



**Informe de mercado para higo fresco
en Estados Unidos**

(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ

Autor: Manuel Zegarra

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

Contenido

1. Descripción del producto.....	4
2. Tamaño del mercado	6
3. Análisis de la demanda	16
4. Presentaciones y precios	18
5. Requisitos de acceso al mercado.....	21
6. Canales de distribución.....	23
7. Contactos de interés.....	27

1. Descripción del producto

La higuera (*Ficus carica*) es un frutal caducifolio de la familia *Moraceae*, cultivado desde la antigüedad por su fruto, el higo, de alto valor alimenticio y cultural. En el Perú actual se cultiva principalmente en valles costeros e interandinos (Ica, Lima, Arequipa, Tacna, entre otros), con variedades orientadas tanto al consumo fresco como a la exportación.

Descripción del producto (higo – *Ficus carica*)

La higuera es un árbol o arbusto de porte pequeño a mediano (hasta 6–10 m), copa amplia y hojas grandes, palmadas, de 3 a 5 lóbulos, ásperas en el haz y pubescentes en el envés. El fruto comercial que conocemos como “higo” es en realidad un sicono: una infrutescencia carnosa hueca que contiene numerosas flores y pequeños achenios (las “semillas”) en su interior.

Los higos presentan una gama de colores de piel que va del verde amarillento a la púrpura oscura según la variedad, con pulpa jugosa de color ámbar, rosado o rojo y alto contenido de azúcares. Se consumen frescos, secos o procesados (mermeladas, pastas, confituras, productos de panadería) y son apreciados por su sabor dulce, textura suave y valor nutricional.

Breve reseña histórica y llegada al Perú

La higuera se originó en Asia Menor y el Próximo Oriente, donde se cultivó desde tiempos muy antiguos y fue uno de los primeros frutales domesticados. Su cultivo se expandió posteriormente por la cuenca mediterránea (actual Turquía, Egipto, España, entre otros), donde el higo se consolidó como alimento básico y símbolo cultural.

Con la colonización española, la higuera fue introducida a América y se adaptó bien a climas áridos y semiáridos, gracias a su resistencia a la sequía y capacidad de prosperar en suelos pobres. En el Perú, las crónicas coloniales y la distribución actual de árboles antiguos en valles de la costa sugieren que el cultivo se estableció tempranamente en zonas como Ica, Lima y el sur, integrándose a huertos tradicionales, chacras de valle y posteriormente a plantaciones comerciales.

Crecimiento, producción y fenología del higo

La higuera es un frutal de hoja caduca que entra en reposo invernal y reinicia su actividad vegetativa con la subida de temperaturas en primavera. Presenta un sistema radicular profundo y extenso, lo que le permite tolerar periodos de estrés hídrico, aunque responde mejor a riegos regulados en sistemas comerciales.

Fenológicamente, el cultivo sigue fases definidas: brotación de yemas, crecimiento de brotes y hojas, diferenciación floral y desarrollo de siconos, llenado y maduración del fruto, y finalmente caída de hojas. En condiciones de costa peruana, el higo es típicamente una fruta de verano; la cosecha principal de higos frescos va aproximadamente de fines de diciembre a marzo, con pico en febrero, aunque nuevas áreas en el “norte chico” permiten cosechas casi todo el año.

Las higueras pueden comenzar a producir desde el segundo año, alcanzando plena producción a partir del cuarto o quinto año, con árboles que pueden permanecer productivos por varias décadas (hasta 60 años de producción dentro de una vida útil cercana a 100 años). El rendimiento depende de la variedad, manejo agronómico y densidad, pero en sistemas intensivos se reportan cargas muy altas por árbol (miles de frutos) en condiciones óptimas.

Principales variedades y zonas de cultivo en el Perú

En el Perú se cultivan tanto variedades de piel oscura como clara, aunque la oferta comercial fresca se concentra en algunas pocas variedades adaptadas a la costa. Fuentes de divulgación y reportes técnicos señalan que las principales regiones productoras incluyen Ica, Arequipa, Lima, Tacna y, más recientemente, Áncash y zonas del “norte chico”, donde se ha desarrollado producción de contraestación.

Entre las variedades señaladas para Perú destacan:

- Black Mission: variedad oscura, de forma alargada, ampliamente conocida, principal variedad de exportación.
- Toro Sentado: fruto más grande, piel gruesa y forma globosa; también orientada a exportación.
- Otras referencias mencionan la presencia de variedades tipo Esmirna/Calimyrna y “comunes” (bíferas y uníferas), además de materiales criollos adaptados a condiciones desérticas.

En términos de distribución, reportes de 2019 del CITE Agroindustrial destacan superficies importantes en Ica (alrededor de 179 ha), Arequipa (102 ha) y Lima (75 ha), con un crecimiento reciente de Áncash como región líder en producción y exportación. Otras fuentes señalan que la producción nacional supera las 10 000 toneladas, concentrándose más del 60 % en los valles de Ica, seguida de Lima, Arequipa, Moquegua y Tacna.

Beneficios nutricionales del higo

El higo fresco es una fruta de moderado aporte energético, con alrededor de 80 kilocalorías por cada 100 g, debido principalmente a su contenido de carbohidratos de absorción relativamente rápida. Además, aporta cerca de 1,2 g de proteínas, 0,3 g de grasas y alrededor de 20 g de carbohidratos totales por 100 g, según tablas técnicas de composición.

Es una fuente relevante de fibra dietaria, especialmente fibra soluble, lo que contribuye a su efecto laxante suave, mejora del tránsito intestinal y sensación de saciedad. A nivel mineral, destaca su contenido de potasio (aprox. 640 mg/100 g), calcio (126 mg/100 g), fósforo y hierro, mientras que en vitaminas aporta provitamina A (carotenos), algunas vitaminas del complejo B y compuestos antioxidantes.

Por su combinación de azúcares naturales, fibra y micronutrientes, los higos se consideran adecuados como fuente de energía rápida para niños, embarazadas y personas con alta demanda física o intelectual, así como para deportistas que requieren reponer glucógeno. La presencia de antioxidantes y compuestos bioactivos se asocia con potenciales beneficios en la reducción de riesgo de enfermedades cardiovasculares y degenerativas, aunque estos efectos dependen de la dieta global y estilo de vida.

Tabla 01: Partidas arancelarias higo fresco y seco

PERU	
Partida	Descripción
08.04	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
0804.20	Higos
ESTADOS UNIDOS	
Partida	Descripción
0804.20	Figs, fresh or dried

Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERÚ

2. Tamaño del mercado

Producción nacional de higo en Estados Unidos (últimos años)

Las estadísticas específicas por año para higo fresco son limitadas en fuentes abiertas, pero diversas notas técnicas y reportes de FAO/USDA ubican a Estados Unidos en torno a 20–25 mil toneladas de higo total (fresco y seco), con California como casi único productor. Un reporte de Agraria, citando datos internacionales, sitúa a Estados Unidos en alrededor de 25 mil toneladas de producción de higo hacia finales de la década de 2010, por debajo de países mediterráneos líderes como Turquía y Egipto.

Sitios especializados en higos reportan que hacia 2014 la producción de higos frescos en Estados Unidos fue de aproximadamente 31 700 toneladas, con una caída cercana al 28% respecto a años anteriores, lo que sugiere que en la última década la producción se ha mantenido en un rango de 20–30 mil toneladas. En conjunto, la evidencia apunta a un mercado doméstico relativamente pequeño comparado con otros frutales, pero estable, donde el crecimiento del consumo se cubre crecientemente con importaciones de higo fresco (particularmente de México y Perú).

Variedades de higo más cultivadas en Estados Unidos

En los mismos reportes FAO/USDA describen que, aunque existen decenas de cultivares, solo unas pocas variedades concentran la producción comercial de higo fresco en Estados Unidos. Entre las más importantes se encuentran:

- Brown Turkey: considerada la variedad fresca más común en California, de fruto grande, piel rojizo-púrpura que se torna verde hacia la parte superior, sabor suave, amplia disponibilidad de mediados de mayo a noviembre.
- Black Mission: higo de piel púrpura casi negra, sabor intenso y “terroso”, utilizado tanto para consumo fresco como para secado y transformación.

