



Ministerio de Relaciones Exteriores



**PERFIL DE MERCADO**

# **MANGO DESHIDRATADO**

**ESTADOS UNIDOS**



**Diciembre, 2011**  
**Oficina Comercial de la Embajada del Perú**  
**Washington D.C.**

## INDICE

	<u>Página</u>
1. Producto	3
2. Código del Sistema Armonizado Peruano	3
3. Código del Sistema Armonizado Local	3
4. Tratamiento arancelario	3
4.1 Otros impuestos	3
5. Barreras no arancelarias y regulaciones	4
6. El mango en el Perú	5
6.1 Producción y exportación de mangos	5
6.2 Principales mercados de exportación	5
7. El mango deshidratado en los Estados Unidos	6
7.1 Valor de importaciones	6
7.2 Volumen de importaciones	6
7.3 Principales puertos de entrada	7
7.4 Canales de distribución y comercialización	8
8. Oportunidades en el mercado de los “snacks”	9
8.1 Descripción del mercado	9
8.2 Tendencias de consumo	10
9. Presentaciones minoristas de mango deshidratado en EE.UU.	10
10. Lista de Importadores de mango deshidratado	20
11. Ferias comerciales internacionales en EE.UU.	20
12. Comentarios y conclusiones	22

## 1. Producto

Mango sometido a proceso de secado o deshidratado. En este documento se utilizará el término “deshidratado”.

## 2. Código del Sistema Armonizado Peruano

- 0804.50.20.00 Mango y mangostanes, frescos o deshidratados

## 3. Código del Sistema Armonizado Local

En el Arancel Armonizado de los Estados Unidos (ver cuadro 1), el mango deshidratado se encuentra clasificado bajo la siguiente partida arancelaria:

- 0804.50.80.10 Dried mango (mango deshidratado)

## 4. Tratamiento arancelario

Tal como se puede observar en el cuadro 1, el mango deshidratado proveniente del Perú goza de arancel cero por efectos del Tratado de Libre Comercio (TLC) con los EEUU, el cual se identifica por sus siglas “PE”. De la misma manera destacan otros países que gozan de ventajas arancelarias, como Australia, Bahrein, Canadá, Chile, Cuenca del Caribe (Santa Lucía, Trinidad y Tobago, Barbados, Belice, Guyana, Haití, Jamaica, Panamá), Israel, Ecuador, Colombia, Jordania, Marruecos, México, Omán, CAFTA (Republica Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua) y Singapur. Los demás orígenes tienen un arancel específico de US\$1.5 centavos/kilogramo en tanto que sean países miembros de la Organización Mundial de Comercio. Si no fuera así, el arancel sube a US\$33.1 centavos/kilogramo.

### Cuadro 1.-

**Harmonized Tariff Schedule of the United States (2011) (Rev.1)**

Annotated for Statistical Reporting Purposes

II  
8-5

Heading/ Subheading	Stat. Sur- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				General	Special	2
0804.50		Guavas, mangoes and mangosteens:				
		Fresh:				
0804.50.40		If entered during the period from September 1, in any year, to the following May 31, inclusive		6.6¢/kg	Free (A,AU,BH,CA, CL,E,IL,J,JO,MA, MX,OM,P,PE,SG)	33.1¢/kg
	40	Mangoes	kg			
	80	Other	kg			
0804.50.60		If entered at any other time		6.6¢/kg	Free (A,AU,BH,CA, CL,E,IL,J,JO,MA, MX,OM,P,PE)	33.1¢/kg
	40	Mangoes	kg		0.8¢/kg (SG)	
	80	Other	kg			
0804.50.80		Dried		1.5¢/kg	Free (A*,AU,BH, CA,CL,E,IL,J,JO, MA,MX,OM,P,PE, SG)	33.1¢/kg
	10	Mangoes	kg			
	90	Other	kg			

### 4.1 Otros Impuestos

Ninguno, salvo el impuesto general a las ventas que se aplica tanto al producto importado como al nacional, por lo que no incide negativamente sobre la importación. Cabe destacar que este tipo de impuesto varía dependiendo del estado de los EEUU, con excepción de los Estados de Alaska, Delaware, Montana, New Hampshire y Oregón, donde dicho no existe. En Washington D.C. la tasa es del 6%, pero para alimentos se cuenta con una exoneración. En la siguiente página web es posible

encontrar las tasas correspondientes a cada Estado de la Unión:  
<http://www.taxadmin.org/fta/rate/sales.pdf>

## **5. Barreras no arancelarias y regulaciones**

- “Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act”(2002)

La Ley de Seguridad de la Salud Pública y Preparación contra el Bioterrorismo del 2002, más conocida como la Ley contra el Bioterrorismo, fue diseñada en respuesta a los atentados terroristas del 11 de setiembre de 2001. Todas las importaciones de alimentos destinadas a EEUU están sujetas a las regulaciones impuestas por esta ley en cuanto al registro y reporte de productos, instalaciones y embarques, todo esto con el fin de asegurar que la cadena de suministro alimentario en EEUU no sea utilizada como instrumento para la realización de atentados terroristas. Para más información, ver el siguiente enlace:

