

PERFIL PRODUCTO MERCADO

Perico congelado en Estados Unidos.



I. Producto

El pez dorado, mahi mahi o conocido mejor como pez Perico, se caracteriza por su gran tamaño, comestible y apreciado localmente, su carne es blanca y bastante agradable al paladar, por ello es que su demanda es alta tanto fuera del Perú como dentro.

Para exportar esta carne se suele recibir en las plantas industriales piezas mayores a 5 kg. Con las que se preparan filetes congelados para la exportación.

Cabe mencionar que nuestro principal mercado es Estados Unidos, en donde se vende bajo el nombre de mahi mahi, que significa “fuerte fuerte” debido a la firmeza de su carne, por eso es que es perfecto para preparar en ceviche, tiradito, entre otros platos.



Cabe mencionar que el perico o mahi mahi es un pescado (fresco o congelado) que se encuentra disponible todo el año en el mercado de Estados Unidos.

El perico fresco es vendido en filete con piel, así como entero, mientras que congelado se puede adquirir en filete sin hueso ya sea con piel o sin piel. Estos filetes de perico son altamente demandados en la costa oeste de Estados Unidos donde son utilizados por los chefs para elaborar platillos gourmet en los principales restaurantes de Los Ángeles, San Francisco y Miami.

El perico es un pescado bajo en grasas saturadas y una fuente de vitamina B12 y B6, fósforo, potasio, niacina y selenio, todas estas promueven un beneficio de un corazón más saludable y una función cerebral más lúcida.

Es recomendable tener en cuenta que los colores de piel de este pez es brillante y los filetes rosados para identificar que son de la más alta calidad.

El sabor del perico es dulce suave lo que lo hace muy popular en los restaurantes americanos. Este producto es más abundante en enero y febrero, cuando la pesca en Ecuador y Perú alcanza su punto máximo. Estos países junto con Taiwán son los principales proveedores de perico en el mercado americano.

La USDA clasifica el perico como una fuente alta de proteína y por tal razón es un producto apreciado por el mercado americano que busca productos saludables o “healthy life styles” en los últimos años.

Fuentes: El Trinche / ICTIO. TERM / Super Foods Perú. **Elaboración:** Inteligencia de mercados

Para conocer mayores variedades de Perico congelado visitar los siguientes links:

http://www.ictioترم.es/nombre_cientifico.php?nc=84

<https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-mahi-perico->

<http://www.eltrinche.com/la-despensa/perico/?replytocom=56>

El presente documento analiza la posibilidad del comercio de filetes de Perico congelado de Perú con Estados Unidos. La elección del análisis de este país ha sido por ser el segundo mayor importador de filete de Perico congelado (**Part.: 030489 / 030499**)¹ en el mundo, teniendo un crecimiento promedio en valor de 17.6% en los últimos 5 años y un incremento en el valor exportado de 34.9% con respecto al año anterior.

A continuación, se detalla el arancel aplicado por Estados Unidos al producto filete de Perico congelado, (Part. 0304890000 / 0304990000). Según el portal Market Access Map (2018) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 2 EEUU: Partida Arancelaria de filete de Perico congelado (030489 - 030499)²

Aranceles aplicados por Estados Unidos						
Partida	HS6	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado UE	Arancel aplicado a Perú	Arancel Miembros AP ³
0304890000 0304990000	030489 030499	Filete de Perico congelado	0%	0%	0%	0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

II. Requisitos de ingreso

1. Regulaciones y normas de ingreso

Principales regulaciones y normas de ingreso para la importación de alimentos de los Estados Unidos se rigen bajo diferentes organismos y con un reparto muy específico de competencias. Las principales agencias federales involucradas en la regulación y control de la importación de alimentos son:

**Cuadro N° 3
Autoridades Competentes⁴**

Organismo o Institución que Normaliza	Funciones reguladoras	Link para ubicar publicación
Environmental Protection Agency (EPA)	<i>Se encarga de reglamentar las leyes ambientales aprobadas por el Congreso de los Estados Unidos. Para el caso de los alimentos, determina el nivel de tolerancia o los límites máximos de residuos de plaguicidas y otros contaminantes presentes en los alimentos (como dioxinas, metales pesados, entre otros). Cabe resaltar aquí que la EPA no es la autoridad encargada de inspeccionar los alimentos; esta tarea le compete a la FDA, quien verifica que se cumpla con los niveles de tolerancia de contaminantes establecidos por la EPA.</i>	http://www.epa.gov
Food and Drugs Administration (FDA)	<i>Es la agencia responsable de proteger la salud pública, asegurando la inocuidad, seguridad y eficacia de los medicamentos para uso humano y veterinario, los productos biológicos, los alimentos (tanto para seres humanos como para animales), suplementos alimenticios, medicamentos (humanos y veterinarios), cosméticos, equipos médicos (humanos y animales) y productos que emiten radiación, incluyendo su correcto marcado y etiquetado.</i>	http://www.fda.gov/

¹ Partidas arancelarias a 06 dígitos donde encontraremos filetes de Perico congelados

² UE: Unión Europea.

³ Miembros AP: Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú).

⁴ Autoridades Competentes en Estados Unidos

<p>Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS)</p>	<p>Es la agencia encargada de proteger y promover la sanidad agropecuaria, inspeccionar los productos vegetales frescos y animales vivos importados a los Estados Unidos, con el objeto de impedir y controlar la propagación de plagas. Asimismo, es la responsable de estudiar la admisibilidad de los productos; y la contraparte estadounidense en los protocolos zoonosarios y fitosanitarios que permiten ingresar los productos desde los países de origen, previo cumplimiento de los tratamientos cuarentenarios y demás requisitos que se establezcan en los protocolos.</p>	<p>http://www.aphis.usda.gov</p>
<p>Food Safety and Inspection Service (FSIS)</p>	<p>Es la agencia de salud pública responsable de garantizar que la oferta comercial de todos los productos que contengan más de 2% de carne cocinada o más de 3% de carne cruda; incluyendo: carne de ovino, caprino, vacuno, porcino y equino); aves de corral (pollos, pavos, patos, ocas y gallinas pintadas); así como huevos y sus productos derivados, sean seguros para el consumo humano y estén correctamente etiquetados y empaquetados.</p>	<p>https://fsis.usda.gov</p>
<p>Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau (TTB)</p>	<p>Se encarga de recolectar los impuestos al consumo de bebidas alcohólicas, asegurándose que estos productos estén debidamente etiquetados, anunciados y comercializados de acuerdo con las leyes federales de los Estados Unidos.</p>	<p>http://www.ttb.gov</p>

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Para mayor detalle consultar el documento: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf

2. Estándares y certificaciones

A continuación; se presentan algunas certificaciones importantes al momento de ingreso de la albahaca, las cuales, deben cumplir los estándares de calidad según la condición del producto.

Cuadro N° 4 Certificaciones

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	<p>Best Aquaculture Practices (BAP)</p>	<p>Diseñado por comités técnicos especializados con el aporte de una amplia gama de partes interesadas, BAP tiene como objetivo promover la mejor práctica posible para las granjas acuícolas. Como una de las auditorías más completas del sector, los principales minoristas buscan cada vez más la certificación BAP de los proveedores, y el estándar ahora cubre una amplia gama de especies cultivadas, incluyendo lubina, dorada, trucha, rodaballo, cangrejo y langostinos de agua dulce. BAP también cubre áreas como la gestión de productos químicos, la conservación de la biodiversidad y las relaciones con los empleados.</p>	<p>https://www.bapcertification.org/</p>