- Kadota (White Kadota): piel ámbar clara, sabor ligero, destinada tanto a fruta fresca como a industria de conservas y pastas.
- Sierra: variedad de piel clara, sabor dulce y fresco, orientada a uso fresco y procesamiento, disponible de junio a noviembre.
- Tiger (Panachée): higo de piel amarilla con rayas verdes, pulpa rojo-púrpura, producción relativamente baja, enfocado en nichos de alto valor.

Técnicamente, estas variedades se agrupan en tipos de higo como Smyrna (Calimyrna), San Pedro e higos comunes, que difieren en sus requerimientos de polinización y manejo. En estados como Florida se recomiendan principalmente variedades “comunes” (parthenocárpicas, que cuajan sin polinización), adaptadas a climas húmedos y con menor dependencia de la avispa polinizadora.

Zonas de producción dentro de Estados Unidos

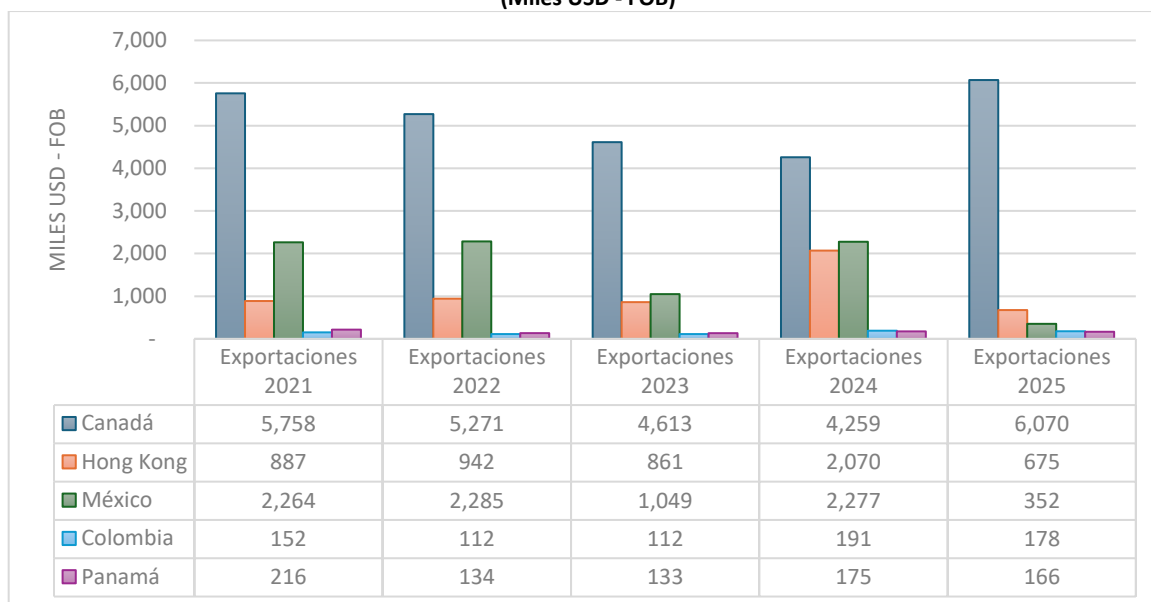
USDA indica que aproximadamente el 98 % de los higos cultivados comercialmente en Estados Unidos provienen del estado de California. La producción se concentra en:

- Valle Central de California: especialmente en áreas al oeste de la cordillera de Sierra Nevada, donde el clima mediterráneo (veranos largos, secos y calurosos, inviernos suaves) es ideal para el higo.
- Esquina árida del sureste de California: algunas plantaciones menores en zonas más cálidas y secas del estado, también orientadas a industria y secado.

Aunque la producción comercial a gran escala está prácticamente localizada en California, hay plantaciones y huertos de menor escala en estados del sur y sureste (Texas, Luisiana, Florida), así como cultivos domésticos en jardines y pequeñas granjas. Sin embargo, estos últimos tienen un peso marginal en el abastecimiento del mercado nacional, especialmente de higo fresco de calidad exportable.

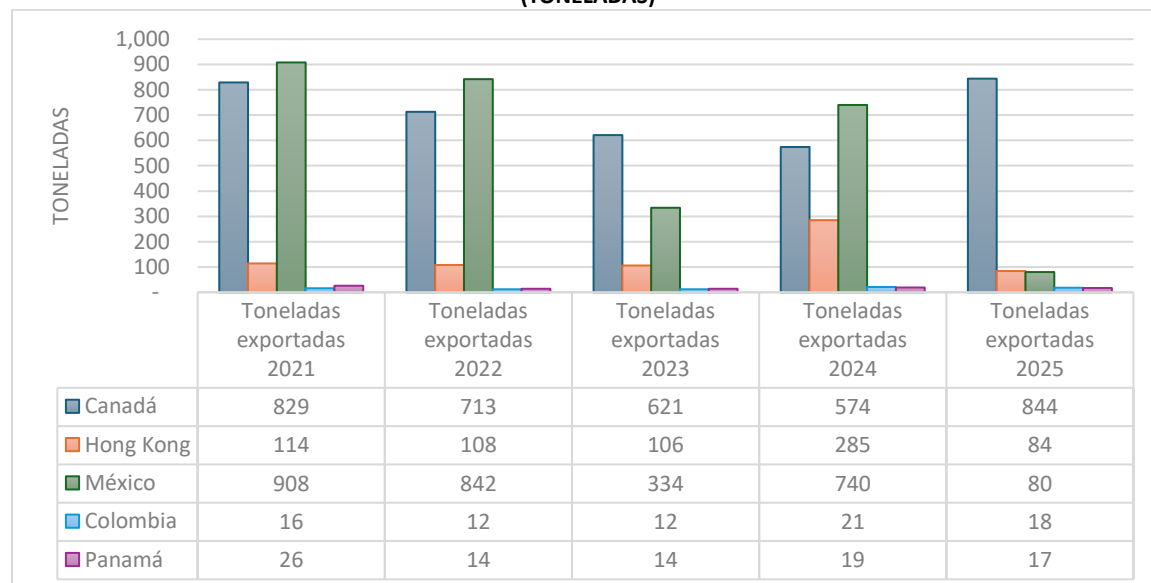
Exportaciones

FIGURA 01: EXPORTACIONES P.A 0804.20 HIGO AL MUNDO, 2021 - 2025
(Miles USD - FOB)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

FIGURA 02: EXPORTACIONES P.A 0804.20 HIGO AL MUNDO, 2021 - 2025
(TONELADAS)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones de higo de Estados Unidos, clasificadas en la partida 080420 correspondiente a higos frescos o secos, muestran una trayectoria descendente entre 2021 y 2025 tanto en valor como en volumen, aunque con un comportamiento interanual volátil. En 2021, el valor total exportado al mundo alcanzó 11,1 millones de USD y el volumen sumó 2193 toneladas, mientras

que en 2025 el valor se redujo a 8,2 millones de USD y el volumen a 1147 toneladas. Esto implica una contracción acumulada de 25,5 % en valor y de 47,7 % en toneladas en el periodo analizado, lo que revela una disminución más severa en la cantidad exportada que en el ingreso obtenido.

La lectura conjunta de ambas variables sugiere que, aunque Estados Unidos exportó menos higos en 2025 que en 2021, el valor unitario promedio tendió a sostenerse relativamente mejor que el volumen físico. Este patrón suele estar asociado a una combinación de factores, como mayores precios promedio por tonelada, una concentración en mercados de mayor valor o un cambio en la mezcla exportada entre higo fresco y higo seco. También puede indicar que los exportadores estadounidenses priorizaron destinos cercanos o de mayor capacidad de pago, reduciendo presencia en mercados más sensibles a precios o más costosos de abastecer.

