



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Claves para comprender el mercado de alimentos en EE.UU.

Lima, 06 de noviembre de 2024

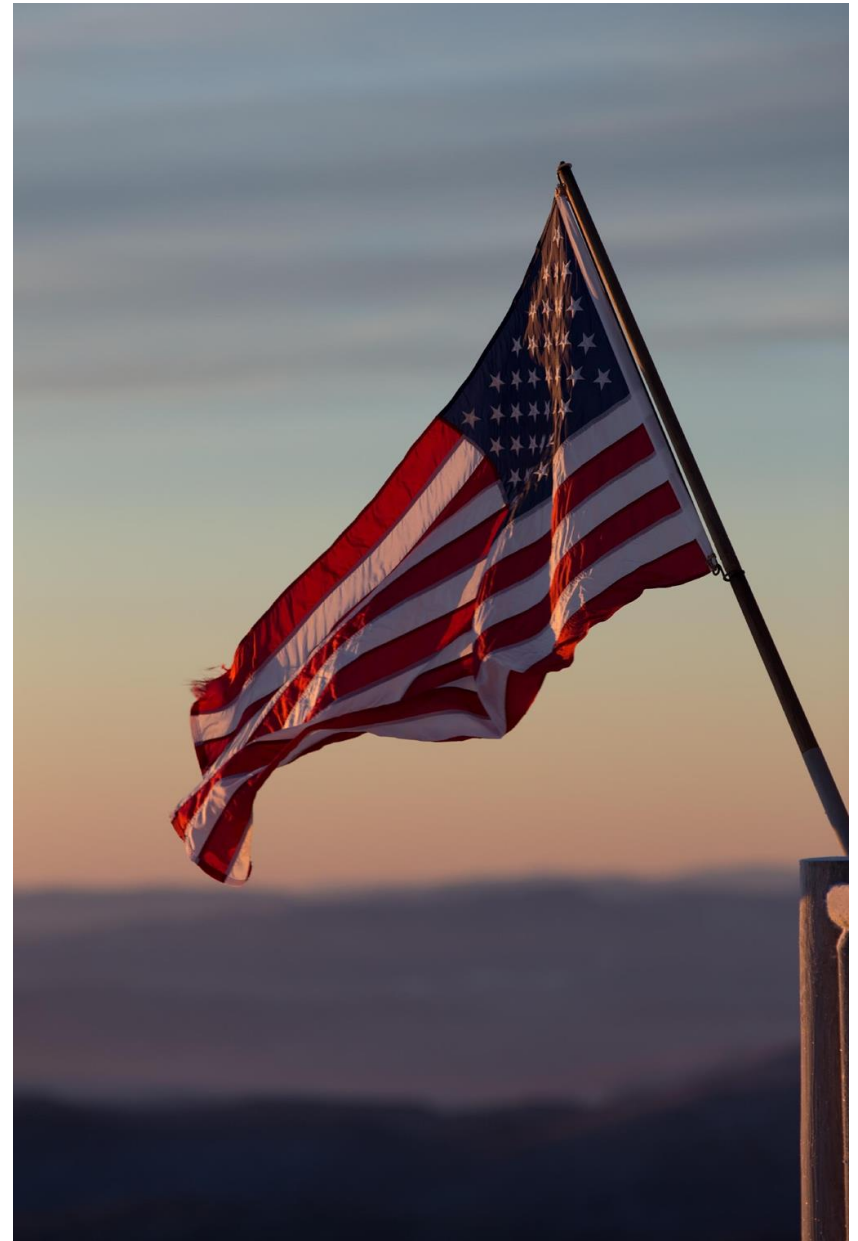


Marta Sesmero

m sesmero@promperu.gob.pe

Agenda

- | 01 Presentación del mercado
- | 02 Desempeño Exportaciones Alimentos
- | 03 Oportunidades Comerciales





1

Presentación del mercado

Importancia del mercado de Estados Unidos de América



1ra economía del mundo



US\$ 27,36 Billones de PBI



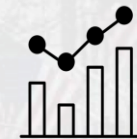
25% del PBI del Mundo



334 millones de habitantes



4to país más grande del mundo por masa terrestre



1er destino de exportaciones NME



US\$ 3,3 Mil Millones en importaciones

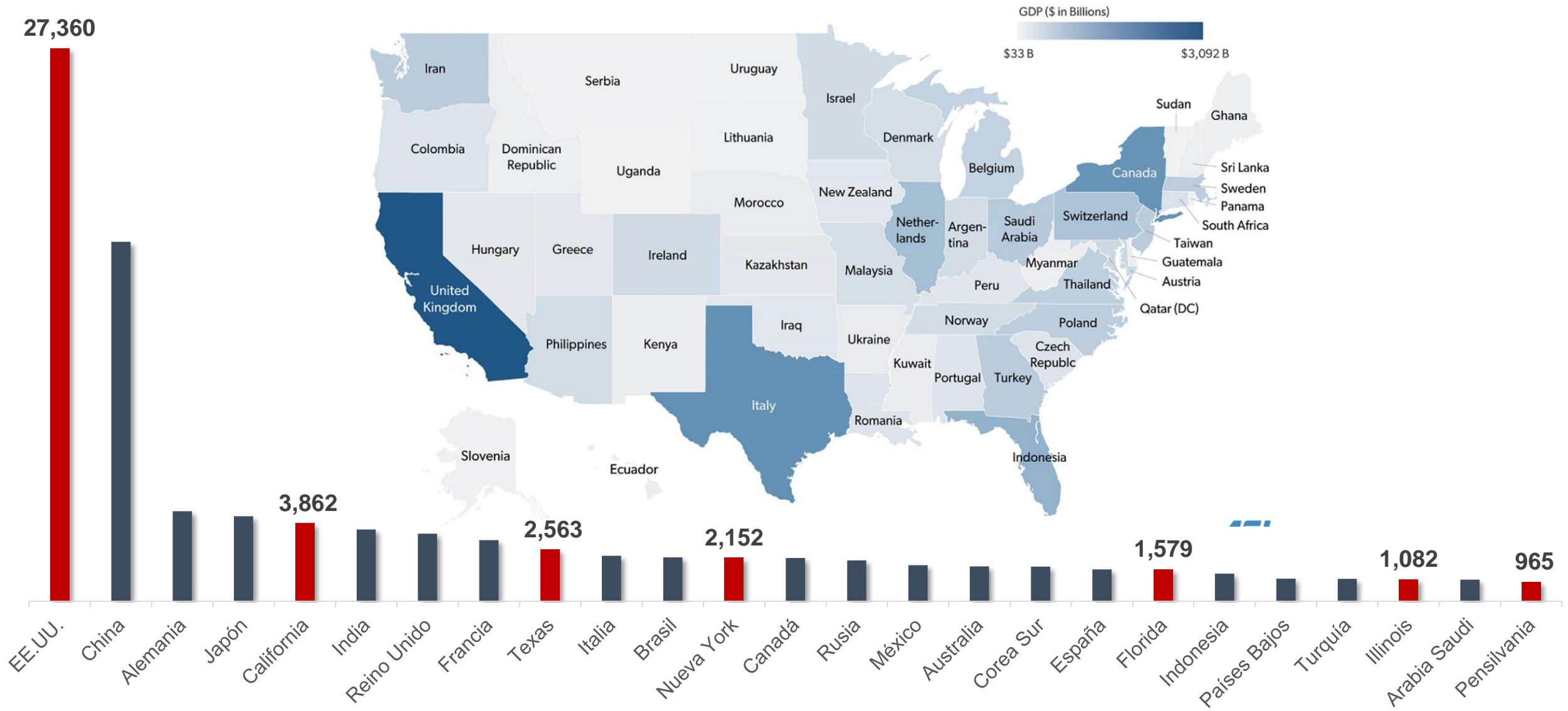


Segmento de hispanos **19%** (30% al 2050)