<http://www.fda.gov/RegulatoryInformation/Legislation/ucm148797.htm>

- Nueva Ley de Inocuidad Alimentaria.-

El 4 de enero del presente año el Presidente Barack Obama promulgó la Ley de Inocuidad de los Alimentos (H.R. 2751 - FDA Food Safety Modernization Act). Dicha norma busca incrementar el control sanitario del gobierno de EEUU sobre los alimentos, ya sean de origen nacional o extranjero. Se destaca el enfoque proactivo de la norma respecto a la prevención de alimentos contaminados, el cual debido a su magnitud, tardaría entre 2 y 3 años para su completa implementación. Otra importante nota merece el hecho que bajo esta nueva norma, y a diferencia del pasado, las empresas extranjeras abastecedoras de alimentos deberán renovar sus registraciones con el FDA cada dos años. La fecha de inicio de renovación es octubre de 2012. Para información adicional respecto de esta nueva ley, visitar el portal del FDA:  
<http://www.foodsafety.gov/blog/fsma.html>

- Etiquetado

El FDA es responsable del cumplimiento de ciertos lineamientos concernientes al etiquetado de los productos alimenticios de producción nacional, así como los importados. En este sentido, los alimentos procesados (incluidos los deshidratados) deben de tener especificado el contenido nutricional, incluyendo como mínimo, el total de calorías y grasas, calorías de grasa, grasa saturada, colesterol, sodio, carbohidratos, azúcares, fibra dietética, proteínas, calcio, hierro, y vitaminas A y C. Los mencionados nutrientes deben ser indicados en manera de “porción” así como valor absoluto y el porcentaje del valor diario bajo una dieta recomendada (%DV). Para mayor información, visitar el siguiente enlace:

<http://www.fda.gov/food/labelingnutrition/default.htm>

- Otros documentos:

Adicionalmente a los documentos normalmente requeridos por el gobierno de EEUU (Customs Border Protection-CBP) para la importación de bienes, como la factura comercial (“invoice”), la lista de empaque (“packing list”) y el “conocimiento de embarque” (bill of lading) o “guía aérea” (airway bill), se considera el “certificado de origen” o “declaración de origen”. En ese sentido, el exportador peruano debe tener este documento para que estos productos puedan gozar de los beneficios arancelarios antes mencionados, en el marco del Tratado de Libre Comercio suscrito con EEUU. Este certificado es un documento que acredita y garantiza que el producto ha sido “totalmente” obtenido o “suficientemente transformado” en territorio peruano. En la

siguiente dirección electrónica se pueden encontrar las diversas instituciones peruanas que emiten el certificado de origen:

[http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/certif\\_origen/ENTIDADES\\_DELEGADAS\\_2010-09.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/certif_origen/ENTIDADES_DELEGADAS_2010-09.pdf)

## **6. El mango en el Perú**

El cultivo y exportación de esta fruta (principalmente la variedad Kent), se ha venido consolidando a través de los años, manteniendo una tendencia positiva en sus niveles de producción y áreas de cultivo y cosecha.

### **6.1 Producción y exportación de mango**

De acuerdo a información del Ministerio de Agricultura de Perú (MINAG), la producción nacional de mango alcanzó en 1990 un total de 61 mil toneladas, 128 mil toneladas en el 2000, en tanto que en el 2010 alcanzó un total de 454 mil toneladas (25 mil hectáreas de superficie cosechada). El MINAG señala además que durante los tres primeros trimestres del presente año la producción nacional de mango alcanzó un total de 315,553 toneladas, lo cual representa un crecimiento del 4.3% con relación al mismo periodo del 2010. Asimismo, se destacan las regiones de Piura y Lambayeque, cuyas producciones combinadas representan casi el 90% del total de la producción nacional de esta fruta.

Cabe resaltar que la creciente producción de mangos peruanos se encuentra altamente correlacionada al destacado desenvolvimiento de esta fruta (fresca y procesada) dentro de la oferta agroexportadora peruana. Tal como se puede apreciar en el cuadro 2, el año 2010 la exportación de mango fresco y deshidratado fue de US\$86.5 millones (92,854 toneladas). Asimismo, en los primeros diez meses del presente año, el valor de la exportación de estos productos ascendió a casi US\$108 millones, registrándose un significativo crecimiento de aproximadamente 75% respecto a similar periodo del 2010.

Paralelamente el Perú ha venido ganando terreno entre los abastecedores mundiales de mango congelado, cuya exportación entre el 2009 y el 2010 se duplicó, alcanzando un valor de US\$20 millones. Estas significativas tasas de crecimiento permitieron que el mango (fresco y procesado), se posicionó en el 2010 como el cuarto producto más importante dentro de la oferta agroexportadora peruana, seguido del café (US\$887 millones), el espárrago (fresco y procesado, US\$427 millones), y las uvas frescas (US\$180 millones).