Desde una perspectiva de crecimiento compuesto, el desempeño exportador evidencia una tendencia negativa en el periodo 2021-2025. El crecimiento anual compuesto (CAGR) del valor exportado fue de aproximadamente -7,1 % anual, mientras que el CAGR del volumen exportado fue de -15,0 % anual, calculado a partir de los valores observados entre 2021 y 2025. La mayor caída en toneladas respecto del valor confirma que la contracción del negocio exportador no obedeció únicamente a una baja de precios, sino principalmente a una reducción del volumen colocado en los mercados internacionales.

La estructura de destinos muestra una elevada concentración en pocos mercados, lo que aumenta la dependencia comercial de Estados Unidos respecto de un grupo reducido de compradores. Durante el periodo analizado, los cinco principales destinos de exportación por importancia fueron Canadá, México, Hong Kong, Panamá y Colombia. Estos mercados explican la mayor parte del comercio exterior de la partida, mientras que otros destinos como Costa Rica, Tailandia, Guatemala, Japón, Corea del Sur y Turquía participan con montos y volúmenes más reducidos. Canadá se consolida claramente como el principal destino de las exportaciones estadounidenses de higo a lo largo de todo el periodo. En 2021, las ventas hacia este mercado alcanzaron 5,7 millones de USD y 829 toneladas, y en 2025 ascendieron a 6,0 millones de USD y 844 toneladas, lo que además lo convierte en el único gran destino que muestra una recuperación clara al cierre del periodo. La importancia de Canadá se explica por la cercanía geográfica, la integración comercial en el marco de Norteamérica, la eficiencia logística terrestre y la existencia de canales consolidados de distribución de frutas frescas y secas en supermercados y mayoristas. A ello se suma que la producción local canadiense de higo es muy limitada por razones climáticas, por lo que depende del abastecimiento externo para atender su demanda.

México aparece como el segundo destino más importante en varios años del periodo, aunque con una trayectoria marcadamente inestable. En 2021, Estados Unidos exportó a México 2,2 millones de USD y 908 toneladas, mientras que en 2025 estos envíos descendieron abruptamente a 352 miles de dólares y 80 toneladas. Esta fuerte contracción sugiere una pérdida de dinamismo del mercado mexicano como comprador de higo estadounidense, posiblemente vinculada a una mayor disponibilidad de producción local, a la sustitución por otros orígenes o a ajustes en los flujos comerciales bilaterales. Dado que México es al mismo tiempo productor y exportador de higo, la demanda de producto estadounidense puede responder más a nichos específicos, ventanas de oportunidad o requerimientos puntuales que a una dependencia estructural del abastecimiento externo.

Hong Kong ocupa el tercer lugar entre los principales destinos y presenta una evolución particularmente volátil. Las exportaciones hacia este mercado sumaron 887 miles de dólares y 114 toneladas en 2021, aumentaron con fuerza hasta 2,0 millones de USD y 285 toneladas en 2024, y luego retrocedieron a 675 miles de dólares y 84 toneladas en 2025. Este comportamiento sugiere que Hong Kong funciona no solo como mercado de consumo, sino también como plataforma comercial y logística hacia otros mercados asiáticos, por lo que los flujos pueden variar de un año a otro según operaciones puntuales, reexportaciones o cambios en las cadenas de suministro. Además, el perfil de demanda de Hong Kong favorece productos diferenciados y de alto valor, lo que puede beneficiar a exportadores estadounidenses en segmentos premium o especializados.

Panamá se ubica entre los cinco primeros destinos pese a que sus montos son bastante menores en comparación con Canadá, México y Hong Kong. Las exportaciones estadounidenses a este mercado pasaron de 216 miles de dólares y 26 toneladas en 2021 a 166 miles de dólares y 17 toneladas en 2025. Aunque el tamaño del mercado panameño es limitado, su relevancia radica en su función como centro logístico y de redistribución para Centroamérica y el Caribe, lo cual puede amplificar indirectamente el alcance comercial del producto estadounidense. La presencia de zonas francas, operadores logísticos y plataformas de comercio regional refuerza esa función estratégica.

Colombia también destaca entre los cinco principales destinos, con un patrón más estable y moderado que otros mercados. En 2021 recibió exportaciones por 152 miles de dólares y 16 toneladas, y en 2025 por 178 miles de dólares y 18 toneladas. Aunque su participación total es pequeña, el comportamiento sugiere una demanda sostenida en nichos de retail moderno, productos gourmet o segmentos importadores que valoran la calidad, inocuidad y presentación del producto estadounidense. La existencia de acuerdos comerciales y una mayor integración regional favorecen además la continuidad de este flujo.

El comportamiento general de las exportaciones estadounidenses de higo entre 2021 y 2025 puede explicarse por varios factores estructurales y coyunturales. En primer lugar, existe una fuerte dependencia de unos pocos mercados, por lo que cualquier ajuste en la demanda de Canadá, México o Hong Kong tiene efectos significativos sobre el total exportado.

En segundo lugar, la competencia internacional ha aumentado, especialmente por parte de países mediterráneos y latinoamericanos con tradición en higo, menores costos de producción o mejores ventanas de oferta, lo que reduce el espacio competitivo de Estados Unidos en mercados externos.

Asimismo, la disminución más pronunciada del volumen que del valor sugiere que parte del ajuste respondió a una estrategia de selección de mercados o de priorización de envíos de mayor valor unitario. Esto puede estar vinculado a un contexto de costos logísticos elevados, restricciones de oferta, menor disponibilidad exportable o una mayor orientación del producto al mercado interno. También es posible que los exportadores hayan concentrado sus esfuerzos en destinos más cercanos y previsibles, como Canadá, donde las cadenas logísticas son más eficientes y el riesgo comercial es menor.

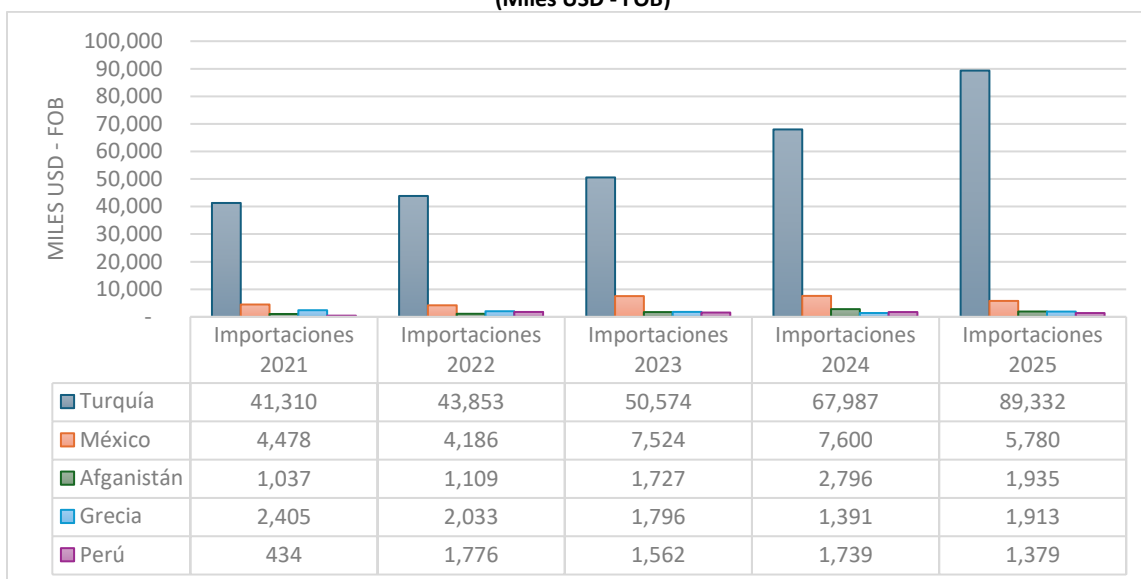
Otro rasgo importante del periodo es la volatilidad interanual. Después de caer en 2022 y 2023, las exportaciones totales repuntaron en 2024 hasta 10,5 millones de USD y 1935 toneladas, antes de volver a descender en 2025 a 8,2 millones de USD y 1147 toneladas. Este patrón sugiere que el comercio exterior de esta partida no responde a una senda lineal, sino a una combinación de factores como disponibilidad de oferta, condiciones climáticas, contratos puntuales, variaciones

en costos de transporte, comportamiento de la demanda y reacomodos de inventarios en los países compradores.