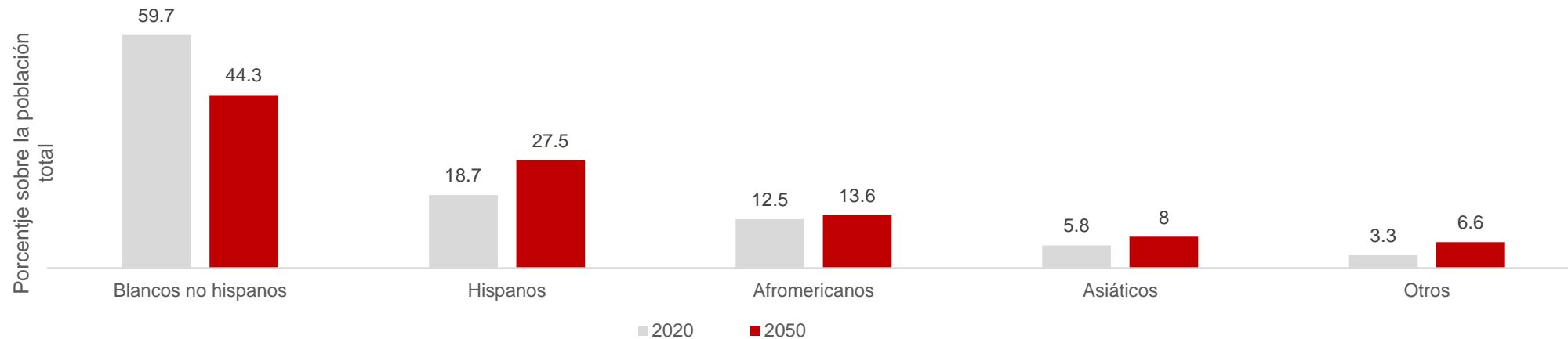
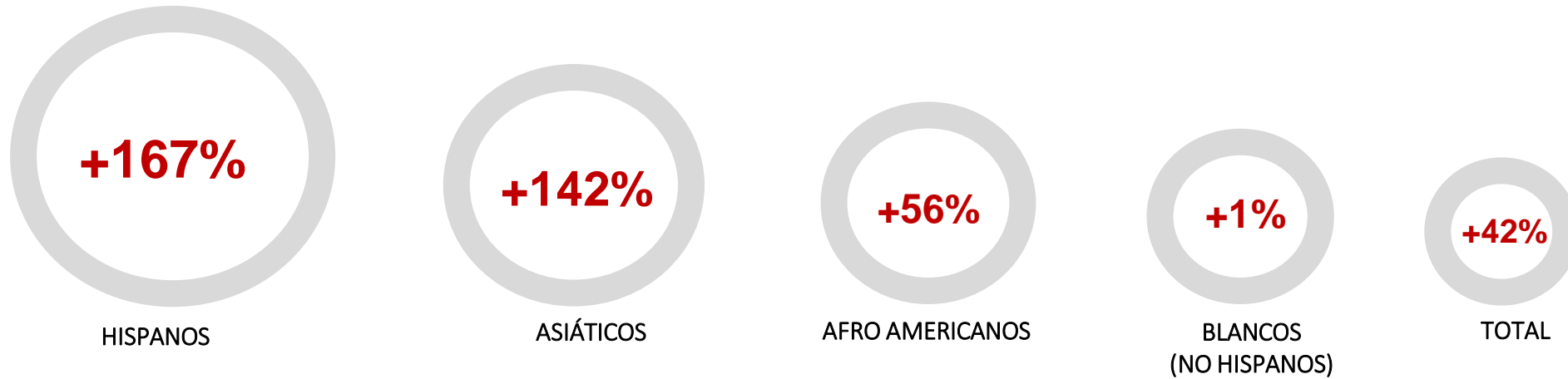


PBI per capita. **USD 80 000**

California, Texas, Nueva York, Florida, Illinois y Pensilvania se ubicarían dentro de las veinticinco mayores economías del mundo



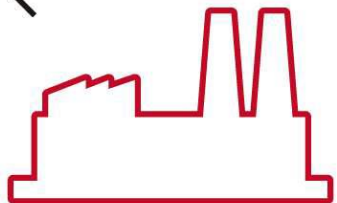
Crecimiento de la población en Estados Unidos previsto entre 2010-2050



*Excluye indios americanos, nativos de Alaska, Hawái y otras islas del Pacífico
Fuente : U.S. Census Bureau

2023 **Récords del sector no tradicional**

4
sectores



36
mercados



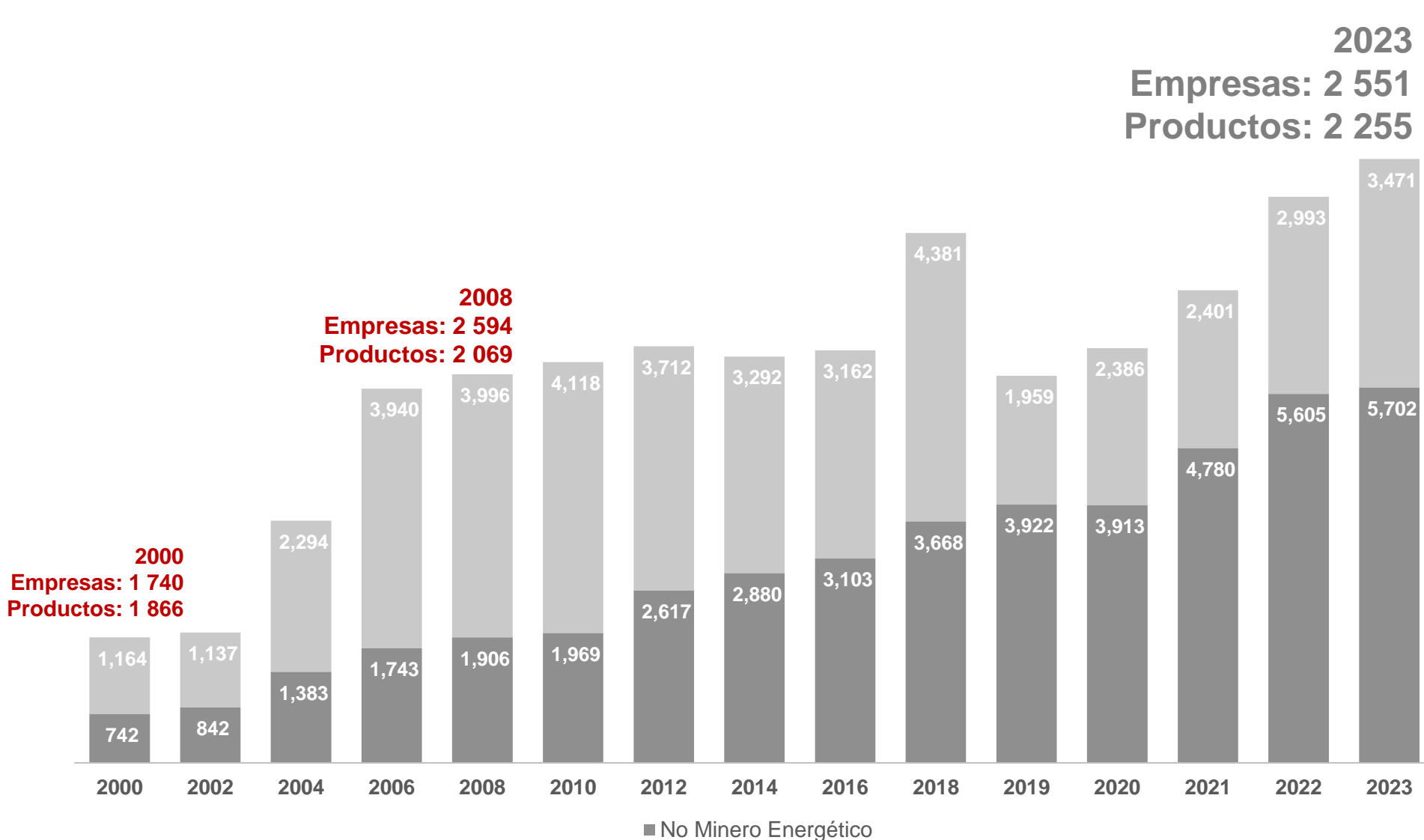
8
regiones



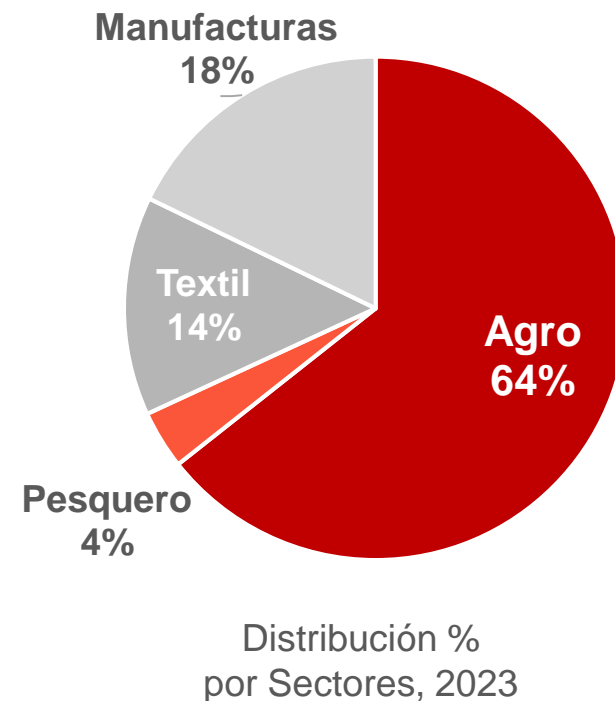
821
partidas



En 2023, las exportaciones NME superaron los US\$ 5 700 M, duplicando lo exportado en 2008