### **6.2 Principales mercados de exportación**

Como se puede observar a continuación, el 2010 las exportaciones de mangos frescos y deshidratados peruanos convirtieron a los mercados de Holanda y EEUU, como sus principales destinos, acumulando en dicho año, tres cuartos del valor total exportado (US\$65.5 millones).

**Cuadro 2: EXPORTACION DE MANGOS FRESCOS Y DESHIDRATADOS DEL PERU**  
(en US\$miles) - (p.a. 0804.05.20.00)

No.	País	2010	2011 (ene- oct)	2010 (ene- oct)	Var %	% Mercado (2010)
1	Holanda	38,277	42,193	24,654	71.14%	44.27%
2	Estados Unidos	27,171	36,975	21,709	70.32%	31.43%
3	Reino Unido	5,152	7,573	4,372	73.22%	5.96%
4	España	4,371	5,669	2,947	92.37%	5.06%
5	Francia	3,523	4,601	3,112	47.85%	4.08%
	Otros	7,959	10,906	5,016	117.42%	9.21%
	<b>TOTAL</b>	<b>86,453</b>	<b>107,917</b>	<b>61,810</b>	<b>74.59%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT

## 7. El mango deshidratado en los Estados Unidos

Los cuadros 3 y 4 muestran el valor y volúmenes importados en EEUU de mango deshidratado para el período 2006-2011. Esta información fue obtenida de la base de datos de la Comisión Internacional de Comercio Internacional (USITC por sus siglas en inglés).

### 7.1 Valor de importaciones

La importación total de mango deshidratado en EEUU se ha venido incrementando en los últimos años, valorizándose en US\$43.3 millones el 2010. Asimismo, durante los tres primeros trimestres del presente año, estas importaciones han sumado un total de US\$49.3 millones, lo cual significa un crecimiento de 37% comparado con el mismo periodo del 2010.

Como se puede observar a continuación, Filipinas, México y Tailandia se han posicionado como los tres más importantes abastecedores extranjeros de este producto para el mercado estadounidense, acumulando en el 2010 un total de US\$41.6 millones (95.2% del total importado). Cabe mencionar que el valor importado desde el Perú, el cual es todavía poco significativo, ha registrado en lo que va del año US\$372 mil, lo cual representa un importante crecimiento comparado a lo importado en el 2010.

**Cuadro 3: VALOR DE IMPORTACIONES EN EE.UU. DE MANGO DESHIDRATADO**  
(p.a. 0804.50.80.10) (En miles de dólares)

No.	País	2008	2009	2010	2010 (ene- set)	2011 (ene- set)	Var %	% Mercado (2010)
1	Filipinas	17,649	25,590	23,515	21,583	33,608	55.70%	54.37%
2	México	5,196	7,507	11,484	8,251	9,278	12.50%	26.55%
3	Tailandia	2,405	5,116	6,617	5,361	4,639	-13.50%	15.30%
4	India	6	162	686	248	528	112.90%	1.59%
5	Sudáfrica	179	339	399	284	469	64.90%	0.92%
6	Ecuador	0	0	162	162	0	-100.00%	0.37%
7	China	20	44	104	76	84	11.30%	0.24%
8	Turquía	0	0	78	0	0	N/A	0.18%
9	Colombia	174	53	71	0	273	N/A	0.16%
10	Brasil	26	53	71	20	26	33.00%	0.16%
	<b>Subtotal</b>	<b>25,656</b>	<b>38,864</b>	<b>43,186</b>	<b>35,984</b>	<b>48,905</b>	<b>35.90%</b>	<b>99.85%</b>
	<b>Otros</b>	<b>21</b>	<b>48</b>	<b>63</b>	<b>56</b>	<b>386</b>	<b>589.29%</b>	<b>0.15%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>25,677</b>	<b>38,912</b>	<b>43,250</b>	<b>36,039</b>	<b>49,291</b>	<b>36.80%</b>	<b>100.00%</b>
11	Perú	11	29	23	23	372	1,517.4%	0.05%

Fuente: USITC

## 7.2 Volumen de importaciones

Los volúmenes de importación en EEUU de mango deshidratado reflejan similares tendencias que las expresadas en el punto anterior, con Filipinas, México y Tailandia constituidos como los principales países abastecedores de este producto para el mercado de EEUU. Cabe destacar que debido a precios relativamente más bajos para este producto, Tailandia se ubica en la segunda posición, con una participación de mercado de 26% en el 2010. Como puede observarse, el volumen total importado en el 2010 fue de 5,855 toneladas métricas (TM), y entre enero y setiembre del presente año, se registra un crecimiento de 18.3%.

