

Perfil Producto Mercado:
Chirimoya en Estados Unidos



I. Producto

La chirimoya (*Annona cherimola*) (también conocida como custard apple) es una fruta tropical originaria de Perú y Ecuador, y se ha naturalizado en tierras altas tropicales y áreas subtropicales de América del Sur (Love et al, 2007). Sin embargo, la chirimoya también es muy adaptable al cultivo en climas mediterráneos (UCANR, 2016). Andalucía, España es el mayor productor mundial de chirimoya (Fresh Plaza, 2014), y California es el único estado que cultiva la fruta comercialmente en los Estados Unidos.

La chirimoya es el fruto más representativo de la flora subtropical española, y aunque es absolutamente familiar en los mercados peninsulares, no es una fruta muy consumida en Canarias y tampoco en Europa, y es probable que no lo sea nunca debido a las características perecederas de esta Anonácea, que sin embargo está considerada por la mayoría de los estudiosos como una de las tres mejores frutas del mundo. El naturista Haenke fue más lejos y se atrevió a publicar que la chirimoya era "la obra maestra de la naturaleza"; asimismo, Mark Twain afirmó que la chirimoya es "la fruta más deliciosa conocida por los hombres" (Twain, 1866).



La textura de la fruta es parecida a la natilla, y, dependiendo de a quién le pregunte, el sabor se describirá como un sabor similar al del plátano, mango, papaya, piña, pera o vainilla (Ferguson, 2015).

Originaria de las laderas subtropicales de la cordillera andina peruana o colombiana hasta Ecuador, los indígenas se ocupaban de su cultivo y disfrutaban de su consumo desde tiempos anteriores a la llegada de los conquistadores. De allí paso a las Antillas y Venezuela donde el fruto fue muy bien recibido, alcanzando en poco tiempo rango de consumo popular. Fueron los colonizadores españoles quienes llevaron las semillas al Lejano Oriente, principalmente a Filipinas donde en la actualidad es motivo de cultivo intensivo e industrial.

Sin embargo, es preciso indicar que acaba de salir un trabajo publicado en "[Molecular Ecology](#)", que revelaría que el origen de este producto se sitúa en América Central y no en América del Sur (sur de Ecuador y norte de Perú), tal y como la comunidad científica pensaba.

Algunas denominaciones que se tienen del producto son: Inglaterra (Cherimoya, Annona, Chirimoyer, Custard Apple), Francia (Anone, Chérimolier, Chérimoyer, Corossol du Pérou), Alemania (Cherimoyabaum, Cherimoya, Flachsbaum), Italia (Cerimoglia), Portugal (Cherimolia, Chirimília, Anona do Chile), otras (Anona, Chirimorriñon, Anona del Perú, Catuche, Cachimán, Momona, Girimoya, Cerimoya, Chirimoyo).

Cuadro N° 1.
Variedades de chirimoya



Tuberculata



Umbonata



Impresa



Loevis



Mamillata

A partir de este punto, debemos indicar que este estudio contempla a “Estados Unidos” como país de análisis, pues ha sido el 3er mayor importador global del grupo de productos que contiene la partida armonizada 081090, entre los cuales se encuentra la chirimoya. Sus tasas anuales de crecimiento (2012-2016), en valor y volumen, han bordeado entre el 5% y 6%. Asimismo, si analizamos a detalle las importaciones en el mercado americano corroboramos que las importaciones en valor para cada uno de los últimos cinco años crecieron a una tasa anual promedio de 15%, mientras que en volumen vienen creciendo a un ritmo de 6%.

A continuación, se detalla la partida arancelaria específica bajo la cual se importa este producto en Estados Unidos. Según el portal Market Access Map (2017) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 2 EEUU: Partida Arancelaria para la chirimoya

Partida SH10	SH6	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado Vietnam	Arancel aplicado a Peru	Arancel Miembros AP ¹
08.10.904600	081090	Otras frutas frescas	2.0%	2.0%	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

**Cuadro N° 3
Ley y Reglamentos²**

Organismo o Institución que Normaliza	Servicio encargado	Fecha de Publicación	Mayor información
Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)	<i>Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales</i>	Marzo 2016	http://www.aphis.usda.gov/ppq/manuals/online_manuals.html
Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)	<i>El Servicio de Inspección de Inocuidad Alimentaria (FSIS)</i>	Octubre 2017	http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?tpl=/ecfrbrowse/Title07/7cfr319_main_02.tpl
Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)	<i>Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena (PPQ)</i>	Junio 2017	https://www.aphis.usda.gov/aphis/resources/forms/ct_ppq_forms

¹ Miembros AP: Alianza del Pacífico (Mexico, Colombia, Chile y Perú).