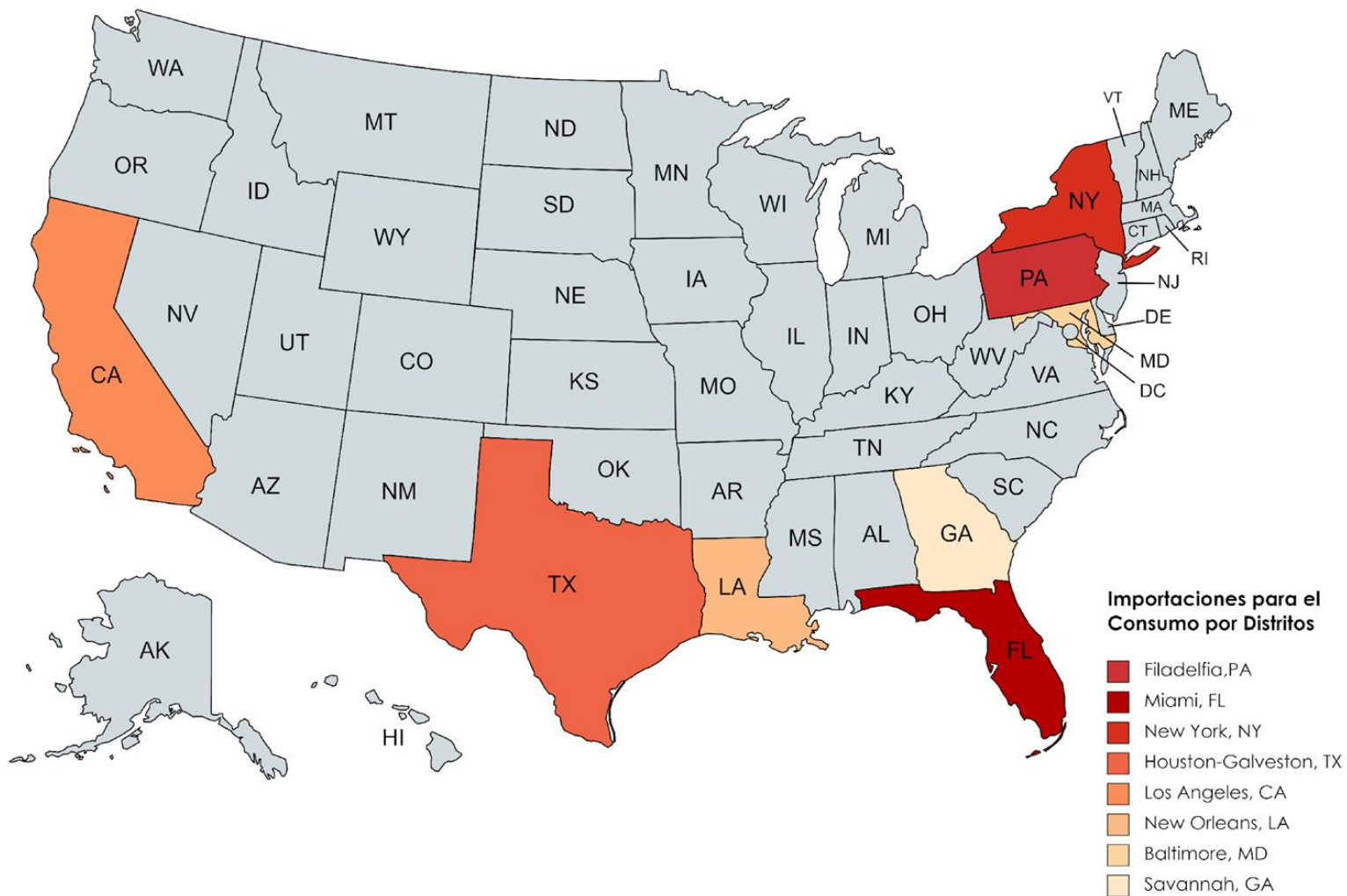
2023
Empresas: 2 551
Productos: 2 255



En 2023, los sectores agro, textil, minería no metálica lideran las exportaciones al mercado estadounidense

TOTAL NO TRADICIONAL (millones USD)	5,605.53	5,701.63	1.7 ▲
Agropecuario	3,059.33	3,388.15	10.7 ▲
Textil	1,007.71	803.72	-20.2 ▼
Minería no metálica	436.43	522.01	19.6 ▲
Sidero-metalúrgico	352.67	329.75	-6.5 ▼
Pesquero	262.98	213.9	-18.7 ▼
Químico	214.48	162.75	-24.1 ▼
Metal-mecánico	133.42	147.85	10.8 ▲
Varios (inc. joyería)	118.79	117.71	-0.9 ▼
Maderas y papeles	15.93	13.25	-16.8 ▼
Pieles y cueros	2.26	1.76	-21.9 ▼
Artesanías	1.55	0.79	-49.2 ▼

Importaciones EE.UU. desde Perú, según distritos (2023)



Distrito	Importaciones (Millones US\$)	Var% 23/22	%/total
Philadelphia, PA	1 726.19	4%	20%
Miami, FL	1 402.5	-3%	16%
Houston-Galveston, TX	1 261.81	27%	14%
New York, NY	1 000.01	-11%	11%
Los Angeles, CA	731.44	-14%	8%
New Orleans, LA	703.01	24%	8%
Baltimore, MD	445.80	7%	5%
Tampa, FL	255.24	3%	3%
Savannah, GA	253.83	-4%	3%
San Francisco, CA	187.64	-5%	2%
Resto	846.83	-5%	10%

Importaciones EE.UU. desde Perú, según distritos (2023)

Num.	HTS	Descripción	2023 (US\$)	1º Distrito Entrada	%	2º Distrito Entrada	%	3º Distrito Entrada	%
1	08	FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS	2,392,649,236	Philadelphia, PA	68%	Los Angeles, CA	17%	Miami, FL	7%
2	74	COBRE Y SUS MANUFACTURAS	898,579,249	Houston-Galveston, TX	46%	Tampa, FL	11%	Savannah, GA	3%
3	61	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO	740,811,083	Miami, FL	37%	New York, NY	21%	Charleston, SC	7%
4	27	COMBUSTIBLES MINERALES, ACEITES MINERALES Y PRODUCTOS DE SU DESTILACIÓN; MATERIAS BITUMINOSAS; CERAS MINERALES	617,341,344	Houston-Galveston, TX	28%	New York, NY	24%	New Orleans, LA	16%
5	26	MINERALES METALÍFEROS, ESCORIAS Y CENIZAS	585,670,178	Houston-Galveston, TX	79%	Baltimore, MD	16%	Los Angeles, CA	3%
6	71	PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, METALES PRECIOSOS, CHAPADOS DE METAL PRECIOSO (PLAQUÉ) Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; BISUTERÍA; MONEDAS	421,993,664	Miami, FL	49%	New York, NY	46%	Los Angeles, CA	4%
7	07	HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS	399,639,489	Miami, FL	71%	Savannah, GA	12%	New York, NY	6%
8	09	CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	386,762,472	New York, NY	23%	Houston-Galveston, TX	12%	San Francisco, CA	12%
9	25	SAL; AZUFRE; TIERRAS Y PIEDRAS; YESOS, CALES Y CEMENTOS	342,784,676	New Orleans, LA	63%	Tampa, FL	35%	Miami, FL	1%
10	20	PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS	323,338,622	New York, NY	38%	Los Angeles, CA	14%	Houston-Galveston, TX	8%



2 Desempeño exportaciones del sector alimentos

Somos líderes mundiales y regionales en productos no tradicionales



- Arándanos frescos
- Uvas frescas
- Espárragos¹
- Quinoa en grano
- Lacas colorantes



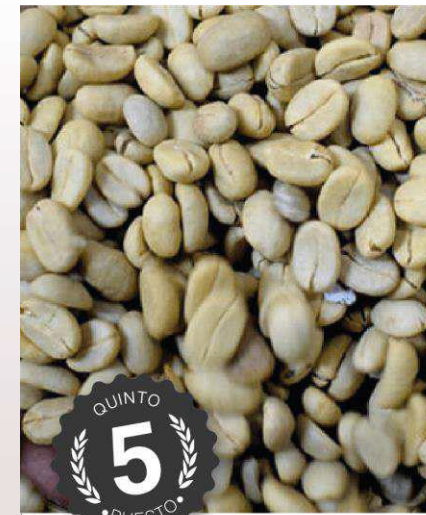
- Palta fresca²
- Jengibre²
- Nueces amazónicas³
- Alcachofa en conserva
- Pota⁴
- Erizos de mar congelados
- Filetes congelados de trucha
- Pelo fino cardado