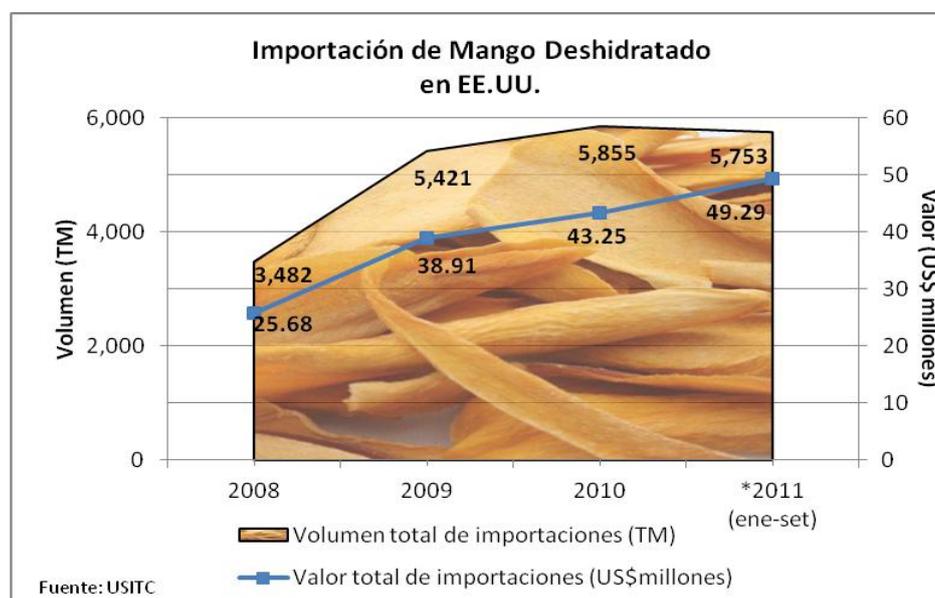
**Cuadro 4: VOLUMEN DE IMPORTACIONES EN EE.UU. DE MANGO DESHIDRATADO**  
(p.a. 0804.50.80.10) (En TM)

No.	País	2008	2009	2010	2010 (ene- set)	2011 (ene- set)	Var %	% Mercado (2010)
1	Filipinas	1,577	2,995	2,796	2,556	3,564	39.50%	47.75%
2	Tailandia	1,069	1,440	1,514	1,216	905	-25.60%	25.86%
3	México	649	894	1,364	989	1,085	9.70%	23.30%
4	India	1	27	87	31	94	199.20%	1.49%
5	Sudáfrica	18	39	41	28	44	58.40%	0.70%
6	Turquía	0	0	15	0	0	N/A	0.25%
7	Ecuador	0	0	14	14	0	-100.00%	0.24%
8	Colombia	134	4	7	0	25	N/A	0.12%
9	China	6	2	5	4	4	11.30%	0.09%
10	Brasil	14	13	3	1	1	25.10%	0.05%
	<b>Subtotal</b>	<b>3,469</b>	<b>5,413</b>	<b>5,845</b>	<b>4,838</b>	<b>5,722</b>	<b>18.30%</b>	<b>99.83%</b>
	<b>Otros</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>345.90%</b>	<b>0.17%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>3,482</b>	<b>5,421</b>	<b>5,855</b>	<b>4,845</b>	<b>5,753</b>	<b>18.74%</b>	<b>100.00%</b>
11	Perú	12	2	3	3	28	833.33%	0.05%

Fuente: USITC

El siguiente gráfico busca resumir la actividad importadora de EEUU para el mango deshidratado entre los años 2008 y 2011. Se confirma la tendencia creciente tanto de los importe como de los volúmenes importados.

**Cuadro 5:**



### 7.3 Principales puertos de entrada

Como se aprecia en el cuadro 6, el puerto de entrada más importante para el abastecimiento de mango deshidratado proveniente del exterior es el de San Francisco, en el estado de California. El 2010, este puerto registró la entrada de más de 2,500 TM por un valor de US\$21.6 millones, lo cual representó un 43.5% del volumen importado y un 50% del valor de la importación total de este producto.

**Cuadro 6: VALOR Y VOLUMEN DE IMPORTACION DE MANGO DESHIDRATADO EN EEUU (POR PUERTO DE ENTRADA)**

No	Destino	2008		2009		2010	
		TM	US\$(mil)	TM	US\$(mil)	TM	US\$(mil)
1	San Francisco, CA	1,693	17,431	2,745	22,568	2,544	21,621
2	Los Angeles, CA	439	1,227	701	4,208	860	4,840
3	New York, NY	284	1,011	702	2,637	733	3,050
4	San Diego, CA	433	3,528	597	4,937	731	6,154
5	Laredo, TX	152	1,100	219	1,887	438	3,649
6	Nogales, AZ	61	541	78	683	192	1,649
7	Norfolk, VA	101	298	83	240	133	483
8	Honolulu, HI	0	0	107	655	92	648
9	Minneapolis, MN	0	0	52	157	36	114
10	Great Falls, MT	8	26	28	89	27	102
<b>Subtotal</b>		3,171	25,162	5,312	38,061	5,786	42,310
<b>Otros</b>		311	515	109	851	69	940
<b>TOTAL</b>		<b>3,482</b>	<b>25,677</b>	<b>5,421</b>	<b>38,912</b>	<b>5,855</b>	<b>43,250</b>

### 7.4 Canales de distribución y comercialización

La comercialización y distribución de mango deshidratado importado en EEUU registra distintas vías para llegar al consumidor final y varía dependiendo de la modalidad empleada en su exportación, ya sea a como carga a granel o como producto empacado listo para ser consumido. En términos generales, se observa la presencia de empresas importadoras, distribuidoras y estamentos minoristas (retail). Sin embargo, cabe resaltar que estos formatos no son mutuamente excluyentes, pudiéndose encontrar empresas consideradas bajo más de uno de ellos.