La evidencia muestra que Estados Unidos mantiene presencia exportadora en la partida 080420, pero con una base comercial cada vez más concentrada y con menor volumen físico exportado que al inicio del periodo. Canadá emerge como el mercado más sólido y estratégico, mientras que México y Hong Kong destacan por su peso, aunque también por su mayor volatilidad. Panamá y Colombia complementan esta estructura como mercados secundarios, estables y relevantes para la diversificación regional. En conjunto, la evolución observada entre 2021 y 2025 indica que el desempeño exportador estadounidense de higos estuvo condicionado por la competencia internacional, la concentración de destinos, la volatilidad de la demanda y una probable reorientación hacia operaciones de mayor valor relativo.

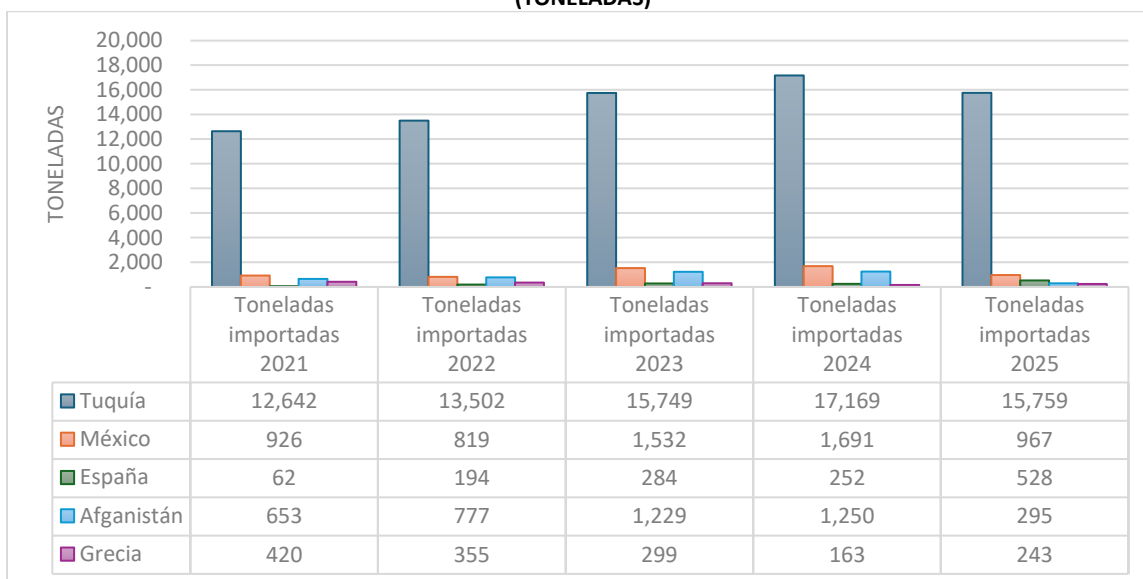
Importaciones

FIGURA 03: IMPORTACIONES P.A 0804.20 HIGOS DEL MUNDO, 2021 - 2025
(Miles USD - FOB)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 04: IMPORTACIONES P.A 0804.20 HIGOS DEL MUNDO, 2021 - 2025
(TONELADAS)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Las importaciones de higo de Estados Unidos, clasificadas en la partida 080420 correspondiente a higos frescos o secos, muestran una trayectoria claramente expansiva entre 2021 y 2025, tanto en valor como en volumen. En 2021, el valor total importado por Estados Unidos desde el mundo fue de 51,4 millones de USD y el volumen alcanzó 14 925 toneladas, mientras que en 2025 las compras externas escalaron a 103,5 millones de USD y 18 178 toneladas. Esto significa que, en el periodo analizado, el valor importado se duplicó con un crecimiento acumulado de 101,3 %, mientras que el volumen aumentó 21,8 %, lo que refleja una expansión mucho más acelerada del valor que de las cantidades físicas.

La diferencia entre el crecimiento del valor y el del volumen indica un aumento importante del precio promedio por tonelada importada. Esta dinámica suele responder a varios factores combinados: incremento de precios internacionales, mayores costos logísticos, valorización de productos diferenciados y cambios en la mezcla importada entre higo seco e higo fresco. En el caso estadounidense, ello sugiere que el mercado no solo importó más, sino que además demandó una canasta con mayor valor relativo, posiblemente impulsada por segmentos premium, productos orgánicos, frutos secos de alta calidad y fruta fresca de nicho.

Desde la perspectiva del crecimiento anual compuesto, el desempeño importador confirma una tendencia sostenidamente positiva. Entre 2021 y 2025, el CAGR del valor importado fue de aproximadamente 19,1 % anual, mientras que el CAGR del volumen importado fue de alrededor de 5,1 % anual. Esta brecha entre ambos indicadores confirma que el dinamismo del mercado de importación de higos en Estados Unidos estuvo más vinculado al aumento del valor unitario y de la sofisticación de la oferta que a una expansión proporcional del tonelaje.

La estructura de abastecimiento externo de Estados Unidos está altamente concentrada en un proveedor dominante y un conjunto reducido de países complementarios. Durante el periodo 2021-2025, los cinco principales orígenes de importación fueron Turquía, México, Afganistán, Grecia y Perú, aunque España y Chile también muestran una participación relevante y

creciente. Esta composición sugiere la coexistencia de dos grandes segmentos de mercado: por un lado, el higo seco de gran escala abastecido principalmente por países mediterráneos y de Asia Central; por otro, el higo fresco y de contraestación suministrado sobre todo por orígenes latinoamericanos.

Turquía es, con diferencia, el principal proveedor de higos para Estados Unidos y constituye el eje central del abastecimiento importado de esta partida. En 2021, las importaciones procedentes de Turquía alcanzaron 41,3 millones de USD y 12 642 toneladas, mientras que en 2025 subieron a 89,3 millones de USD y 15 759 toneladas. Este desempeño consolida a Turquía como proveedor hegemónico, explicable por su liderazgo mundial en producción y exportación de higos, especialmente secos, así como por su tradición productiva, economías de escala, calidad reconocida y capacidad de abastecimiento constante. El predominio turco también sugiere que una parte muy importante de las importaciones estadounidenses corresponde a higo seco, insumo ampliamente utilizado en retail, snacks saludables, panificación, confitería y productos gourmet.

México se ubica como el segundo proveedor más importante y destaca sobre todo por su papel en el abastecimiento regional de fruta fresca. Sus envíos a Estados Unidos pasaron de 4,4 millones de USD y 926 toneladas en 2021 a 5,7 millones de USD y 967 toneladas en 2025, aunque con picos superiores en 2023 y 2024, cuando alcanzó 7,5 y 7,6 millones de USD, respectivamente. La importancia de México se explica por su cercanía geográfica, los menores tiempos de tránsito, la integración comercial en el marco de Norteamérica y la posibilidad de abastecer el mercado estadounidense con higo fresco en condiciones competitivas. A ello se suma que el comercio con México es especialmente funcional para cubrir ventanas de demanda en estados fronterizos y cadenas de distribución que requieren alta rotación y rapidez logística.

Afganistán aparece como un proveedor de menor escala, pero con crecimiento importante hasta 2024. Sus exportaciones al mercado estadounidense pasaron de 1,03 millones de USD y 653 toneladas en 2021 a 2,7 millones de USD y 1250 toneladas en 2024, antes de retroceder en 2025 a 1,9 millones de USD y 295 toneladas. El perfil del producto sugiere que se trata principalmente de higo seco, aprovechando la tradición regional en frutos deshidratados y la inserción en cadenas comerciales especializadas. La fuerte caída de 2025 podría estar asociada a problemas logísticos, restricciones de oferta, cambios de demanda o mayores dificultades para sostener la regularidad de los embarques.