- Capsicum deshidratados
- Palmito en conserva
- Jurel congelado
- Conchas de abanico congeladas
- Fosfato de calcio
- Cinc sin alear



- Mango fresco²
- Cacao en grano^{2 5}
- Ovas de pez volador congeladas
- Anchoa en conserva
- Oxido de zinc



- Café sin tostar^{5 6}
- Arvejas frescas²
- Algas marinas
- Antracitas

[1] Fresco y conserva. [2] Excluye a Países Bajos. [3] Excluye a Alemania. [4] Incluye fresco, congelado y conserva. [5] Excluye a Bélgica [6] Sin tostar ni descafeinar

Somos líderes mundiales y regionales en productos no tradicionales



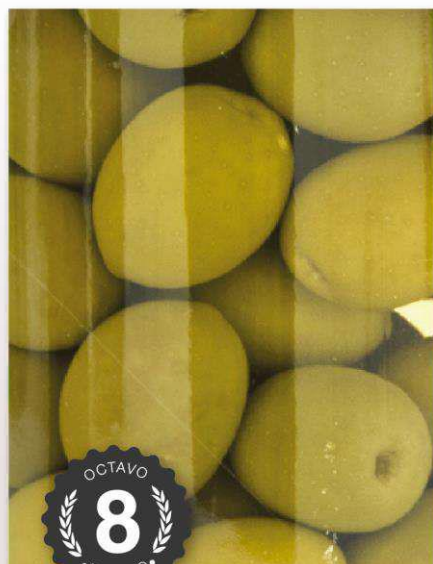
SEXTO
6
PUERTO

↗ Ajo fresco²
Baldosas
Colorantes de origen animal o vegetal²



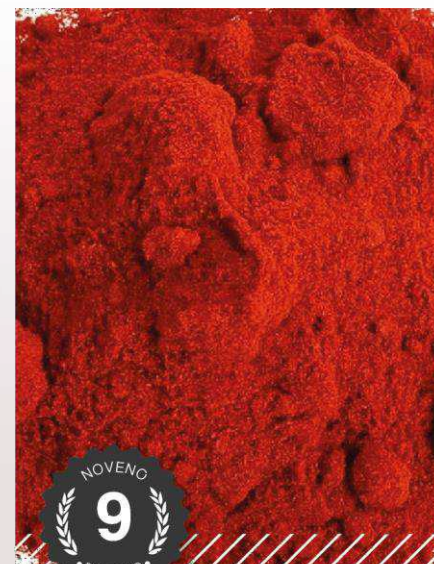
SÉPTIMO
7
PUERTO

↗ Mandarina fresca²
Cebolla fresca²
Fresa congelada
Filetes de pescado congelados



OCTAVO
8
PUERTO

↗ Aceituna en conserva
Placas y baldosas



NOVENO
9
PUERTO

↗ Carmin de cochinilla



DÉCIMO
10
PUERTO

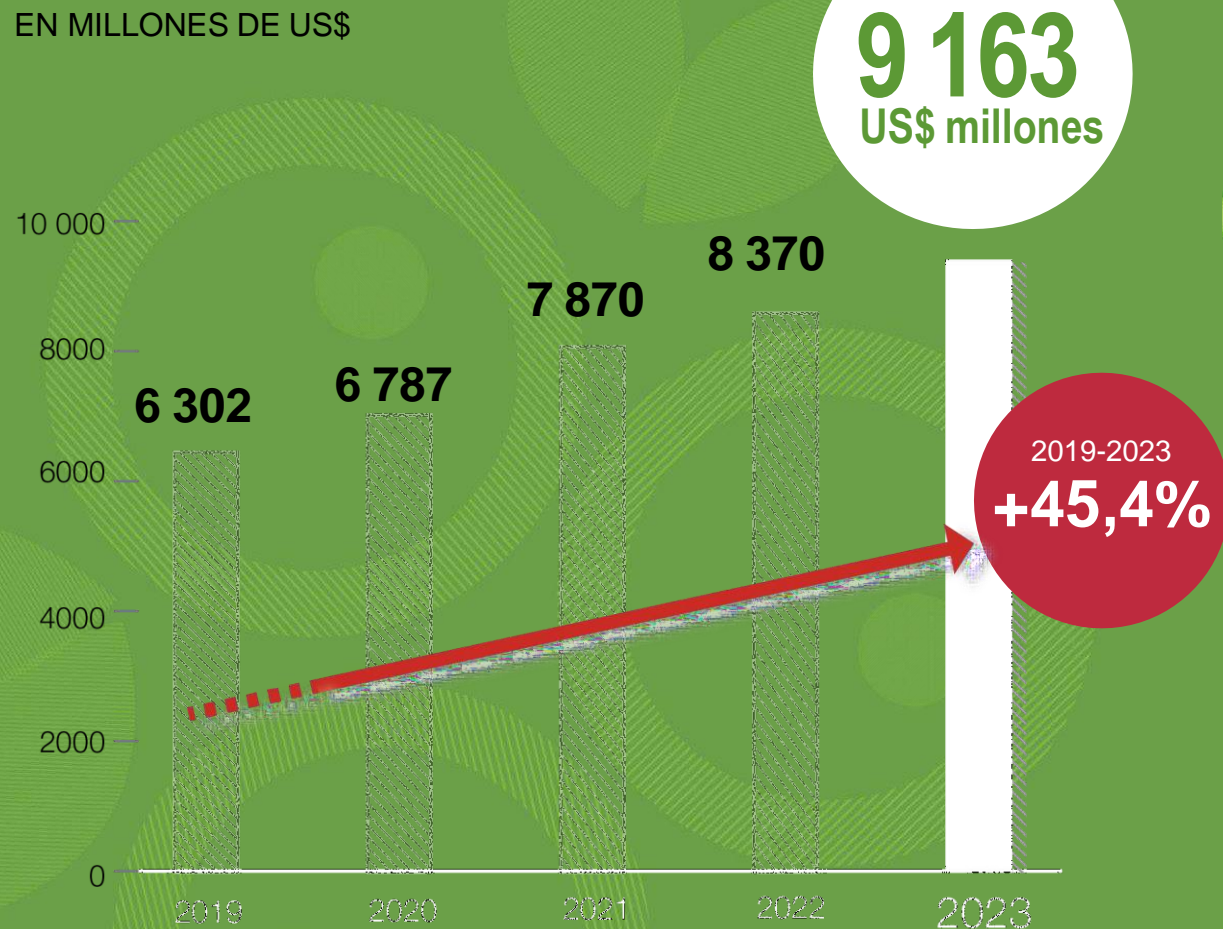
↗ Barras y perfiles de aleación
Alambre de cobre a base de aleación

[1] Fresco y conserva. [2] Excluye a Países Bajos. [3] Excluye a Alemania. [4] Incluye fresco, congelado y conserva. [5] Excluye a Bélgica [6] Sin tostar ni descafeinar