Para exportaciones de carga a granel, un gran número de las importaciones directas de mango deshidratado son realizadas por los denominados traders (intermediarios), los cuales cuentan con inventarios en stock que contienen además otras frutas deshidratadas como duraznos, manzanas, plátanos y nueces, sean importados o de origen nacional. Estos importadores realizan la distribución de sus productos principalmente entre empresas fabricantes de productos con contenido de frutas deshidratadas, ésta como insumo (fabricantes de pastelería, panadería, etc.), o como producto terminado (empacadores de snacks). Paralelamente, la importación de mango deshidratado es trasladada a distribuidores dedicados a la industria del food service (hoteles, restaurantes, clubes privados, etc.), los cuales incluyen a esta fruta en los diferentes menús de comidas preparadas para sus clientes.

Como producto empacado, la importación de mango deshidratado es principalmente realizada entre distribuidores con capacidad de importación directa, los cuales abastecen a cadenas de estamentos minoristas como supermercados, bodegas, mercados bajo membresía (Costco, Sam's Club, etc.). Asimismo, se destaca la

presencia de estamentos minoristas especializados en alimentos naturales y orgánicos, los cuales realizan también importaciones de frutas deshidratadas, incluyendo el mango. En ese sentido, cabe destacar el creciente concepto de “private label” o marca propia, bajo el cual los estamentos minoristas, como supermercados, comercializan productos con sus propias marcas, para lo cual realizan importaciones directas. En este sentido, se destacan los supermercados Trader Joes (marca Trader Joe’s), WholeFoods Market (marca 365 Everyday value), entre otros.

Además de señalado anteriormente, durante los últimos años puede percibirse un incremento de las ventas electrónicas, realizadas principalmente entre mercados virtuales como Amazon.com y a través de las páginas web de empresas de ventas minoristas, como el caso de los supermercados Safeway (Safeway.com) y Giant (Peapod.com).

## **8. Oportunidades en el mercado de los “snacks”**

De las observaciones efectuadas, el destacado desenvolvimiento de las importaciones de mango deshidratado en este país responde a su creciente uso en la industria de los alimentos, ya sea como insumo o como producto final. El mango, así como otras frutas deshidratadas es comúnmente utilizado como ingrediente para productos de panadería, pastelería y aperitivos, y particularmente, como un alimento tipo “snack”.



Diversa oferta de frutas deshidratadas

### **8.1 Descripción del mercado**

Por definición, el snack es un tipo de alimento fácil de llevar, por su presentación en una porción de tamaño “individual”.

En EEUU existe una amplia gama de snacks que pueden ser clasificados en dulces y salados. Los dulces se encuentran subdivididos en caramelos y chocolates, productos de panadería (incluidas las galletas), “food bars” (barras de avena, nueces y frutas deshidratadas) y frutas (en conserva y deshidratadas). Los salados, se encuentran

subdivididos en “salty” snacks (chips de papa, tortillas de maíz, queso, etc.), crackers (galletas saladas), de nueces, palomitas de maíz y de carnes secas.

Cabe destacar que el crecimiento de estos productos en EEUU ha sido muy importante. De acuerdo a la reciente publicación de la firma de investigación Packaged Facts, “Snack Foods in the U.S.”, la predilección de los consumidores estadounidenses por los snacks es un hecho que no cambiará en un futuro cercano y se extenderá a las siguientes generaciones.

## **8.2 Tendencias de consumo**

El consumo de snacks en este país se ha convertido en un complemento de la vida diaria de la gran mayoría de consumidores y no resulta nada extraño la presencia de aquellos, que incluso, reemplazan a alguna de sus tres meriendas diarias con snacks saludables tales como los “food bars”. Asimismo, el mencionado informe de Packaged Facts señala que las ventas dentro de este mercado se han incrementado de manera consistente, a pesar de la recesión económica imperante. Así, en el 2010 las ventas de snacks en EEUU sumaron US\$63.7 mil millones y están proyectadas a alcanzar los US\$76.8 mil millones en el 2015.

En ese sentido, el mango deshidratado peruano podría encontrar importantes oportunidades en este mercado, especialmente dentro de la línea de snacks saludables o “better-for-you”, cuya demanda viene creciendo aceleradamente en consumidores de todas las edades. La población adulta y anciana se encuentra en una constante búsqueda por sentirse joven y más saludable, en tanto que el país en su conjunto es consciente de la importancia de una temprana educación de hábitos alimenticios sanos, como un mecanismo de lucha contra el problema de la obesidad. Por esa razón, los consumidores en este país buscan formas de alcanzar un estilo de vida saludable, y los snacks diseñados para atender este creciente interés, gozan y seguirán gozando de una alta aceptación. Consecuentemente, un gran número de empresas busca incluir dentro de su oferta productos con atributos saludables, como por ejemplo el alto contenido de vitaminas, fibras y minerales. En ese sentido, el mango deshidratado, rico en vitamina A, hierro y calcio, ha atraído la atención de consumidores de fruta deshidratada pura, como también en productos donde forma parte como ingrediente, como “food bars” y “trail mix” (mezclas con nueces).

Por lo expuesto, la exportación de mango deshidratado merece una atenta evaluación por parte de la comunidad exportadora peruana. Asimismo, la positiva percepción de nuestro país como un confiable productor de frutas frescas de calidad (que podría ser extendida a nuestras frutas deshidratadas), así como la creciente demanda por alimentos saludables en EEUU, incluyendo los snacks con contenido de frutas, configuran un favorable escenario para impulsar las exportaciones peruanas a EEUU de productos con mayor valor agregado, como el caso del mango deshidratado.

## **9. Presentaciones minoristas del mango deshidratado en EEUU**

A continuación se puede observar la oferta de mango deshidratado a nivel minorista, puestos a la venta en cadenas de supermercados en el área metropolitana de Washington DC (Maryland, Virginia y Washington DC). Cabe resaltar que los tres primeros (Trader Joe’s, Whole Foods Market, Mom’s Organic Market), **son** establecimientos ubicados en todo el país, que buscan atender la creciente demanda por productos naturales y orgánicos. Su base de clientes corresponde a personas de

estratos socioeconómicos medio y alto, convencidos de la importancia de una alimentación saludable. Cabe resaltar que la variedad de oferta de mango deshidratado en estos tres establecimientos sugiere la mayor aceptación de este producto entre este particular grupo de consumidores.

## TRADER JOE'S



<b>Marca</b>	Trader Joe's Dried Fruit
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Trader Joe's
<b>Presentación</b>	Bolsa de 6 oz (170 g)
<b>Precio (US\$)</b>	2.99



<b>Marca</b>	Trader Joe's Dried Fruit
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, adición de azúcar..
<b>Origen</b>	México
<b>Distribuidor</b>	Trader Joe's
<b>Presentación</b>	Bolsa de 6 oz (170 g)
<b>Precio (US\$)</b>	1.69



<b>Marca</b>	Trader Joe's Dried Fruit
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, adición de azúcar, sin dióxido de azufre.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Trader Joe's
<b>Presentación</b>	Bolsa de 8 oz (227 g)
<b>Precio (US\$)</b>	1.99



<b>Marca</b>	Trader Joe's Dried Fruit
<b>Descripción</b>	Trozos de mango verde deshidratado, adición de azúcar, sin dióxido de azufre.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Trader Joe's
<b>Presentación</b>	Bolsa de 6 oz (170 g)
<b>Precio (US\$)</b>	2.49



<b>Marca</b>	Trader Joe's Dried Fruit
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, adición de azúcar, adición de pimienta de Cayena, sin dióxido de azufre.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Trader Joe's
<b>Presentación</b>	Bolsa de 8 oz (227 g)
<b>Precio (US\$)</b>	1.99

## WHOLE FOODS MARKET



<b>Marca</b>	Bare Fruit Snacks
<b>Descripción</b>	Trozos de mango deshidratado, 100% orgánico, sin adición de azúcar, sin gluten, sin preservantes.
<b>Origen</b>	México
<b>Distribuidor</b>	Bare Fruit LLC.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 2.72 oz (63 g)
<b>Precio (US\$)</b>	3.39



<b>Marca</b>	Kopali Organics
<b>Descripción</b>	Trozos de mango deshidratado, 100% orgánico, sin adición de azúcar, sin preservantes.
<b>Origen</b>	México
<b>Distribuidor</b>	Kopali Organics
<b>Presentación</b>	Bolsa de 1.8 oz (51 g)
<b>Precio (US\$)</b>	3.99



<b>Marca</b>	Go Mango!
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, 100% orgánico, sin adición de azúcar, sin preservantes.
<b>Origen</b>	México
<b>Distribuidor</b>	International Harvest Inc.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4 oz (113 g)
<b>Precio (US\$)</b>	4.99

## MOM'S ORGANIC MARKET





<b>Marca</b>	Mom's Organic Market
<b>Descripción</b>	Pedazos de mango deshidratado, baja adición de azúcar (31 g).
<b>Origen</b>	México
<b>Distribuidor</b>	Mom's Organic Market
<b>Presentación</b>	Bolsa de 0.61 libras
<b>Precio (US\$)</b>	3.35



<b>Marca</b>	Mom's Organic Market
<b>Descripción</b>	Pedazos de mango organico deshidratado, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Mom's Organic Market
<b>Presentación</b>	Bolsa de 0.49 libras
<b>Precio (US\$)</b>	5.73

## HARRIS TEETER





<b>Marca</b>	Dole
<b>Descripción</b>	Trozos pequeños de mango deshidratado recubierto de avena y yogur, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Dole Packaged Foods LLC.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4.5 oz
<b>Precio (US\$)</b>	3.69



<b>Marca</b>	Sun Sweet
<b>Descripción</b>	Tiras de mango deshidratado, con adición de azúcar
<b>Origen</b>	Filipinas
<b>Distribuidor</b>	Sun Sweet
<b>Presentación</b>	Bolsa de 5 oz (142 g)
<b>Precio (US\$)</b>	4.99

## BLOOM





<b>Marca</b>	Sun Maid: Tropical Trio
<b>Descripción</b>	Mix tropical de mango, piña y papaya deshidratadas, con adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Filipinas
<b>Distribuidor</b>	Sun Maid
<b>Presentación</b>	Bolsa de 7 oz (198 g)
<b>Precio (US\$)</b>	2.99

## SAFEWAY



<b>Marca</b>	Mariani
<b>Descripción</b>	Tajadas de mango deshidratado, con adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Filipinas
<b>Distribuidor</b>	Mariani Packing Co.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4 oz (113 g)
<b>Precio (US\$)</b>	4.99

## GIANT



<b>Marca</b>	Mariani
<b>Descripción</b>	Tajadas de mango deshidratado, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Mariani Packing Co.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4 oz (113 g)
<b>Precio (US\$)</b>	4.25



<b>Marca</b>	Dole
<b>Descripción</b>	Trozos pequeños de mango deshidratado recubierto de avena y yogur, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Dole Packaged Foods LLC.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4.5 oz
<b>Precio (US\$)</b>	3.15

## SHOPPERS



<b>Marca</b>	Ann's House
<b>Descripción</b>	Pedazos de mango deshidratado, con adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Ann's House of Nuts, Inc.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 12 oz (340 g)
<b>Precio (US\$)</b>	3.69



<b>Marca</b>	Mariani
<b>Descripción</b>	Tajadas de mango deshidratado, adición de azúcar.
<b>Origen</b>	Tailandia
<b>Distribuidor</b>	Mariani Packing Co.
<b>Presentación</b>	Bolsa de 4 oz (113 g)
<b>Precio (US\$)</b>	3.19

## 10. Lista de Importadores de mango deshidratado

**Empresa:** Sunsweet Growers Inc.  
**Contacto:** Gary Thiara  
**Cargo:** Chairman  
**Dirección:** 901 N Walton Ave.  
Yuba City, CA 95993  
**Tel:** (530) 674-5010  
**Web:** [www.sunsweet.com](http://www.sunsweet.com)

**Empresa:** International Foodsource Llc.  
**Contacto:** Dan Baron  
**Cargo:** Member  
**Dirección:** 52 Richboynton Rd.  
Dover, NJ 7801  
**Tel:** (973) 361-7044  
**Web:** [www.intlfoodsource.com](http://www.intlfoodsource.com)

**Empresa:** Kleins Naturals Ltd.  
**Contacto:** Judy Klein  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 4702 2nd Ave.  
Brooklyn, NY 11232  
**Tel:** 7184994299  
**Web:** [www.kleinsnaturals.com](http://www.kleinsnaturals.com)

**Empresa:** Red River Foods Inc.  
**Contacto:** James A. Phipps  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 9020 Stony Point Pkwy  
# 380, Richmond, VA 23235  
**Tel:** (804) 320-1800  
**Web:** [www.redriverfoods.com](http://www.redriverfoods.com)

**Empresa:** Gold Harbor Commodities Inc.  
**Contacto:** James Golden  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 9750 3rd Ave Ne Ste 302  
Seattle, WA 98115  
**Tel:** (206) 527-3494  
**Web:** [www.goldharbor.com](http://www.goldharbor.com)

**Empresa:** Torn & Glasser Inc.  
**Contacto:** Robert Glasser  
**Cargo :** President  
**Dirección:** 1622 E Olympic Blvd.  
Los Angeles, CA 90021  
**Tel:** (213) 627-6496  
**Web:** [www.tornandglasser.com](http://www.tornandglasser.com)

**Empresa:** Specialty Commodities Inc.  
**Contacto:** Larry Leitner  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 1530 47th St NW  
Fargo, ND 58102  
**Tel:** (701) 282-8222  
**Web:** [www.scifargo.com](http://www.scifargo.com)

**Empresa:** JF Braun  
**Contacto:** Ed Howard  
**Cargo:** Executive Vicepresident  
**Dirección:** P.O. Box 6061 1 Atalanta  
Plaza, Elizabeth, NJ 07207  
**Tel:** (908) 393-7400  
**Web:** [www.jfbny.com](http://www.jfbny.com)

**Empresa:** Fine Dried Foods Intl Inc.  
**Contacto:** Norman Brown  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 2553 Mission St Frnt  
Santa Cruz, CA 95060  
**Tel:** (831) 426-1413  
**Web:** [www.artifactink.com](http://www.artifactink.com)

**Empresa:** MTY San Miguel Dist. LLC  
**Contacto:** Victor Salinas  
**Cargo:** President  
**Dirección:** 2904 W. 26th St.  
Chicago, IL 60623  
**Tel:** (773) 523-9877  
**Web:** [www.mtysanmiguel.com](http://www.mtysanmiguel.com)

## 11. Ferias comerciales internacionales en EEUU

### 1.- Winter Fancy Food Show

Lugar: Moscone Center, San Francisco, CA

Fecha: 15-17 de enero, 2012

Empresa Organizadora: NASFT (National Association for the Specialty Food Trade, Inc)

Dirección: 136 Madison Avenue, 12th floor, New York, NY 10016  
Persona de contacto: Erik T.H. Maas  
Teléfono: (646)878.0147  
Fax: (646) 878.0247  
E-mail: [emaas@nasft.org](mailto:emaas@nasft.org)  
Website: [www.nasft.org](http://www.nasft.org)

## **2.- Summer Fancy Food Show**

Lugar: Centro de Convenciones de Washington DC  
Fecha: 17-19 de junio, 2012  
Empresa Organizadora: NASFT (National Association for the Specialty Food Trade, Inc)  
Dirección: 136 Madison Avenue, 12th floor, New York, NY 10016  
Persona de contacto: Erik T.H. Maas  
Teléfono: (646) 878.0147  
Fax: (646) 878-0247  
E-mail: [emaas@nasft.org](mailto:emaas@nasft.org)  
Website: [www.nasft.org](http://www.nasft.org)

## **3.- Natural Products Expo West**

Lugar: Anaheim Convention Center, Anaheim, CA  
Fecha: 9-11 de marzo, 2012  
Empresa Organizadora: New Hope Natural Media  
Dirección: 1401 Pearl St. Boulder, CO 80305  
Persona de contacto: Lindsay Burchfield  
Teléfono: (303) 998-9415  
E-mail: [lburchfield@newhope.com](mailto:lburchfield@newhope.com)  
Website: [www.expowest.com](http://www.expowest.com)

## **4.- Natural Products Expo East**

Lugar: Baltimore Convention Center, Baltimore, MD  
Fecha: 20-22 de setiembre, 2012  
Empresa Organizadora: New Hope Natural Media  
Dirección: 1401 Pearl St. Boulder, CO 80305  
Persona de contacto: Lindsay Burchfield  
Teléfono: (303) 998-9415  
E-mail: [lburchfield@newhope.com](mailto:lburchfield@newhope.com)  
Website: [www.expoeast.com](http://www.expoeast.com)

## **5.- PLMA Show**

Lugar: Rosemont Convention Center, Chicago, IL  
Fecha: 12-13 de noviembre, 2012  
Empresa Organizadora: Private Label Manufacturers Association  
Dirección: 630 Third Avenue, 4th Floor, New York, NY 10017  
Persona de contacto: Sharon Davis  
Teléfono: (212) 972-3131  
E-mail: [sdavis@plma.com](mailto:sdavis@plma.com)  
Website: [www.plma.com](http://www.plma.com)

## **6.- National Restaurant Association (NRA) Expo**

Lugar: McCormick Convention Center, Chicago, IL

Fecha: 5-8 de mayo, 2012

Empresa Organizadora: National Restaurant Association/Convention Office

Dirección: 150 N.Michigan Avenue, Suite 2000, Chicago, IL 60601

Persona de contacto: Brian Moon

Teléfono: (312) 853-2525

E-mail: [bmoon@restaurant.org](mailto:bmoon@restaurant.org)

Website: <http://show.restaurant.org/NRA11/public/enter.aspx>

## **12.- Comentarios y conclusiones**

- El mango peruano, cuyas exportaciones han venido experimentando un destacado desenvolvimiento, particularmente como producto fresco y congelado, podría encontrar excelentes oportunidades de acceso en su presentación deshidratada en el creciente mercado estadounidense de los “snacks”.
- Se estima que en el 2010 el mercado de los snacks registró ventas de casi US\$64 mil millones y se proyectan para el 2015, ventas de aproximadamente US\$77 mil millones.
- La positiva percepción que existe entre la comunidad importadora acerca del Perú como un productor confiable de frutas frescas de calidad (incluyendo el mango) podría representar una ventaja comparativa frente a otros abastecedores de mango deshidratado.
- Las visitas a diferentes cadenas de supermercados en el área metropolitana de Washington DC, permite destacar la presencia de una mayor variedad de presentaciones de mango deshidratado en tiendas de productos, orgánicos y gourmet, lo cual permite distinguir una mayor aceptación de este producto entre consumidores con niveles de ingresos medio-alto, conscientes de la importancia de una alimentación saludable.
- Cabe indicar que para el presente perfil se efectuaron visitas a algunos supermercados latinos y asiáticos, los cuales contaban con una oferta muy limitada de frutas deshidratadas, incluyendo las pasas, duraznos y los plátanos.
- En ese sentido, se recomienda a los exportadores peruanos de mango deshidratado, considerar la certificación orgánica de esta fruta para su posterior procesamiento como deshidratada.
- Se recomienda además la visita o presencia en ferias comerciales especializadas señaladas en este perfil, con el objetivo de poder recabar una mayor información acerca de este mercado, sus principales actores comerciales y tecnologías de procesamiento utilizadas.

Oficina Comercial del Perú

Washington, DC

Diciembre de 2011