² La Comisión Europea: Alimentos

Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)	Environmental Protection Agency (EPA)	Octubre, 2017	https://www.epa.gov/pesticides
Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)	CFR - Code of Federal Regulations Title 21	Abril 2017	https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?CFRPart=101

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

2. Estándares y certificaciones

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

Cuadro N° 5 Certificaciones

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Norma ISO 22000- Food Safety	Los compradores requieren que sus proveedores cuenten con un sistema de control de la calidad de sus productos, que asegure que es apto para el consumo humano. Otras certificaciones similares, se utilizan son: IFS (International Food Standard), SQF (Safe Quality Food Program), entre otros.	http://bit.ly/2ptUDv1
	Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP)	Permite identificar los peligros específicos (biológicos, químicos y físicos) y las medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Este instrumento sirve para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse en el ensayo del producto final.	http://www.digesa.minsa.gob.pe/norma_consulta/proy_haccp.htm
	USDA Organic	Se consideran orgánicos aquellos alimentos, principalmente frutas y hortalizas que en ninguna etapa de su producción agrícola y manejo post cosecha intervienen productos como fertilizantes sintéticos, y plaguicidas químicos, tanto en la planta como en el suelo donde son cultivados. La producción orgánica requiere de insumos especiales: abonos, plaguicidas, fertilizantes cuyo uso esté permitido en la agricultura orgánica.	https://www.usda.gov/topics/organic

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

III. Estadísticas de competencia y del mercado

3.1. El mercado americano

Se estima que el mercado americano de frutas en el 2017 llegó a las 19.3 millones de toneladas y que hacia el 2021 supere las 20.5 millones de toneladas, lo que equivaldrá a crecer a una tasa anual de 1.6% entre 2016 y 2021. Asimismo, es preciso indicar que el canal moderno ya viene bordeando alrededor del 70% en lo que respecta a su participación del volumen de este mercado, por lo que cualquier estrategia de entrada en mercados como los que se encuentran en la costa este, debe contemplar este tipo de información.

Si a ello le sumamos el hecho que ciudades como Detroit, Chicago, o Nueva York cuentan con PBI's per cápita que fluctúan entre los US\$ 58,220 y los US\$ 81,056, nos dan una idea de su capacidad de gasto.

Cuadro N° 6³.
Tamaño de mercado de frutas en EE.UU. (miles de toneladas)

Italia/toneladas	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Var% 2016/2015	TCP 2016/2019
Frutas	18,397	18,452	18,917	19,273	19,591	19,898	2,5%	1,7%

Fuente: Euromonitor

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Marzolo, sostiene en su [publicación](#) que la temporada de comercialización de la chirimoya fresca de California generalmente comienza en enero y dura hasta mayo (Durand, 2006) (Ruskey, 2016) y que los principales mercados para la chirimoya fresca son los mercados de agricultores. Sostiene que una estrategia a usar cuando se comercializa una fruta inusual es tener literatura gratuita que describa la fruta y sus usos (Ames y Greer, 2010). Asimismo, otra buena estrategia de marketing es tener muestras gratuitas disponibles. La chirimoya fresca se puede usar de muchas maneras: sin duda se puede comer tal como está, o se puede agregar a las salsas y ensaladas, mezclarlas con aderezos, agregarlas a los batidos o usarlas en postres como complementos (Produce For Better Health Foundation, 2016)

El precio de la chirimoya fresca siempre fluctúa. Según un artículo publicado por SFGate en 2011 declaraba que la chirimoya costaba entre \$ 5 y \$ 8 por libra (Hickman, 2011). En 2015, un artículo publicado por The Desert Sun dijo que la dulce chirimoya se vendía en un mercado local de agricultores por \$ 6.50 por libra (The Desert Sun, 2015).

3.3. Competencia Internacional

Estados Unidos es un mercado que en los últimos 5 años, ha venido importando alrededor de US\$ 15 millones anuales, creciendo a una tasa promedio del 15% en términos de valor. Mientras que en el caso del volumen, este un mercado de 152,186 toneladas de importación anual, creciendo de manera continua a un ritmo del 6%.