Grecia figura también entre los principales abastecedores del mercado estadounidense de higo. En 2021 exportó a Estados Unidos 2,4 millones de USD y 420 toneladas, mientras que en 2025 registró 1,9 millones de USD y 243 toneladas. Aunque muestra una tendencia descendente en volumen, Grecia mantiene relevancia gracias a su tradición mediterránea, la reputación de sus frutos secos y la especialización de sus exportadores en productos con atributos de calidad y valor agregado. La menor participación relativa frente a Turquía puede explicarse por diferencias de escala y competitividad, así como por la presión ejercida por otros proveedores con costos más bajos o mayor presencia en el mercado estadounidense.

Perú se ha consolidado como uno de los orígenes de mayor crecimiento relativo dentro del grupo de proveedores de higo de Estados Unidos. En 2021, las importaciones procedentes de Perú fueron de 434 mil USD y 52 toneladas, mientras que en 2025 se ubicaron en 1,3 millones de USD y 188 toneladas. El salto más fuerte se produjo entre 2021 y 2022, cuando el valor subió a 1,7 millones de USD y el volumen a 158 toneladas, y desde entonces las compras se mantuvieron en

un rango claramente superior al punto de partida. Esta evolución sugiere que Perú pasó de ser un proveedor marginal a constituirse en un origen reconocido y regular dentro del mercado estadounidense.

El comportamiento de las importaciones desde Perú puede explicarse por varios factores complementarios. En primer lugar, la habilitación sanitaria y los protocolos de exportación permitieron el ingreso y la consolidación de higo peruano fresco en el mercado estadounidense. En segundo lugar, Perú posee una ventana de producción favorable que complementa la oferta interna de Estados Unidos y permite atender periodos de menor disponibilidad doméstica. En tercer lugar, la experiencia exportadora peruana en otros frutales, la infraestructura logística existente y la reputación del país como proveedor de frutas frescas de alta calidad facilitaron la incorporación del higo a portafolios comerciales ya establecidos. Finalmente, la calidad organoléptica del higo peruano y su potencial en nichos gourmet y supermercados especializados también habrían contribuido a su posicionamiento.

España y Chile, aunque no integran siempre el grupo de los cinco mayores orígenes, también muestran un comportamiento interesante y merecen ser considerados en el análisis. España incrementó sus envíos desde 340 mil USD y 62 toneladas en 2021 hasta 1,3 millones de USD y 528 toneladas en 2025, lo que evidencia un crecimiento significativo. Chile, por su parte, pasó de 783 mil USD y 69 toneladas a 1,1 millones USD y 99 toneladas en el mismo periodo. Ambos países aportan a la diversificación del suministro y pueden cumplir funciones complementarias en nichos de mercado, ventanas estacionales específicas o segmentos de mayor valor agregado.

La composición de los proveedores permite realizar inferencias razonables sobre las variedades predominantes. Las importaciones originarias de Turquía, Grecia, Afganistán y España están asociadas principalmente a higos secos, donde predominan materiales del tipo Smyrna o Calimyrna y otras variedades aptas para secado y procesamiento. En cambio, los suministros procedentes de México, Perú y Chile probablemente corresponden en mayor medida a higo fresco, con variedades de mercado como Black Mission, Brown Turkey, Kadota u otras adaptadas al consumo en fresco y a la exportación. Por ello, puede sostenerse que el mercado importador de Estados Unidos combina una base estructural dominada por higo seco mediterráneo con una oferta complementaria de higo fresco abastecida por países cercanos o de contraestación.

El comportamiento general de las importaciones estadounidenses de esta partida puede explicarse por factores de demanda, oferta y estructura de mercado. Por el lado de la demanda, el higo ha ganado espacio dentro de categorías asociadas a alimentación saludable, snacks naturales, panificación premium y gastronomía gourmet, lo que ha elevado las compras externas. Por el lado de la oferta, la producción doméstica estadounidense es limitada y está altamente concentrada geográficamente, por lo que no basta para cubrir todo el mercado, especialmente en el segmento de higo seco y en ciertas ventanas del higo fresco. Esta insuficiencia estructural favorece la dependencia de importaciones y explica la permanencia de proveedores líderes como Turquía y el ascenso de orígenes latinoamericanos como México y Perú.

Otro factor determinante es la especialización productiva de los países proveedores. Turquía ofrece grandes volúmenes, experiencia exportadora y una posición competitiva consolidada en higo seco; México y Perú aportan proximidad logística y complementariedad estacional en higo fresco; Grecia, España, Chile y otros países contribuyen a la diversificación y al abastecimiento de nichos específicos. Al mismo tiempo, la evolución del valor importado sugiere un contexto de

mayores precios internacionales, impulsados por inflación de costos, transporte, energía y mano de obra, así como por una creciente valorización de productos de calidad diferenciada.

En conjunto, la evidencia muestra que Estados Unidos es un mercado importador en expansión para la partida 080420 y que su demanda se apoya en una combinación de abastecimiento masivo de higo seco, encabezado por Turquía, y una oferta complementaria de higo fresco proveniente principalmente de México y, cada vez más, de Perú. El caso peruano es especialmente relevante para el informe, ya que revela una trayectoria de consolidación reciente, con niveles de importación claramente superiores a los observados en 2021 y con perspectivas asociadas a la contraestación, la calidad y el acceso sanitario logrado. En consecuencia, el comportamiento de las importaciones estadounidenses confirma que existe una oportunidad comercial para proveedores competitivos que puedan ofrecer regularidad, calidad, trazabilidad y capacidad de adaptación a nichos de alto valor dentro de este mercado.

Tabla 02: Precios promedio anuales de importación miles (USD/tonelada)

País	2021	2022	2023	2024	2025
Mundo	3445	3439	3354	4011	5692
Turquía	3268	3248	3211	3961	5670
México	4836	5110	4910	4495	5978
Afganistán	1588	1428	1405	2236	6559
Grecia	5726	5726	6007	8535	7873
Perú	8346	11 253	5851	9057	7336
España	5483	2861	2538	2619	2478
Chile	11 347	11 605	13 058	12 389	11 494

Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

En conjunto, la tabla de precios promedio por tonelada permite expresar lo siguiente:

- El mercado estadounidense ha experimentado un encarecimiento sustancial del higo importado, reflejado en el aumento del precio promedio mundial y en la generalización de precios más altos en casi todos los proveedores.
- Turquía marca el piso y el “benchmark” de precio para higo seco estándar, mientras que proveedores como Grecia, Perú y Chile operan en segmentos de mayor valor, con precios superiores y volúmenes menores.
- Perú se posiciona como un origen de alto valor unitario, comparable o superior a Grecia y claramente por encima de México y Turquía, lo que refuerza la idea de un enfoque en higo fresco de calidad y en nichos específicos.

- La dispersión de precios entre proveedores refleja diferentes estrategias y estructuras de producto (seco vs fresco, masivo vs premium), y debe considerarse al definir la propuesta de valor del higo peruano en el mercado estadounidense.

3. Análisis de la demanda

El consumo de higo en Estados Unidos se apoya en una combinación de producción interna relativamente pequeña, exportaciones moderadas y un crecimiento muy fuerte de las importaciones, especialmente de higo seco turco y de higo fresco proveniente de México y Perú. Esto se traduce en una demanda aparente en aumento y en un perfil de consumidor que valora cada vez más los atributos de salud, naturalidad y sofisticación gastronómica.

Demanda aparente y consumo per cápita (estimado)

Con la información disponible, la demanda aparente puede aproximarse como producción nacional más importaciones totales menos exportaciones totales.

- Producción: fuentes sectoriales señalan que Estados Unidos produce del orden de 20–30 mil toneladas de higos (en gran parte destinados a procesamiento), con niveles relativamente estables en la última década.
- Importaciones: para el 2025, las importaciones totales de 18 178 toneladas, con un valor de 103,5 millones de USD.
- Exportaciones: para el 2025 se exportaron 1147 toneladas, con un valor de 8,2 millones de USD.