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Aquaculture Stewardship Council (ASC)	La certificación ASC ayuda a posicionar la marca como un jugador líder en un mercado competitivo. Desarrollado en línea con las mejores prácticas de la industria y con el aporte de ONG, científicos, minoristas y productores, el ASC tiene nueve normas que cubren 12 especies, incluyendo salmón, trucha, camarones, bivalvos y tilapia. Cada estándar es específico de la especie, pero todos buscan revisar el manejo de la salud de los peces, el impacto ambiental y la responsabilidad social. A medida que se convierte rápidamente en un requisito para quienes suministran pescado a minoristas más grandes, la certificación ASC puede brindar a los productores beneficios comerciales significativos.	https://www.asc-aqua.org/es/certificacion/
	Global G.A.P. Aquaculture Standard	El Estándar de Acuicultura GlobalG.A.P. establece criterios para el cumplimiento legal, la inocuidad alimentaria, el cuidado ambiental y el bienestar animal, cubriendo la producción de peces y mariscos así como toda la cadena de suministro, con una serie de estándares diseñados para ayudar a verificar que las empresas cumplan con las mejores prácticas aceptadas en el sector. La versión 5.1 viene después de un período de cuatro años de investigación y consulta y aborda una amplia gama de peces, crustáceos y moluscos, así como especies de cría basadas en criaderos, abarcando todo, desde la procedencia y la seguridad alimentaria hasta la sostenibilidad.	https://www.globalgap.org/

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

III. Estadísticas de competencia y del mercado

3.1. El mercado de Estados Unidos Americanos

El mercado norteamericano, se está presentando la tendencia de alimentación saludable y esto apoya el crecimiento de pescados y mariscos en dicho país, por lo que se ve reflejado en un incremento del volumen total del 2% en 2018 para llegar a 1.7 millones de toneladas.

Las perspectivas que se tiene en el país norteamericano es que al igual que la carne, el pescado y los mariscos, se ha beneficiado de la creciente demanda de dietas, ya que los consumidores se han familiarizado más con los beneficios para la salud asociados con el consumo de pescado y mariscos frescos, especialmente pescado graso como las sardinas, la caballa y el salmón.

Cabe mencionar que tanto los pescados y mariscos contienen variedad de vitaminas y minerales, junto con los ácidos grasos omega 3, que fueron objeto de artículos de salud durante el periodo de revisión debido a sus beneficios para la salud ocular, cerebral y cardíaca.

Además las pautas dietéticas para estadounidenses y la American Heart Association promueven que comer al menos dos porciones de pescado por semana puede ser bueno para la salud y esto también ha ayudado a impulsar este notable crecimiento.

Junto con el enfoque en los beneficios para la salud del pescado y los mariscos, también hubo un creciente interés en productos de origen sostenible al final del periodo de revisión.

Con artículos de noticias que aparecen sobre la escasez de pescado y el daño causado por la sobrepesca, un número creciente de consumidores en los EE.UU., ha comenzado a buscar productos que se obtienen de manera sostenible, con productos que cuentan con la aprobación del Marine Stewardship Council (MSC) ganando así popularidad con los consumidores cada vez más centrados en lo que comen.

Es por ello que la demanda de pescado y mariscos deberá seguir creciendo y los productos de origen sostenible también podrían ganar terreno en el mercado norteamericano.

Cuadro N° 5⁵.

Tamaño de mercado de pescado y marisco en Estados Unidos (miles de toneladas)

EEUU /toneladas	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	Var% 18/17	TCP 14-18
Pescado y Marisco	1,618	1,646	1,643	1,692	1,733	1,767	2.4%	1.7%

Fuente: Euromonitor / Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Como se puede apreciar en el cuadro N° 5, en el 2018 el tamaño de mercado de pescado y mariscos en Estados Unidos totalizó un valor de 1,733 miles de toneladas, lo cual significó una crecimiento del 2.4% con respecto al año anterior. No obstante cabe destacar que para el 2019 se proyecta que este puede totalizar un valor de 1,767 miles de toneladas.