Cuando hablamos de procedencia, en términos de valor, vemos que un 65% de las importaciones americanas proceden de Vietnam (35%), México (16%) y Chile (13%), otros mercados de destacar son Guatemala, India, Honduras. Sin embargo, cuando hablamos en términos de volumen, en cada uno de los últimos 5 años, México ha venido colocando en el mercado americano el 73% del volumen total importado (111,755 TM).

Luego en los últimos años, se ha notado la presencia de fruta procedente tanto de Centro como de Sudamérica (Argentina, Colombia y Ecuador).

³ Euromonitor: Fruits in Italy 2017

Cuadro N° 7. Principales exportadores o proveedores de chirimoya a EE.UU.(Part. Nro. 0810.90.46.00)

Rk	Mercado Origen	Valor US\$ (Millones)					Volúmen (Toneladas)				
		2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
1	Vietnam	2.7	3.9	5.0	6.0	8.8	1,456	1,529	1,866	2,121	4,862
2	Mexico	2.0	2.5	2.8	2.5	2.3	0	126,547	142,227	137,156	152,845
3	Chile	1.9	1.8	1.7	2.4	2.1	4,329	4,102	3,546	5,295	4,774
4	Guatemala	0.0	0.7	0.0	1.4	1.7	692	608	1,174	1,473	1,814
5	India	0.2	0.3	0.3	0.3	0.8	37	88	73	81	214
6	Honduras	0.0	0.0	0.1	0.1	0.5	71	28	71	324	744
	Peru	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	132	257	213	329	297
	Resto	4.2	3.2	4.9	3.5	3.3	129,873	7,425	9,979	6,848	5,432
	Total	11.1	12.4	15.1	16.4	19.5	136,590	140,585	159,148	153,627	170,982

Fuente: USITC. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

En relación a la estacionalidad de la importación de chirimoya, en el último año, se presenta la siguiente ventana comercial, aunque no olvidar tener en cuenta, que los niveles de colocación en términos de volumen para cada mercado son distintos:

Cuadro Nro.8
Ventana comercial por país exportador

Mercado	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
México	Alta											
Vietnam	Alta											
Chile	Alta											

Alta
Media
Baja

Asimismo Marzolo en su [publicación](#) en [AgMRC](#), indica que Andalucía – España, es el más grande productor mundial de chirimoya con aproximadamente 3,000 has de cultivo, una producción cercana a 40,000 toneladas valorizadas en alrededor de €48 millones (más de US\$ 52 millones) (Fresh Plaza, 2014). En Estados Unidos, es solo cultivada para fines comerciales en California y principalmente a lo largo de la costa sur de California (UCANR, 2016). De acuerdo con la California Rare Fruit Growers (CRFG por sus siglas en inglés), la chirimoya ha sido cultivada en California desde 1871 (CRFG, 1996), y se llegó a convertir en un cultivo comercial menor en los 40's (Sellers, 2010). Actualmente no hay datos completos sobre la superficie de Chirimoya en California. Sin embargo, las granjas individuales muestran información de su superficie cultivada en sus webs,

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte / Fletes

Cuadro N° 11.
Tiempo de transporte de Perú a EEUU

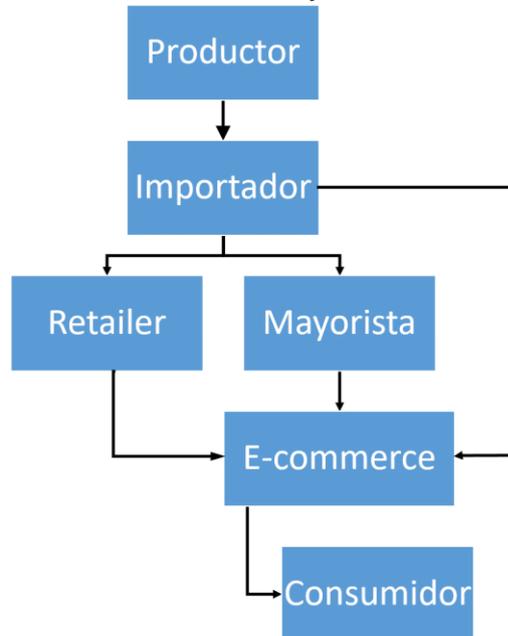
Tipo de Ruta	Ruta	Puerto / Aeropuerto origen	Puerto de destino	Tiempo de tránsito	Frecuencia de salida	Tipo de contenedor:	Costo aproximado (US\$) x contenedor (o Kgr)
Marítima	De Perú a EEUU	Callao	New York	17 días	SEMANAL	20" 40" Reffer 40"	\$ 1,803 - \$ 2,432 \$ 1,939 - \$ 2,704 \$ 4,000
Marítima	De Perú a EEUU	Callao	Baltimore	21 días	SEMANAL	20" 40" Reffer 40"	\$ 1,803 - \$ 2,432 \$ 1,939 - \$ 2,704 \$ 4,000
Aérea	De Lima a EEUU	Callao	Los Angeles	16 Horas	DIARIO	101 – 300 Kg 301 – 500 Kg 501 – 1,000 Kg	\$ 3 / Kgr

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

V. Canales de distribución

En el estudio de canal de distribución de venta online de alimentos en EE.UU (ProChile, 2015), se muestra el flujo del canal de distribución de la venta de alimentos en línea, el cual es similar al canal tradicional para alimentos, solo que se diferencia en la adquisición de productos por parte del oferente puede venir directamente del importador o bien adquirirlos a través del retailer para finalmente llegar al consumidor final. Cabe señalar que el flujo corresponde solo a productos importados.

Gráfico Nro. 1. EEUU: Canales de Distribución y Comercialización en línea



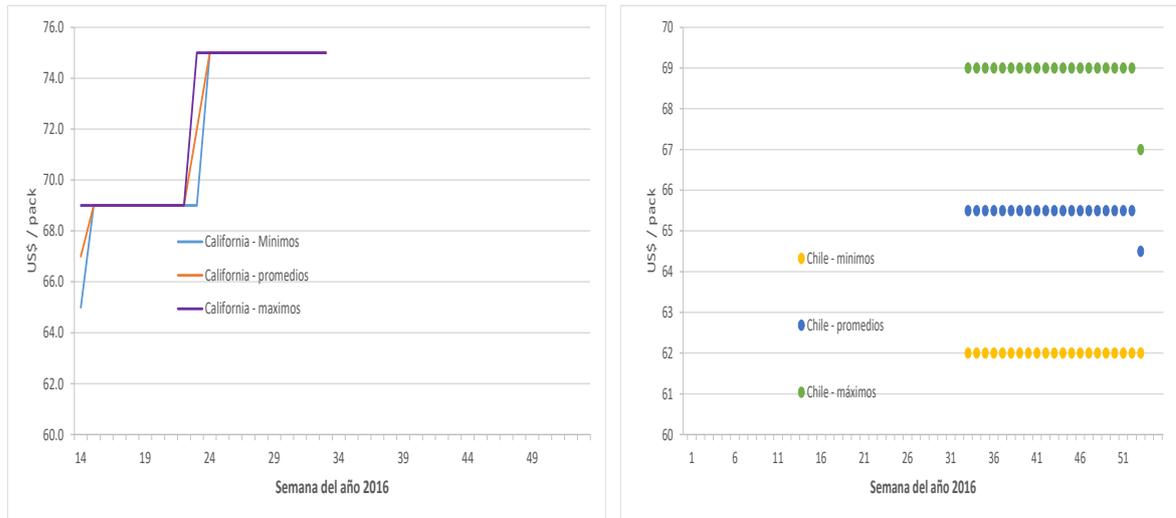
Fuente: [Prochile](#). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

VI. Precios

A continuación se detallan algunos precios de la chirimoya según terminal market como el de Chicago para presentación (carton 1 layer tray pack), donde vemos que la chirimoya de California ingresa al mercado entre las semanas 14 y 35 arrancando con precios mínimos de US\$ 65/pack llegando un valor máximo que bordea los US\$ 75/pack hacia los finales de su ventana. En el caso de la chirimoya chilena, podemos ver que esta entra en semanas posteriores, entre la 33 y la 53, empezando su campaña en US\$ 62/pack y alcanzando un pico de US\$ 69/pack hacia finales de año. Sin embargo, si analizamos mercados como el de New York, para este mismo origen, los precios para este mismo formato de presentación a inicios del 2016, bordeaban los US\$ 48/pack y cerrando en US\$ 40/pack hacia finales de la semana 7 del 2016.

Gráfico N° 2. Precios campaña x origen 2016 - en terminal market (Chicago)

Presentación: carton 1 layer tray pack



Fuente: USFA. Elaboración: Inteligencia de Mercados

VII. Presentaciones con valor agregado para la chirimoya

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Cherimoya Ice Cream
	Presentación del producto	Helados y sorbete
	Marca	Rumba desserts
	País de fabricación	-
	País de distribución	USA
	Fecha de lanzamiento	-

Fuente: [Rumba desserts](#)

VIII. Potencial del producto peruano.

Las exportaciones de chirimoyas continúan creciendo a un ritmo bastante dinámico pues tan solo en el último año crecieron un 55% en términos de valor, mientras que en términos de volumen este crecimiento superó un 67% si lo comparamos con los envíos en 2015. Este comportamiento se ha dado pues en los últimos años, Chile ha tomado protagonismo como destino de nuestras exportaciones, bordeando el millón de dólares (+54%) y un total de 354 toneladas (+67%) tan solo en 2016. Es importante destacar que 22 exportadores lograron colocar su oferta en 13 mercados internacionales tan solo en el último año. Y si bien Canadá ha sido un mercado más recurrente como destino de nuestras exportaciones, en este momento Chile ha pasado a representar el 71% del total de la oferta exportable.

Este dinamismo exportador lo han generado empresas ubicadas en el norte de Lima, específicamente ubicadas en Huaral.

Cuadro N° 14. Principales mercados destino de chirimoya

PAIS	FOB (Miles US\$)					PESO NETO (TM)							
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	Var% 16/15	TCP 12- 16	% Part 12-16
Chile	-	-	-	608	936	-	-	-	212	354	67%	- . -	71%
Canadá	131	149	52	39	90	47	43	14	10	19	88%	-21%	17%
Países Bajos	-	-	5	4	25	-	-	1	1	7	598%	124%	1%
Kenia	-	-	-	-	7	-	-	-	-	2	- . -	- . -	0%
Francia	-	2	-	0	7	-	0	-	0	2	> 500%	72%	0%
Italia	0	5	6	5	6	0	1	2	2	5	145%	147%	1%
Resto	30	97	83	44	16	8	28	23	10	5	-50%	-10%	9%
Total	161	252	146	700	1,087	55	73	40	235	394	67%	64%	100%

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

No olvidar que tan solo en el último año, actores de la región como Argentina (408 tm), Ecuador (187 tm), Colombia (30 tm) siguen consolidando su posición en el mercado americano, y por la información recogida en lo que va del 2017, esta tendencia a incrementar sus envíos continuará.

X. Información de interés

1. Ferias del sector alimentos, frutas y hortalizas.

Nombre de la Feria	WebSite	Duración	Ciudad/ País
Biofach America	http://www.biofach-america.com/	13 – 15 setiembre, 2018	Baltimore, EEUU
PMA Fresh Summit	https://www.pma.com/	19 – 21 Octubre, 2017	New Orleans, EEUU
Process Expo	http://www.myprocessexpo.com/	8 - 11 Octubre, 2019	Chicago, EEUU

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

2. Oficinas comerciales en Estados Unidos – Costa este

Oficina Comercial de Perú en New York	Sr. Conrado Jose Falco Scheuch
Dirección	767 third ave. suite 3b, new york ny 10017, EEUU
Teléfonos	646-455 0676/1-917-937-6184
E-Mail	cfalco@mincetur.gob.pe
Diferencia Horaria	Lima-Peru,PET,UTC -05HRS, New York - EEUU,EDT, UTC - 04HRS

Fuente: Mincetur. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

3. Links de interes

- California rare fruit growers, inc. <https://crfg.org>
- Agricultural marketing resource center: <http://www.agmrc.org>
- USITC: www.usitc.gov
- USDA: <https://www.usda.gov/>

4. Bibliografía:

- A Mesoamerican origin of chirimoya (Annona cherimola Mill.): Implications for the conservation of plant genetic resources. Publicación: [Wiley online library](#)
- La chirimoya es originaria de Centroamérica y no de Sudamérica: [Fresh Plaza](#)
- [10 caminos para disfrutar la chirimoya](#)
- Agmrc: [Chirimoya](#)
- La chirimoya: <http://www.lachirimoya.org>
- Descubre los frutos exóticos. Julián Díaz

- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú: www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- Market Access Map: www.macmap.org
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR): www.mincetur.gob.pe