salsas picantes mexicanas, condimentos asiáticos, conservas europeas, y bebidas latinoamericanas como mezcal o café.
- Para participar como expositor escribir a: jeannette@worldfoodchampionships.com

8.2.3 Terra Madre Americas

- **Descripción:** Es la edición americana del reconocido evento mundial “Terra Madre Salone del Gusto”, que tendrá lugar en Sacramento, California. En este evento se reunirán a algunos de los mejores productores, chefs, vinicultores y artesanos para celebrar el movimiento “Slow Food”.
- **Asistentes:** +5,000 principalmente consumidores y entusiastas de la comida.
- **Expositores:** aproximadamente 50 marcas
- **Enfoque:** alimentos de todo tipo sobre todo aquellos naturales, orgánicos
- **Exposiciones paralelas:** Áreas de exposición de productos que ya se distribuyen en los EE. UU.
- Para participar registrarse en: <https://terramadreausa.com/exhibitorapplication/exhibitorapplicationform> y para más información pueden escribir a: kcemo@visitsacramento.com

8.3 Publicaciones Especializadas

8.3.1 Gourmet News

- **Tipo:** Revista impresa y digital
Enfoque: Noticias, tendencias, productos nuevos, presentaciones nuevas sobre alimentos que califican como gourmet.

- **Pertinencia:** Alta para marcas premium y de origen, ideal para posicionamiento en mercados especializados
- **Contacto editorial:** Sra. JoEllen Lowry – Editora, news@oser.com, Tel +1520 721 1300
- **Página web:** www.gourmetnews.com



Fuente: propia

8.3.2 The Shelby Report of the West

- **Tipo:** revista especializada en la industria minorista de alimentos, también se publica online
- **Enfoque:** es una revista tipo reporte sobre los supermercados y otros minoristas de alimentos, considera todo tipo de alimentos: frescos, procesados, carnes, aves, pecados, etc.
- **Pertinencia:** alta para lanzamiento de marcas propias en supermercados. Tiene distribución regional: Southeast, Midwest, Southwest, West, Noreast, y También tienen ediciones nacionales.
- **Contacto editorial:** Sr. Kevin Atwill – Editor in Chief, Email: katwill@theshelbyreport.com
- **Página web:** <https://theshelbyreport.com>



Fuente: propia

8.3.3 National Restaurant News - NRN

- **Tipo:** Revista impresa y online, perteneciente al grupo Informa Markets.
- **Enfoque:** Alimentos y bebidas para la industria de restaurantes y franquicias de restaurantes. Incluye noticias, reportes, tendencias, reportes sobre las cadenas de restaurantes, ejecutivos de la industria, etc.
- **Pertinencia:** Adecuada para publicitar lanzamiento de alimentos procesados que ya se distribuyen en EE. UU. y estén dirigidos a restaurantes.
- **Contacto editorial:** Sr. Sam Oches – Editor in Chief, Email: sam.oches@informa.com
- **Página web:** www.nrn.com



Fuente: propia

8.3.4 Food Business News

- **Tipo:** Revista impresa y online
- **Enfoque:** El negocio de alimentos, noticias, empresas, fusiones de empresas, adquisiciones, lanzamiento de productos nuevos, retiro de productos, precios de alimentos.
- **Pertinencia:** Es una revista especializada ideal para comunicar información sobre la industria o un sector de la industria. Ej: Los volúmenes producidos y exportados de pimientos en total y por tipos, así como precios promedios.
- **Contacto editorial:** Keith Nunes – Editor, knunes@sosland.com / editor@sosland.com
- **Página web:** www.foodbusinessnews.net



Fuente: propia

8.3.5 Supermarket News – SN

- **Tipo:** Revista impresa y online
- **Enfoque:** Destinada a atender los supermercados. Reporta sobre todo tipo de productos que se venden en los supermercados, desde alimentos frescos hasta los alimentos procesados. Realiza y publica encuestas realizadas a los supermercados sobre los alimentos que expenden, sobre el merchandising, los márgenes de las ventas, precios, etc. También reporta sobre empresas y ejecutivos.
- **Pertinencia:** Adecuada para promover el lanzamiento de alimentos y bebidas nuevas con distribución en los EE. UU., en presentaciones para uso familiar. También adecuada para promover servicios de producción a supermercados con marca propia.
- **Contacto editorial:** Ms. Chloe Riley – chloe.riley@informa.com
- **Página web:** supermarketnews.com