3.3. Competencia Internacional

De acuerdo a la base de datos del TradeMap (2018), se puede comentar que el mercado de Estados Unidos, tiene como principales proveedores de filetes de Perico congelados (bajo la partida: N° 030489 / 030499) a mercados como Japón, el cual es el principal proveedor del mercado norteamericano y ha mostrado un crecimiento promedio de 10.1 % en los últimos cinco años, registrando en este último un valor de US\$ 101 millones, además de ello Japón ha tenido una participación de 16 % en el 2018. Le siguen otros mercados como Perú el cual en el último año ha tenido con un crecimiento de 34.9 % con respecto al año anterior, logrando a su vez proveer 8 mil toneladas al mercado de Estados Unidos, posteriormente otros mercados como Indonesia (4.8%), Ecuador (74.0%) y Canadá (2.9%) presentaron crecimientos dinámicos considerables en cuanto al valor exportado.

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el ranking de los principales proveedores de la partida: 030489 / 030499 – Filetes de Perico Congelados a Estados Unidos con los valores y volúmenes exportados:

Cuadro N° 6. Principales exportadores o proveedores de filete de Perico congelado a Estados Unidos (Part. Nro. 030489 – 030499)

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)					Volumen (Miles Toneladas)				
		2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
1	Japón	68	83	90	102	101	5	6	6	7	6
2	Perú	51	78	82	73	98	6	9	9	6	8
3	Indonesia	52	56	50	57	60	6	6	7	6	6
4	Ecuador	54	51	32	34	59	6	6	4	3	5
5	Canadá	56	49	58	52	54	5	5	6	6	5
	Otros	236	242	253	303	261	32	31	32	36	32
	Total	518	559	565	621	632	59	63	64	64	61

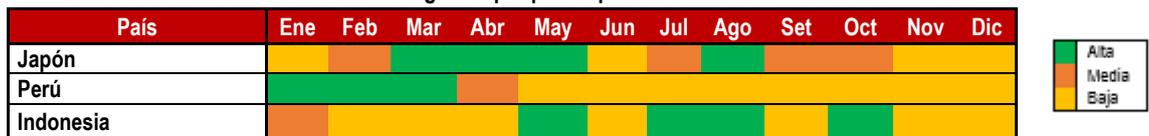
TradeMap (2018). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Del cuadro N° 6, se puede comentar que Estados Unidos en el año 2018 importó filete de Perico congelado por un valor total de US\$ 632 millones con un volumen de 61 mil toneladas respectivamente.

En relación a la estacionalidad del filete de Perico congelado por principales exportadores, se presenta la siguiente tabla resumen:

⁵ Euromonitor: Pescados y Mariscos en Estados Unidos (2018)

Cuadro Nro.7
Estacionalidad del filete de Perico congelado por país exportador al mercado de Estados Unidos



Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Del Cuadro Nro.7, se puede mencionar que de los tres principales proveedores de filetes de Perico congelado a Estados Unidos, Japón presento una fuerte estacionalidad entre los meses de marzo a mayo y el resto del año registro un poco estacionalidad baja, mientras que Perú tuvo una temporada fuerte de enero a marzo mientras que el resto del año presencio una estacionalidad baja, por otro lado Indonesia presento fuerte producción en los meses de mayo, julio, agosto, y octubre del año 2018.

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte

Cuadro N° 8.
Tiempo de transporte de Perú a Estados Unidos

Tipo de Ruta	Ruta	Puerto / Aeropuerto de origen	Puerto de destino	Tiempo de tránsito	Frecuencia de salida
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	Miami	15 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	Port Everglades	19 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	Charleston	19 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	Norfolk	19 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	Baltimore	18 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Estados Unidos	Lima - Callao	New York	18 días	SEMANAL

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com/Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

4.2. Fletes

Cuadro N° 10.