Exportaciones del sector agro no tradicional

Crecieron **9,5%**
2022-2023

EN MILLONES DE US\$

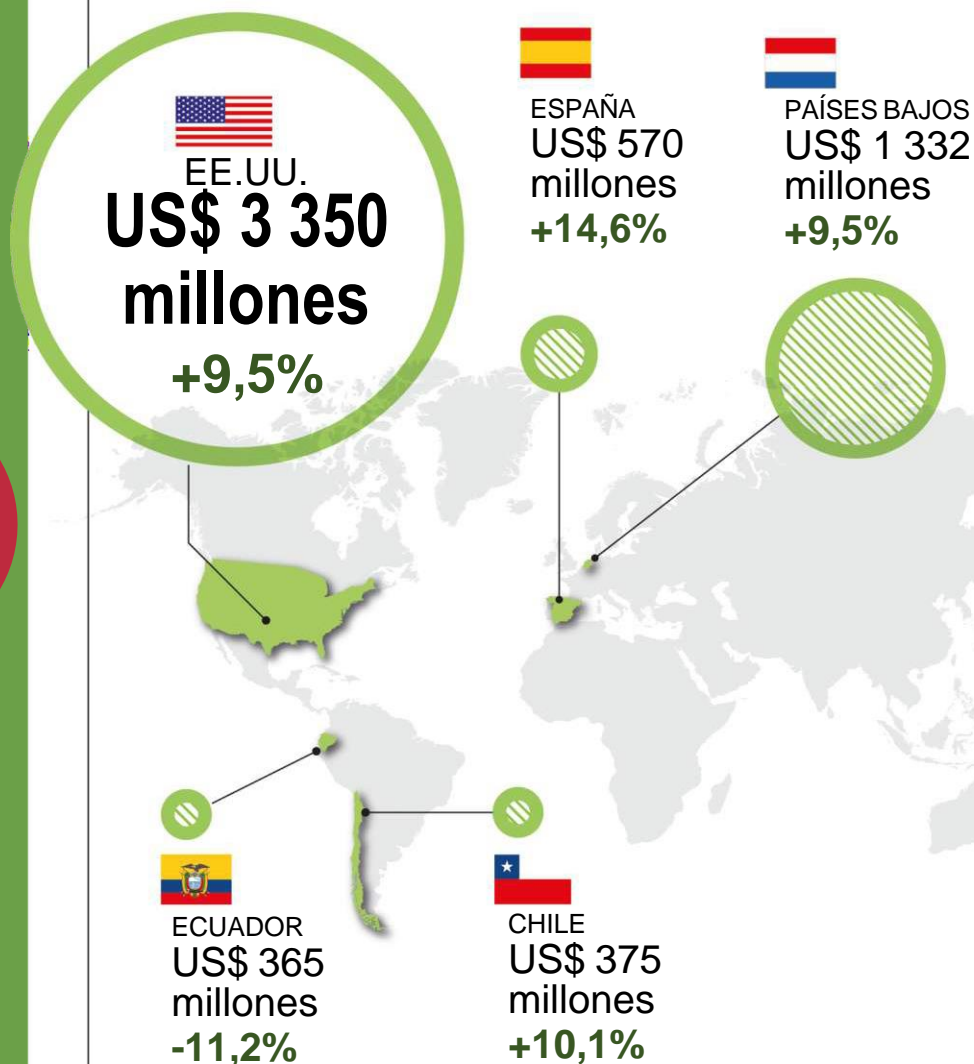


Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ



140 mercados

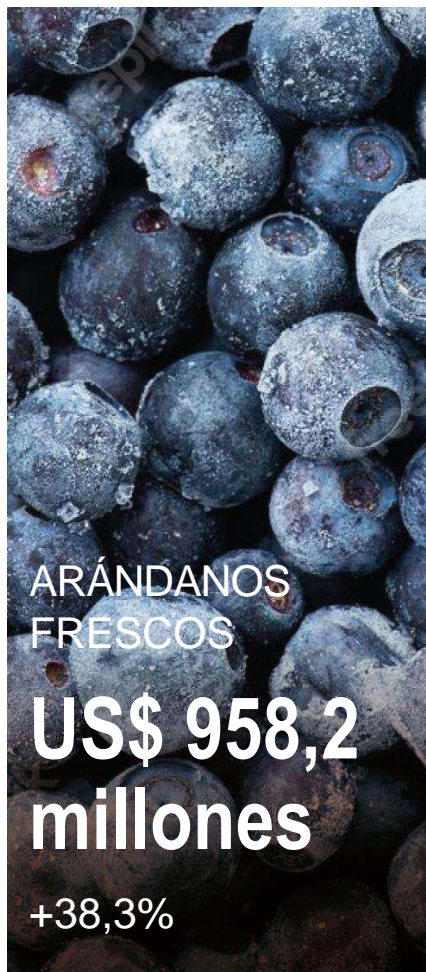
PRINCIPALES MERCADOS ↗



Principales productos agro no tradicionales



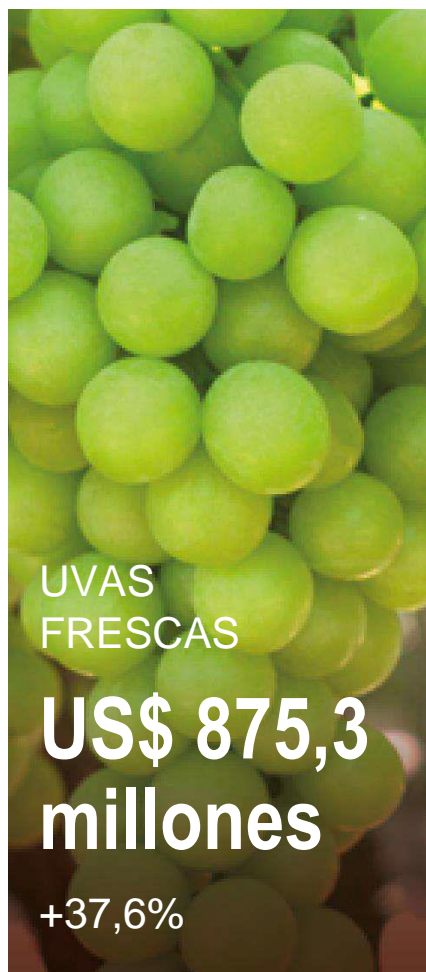
Estados Unidos



ARÁNDANOS
FRESCOS

**US\$ 958,2
millones**

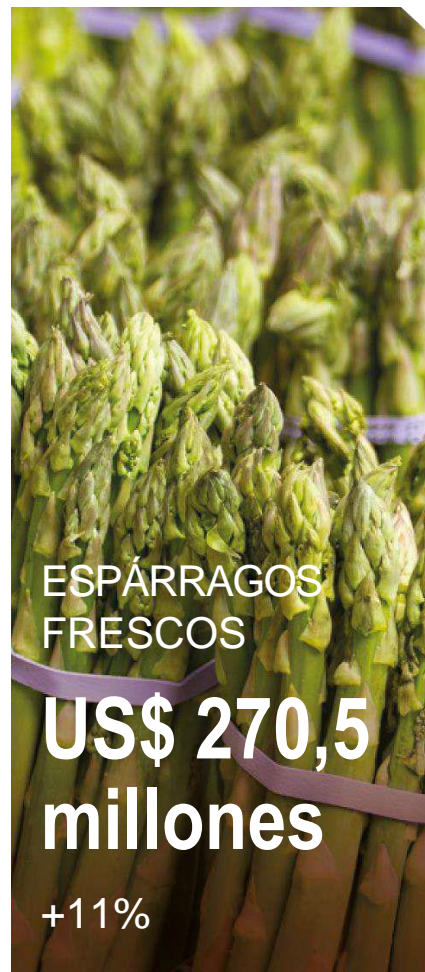
+38,3%



UVAS
FRESCAS

**US\$ 875,3
millones**

+37,6%



ESPÁRRAGOS
FRESCOS

**US\$ 270,5
millones**

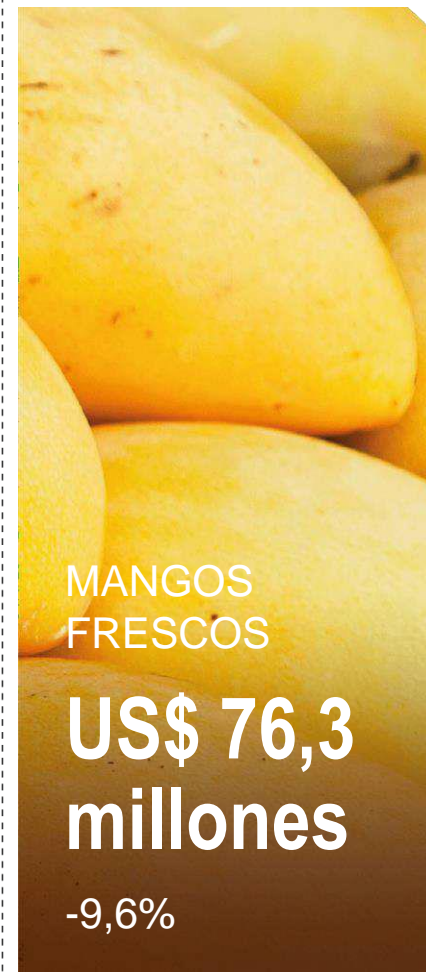
+11%



PALTAS
FRESCAS

**US\$ 133,8
millones**

-39,9%



MANGOS
FRESCOS

**US\$ 76,3
millones**

-9,6%

Café & Cacao

TOP 5: PRODUCTOS EXPORTADOS US\$ MILLONES



US\$ 241 M
Café verde
en grano



US\$ 38,35 M
Productos de
chocolatería y
similares



US\$ 18,3 M
Manteca de
cacao



US\$ 5,92 M
Cacao en grano



US\$ 4,25 M
Cacao en polvo

Procesados o Conservados

TOP 5: PRODUCTOS EXPORTADOS US\$ MILLONES



US\$ 67 M
Alcachofas en
conserva



US\$ 47 M
Paprika



US\$ 24 M
Pimiento en
conserva



US\$ 22 M
Fresas congeladas



US\$ 11,6 M
Salsas preparadas

Alimentos Funcionales

TOP 5: PRODUCTOS EXPORTADOS US\$ MILLONES



US\$ 40 M
Quinoa y
derivados



US\$ 6,4 M
Castañas



US\$ 5,5 M
Maca y derivados



US\$ 1,9 M
Maíz Gigante



US\$ 1,4 M
Maíz morado

Pesca & Acuicultura

TOP 7: PRODUCTOS EXPORTADOS US\$ MILLONES



US\$ 61 M
Mahi-Mahi
congelado



US\$ 53 M
Langostinos
congelados



US\$ 19 M
Pota
congelada



US\$ 12 M
Trucha
congelada



US\$ 6,5 M
Conservas de
anchoveta / sardina



US\$ 5,6 M
Conchas de
abanico congeladas



US\$ 4,1 M
Filetes de bacalao de
profundidad frescos



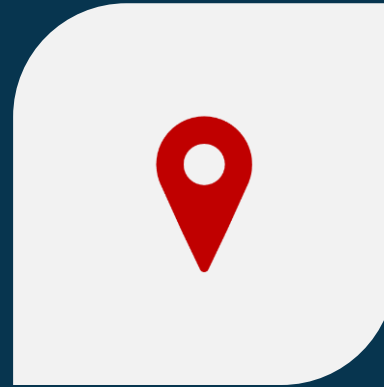
Oportunidades comerciales para el sector alimentos



Producción doméstica F&V



230.755
GRANJAS



4 millones
HECTÁREAS



\$57.200 mil.
VALOR MERCADO

Producción doméstica F&V

Producto	Valor de mercado	Area (hectáreas)
Maíz	\$67,2 mil millones	38,6 millones
Soya	\$38,7 mil millones	30,8 millones
Frutas, berries y nuts	\$25,9 mil millones	2,2 millones
Vegetales, melón, papa	\$16,9 mil millones	1,7 millones
Trigo	\$15,8 mil millones	19,8 millones
Arroz	\$2,9 mil millones	1,1 millones

Producción doméstica de frutas

Estado	Valor de mercado	% del valor total EE.UU.
1. California	\$17,6 mil millones	67,9%
2. Washington	\$2,9 mil millones	11,2%
3. Florida	\$1,8 mil millones	6,9%
4. Oregón	\$517 millones	2,0%
5. Nueva York	\$308 millones	1,2%
6. Georgia	\$308 millones	1,2%
7. Michigan	\$257 millones	1,0%
8. Texas	\$252 millones	1,0%
9. Wisconsin	\$219 millones	0,8%
10. Pennsylvania	\$160 millones	0,6%
Top 10 estados	\$24,3 mil millones	93,9%

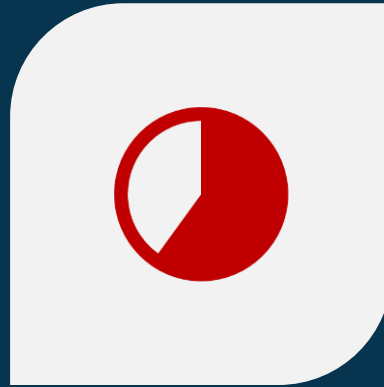
Producción doméstica de vegetales

Estado	Valor de mercado	% del valor total EE.UU.
1. California	\$6,3 mil millones	37,5%
2. Florida	\$1,3 mil millones	7,7%
3. Washington	\$1,1 mil millones	6,5%
4. Idaho	\$968 millones	5,8%
5. Arizona	\$764 millones	4,5%
6. Wisconsin	\$555 millones	3,3%
7. Oregón	\$492 millones	2,9%
8. Texas	\$474 millones	2,8%
9. Michigan	\$463 millones	2,7%
10. Georgia	\$412 millones	2,4%
Top 10 estados	\$12,8 mil millones	80,0%

Producción doméstica procesados



+ 30.000
EMPRESAS



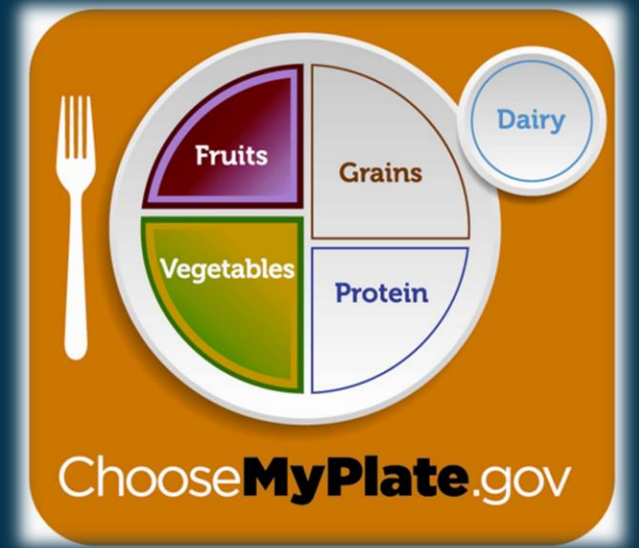
60%-70%
VENTAS
ALIMENTOS



\$1,1 bill.
VALOR MERCADO

Consumo en EE.UU.

- Los estadounidenses consumen menos de la mitad del consumo recomendado de frutas y vegetales
- Programas públicos de nutrición infantil
- El comercio internacional es básico para atender la demanda interna
- Demanda durante todo el año requiere inversiones en el exterior
- Consumo de frutas con crecimiento moderado y gran salto en consumo de vegetales en los últimos años
- Mayor presencia de producto fresco en cadenas minoristas y online
- Mayor presencia de opciones con valor agregado: producto cortado, envasado, congelado, etc



Perfil del Consumidor



Salud y Bienestar

1. Alimentos saludables
2. Alimentos orgánicos
3. Dietas especializadas



Comodidad

1. Comida rápida
2. *Delivery*
3. Kits de comida



Sostenibilidad

1. Empaque ecológico
2. Transparencia



Diversidad opciones

1. Alimentos internacionales
2. Platos exóticos
3. Fusión de sabores



Perfil del Consumidor



Experiencia y Tecnología

1. Apps de compras
2. Personalización



Segmentación Demográfica

1. Millennials y Gen Z
2. Baby Boomers



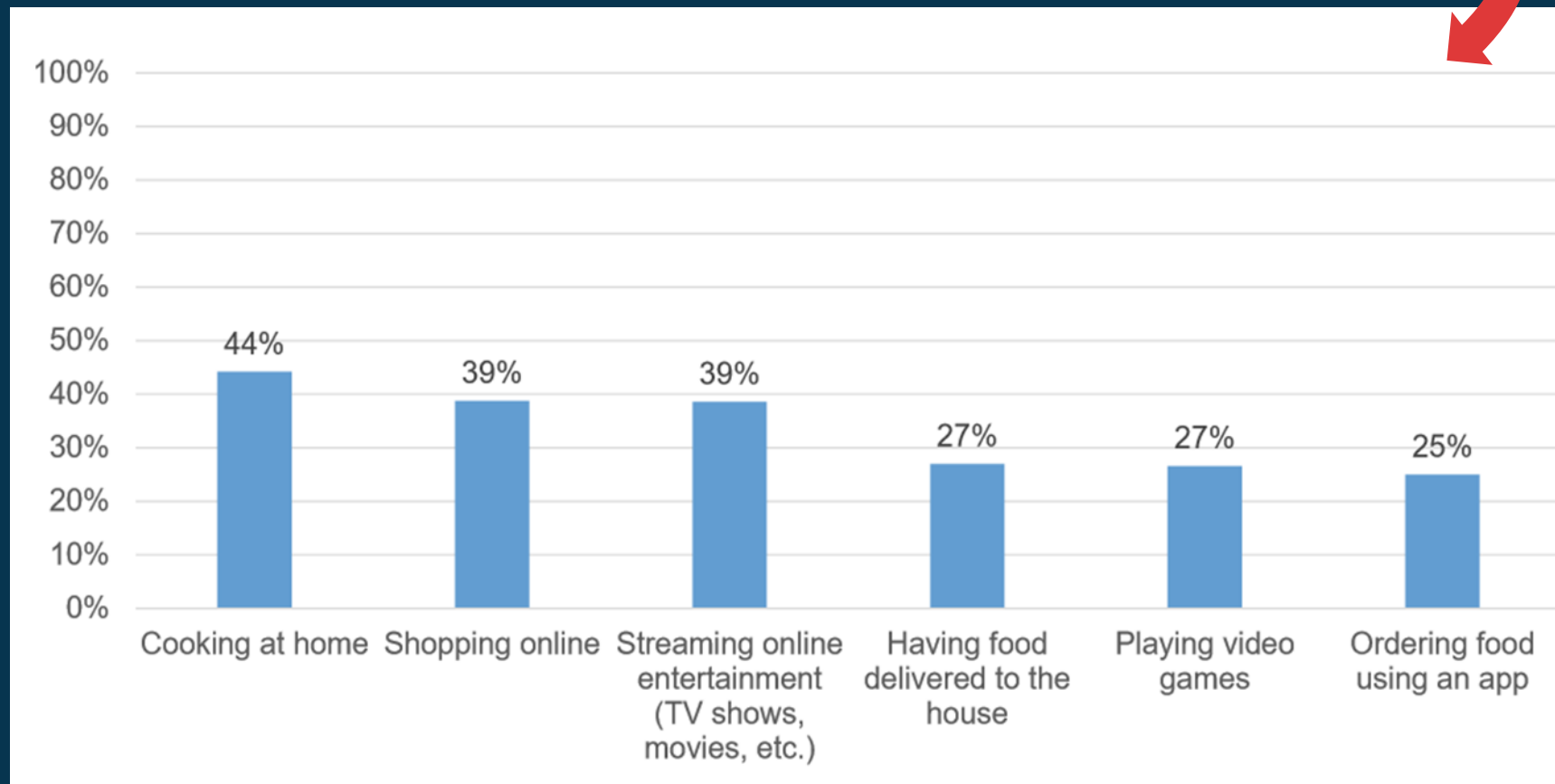
Impacto Pandemia

1. Aumento compras online
2. Cocina en casa



Perfil del Consumidor

Como resultado del nuevo coronavirus,
¿qué actividades planea hacer con más frecuencia?



Los hábitos alimenticios evolucionan

Societal & Environmental Impact Matters



60% of millennials are willing to support a big business that took care of its employees and made a positive societal impact during the pandemic.



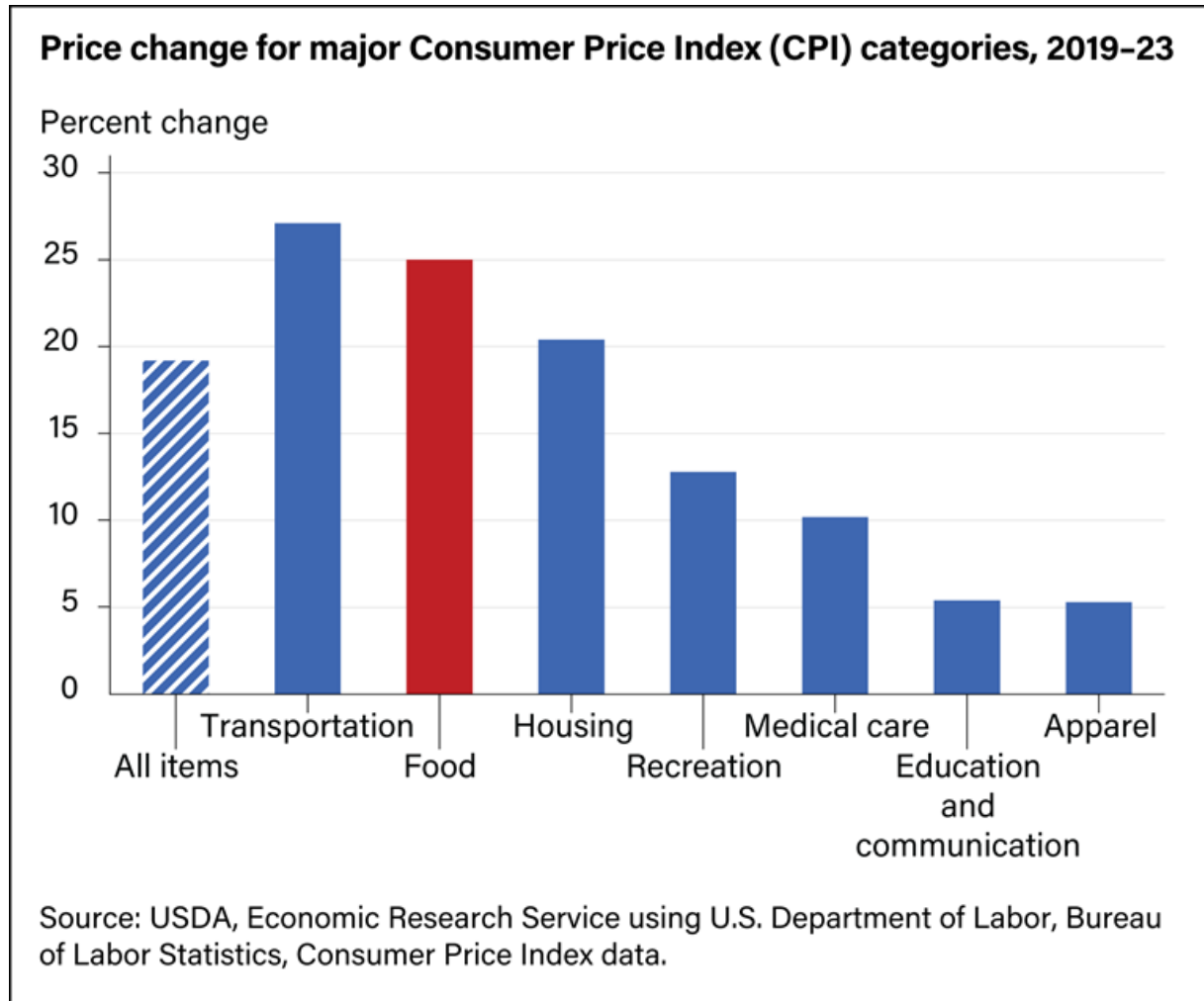
40% of millennials started a new relationship with a business if it has a positive effect on the environment.



33% of millennials stopped supporting a business if they thought that the brand was doing harm to the environment.

Source: deloitte.com

Comportamiento del consumidor post-Covid



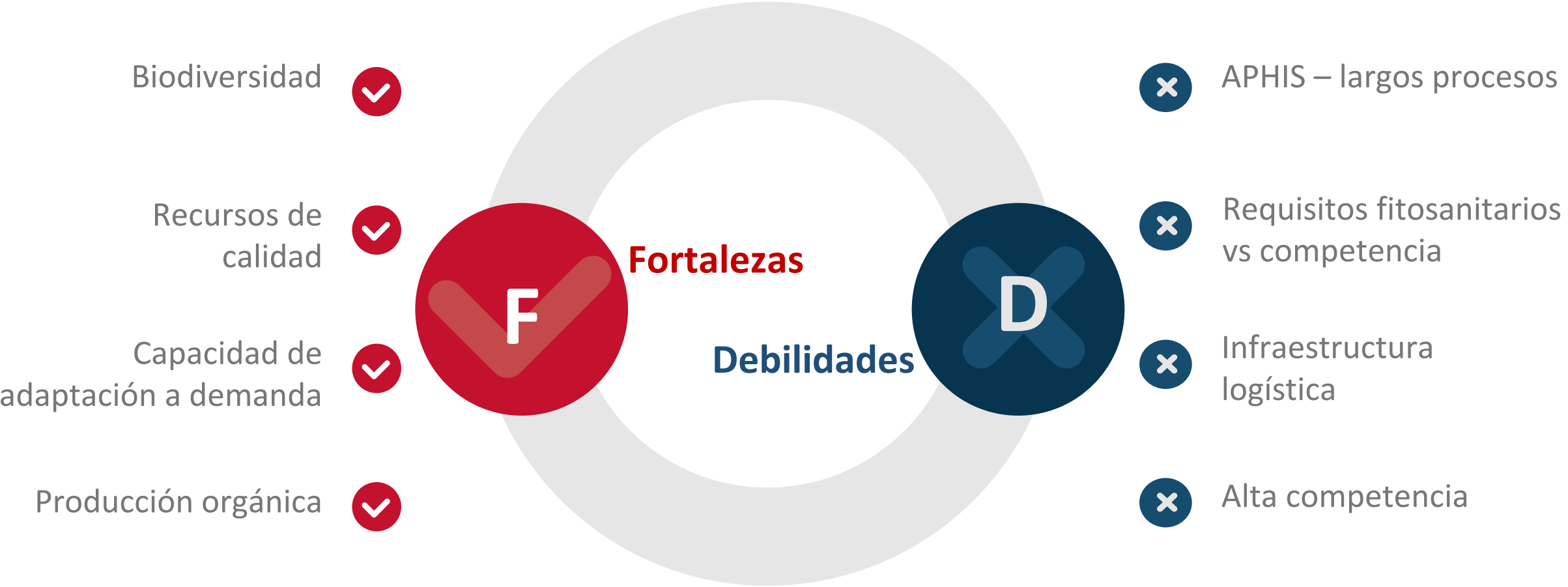
- Preocupado por el **aumento del precio** de los alimentos
- Interés en ponerse en forma y comer alimentos más **sanos** para promover la **inmunidad** y la salud general después de la pandemia
- Tiene **menos tiempo** para preparar la comida en casa
- Quiere simplicidad, equilibrio y **mucho sabor**
- **Vuelve a viajar** y experimenta **nuevas comidas y cocinas** que quiere repetir en casa
- Sale a **comer fuera** con **menos frecuencia**, pero **quiere** restaurantes **étnicos**

Tendencias Internacionales



- Creciente **interés en la nutrición**
- Mayor sentido de **ética humana, animal y medioambiental**
- Consumidor más **conectado con agricultura**
- Mayor uso de la **tecnología**
- **Publicidad transparente**
- Búsqueda de **seguridad personal**
- Renovación del **concepto de los supermercados**

Potencial en el mercado



Potencial en el mercado

Tendencias saludables



Productos tropicales



Sabores picantes



Productos valor añadido
(frutas secas, fruta cortada,
jugos y purés RTD, snacks,
superfoods procesados)



Ingredientes para la industria



Alimentos y bebidas funcionales



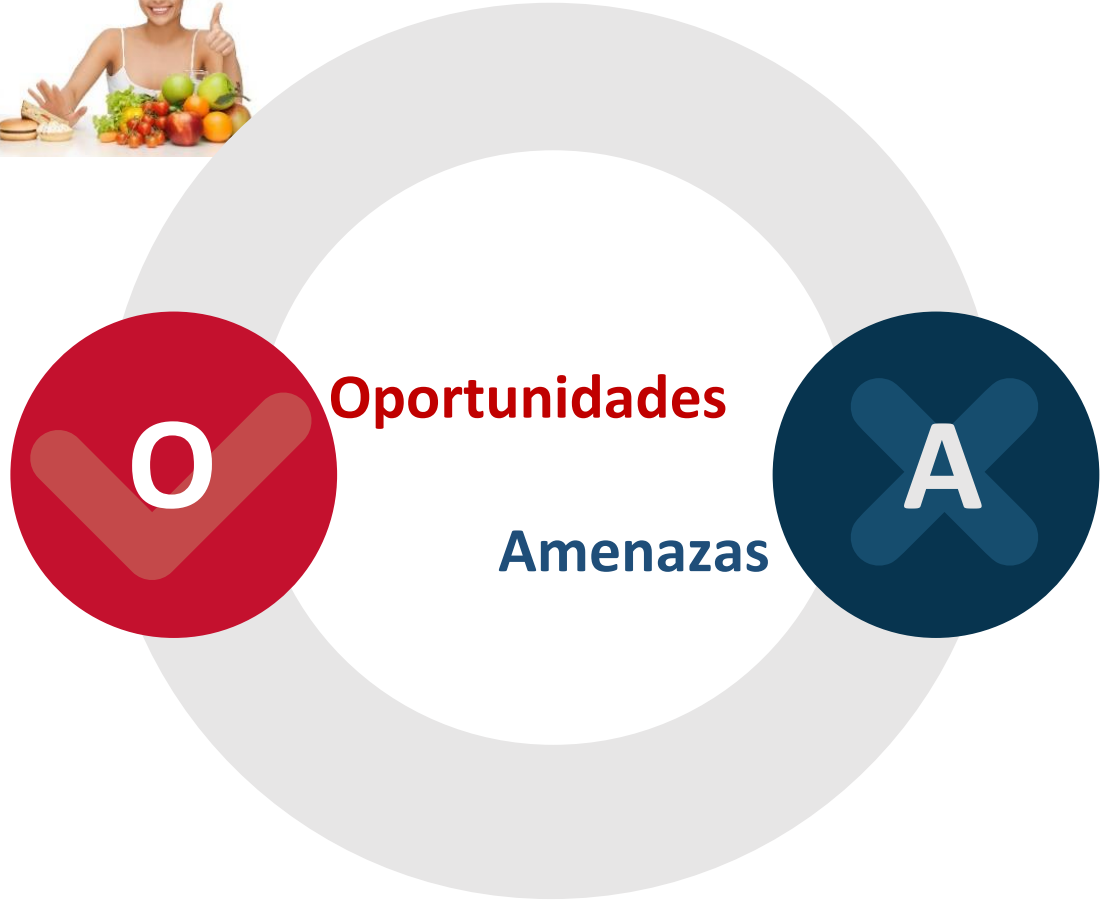
Responsabilidad medioambiental



Uso certificaciones
transparencia



Segmentos de consumidores



Fenómenos
climatológicos



Plagas



Acceso países
competidores



Incumplimiento
regulaciones

Marco regulatorio

Organismos



USDA (US Department of Agriculture)
Responsable de los programas y los servicios relacionados al desarrollo rural, animales, alimentos, nutrición, recursos naturales, medio ambiente y bosques.



APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service – Dep of Agriculture)
Responsable de proteger sanidad agropecuaria.
Inspecciona importaciones de Frutas y Verduras frescas, estudia admisibilidad, protocolos fitosanitarios.



FSIS (Food Safety and Inspection Service – Dep of Agriculture)
Responsable de seguridad de productos con >2% carne cocinada o >3% carne cruda.



EPA (Environmental Protection Agency)
Establece niveles de tolerancia o límites de plaguicidas.



FDA (Food and Drugs Administration – Department of Health and Human Services)
Responsable de proteger salud pública.

Función = seguridad de alimentos, medicamentos, suplementos, cosméticos, equipos médicos y otros.
Inspección y etiquetado.

Marco regulatorio

Requisitos

1

Ley contra el Bioterrorismo

- ✓ Registro instalaciones
- ✓ Notificación previa



www.access.fda.gov

2

Verificación admisibilidad y requisitos fitosanitarios



<https://acir.aphis.usda.gov>

3

Límites máximos de residuos de plaguicidas



www.epa.gov/pesticide-tolerances

4

Colorantes y aditivos permitidos



[Enlace FDA](#)

5

Norma COOL (Country of Origin Labeling)



www.ams.usda.gov/rules-regulations/cool

6

Etiquetado

- ✓ General
- ✓ Nutricional



Excepto:

Cont. Carne (2%)

Alcohol (7%)



Certificaciones de alimentos en EE.UU. y su importancia

Las nuevas influencias de compra, como la salud y el bienestar, la seguridad, el impacto social, la experiencia y la transparencia hacen que los consumidores estadounidenses estén en la búsqueda de más información en los alimentos y bebidas, de allí la importancia de las certificaciones.



Los productos que estén certificados deben contener **al menos 95%** de ingredientes orgánicos. El fabricante debe incluir los ingredientes orgánicos y no orgánicos en la etiqueta del producto.

Certified



El Gluten es encontrado en el trigo, centeno, cebada y cualquier otro alimento hecho con otros granos.

Un producto "Gluten-Free" o libre de Gluten beneficia a las personas con enfermedad celíaca un trastorno autoinmune inflamatorio crónico hereditario que se estima afecta a mas de **3 millones** de estadounidenses.

Certificaciones de alimentos en EE.UU. y su importancia



Producto que no contiene glutamato monosódico o **glutamato de sodio** (GMS) . La industria alimentaria comercializa y usa el GMS o MSG como potenciador del sabor.



Fair Trade o Comercio Justo es una designación desarrollada para ayudar a los consumidores a respaldar productos que provienen de la finca que han sido certificados para proporcionar sueldos justos y condiciones de trabajo seguros a los agricultores y trabajadores. Los productos que lleven este certificado cuentan con una garantía independiente, certificada por terceros, de que el agricultor recibió un precio justo por el cultivo.



Rainforest Alliance es una organización que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles transformando las prácticas del uso del suelo. Para obtener esta certificación, las fincas y chacras deben cumplir con los requisitos del Estándar de Agricultura Sostenible de la organización. Las fincas son auditadas regularmente para verificar que los agricultores cumplan con lo siguiente: Conservación de la biodiversidad, mejora en los medios de vida y bienestar humano, conservación de las fuentes naturales y planificación efectiva y sistemas de gestión de fincas.

Certificaciones religiosas usadas en los alimentos en EE.UU.



Certificación Halal

El certificado Halal en la industria alimentaria se refiere a aquellos alimentos aceptables según la Sharia o ley Islámica y son consumidos por personas practicantes de la religión musulmana. Actualmente en Estados Unidos hay más de **3,45 millones de musulmanes** y es el grupo religioso con más proyección de crecimiento en los próximos años.

IFANCA (Islamic Food and Nutrition Council of America) es una organización islámica sin fines de lucro con sede en Chicago , Illinois y es reconocida como una agencia de Certificación de Halal acreditada. Para más información: <https://www.ifanca.org/Pages/index.aspx>



Certificación Kosher

El certificado Kosher es otorgado a aquellos alimentos que se ajusten a las leyes y pautas de la religión judía que están descritas en el Torah y el Talmud. La población practicante de la religión judía en los Estados Unidos alcanza a **14 millones de habitantes** aproximadamente.

Hay más de 70 certificaciones Kosher en los Estados Unidos pero la compuesta por la O y U, perteneciente a la Congregación Ortodoxa Judía es la más usada y acreditada.