Fuente: propia

IX. CONTACTOS DE INTERÉS

9.1 Institucionales

9.1.1. La Administración de Alimentos y Medicamentos - Food and Drug Administration o FDA

Es la principal agencia responsable de regular la mayoría de los alimentos procesados y en conserva, exceptuando carne, aves y ciertos productos de huevo (que caen bajo la jurisdicción del USDA). Asegura que estos alimentos sean seguros, inocuos, estén correctamente etiquetados y cumplan con las normativas de la Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C Act).

Funciones específicas:

- Registro de instalaciones: Toda empresa que fabrique, procese, empaque o almacene alimentos para el mercado estadounidense debe registrarse ante la FDA.
- Notificación previa: Requiere que los importadores notifiquen a la FDA antes de que los envíos lleguen a los EE. UU., permitiendo inspecciones específicas en los puertos de entrada.
- Controles de seguridad: Aplica la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (FSMA), que establece medidas preventivas como el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) para alimentos como jugos y controles preventivos para otros productos procesados.
- Regulación de alimentos enlatados: Para alimentos de baja acidez o acidificados (como conservas), exige el registro del establecimiento y la presentación de procesos de fabricación para prevenir riesgos como el botulismo.
- Etiquetado: Supervisa que las etiquetas incluyan información precisa sobre ingredientes, contenido neto, información nutricional y advertencias, evitando declaraciones engañosas.
- Inspecciones y cumplimiento: Puede inspeccionar envíos en puertos, detener productos si no cumplen con los requisitos (por adulteración o etiquetado incorrecto) y emitir notificaciones de advertencia o sanciones.

Datos de contacto.

Página web: www.fda.gov

US Food & Drug Administration, Foods Program, 5001 Campus Drive, HFS-009, College Park, MD 20740-3835. Tel +18887233366

9.1.2. Servicio de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP):

Actúa como el brazo operativo en los puertos de entrada, asegurando que los alimentos importados cumplan con las regulaciones de la FDA, el FSIS y otras agencias.

Funciones específicas:

- Inspección y autorización: Examina documentación y realiza inspecciones físicas para verificar permisos, certificados fitosanitarios (si aplica) y cumplimiento normativo.
- Detención de envíos: Puede retener productos que no cumplan con los requisitos de la FDA o el FSIS hasta que se resuelvan las irregularidades.
- Cumplimiento aduanero: Administra aranceles y asegura que los productos importados cumplan con las leyes comerciales de EE. UU.

Datos de contacto:

Teléfono general del CBP +1 202 325 8000

Correo electrónico: usar el formulario de contacto en <https://www.cbp.gov/about/contact>;

Página web de los programas agrícolas: <https://www.cbp.gov/border-security/protecting-agriculture>

9.1.3 Agencia de Protección Ambiental (EPA):

Aunque no regula directamente los alimentos procesados, supervisa los residuos de pesticidas y productos químicos en alimentos agrícolas procesados, estableciendo límites de tolerancia.

Funciones específicas:

- Control de contaminantes, asegura que los alimentos procesados no contengan residuos de pesticidas que excedan los límites establecidos en el Código de Regulaciones Federales (Título 21, partes 180 y 193).
- Colabora con el FDA para garantizar que los alimentos sean seguros desde el punto de vista químico.

Datos de contacto:

Oficina de Programas de Pesticidas (Office of Pesticide Programs, OPP),
U.S. Environmental Protection Agency, Office of Pesticide Programs, Mail Code 7506C,
1200 Pennsylvania Ave. NW, Washington, DC 20460, EEUU.

Página web: www.epa.gov/pesticides

9.1.4 Association of Food Industries (AFI):

Agrupación de las empresas fabricantes, distribuidoras e importadoras de alimentos, incluyendo alimentos procesados y en conserva, ayudándolas con regulaciones gubernamentales, estándares alimentarios y datos estadísticos.

Enfoque: Importadores, procesadores y distribuidores de alimentos.

Datos de contacto:

Email: info@afius.org

Teléfono: +1 732 922 3008

Página web: www.afius.org

Dirección: 3301 Route 66, Suite 205, Bldg. C, Neptune, NJ 07753

9.1.5 National Frozen & Refrigerated Foods Association - NFRA:

Representa a fabricantes y distribuidores de alimentos congelados y refrigerados. Promueve la seguridad y la calidad en la industria.

Enfoque: Procesadores, distribuidores y minoristas de alimentos congelados/refrigerados.

Datos de contacto:

Email: info@nfraweb.org

Teléfono: +1 717 657 8601

Página web: www.nfraweb.org

Dirección: 4755 Linglestown Road, Suite 300, Harrisburg, PA 17112

9.1.6. Private Label Manufacturers Association (PLMA):

Representa a fabricantes de marcas privadas, que incluyen alimentos procesados y en conserva. Organiza ferias comerciales y promueve la innovación en productos de marca propia.

Enfoque: Fabricantes y minoristas de marcas privadas.

Datos de contacto:

Email: info@plma.com

Teléfono: +1 212 972 3131

Página web: www.plma.com

Dirección: 630 Third Avenue, New York, NY 10017

9.1.7 Specialty Food Association (SFA):

Es una asociación comercial sin fines de lucro fundada en 1952, que representa a más de 4,000 empresas en la industria de alimentos especializados, incluyendo alimentos procesados y en conserva. Su misión es "dar forma al futuro de los alimentos" al apoyar a artesanos, importadores, distribuidores, minoristas y otros actores de la industria de alimentos gourmet y especializados.

Funciones específicas:

- Organiza las ferias Winter Fancy Faire y la Summer Fancy Food Show. La membresía en la SFA es un requisito para exhibir en estas ferias para empresas con sede en los EE. UU.
- Administra los premios Sofi que reconocen la excelencia en productos alimenticios especializados en categorías como sabor, innovación y calidad. Los ganadores se destacan en las ferias Fancy Food.
- Fomenta redes de contacto a través de eventos presenciales y en línea, conectando a fabricantes, compradores y distribuidores. Aboga por políticas que beneficien a la industria, siguiendo propuestas de tarifas internacionales, regulaciones de la FDA y otros cambios legislativos.

Datos de contacto:

Email: membership@specialtyfood.com,

Teléfono: (212) 482-6440

Página web: www.specialtyfood.com,

Dirección: 136 Madison Avenue, New York, NY 10016, USA

Contacto para empresas fuera de EE. UU.: Sr. Mimo Boulefrakh, Gerente de Cuentas Globales: (646) 878-0151, mimo@specialtyfood.com

9.2 Comerciales

9.2.1 Atalanta Corporation

At. Sr. Robert Gellert – Executive Vice President

Tel +19083518000

Página web: www.atalantacorp.com

1 Atalanta Plz, Elizabeth, New Jersey, 07206-2186, EE. UU.

Empresa que en el 2024 importó desde Perú más de USD 58 millones. Compra 21 productos entre los que destacan las alcachofas, pimientos, palmitos y otros productos procesados. Es la empresa más adecuada para presentar nuevos productos procesados con valor agregado.

9.2.2 RCN Imports, Inc.

At. Sr. Rick Marino – CEO

Phone: +1973 974 9940

Página web: www.rcnimports.com

RCN Imports compra productos procesados como pimientos, alcachofas procesadas, así como quinua.

9.2.3 Goya Foods

350 County Road, Jersey City, NJ 07307

At. Sra. Marcela Carlin

Senior Buyer

Tel +12013484900

Página web: www.goya.com

Esta empresa compra productos procesados y sin procesar destinados al mercado hispano. En el 2024 importó desde Perú más de USD 25 millones. Compra principalmente gandules o frijol de palo enlatado, pimientos y alcachofas en conserva, quinua, entre otros.

9.2.4 Dole Food Co Inc

At. Sr. Johan Linden - President

1 Dole Dive, Westlake Village, CA 91362-7300

Tel +18188744000

Página web: <http://www.dole.com>

Compra mangos congelados IQF, mandarinas en conserva y otros productos frescos

9.2.5 Matosantos Commercial Corp.

At. Gerónimo Matosantos - VP

7 Beatriz Centro, Guaynabo, Puerto Rico 00968

Tel +17877936900

Página web: <http://www.matosantos.com>

Importan desde Perú fresa entera y mango congelado y de otros orígenes papaya y piña congelada.

X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Estados Unidos representa un mercado estratégico y sofisticado para la oferta peruana de alimentos procesados, donde coexisten múltiples segmentos de consumo (mainstream, étnico, institucional, gourmet). Esta diversidad permite una estrategia de penetración diferenciada por tipo de producto, presentación, certificación y canal de distribución.
- La oferta exportable peruana ha demostrado madurez y diversificación, con productos de alta competitividad en espárragos, pimientos, palmitos, jugos, pulpas, nuez amazónica, jengibre y mermeladas. No obstante, algunos productos clave muestran estancamiento o retroceso en exportaciones, revelando la necesidad de revisión técnica, comercial o logística.
- El canal institucional y el canal de marca propia presentan oportunidades de escala, especialmente para productos en formatos HORECA (latas de 3L, bolsas industriales, etc.) y presentaciones personalizadas para retail. Las cadenas de supermercados, cooperativas de compra y tiendas especializadas buscan aliados con capacidad de cumplimiento y trazabilidad.
- Las tendencias del consumidor estadounidense están evolucionando rápidamente hacia productos funcionales, de conveniencia, con certificaciones éticas y sostenibles. La creciente demanda de productos orgánicos (más de USD 60 mil millones en ventas anuales) y alimentos especializados (gourmet, kosher, halal) refuerzan esta tendencia. El segmento de alimentos listos para consumir (ready-to-eat) y congelados crece sostenidamente, impulsado por cambios demográficos y de comportamiento del consumidor. Esto abre oportunidades para productos peruanos funcionales, saludables y con storytelling diferencial.
- La logística y estacionalidad continúan siendo retos críticos, sobre todo en lo relacionado al acceso eficiente a puertos, costos logísticos, tiempos de tránsito, y respuesta a picos de demanda. Aunque la agroindustria peruana ha implementado mejoras, aún existen brechas en infraestructura y planificación para exportaciones continuas.

- La salud, la conveniencia y la sostenibilidad son los ejes transversales de preferencia del consumidor. Los productos con baja intervención química, envases reciclables, ingredientes naturales y origen étnico tienen mejores perspectivas de aceptación.
- El canal retail exige presentación, marca y empaque competitivo; mientras que el canal institucional prioriza rendimiento, volumen, cumplimiento logístico y certificaciones.
- La participación en ferias especializadas (Fancy Food Show, Natural Products Expo, PLMA) y en exhibiciones organizadas por centrales de compra permite visibilizar la oferta exportable ante compradores especializados.
- Las publicaciones especializadas, influencers gastronómicos y plataformas B2B complementan los canales tradicionales de promoción comercial, facilitando la conexión con compradores de nicho.

Recomendaciones

- Focalizar los esfuerzos de internacionalización en nichos de alto valor agregado, especialmente en el segmento specialty, aprovechando la calidad diferenciada del producto peruano y su adaptabilidad a las exigencias gourmet, étnicas y funcionales del consumidor estadounidense.
- Consolidar procesos de certificación internacional y estandarización, promoviendo la adopción de sellos como USDA Organic, Non-GMO, Gluten-Free, Halal, Kosher, y HACCP, así como el cumplimiento riguroso de las normas FDA y FSMA. Ello mejora el acceso a cadenas de supermercados, institucionales y online retail.
- Fortalecer alianzas con importadores, distribuidores y centrales de compra en EE. UU. que ya dominan la logística y los canales de venta. Se recomienda priorizar a aquellos con capacidad de co-desarrollar productos con marca privada y realizar logística inversa o consolidación de cargas.
- Implementar inteligencia comercial permanente, con monitoreo continuo de tendencias de consumo, análisis de precios al consumidor final, benchmarking de productos competidores y evaluación de nuevos canales de distribución digital como Amazon Fresh, Instacart y tiendas gourmet online.
- Impulsar estrategias de promoción más efectivas, participando en ferias clave (Fancy Food, Expo West, PLMA, etc.), integrando publicaciones en medios especializados y ejecutando campañas digitales de “marca país” que posicionen al Perú como origen de productos saludables, sostenibles y de alta calidad.
- Fomentar la asociatividad de pequeños exportadores, facilitando el acceso a mercados exigentes mediante clústeres agroindustriales, plataformas logísticas compartidas y mecanismos de representación comercial colectiva (ej. consorcios de exportación).

XI. PERFIL DE COMPRADORES

11.1 MOUNTAIN HIGH ORGANICS, INC.

Nombre Completo de la Empresa: Mountain High Organics, Inc.

Página Web: www.mountainhighorganics.com

Teléfono: +1-860-210-7805

Dirección: 9 S Main St, New Milford, Connecticut, 06776-3507, United States

Fecha de Fundación: 2001

Sucursales y Plantas: Instalación de 500 metros cuadrados en New Milford, Connecticut

Ventas Anuales: USD 3.23 millones

Principales Marcas: Registradas y vigentes en la Oficina de Marcas y Patentes de los EEUU – USPTO: Authentic, Traceable, Sustainable Certified Organic Mountain High Organics, Inc., One Goal, One Passion - Organic Since 1999, Mountain High Organics, Beveri.

Productos que comercializa: Amplia gama de productos orgánicos, incluyendo semillas, aceites, granos, arroz, nueces, pastas gluten free, y otros.

Importa de Bolivia, Paraguay, México

Score crediticio: Bajo riesgo (D&B Hoovers)

11.2 JETRO HOLDINGS, LLC

Nombre Completo de la Empresa: Jetro Holdings, LLC (opera como Restaurant Depot y Jetro Cash & Carry)

Página Web: www.restaurantdepot.com

Teléfono: +1-718-762-8700

Dirección: 1710 Whitestone Expy, Whitestone, New York, 11357-3054, EEUU

Fecha de Fundación: 1976

Sucursales y Plantas: Opera más de 130 almacenes mayoristas en todo los EEUU

Relaciones estratégicas: Subsidiaria de Grospart AG (matriz y empresa global última). Tiene vínculos corporativos con 206 compañías.

Ventas Anuales: USD 1,830 millones

Principales Marcas: Registradas y vigentes en la Oficina de Marcas y Patentes de los EEUU – USPTO: Restaurant Depot, Jetro Cash & Carry, Sabor Nuestro, James Farm, Supremo Italiano, Chef's Quality, Garden Valley, Mama Isabella's, Restaurant King y otras

Amplio catálogo de productos alimenticios (frescos, congelados, enlatados), bebidas, equipos de cocina (refrigeradores, hornos, freidoras), y suministros desechables (vajilla plástica, productos de papel) a precios competitivos, dirigidos al sector HORECA.

Vende aceites de oliva, aceitunas, alcachofas, espárragos, pimientos: Distribuye productos de marca propia como Supremo Italiano (aceite de oliva, aceitunas, vegetales enlatados, incluyendo alcachofas y pimientos) y Chef's Quality (aceite de oliva, vegetales procesados, incluyendo alcachofas y pimientos).

Segmento del mercado: Principalmente el sector HORECA (restaurantes, hoteles, catering, cafeterías), con un enfoque en negocios que requieren grandes volúmenes de productos alimenticios, equipos de cocina y suministros desechables. También atiende a minoristas y consumidores individuales a través de su modelo mayorista.

- Score crediticio: Bajo riesgo (según D&B Hoovers).

11.3 TOPCO ASSOCIATES, LLC

Nombre Completo de la Empresa: Topco Associates, LLC

Página Web: www.topco.com

Teléfono: +1-847-676-3030

Dirección: 2 Pierce Pl, Itasca, Illinois, 60143-1203, United States

Fecha de Fundación: 2001

Relaciones estratégicas: Topco opera como una cooperativa que agrupa a más de 50 empresas miembros, principalmente supermercados, distribuidores mayoristas y operadores de servicios alimenticios en EEUU

Principales aliados: Topco Holdings, Inc. (Cooperative) es la empresa matriz a nivel global. La cooperativa trabaja con sus miembros para maximizar el poder de compra.

Participación en el mercado: Topco es un líder en la adquisición de productos de marca privada en EEUU, con una red que distribuye a nivel nacional.

Ventas Anuales: USD 274.87 millones

Principales Marcas: Las marcas que usa Topco Associates están registradas por su matriz Topco Holding, Inc. que cuenta con 250 marcas protegiendo diversas clases de productos o servicios, alguna se aplican a varias clases, y las siguientes se encuentran registradas y vigentes en la Oficina de Marcas y Patentes de los EEUU – USPTO: +H2O Low Calorie Drink Mix, A Bounty of Freshness, Academix, Add Flavor to Life, Advantage Planner, All-Around Goodness, Apex, Apple Loons, Basket & Bushel, Bloom'n Co., Bright Day, Buckley Farms, Cape Covelle Seafood Market, Carefully Blended Whole Nutrition, Caring for Your Little One from Tip to Toe, Celestial with Confidence, Charking, Cheezy Does It y otras.

Ventajas competitivas de los productos que distribuye: Topco aprovecha el poder de compra colectivo de sus miembros para negociar descuentos con proveedores, ofreciendo productos de alta calidad a precios competitivos. Su enfoque en marcas privadas permite personalización y control de calidad.

Score crediticio: Prescreen Score: LOW RISK (según D&B Hoovers).

11.4 WAKEFERN FOOD CORP.

Nombre Completo de la Empresa: Wakefern Food Corp.

Página Web: www.wakefern.com

Teléfono: +1-908-527-3300

Dirección: 5000 Riverside Dr, Keasbey, New Jersey, 08832-1209, EEUU

Fecha de Fundación: 1946

Sucursales y Plantas: Opera una red de casi 260 supermercados bajo las marcas ShopRite y PriceRite.

Relaciones estratégicas: 147 empresas vinculadas

Participación en el mercado: Líder en el sector de supermercados en el noreste de Estados Unidos.

Ventas Anuales: USD 19,600 millones según D&B Hoovers

Marcas registradas y vigentes en la Oficina de Marcas y Patentes de los EEUU - USPTO: Di Bruno Bros. Philadelphia, Pa Db Since 1939, Price Rite, Big Brand Bash!, Well Everyday, Shop Rite, Shoprite From Home, Sru Shop Rite University, Wild Selection. Tame Prices., Crème De Veau, Wakefern, Wholesome Promise WP, Clear Delight, Baby Buck\$, Price Rite Mini Cookie Bites, Wholesome Pantry, Traveling Howtobar, Paperbird, Spoon N Stir y otras

Ventajas competitivas de los productos que distribuye: Operaciones a gran escala, amplia gama de productos (abarrotes, frutas y verduras frescas, productos gourmet, lácteos, carnes, alimentos procesados y congelados).

Score crediticio: Bajo riesgo, según D&B Hoovers

11.5 WEGMANS FOOD MARKETS, INC.

Nombre Completo de la Empresa: Wegmans Food Markets, Inc.

Página Web: www.wegmans.com

Teléfono +1-585-328-2550

Dirección: 1500 Brooks Ave, Rochester, New York, 14624-3589, Estados Unidos.

Fecha de Fundación: 1916.

Sucursales y Plantas: Más de 105 tiendas en Estados Unidos, con una instalación principal de 84,000 metros cuadrados.

Wegmans es una de las mayores empresas privadas en EEUU, con una fuerte presencia en el sector de supermercados regionales, conocida por sus tiendas grandes (hasta 13,000 metros cuadrados) y una amplia oferta de productos.

Considerando que las ventas anuales en los EEUU de los supermercados y bodegas ascienden a USD 883,100 millones (según IbisWorld), y que las ventas anuales de Wegmans Food Markets, Inc. son de 10,800 millones, su participación en el mercado es de 1.22%

Ventas Anuales: USD 10,800 millones.

Principales Marcas: Wegmans cuenta con 35 marcas registradas y vigentes en la Oficina de Marcas y Patentes de los EEUU – USPTO. Destacan las siguientes marcas enfocadas en alimentos y productos para el hogar: Wegmans, Wineflix, Nature's Marketplace, Blue Dalia Restaurant & Tequila Bar, Fall Harvest, Don't Have A Cow, Bruiser, Fitness Crunch, Don't Be Chicken, Pizza-Tizers, Butter Boy, Pizza Night Happy Night y otras.

Ventajas competitivas de los productos que distribuye: Tiendas de gran tamaño con una oferta diversa de hasta 70,000 productos, incluyendo cafés en tienda, tiendas de quesos con cientos de variedades, tiendas de sándwiches, pastelerías, productos de salud y belleza, artículos para el hogar, mercancía estacional, florerías y farmacias. Enfoque en productos orgánicos y sin preservantes artificiales bajo la marca "Food You Feel Good About".

Wegmans atiende principalmente al segmento de consumidores que buscan productos de alta calidad, orgánicos y de conveniencia, con un enfoque en familias y clientes interesados en experiencias gastronómicas premium. Vende amplia variedad de alimentos, jugos, bebidas, aceites, suplementos bajo la marca privada Wegmans.

Score crediticio de Wegmans: Bajo Riesgo (D&B Hoovers).

XII. BIBLIOGRAFÍA

- Comisión de Comercio Internacional de EE. UU. (USITC). (2024). Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS). Recuperado de <https://www.usitc.gov>
- FDA – Food and Drug Administration. (2024). Food Safety Modernization Act (FSMA) Regulations and Guidance. Recuperado de <https://www.fda.gov/fsma>
- Grand View Research. (2024). U.S. Packaged Food Market – Industry Analysis and Forecast. Recuperado de <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-packaged-food-market>
- IBISWorld. (2023). U.S. Canned Food Production Report & U.S. Frozen Food Production Industry Analysis. IBISWorld Inc.
- IBISWorld (2025) “Grocery Wholesaling in the US” Irigoyen Federico, April 2025
- IBISWorld (2025) “Frozen Food Wholesaling in the US” Ristoff Jared, April 2025
- IBISWorld (2025) “Supermarkets & Grocery Stores in the US” Lombardo Christopher, March 2025
- IBISWorld (2025) “Specialty Food Stores in the US” Rose Arielle, April 2025
- IBISWorld (2025) “Food Service Contractors in the US” Dalal Michal, April 2025

- Ingredion. (2023). Consumer Food Preference Trends 2023. Recuperado de <https://www.ingredion.com/na/en-us/be-whats-next/2023-consumer-food-preference-trends.html>
- Innova Market Insights. (2023). Top Food Industry Trends. Recuperado de <https://www.innovamarketinsights.com/trends/food-industry-trends/>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (MIDAGRI). (2023-2024). Boletines de Producción Agroindustrial y Exportaciones. Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas.
- Mordor Intelligence. (2024). U.S. Food Service & Restaurant Market – Growth, Trends, and Forecast. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/us-food-service-restaurant-market>
- PromPerú. (2024). Herramientas Logísticas de Exportación. Subdirección de Desarrollo de Oferta Exportable.
- PromPerú. (2024). Rutas Marítimas para Exportación. Dirección de Servicios al Exportador.
- Specialty Food Association. (2023). The State of the Specialty Food Industry. Recuperado de <https://www.specialtyfood.com>
- United States Census Bureau. (2023). Demographic and Housing Estimates. Recuperado de <https://www.census.gov>
- USDA – United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service. (2023). Global Agricultural Information Network (GAIN) Reports. Recuperado de <https://www.fas.usda.gov>
- USDA Economic Research Service. (2024). Food Price Outlook – Summary Findings. Recuperado de <https://www.ers.usda.gov/data-products/food-price-outlook/summary-findings>
- TradeMap – International Trade Centre. (2024). Trade Statistics for International Business Development. Recuperado de <https://www.trademap.org>
- Whole Foods Market. (2024). Top 10 Food and Beverage Trends for 2025. Recuperado de <https://media.wholefoodsmarket.com/whole-foods-market-forecasts-the-top-10-food-and-beverage-trends-for-2025/>
- Grande Custom Ingredients Group. (2024). Top Food & Beverage Industry Trends. Recuperado de <https://www.grandecig.com/blog/top-food-beverage-industry-trends>
- Fortune Business Insights. (2024). U.S. Food Service Market Reports. Recuperado de: <https://www.fortunebusinessinsights.com/food-service-market-106277>
<https://www.fortunebusinessinsights.com/u-s-food-service-market-107651>

XIII. ANEXOS: Anexo con 20 perfiles de potenciales compradores – se envía en archivo separado