Tipo de contenedor: Marítimo	Costo aproximado (US\$)
Reffer de 40 pies	\$ 1,931 - \$ 2,008
Reffer de 20 pies	\$ 1,463 - \$ 1,589

Fuente: [Rutas Marítimas](#) . , Searates www.searates.com
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

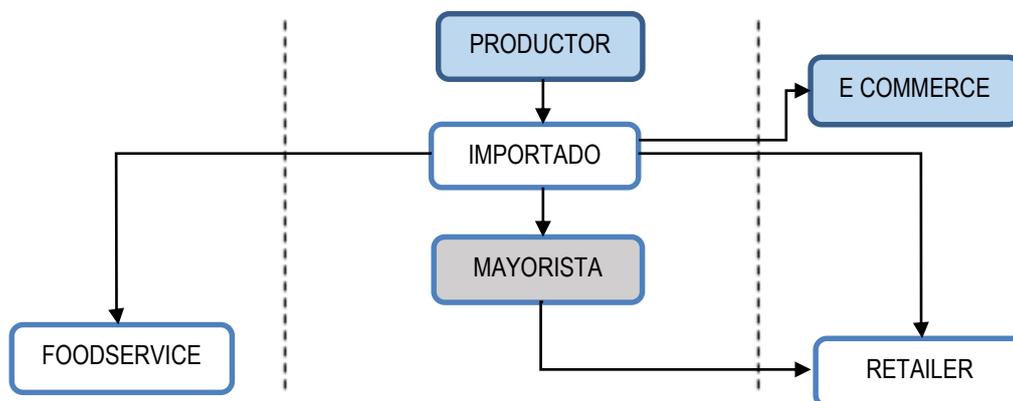
V. Canales de distribución

Existen diversos canales de comercialización para la venta de productos del mar elaborados. La elección de cada uno de ellos dependerá del interés del exportador y de las características del producto. En este sentido, el producto podrá llegar al consumidor final ya sea por venta directa o a través de una mezcla entre brokers, mayoristas y distribuidores. Se debe considerar que cada agente del canal de comercialización tiene un costo que debe ser incluido en el precio final de venta del producto. En otras palabras, se debe estructurar el precio al que se venderá el producto, partiendo del precio sugerido de venta y descontando el porcentaje de ganancia o comisión que el agente de cada canal de comercialización cobrará por acercarlo al punto de venta.

A continuación, se detalla un breve perfil de los agentes que pueden participar en la comercialización:

- **Ventas Directas:** el exportador puede decidir vender sus productos directamente al consumidor final, entendiéndose por consumidor final tanto a tiendas “retail” como restaurantes. Este método de venta puede ser exitoso en la medida que el exportador traspase el ahorro de costos de no trabajar con otros agentes de la cadena de distribución, pudiendo ofrecer mejores precios, al mismo nivel de servicio. Se deben contemplar aspectos logísticos, de almacenaje local y distribución, así como fuerza de ventas. Este tipo de ventas puede, sin embargo, resultar costoso en el largo plazo, pues los costos de transporte, logísticos y de fuerza de ventas pueden ser subestimados. Asimismo, este tipo de ventas pueden resultar difíciles especialmente para aquellos exportadores con menos recursos. Desafortunadamente, la mayoría de los compradores están preocupados por los precios y son compradores de volúmenes. Por supuesto, también hay un porcentaje que busca productos de calidad orientados a consumidores de ingresos mayores que demandan productos de nivel. Como regla general, es recomendable competir en atributos tales como calidad y servicio, más que en precios.
- **Agente de ventas:** pueden jugar un rol importante especialmente cuando los recursos humanos y financieros son limitados. Un buen agente debe ser visto como una extensión del personal de la empresa productora (exportadora). La ventaja de este actor es que el pago depende directamente de sus logros. De esta forma recibe comisiones basadas en un porcentaje sobre las ventas, dejando por tanto de representar un riesgo para el exportador. Sin embargo, es importante escoger un agente calificado y con habilidades y conocimiento en la industria de “seafood” (productos del mar), que ayude a ingresar rápidamente al mercado sin grandes pérdidas de tiempo.
- **Mayorista:** están a un paso del consumidor final, pero normalmente cubren un área geográfica específica. En general están bien establecidos en su área de trabajo y cuentan con clientela leal, entre los cuales se encuentran “retailers” (detallistas) y compradores de “food service” (instituciones como hoteles, restaurantes, cruceros, etc.), lo que los hace muy atractivos para los exportadores, pero a la vez muy exigentes. Se debe tener precaución y estar alerta ante su habilidad para negociar precios.
- **Distribuidores:** son sumamente importantes dentro de la red de distribución. En general, cuentan con flotas de camiones que distribuyen directamente al consumidor final (restaurantes y hoteles). Usualmente, cubren diversas provincias y Estados, algunos distribuyen en forma nacional. Son expertos en su campo de trabajo y pueden ser muy exigentes con sus proveedores. Sin embargo, si un proveedor es consistente y provee productos de calidad, entonces la mayoría de los distribuidores querrán trabajar con tal proveedor. En la actualidad, existen también algunos canales emergentes como la venta directa a través de Internet