Con estas cifras, una aproximación a la demanda aparente de higos en 2025 estaría alrededor de 37 mil a 47 mil toneladas.

Si se toma como referencia una población estadounidense cercana a 340 millones de habitantes, el consumo per cápita estimado de higos (frescos y secos combinados) se situaría alrededor de 0,11–0,14 kg por persona al año. Este nivel es bajo en comparación con países mediterráneos o del Medio Oriente, donde el consumo per cápita puede superar ampliamente el 0,3–0,4 kg por año, pero indica un nicho en expansión dentro de las frutas “especiales” o “exóticas”.

Perfil del consumidor de higo en Estados Unidos

El perfil de consumidor está concentrado en determinados segmentos socioeconómicos y canales:

- Nivel de ingreso y educación: el consumo de higos (sobre todo frescos) es más frecuente en hogares de ingresos medios y altos, con mayor educación y exposición a dietas mediterráneas, vegetarianas o gourmet.
- Localización: los consumidores se concentran en áreas urbanas y suburbanas, especialmente en la Costa Oeste (California y estados vecinos), así como en mercados metropolitanos de la Costa Este con fuerte presencia de cadenas de supermercados premium y tiendas naturistas.
- Conciencia de salud: el higo es valorado por su aporte de fibra, energía natural y micronutrientes, lo que lo posiciona bien entre consumidores que buscan snacks saludables, ingredientes naturales y alternativas a los dulces procesados tradicionales.

- Familiaridad culinaria: grupos con raíces mediterráneas, latinas o del Medio Oriente, así como “foodies” y aficionados a la cocina de autor, muestran mayor familiaridad con el higo, tanto en fresco como seco.

En el caso del higo fresco, los estudios apuntan a un nicho aun relativamente pequeño, pero con crecimiento impulsado por la curiosidad culinaria, las redes sociales y la presencia en menús de restaurantes y pastelerías de estilo mediterráneo.

Hábitos de consumo y usos frecuentes

La mayor parte de los higos consumidos en Estados Unidos se utiliza en forma procesada o seca, mientras que el higo fresco representa un porcentaje menor pero dinámico del mercado.

Usos principales del higo seco:

- Ingrediente en productos de panadería y repostería (galletas, barras energéticas, pasteles, pan dulce), donde se usa en forma de higo seco troceado, pasta o concentrado.
- Snack saludable, consumido directamente como fruta seca o en mezclas con frutos secos y semillas.
- Ingrediente en cereales, granolas, barras de desayuno y productos “on-the-go” de alto contenido energético.
- Aplicaciones industriales en confitería, salsas dulces, productos lácteos (yogur, helados) y preparados culinarios listos para consumir.

Usos principales del higo fresco:

- Consumo directo como fruta de temporada, cada vez más presente en bandejas de frutas premium, cestas de regalo y secciones de productos exóticos.
- Preparaciones gourmet: ensaladas con quesos (por ejemplo, queso azul o de cabra), charcutería, tablas de quesos, pizzas y platos salados donde el higo aporta un contraste dulce.
- Pastelería y gastronomía de autor: tartas, tartaletas, postres con mascarpone o ricotta, y combinaciones con nueces y frutos secos.

En muchos casos, el consumidor estadounidense se introduce primero al higo a través de productos procesados (galletas, barras con higo, etc.) y luego migra al consumo de fruta fresca conforme aumenta la oferta en supermercados y la difusión de recetas en medios y redes sociales.

Tendencias de consumo de higo

El higo se inserta en una categoría más amplia de frutas que combinan atributos de salud, exotismo y versatilidad culinaria (por ejemplo, dátiles, granadas, berries, mangos), donde se observan varias tendencias que favorecen su consumo.

- Búsqueda de alimentos naturales y funcionales: la demanda de frutas con alto contenido de fibra, antioxidantes y azúcares naturales impulsa la inclusión de higos en snacks saludables, barras energéticas, mezclas de frutos secos y productos “clean label”.
- Popularización de la dieta mediterránea: el creciente reconocimiento de la dieta mediterránea como patrón saludable (alto en frutas, frutos secos y aceite de oliva) favorece el consumo de higos, especialmente en segmentos de consumidores informados y preocupados por la salud cardiovascular.

- Crecimiento del mercado de higos frescos: reportes recientes señalan que el mercado de higos frescos en Estados Unidos viene creciendo a tasas de alrededor de 5–7 % anual en valor, impulsado por una mayor disponibilidad, mejoras en la cadena de frío y la expansión de la oferta orgánica.
- Preferencia por productos orgánicos y sostenibles: una porción creciente de consumidores prefiere higos producidos bajo certificaciones orgánicas o prácticas sostenibles, lo que impulsa inversiones en certificaciones y trazabilidad por parte de productores y exportadores.
- Innovación en productos derivados: el uso de higo como ingrediente en nuevos productos (bebidas funcionales, salsas gourmet, productos plant-based, snacks innovadores) contribuye a aumentar la visibilidad del fruto y a diversificar las ocasiones de consumo.

En conjunto, estas tendencias indican que, aunque el higo continúa siendo una fruta de nicho en términos de consumo masivo, tiene un espacio creciente dentro de segmentos de consumidores que buscan experiencias gastronómicas diferenciadas y alimentos saludables. Esto respalda la idea de que la demanda estadounidense de higo ofrece oportunidades específicas para proveedores que puedan posicionarse en la intersección entre calidad, salud y propuesta culinaria sofisticada.

4. Presentaciones y precios

Presentaciones de higo en Estados Unidos

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Higos frescos
	Presentación	Clamshell
	Marca	Trader Joe's
	Precio	USD 4,99
	Peso Neto	1 lb (454 g)
	País de Producción	Estados Unidos
	País de Distribución	Estados Unidos
	Fecha de Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
 Trader Joe's Freeze Dried FIG SLICES Unsweetened & Unpitted NET WT. 1.76 OZ (50g)	Nombre del Producto	Higos secos congelados
	Presentación	Bolsa
	Marca	Trader Joe's
	Precio	USD 3,69
	Peso Neto	50 g
	País de Producción	Estados Unidos
	País de Distribución	Estados Unidos
	Fecha de Lanzamiento	2026
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
 Wegmans Pajarero figs sweet with thin, delicate skin PRODUCT OF SPAIN	Nombre del Producto	Higo seco
	Presentación	Envase plástico
	Marca	Wegmans
	Precio	USD 5,75
	Peso Neto	500 g
	País de Producción	España
	País de Distribución	Estados Unidos
	Fecha de Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Higos liofilizados en rodajas – Black Mission
	Presentación	Bolsa
	Marca	Wegmans
	Precio	USD 4,49
	Peso Neto	170 g
	País de Producción	Sin datos
	País de Distribución	Estados Unidos
	Fecha de Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Higo negro
	Presentación	Clamshell
	Marca	STELLAR
	Precio	USD 4,99
	Peso Neto	227 g
	País de Producción	Estados Unidos
	País de Distribución	Estados Unidos
	Fecha de Lanzamiento	2026

5. Requisitos de acceso al mercado

La regulación del acceso de higo fresco al mercado estadounidense combina competencias de varias agencias (USDA–APHIS, FDA y CBP) y se articula a través de planes de trabajo bilaterales y requisitos fitosanitarios específicos para Perú. En el caso del higo peruano, el ingreso está permitido bajo condiciones de certificación fitosanitaria y tratamiento cuarentenario (irradiación), además del cumplimiento de la normativa general de inocuidad y documentación comercial.

Entidades que regulan las importaciones de frutas (higo)

En Estados Unidos, las importaciones de frutas frescas (incluido higo) están reguladas principalmente por tres entidades:

- USDA – APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service): Define y administra los requisitos fitosanitarios para frutas y hortalizas frescas mediante la base FAVIR (Fruits and Vegetables Import Requirements). Emite permisos de importación (PPQ) y establece medidas cuarentenarias (tratamientos de frío, irradiación, etc.) para prevenir la introducción de plagas.
- FDA (Food and Drug Administration): Responsable de la inocuidad de alimentos, etiquetado, registro de instalaciones y notificación previa (Prior Notice) de embarques de alimentos. Supervisa el cumplimiento del programa FSVP (Foreign Supplier Verification Program) por parte de los importadores.
- CBP (U.S. Customs and Border Protection): Aplica las leyes aduaneras, verifica documentación, recauda aranceles y coordina con APHIS y FDA la inspección en puerto de entrada.

En el Perú, la contraparte técnica es el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria), que negocia y ejecuta el plan de trabajo con APHIS para higo fresco.

Requisitos arancelarios

Clasificación arancelaria: el higo (fresco o seco) se clasifica en la subpartida 0804.20 (Figs, fresh or dried), tanto en la nomenclatura peruana como en el HTSUS.

Arancel de importación: bajo el marco de los acuerdos comerciales (TLC Perú–EE. UU.), el higo peruano ingresa con arancel 0% para la mayoría de presentaciones, aunque el importador debe verificar el tratamiento exacto en el HTSUS vigente.

Requisitos no arancelarios específicos (fitosanitarios y sanitarios)

De acuerdo con la ficha de mercado de PROMPERÚ y la información de APHIS y SENASA, el higo fresco peruano está categorizado como producto de riesgo fitosanitario CRF (3) y requiere el cumplimiento de un conjunto de requisitos no arancelarios.

Principales requisitos fitosanitarios para higo fresco desde Perú:

- Certificado fitosanitario: Emitido por SENASA (autoridad fitosanitaria de Perú). Debe ser tramitado a través de la VUCE y emitido en inglés. Debe incluir las declaraciones adicionales y tratamientos exigidos por APHIS (por ejemplo, irradiación).
- Permiso de importación PPQ–APHIS: El importador en EE. UU. debe contar con un permiso de importación vigente emitido por APHIS (PPQ), idealmente tramitado al menos 30 días antes del embarque.

- Registro de lugar de producción y planta de empaque: Lugar de producción certificado (código PUC) y planta empackadora certificada (código PHC) por SENASA. Acuerdo operacional entre la planta empackadora y SENASA, normalmente tramitado con anticipación (alrededor de 40 días antes de la temporada).
- Empaque y manejo: Empaques a prueba de insectos aprobados por PPQ–APHIS. Pallets cubiertos con malla y precintados por SENASA; contenedores marítimos con precinto oficial.
- Etiquetado mínimo en cajas: nombre del producto, país exportador, códigos PUC y PHC.
- En el ámbito de inocuidad y comercio: Registro y cumplimiento de FDA (etiquetado, registro de instalaciones, Prior Notice).
- Cumplimiento del FSVP por parte del importador estadounidense (verificación de que el proveedor peruano cumple estándares de FDA).

Tratamientos particulares aplicables al higo fresco

Para higos frescos de algunos orígenes (por ejemplo, México) APHIS exige tratamiento de irradiación obligatoria a una dosis de 400 Gy para controlar plagas como la mosca de la fruta, según comunicados oficiales.

En el caso de Perú:

La aprobación de higos frescos está vinculada a un plan de trabajo que contempla el uso de irradiación como tratamiento cuarentenario T105-a-1, a realizarse en destino (Estados Unidos) en instalaciones aprobadas por USDA–APHIS.

Este tratamiento debe consignarse en el certificado fitosanitario y forma parte de las condiciones para el ingreso. Por tanto, sí existe un tratamiento particular: irradiación (y eventualmente otros tratamientos cuarentenarios definidos en el plan de trabajo), que debe coordinarse con el importador y la planta de tratamiento en EE. UU.

Documentos para exportación

Documentos de naturaleza fitosanitaria y de acceso:

- Certificado Fitosanitario emitido por SENASA (con declaraciones específicas y, de ser el caso, tratamiento de irradiación).
- Permiso de importación PPQ–APHIS (a cargo del importador estadounidense).
- Certificados de registro de Lugar de Producción (PUC) y Planta Empackadora (PHC), emitidos por SENASA.

Documentos comerciales y logísticos estándar:

- Factura comercial (Commercial Invoice): descripción del producto, cantidades, valor FOB, partida arancelaria 0804.20, país de origen, datos del exportador e importador.
- Lista de empaque (Packing List): detalle de cajas, peso bruto y neto, dimensiones, códigos de lote.
- Conocimiento de embarque (BL) o Guía aérea: documento de transporte marítimo o aéreo.
- Certificado de origen: Emitido por la entidad autorizada en Perú para acreditar origen preferencial.

Documentos de inocuidad y FDA:

- Registro de la planta/exportador ante FDA (si corresponde).

- Notificación previa (Prior Notice) del embarque, presentada por el importador o su broker a FDA.
- Documentos del programa FSVP: evidencias de cumplimiento de requisitos de inocuidad (planes HACCP, registros de buenas prácticas, etc.), mantenidos por el importador estadounidense.

Documentos recomendados (no siempre obligatorios, pero convenientes)

- Certificaciones de inocuidad (GlobalG.A.P., HACCP, BRC, PrimusGFS u otras) que respalden las buenas prácticas agrícolas y de procesamiento.
- Certificación orgánica (USDA Organic) si se busca ingresar a segmentos de higo orgánico, en coordinación con organismos certificadores acreditados.
- Certificados de calidad o especificaciones técnicas (por ejemplo, grados de madurez, contenido de azúcar, calibres) acordados con el comprador.
- Seguro de transporte y cartas de garantía, según el esquema de negociación (Incoterms) y los acuerdos comerciales con el importador.

En resumen, el acceso del higo fresco peruano al mercado estadounidense depende menos de aranceles y más del cumplimiento estricto de requisitos fitosanitarios (certificación SENASA + plan de trabajo con APHIS, incluyendo irradiación), junto con las obligaciones de FDA y CBP en materia de inocuidad y documentación.

6. Canales de distribución

La comercialización del higo en Estados Unidos se organiza en una cadena donde productores (principalmente de California) venden a cooperativas y grandes emparadoras, que a su vez abastecen importadores, distribuidores nacionales y minoristas en todo el país. El canal combina higo seco (de California y orígenes externos como Turquía) e higo fresco importado (México, Chile, Perú), que llega a consumidores a través de supermercados, tiendas naturistas, comercio mayorista y food service.

Estructura general de comercialización

A grandes rasgos, la estructura se puede describir así:

- Producción y primera comercialización:
 - En higo seco, productores de California se articulan con organizaciones como el California Fig Advisory Board, Valley Fig Growers y empresas emparadoras/transformadoras que compran fruta a granel y la procesan.
 - En higo fresco importado, agricultores de México, Chile y Perú venden a exportadores, que despachan a importadores y comercializadores establecidos en EE. UU. (por ejemplo, Western Fresh Marketing, que importa higos frescos de Chile para distribuirlos en el mercado estadounidense).
- Importadores y distribuidores:
 - Importadores mayoristas reciben higos secos y frescos en puertos y mercados mayoristas (Hunts Point Market en Nueva York, grandes centros de distribución en California, etc.). Estas empresas redistribuyen hacia supermercados nacionales

y regionales, tiendas de alimentos naturales, cadenas de conveniencia y operadores de food service.

- Minoristas y puntos de venta:
 - Cadenas de supermercados convencionales y premium, tiendas naturistas, cadenas de productos orgánicos, tiendas gourmet y marketplaces mayoristas. Además de ventas físicas, crece el canal online (e-commerce de alimentos) donde los higos secos y algunos productos frescos de nicho se comercializan directamente al consumidor.

Principales importadores y comercializadores

Las publicaciones sectoriales mencionan varios actores relevantes en la comercialización de higos secos y frescos:

- California Fig Advisory Board (CFAB): organización que agrupa a la industria de higo seco de California, liderando promoción, estudios de mercado y coordinación sectorial.
- Valley Fig Growers y otras cooperativas/empacadoras de California: compran higos a productores, procesan (secado, empaques) y comercializan a nivel nacional.
- Western Mixers Produce & Nuts, San Joaquin Figs Inc.: empresas californianas que venden higos secos en formatos a granel y retail, y desarrollan productos de valor agregado (barritas “Fignuts”, mezclas, etc.).
- Importadores en mercados mayoristas: compañías localizadas en Hunts Point Market (Nueva York) y otros hubs mayoristas que importan higos secos de Turquía y Grecia, así como higos frescos de Chile y otros orígenes.
- Western Fresh Marketing: destacada como gran comercializadora de frutas especiales, incluida la importación de higos frescos desde Chile para distribución en Estados Unidos.

Estos actores no solo importan y distribuyen, sino que también trabajan con cadenas de supermercados (Morton Williams en Nueva York, New Leaf Community Markets en California) para posicionar el higo en sus sets de frutos secos y frutas especiales.

Canal de comercialización y puntos de venta

La distribución del higo en Estados Unidos se diferencia según se trate de higo seco o fresco.

- Higo seco:
 - Se comercializa todo el año, con disponibilidad continua.
 - Principales puntos de venta:
 - Departamentos de frutas y verduras en supermercados, donde se exhibe junto con otros frutos secos (dátiles, ciruelas, pasas).
 - Pasillos de snacks y productos saludables (barras energéticas, mezclas de frutos secos).

- Tiendas naturistas y de productos orgánicos, donde se venden higos secos convencionales y orgánicos en formatos tipo bolsa, tarrinas, envases “corona”.
 - Canales mayoristas y food service (panaderías, pastelerías, restaurantes) que compran al por mayor para uso industrial.
- Higo fresco:
 - Oferta más estacional y limitada, con picos de disponibilidad ligados a la producción interna de California y a las importaciones de contraestación (Chile, Perú, México).
 - Principales puntos de venta:
 - Secciones de frutas frescas de supermercados premium y cadenas con surtido de productos “exóticos” o gourmet.
 - Tiendas especializadas en productos mediterráneos, mercados étnicos y cooperativas de alimentos en zonas urbanas.
 - Food service de alto valor (restaurantes, hoteles, catering), donde se utiliza en ensaladas, platos salados, postres y tablas de quesos.

En ambos casos, la exhibición y promoción se adaptan a su uso: en higo seco, se enfatiza el contenido nutricional y la versatilidad como snack; en higo fresco, se resaltan atributos de sabor, textura y la asociación con recetas gourmet.

Formas de consumo del higo

Las formas de consumo reflejan la dualidad entre higo seco (más masivo) e higo fresco (más de nicho).

- Higo seco:
 - Consumo directo como snack saludable, solo o en mezclas con frutos secos y semillas.
 - Ingrediente en productos de panadería, confitería y snacks energéticos (barras, galletas, panes dulces).
 - Uso en granolas, cereales, yogures y postres lácteos listos para consumir.
 - Producto de valor agregado: barritas a base de higo y nueces (por ejemplo, “Fignuts”), pastas de higo, rellenos para repostería.
- Higo fresco:
 - Consumo como fruta de temporada, generalmente en hogares con mayor interés gourmet o conocimiento de la fruta.

- Uso culinario en ensaladas con quesos (queso azul, de cabra), tablas de charcutería y quesos, pizzas y platos salados donde aporta un contrapunto dulce.
- Postres y pastelería gourmet: tartas, tartaletas, combinaciones con frutos secos, miel y quesos cremosos.

Además, la promoción sectorial de California ha demostrado que recetas simples que incorporan higos secos (por ejemplo, higos con chocolate y sal marina; higos con queso azul y almendras) pueden aumentar ventas de forma muy significativa cuando se realizan demostraciones y actividades en punto de venta.

7. Contactos de interés

Producción, comercio y mercado de higos

- Ficha de mercado de higo peruano (PROMPERÚ) – incluye clasificación arancelaria, requisitos de acceso y datos de importaciones en EE. UU.: <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstreams/9363436e-4682-4ef8-aa7d-4cc59537a6c1/download>
- Portal OEC (datos de comercio internacional, incluyendo higos frescos o secos de Perú): <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/figs-freshdried/reporter/peroec>
- Artículos y notas de HIGOS & FIGS (portal especializado en el mundo del higo y la higuera, incluye entradas sobre EE. UU. y Perú):
Página principal: <https://higosandfigs.com/>
Sección EE. UU.: <https://higosandfigs.com/tag/ee-uu/page/3/>
Sección Perú: <https://higosandfigs.com/tag/peru/page/3/>
- CABI – capítulo “World Fig Production and Trade” (producción y comercio mundial de higos): <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.1079/9781789242492.0027?download=true>
- AMRC – Figs (Agricultural Marketing Resource Center, información sobre producción, comercio y uso de higos en EE. UU.): <https://www.agmrc.org/commodities-products/fruits/figs>

Regulaciones y acceso al mercado estadounidense

- USDA–APHIS – información general sobre importación de productos agrícolas: <https://www.aphis.usda.gov/traveling-with-ag-products/another-country>
- USDA–APHIS – Fruits and Vegetables Import Requirements (FAVIR), guía de requisitos de importación por producto y país: (versión consultada vía documento) <https://es.scribd.com/document/585540877/USDA-APHIS-Fruits-and-Vegetables-Import-Requirements-FAVIR>
- APHIS – comunicado sobre requisitos para higos frescos desde México (ejemplo de tratamiento de irradiación aplicable por analogía): <https://content.govdelivery.com/accounts/USDAAPHIS/bulletins/2ed1f46>
- FDA – Food Export Library / información sobre requisitos para alimentos: <https://www.fda.gov/food/exporting-food-products-united-states/food-export-library>

- CRS Report – “U.S. Food and Agricultural Imports: Safeguards and Selected Issues” (rol de APHIS, FDA y CBP en importaciones): <https://www.everycrsreport.com/reports/R46440.html>

Mercado y consumo de higos frescos

- Intel Market Research – “United States Fresh Figs Market Outlook 2025–2032”: <https://www.intelmarketresearch.com/united-states-fresh-figs-market-10795>
- Market Research Future – “Fresh Fig Market Size, Share, Outlook, Report 2035”: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/fresh-fig-market-26230>
- ReAnIn – “Fresh Figs Market Growth Drivers & Analysis”: <https://www.reanin.com/reports/fresh-figs-market>
- Fundamental Business Insights – “Perspectivas del mercado de higos frescos: tamaño y participación en América, Europa y APAC 2025–2034”: <https://www.fundamentalbusinessinsights.com/es/industry-report/fresh-figs-market-7805>

Tendencias de consumo y canales de distribución

- Produce Business – artículos sobre higos secos y su comercialización en supermercados:
“Los higos secos son un apetecible para muchos”: <https://producebusiness.com/es/dried-figs-desirable-to-many/>
“¡DESCUBRELO! CÓMO VENDER MÁS HIGOS SECOS”: <https://producebusiness.com/es/Descubra-c%C3%B3mo-vender-m%C3%A1s-higos-secos/>
“Higos secos: cómo desbloquear las ventas durante todo el año”: <https://producebusiness.com/es/dried-figs-unlocking-sales-year-round/>
- Our World in Data – consumo per cápita de frutas (contexto para estimar consumo per cápita de higos): <https://ourworldindata.org/grapher/fruit-consumption-per-capita>

Comercio internacional de higos (contexto)

- World’s Top Exports – “Top Figs Exports & Imports by Country Plus Average Prices”: <https://www.worldstopexports.com/top-figs-exports-imports-by-country-plus-average-prices/>
- IndexBox – “Which Country Eats the Most Figs in the World?” (consumo global, principales mercados): <https://www.indexbox.io/blog/which-country-eats-the-most-figs-in-the-world/>

Supermercados y plataformas para ver precios y presentaciones

- Trader Joe's (supermercado): <https://www.traderjoes.com/>
- Whole Foods Market: <https://www.wholefoodsmarket.com/>
- Costco: <https://www.costco.com/>
- Wegmans: <https://www.wegmans.com/>
- FreshDirect (grocery delivery): <https://www.freshdirect.com/>