Gráfico Nro. 1. Estados Unidos: Canales de Distribución y Comercialización del Producto en canales seleccionados



Fuente: [Pro Chile- Estudio de Mercado para la venta de productos de mar en Estados Unidos](#)
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

VI. Precios

A continuación se detallan algunos precios del filete de Perico (Mahi Mahi) fresco y congelado en el mercado de Estados Unidos (2019):



2 lb de Mahi Mahi, fresco – Precio: \$ 33.00

2 lb de Mahi Mahi, Congelado – Precio \$ 23.98

Fuente: WHOLEY / FISHERMAN'S. Elaboración: Inteligencia de Mercados

Para conocer los precios al consumidor, puede consultar las tiendas en línea o una variedad de cadenas de supermercados online (búsqueda: 'mahi mahi fresh and frozen').

Para mayor información ingresar a:

<https://wholey.com/mahi-mahi-frozen/>

<http://www.fishermanscoveseafood.com/mahi-mahi-price-per-pound/>

<https://www.amazon.com/2-lbs-Fresh-Mahi/dp/B0000SX9O6>

<https://www.giovanisfishmarket.com/seafood-online/fillet-fish/mahi-mahi.aspx>

VII. Presentaciones con valor agregado del Perico congelado.

A continuación se mostraran algunas innovaciones (vale decir valor agregado) que se están comercializando a base de Perico congelado en el mercado de Estados Unidos:

Cuadro N° 11.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Wild Caught MAHI MAHI
	Presentación del producto	Envase práctico
	Marca	Member's Mark
	Precio	\$ 17.98
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Noviembre 2019

Fuente: [Mintel GNPD](#)

Cuadro N° 12.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Sal marina y ajo asado MAHI
	Presentación del producto	Caja de cartón
	Marca	Inland Market Premium Foods
	Precio	\$ 17.39
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Julio 2019

Fuente: [Mintel GNPD](#)

VIII. Potencial del producto peruano.

Actualmente el Perú se encuentra en la posición nro. 11⁶ de exportación de Filetes de Perico congelados (Part.030489 / 030499) al mundo.

Cuadro N° 13. Exportación de la subpartida de filete de Perico congelado (0304890000 - 0304990000)

Principales países de exportación de filetes de perico congelado peruana al mundo								
(Millones de US\$)								
Principales países de exportación	2015	2016	2017	2018	2019	Var%	TCP%	Part%. 2019
						19/18	15-19	
Estados Unidos	64	63	59	68	34	-49.6%	-14.2%	60%
Japón	4	5	3	5	6	40.7%	11.8%	11%
Ecuador	5	7	12	10	4	-56.4%	-2.4%	7%
Corea del Sur	6	7	5	3	2	-28.5%	-21.0%	4%
Rusia	0	1	1	1	2	137.6%	66.5%	4%
Otros	7	8	5	7	8	7.8%	1.8%	13%
Total general	86	91	84	94	57	150.0%	-9.7%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

Entre las variedades de exportación peruana exportadas al mundo tenemos: porciones de perico congelado, filetes de perico, lomo de perico para consumo humano en cajas drawback. En el 2019 un total de 38 empresas exportaron la subpartidas (0304890000 / 0304990000 – Filetes de Perico Congelados)⁷ y la principal empresa que obtuvo una notable participación en cuanto al valor exportado de envío es PRODUPESCA S.A.C. Asimismo, cabe destacar que la principal región de exportación fue Piura.

⁶ TradeMap (2018)

⁷ Partida arancelaria nacional a 10 dígitos donde encontraremos el filete de Perico congelado.

IX. Información de interés**1. Ferias del sector industria pesquera en Estados Unidos:****Cuadro N° 14.**

Nombre de la Feria	Website	Duración	Ciudad/ País
HX – THE HOTEL EXPERIENCE 2019	https://thehotelexperience.com/	08 de Noviembre 09 de Noviembre del 2020	New York – Estados Unidos
SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA 2020	https://www.seafoodexpo.com/north-america/	22 de Setiembre 24 de Setiembre del 2020	Boston – Estados Unidos

Fuente: nferias. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

2. Oficinas comerciales en Estados Unidos:**Cuadro N° 15.**

Oficina Comercial de Perú en Los Ángeles	Romero Talledo, Ricardo
Dirección	1801 CENTURY PARK EAST, LOS ANGELES, OFICINA 1450.
Teléfonos	(310) 496-7411 / (8)4120
Email	rromero@mincetur.gob.pe
Diferencia Horaria	Lima-Peru,PET,UTC -05HRS, CA - EEUU,PDT, UTC -07HRS

Fuente: Mincetur. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

3. Links de interés:

- NOAA - Office of Science and Technology / Commercial Fisheries Statistics: <https://www.st.nmfs.noaa.gov/commercial-fisheries/foreign-trade/>
- United States: Business Practices: <https://en.portal.santandertrade.com/establish-overseas/united-states/business-practices>
- U.S. Government's Official Web Portal: <https://www.usa.gov/>
- CPB-Customs Border Patrol: <https://www.cbp.gov/>

4. Bibliografía:

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe
- • World Trade Organization (WTO): www.wto.org/index.htm
- The World Bank: www.worldbank.org/
- Standards Map - ITC: www.standardsmap.org/identify

5. Anexos:

Anexo 1. Los principales mercados proveedores de Perico congelado importado por Estados Unidos.
(Part. Nro. 030489 – 030499.)

Cuadro N° 16.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	Japón	68	83	90	102	101	-1.2%	10.1%	16%
2	Perú	51	78	82	73	98	34.9%	17.6%	16%
3	Indonesia	52	56	50	57	60	4.8%	3.5%	9%
4	Ecuador	54	51	32	34	59	74.0%	2.3%	9%
5	Canadá	56	49	58	52	54	2.9%	-1.3%	8%
	Otros	236	242	253	303	261	-13.9%	2.5%	41%
	Total	518	559	565	621	632	1.8%	5.1%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Anexo 2. Los principales mercados compradores de Perico congelado a Estados Unidos.
(Part. Nro. 030489 – 030499.)

Cuadro N° 17.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	Japón	166	192	160	167	200	19.5%	4.8%	35%
2	Corea del Sur	146	159	186	183	183	-0.3%	5.8%	32%
3	Francia	18	20	25	27	35	29.1%	18.0%	6%
4	Países Bajos	21	18	30	29	28	-4.3%	7.8%	5%
5	Canadá	22	20	17	25	27	9.3%	5.3%	5%
	Otros	114	93	112	92	106	14.8%	-1.9%	18%
	Total	486	502	530	524	578	10.4%	4.4%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU