



ES TU DIO DE MERCADO



FRIJOL CASTILLA

ÍNDICE

1	RESUMEN EJECUTIVO	3
2	ALCANCE DE ESTUDIO DE MERCADO DEL FRIJOL CASTILLA.....	4
2.1	Propiedades y beneficios.....	4
3	ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DESTINO.....	5
3.1	Producción en Estados Unidos	5
3.2	Exportaciones totales de Estados Unidos	6
3.3	Importaciones totales de Estados Unidos	10
3.4	Exportaciones Peruanas	16
3.5	Análisis de la competencia	22
3.5.1	Competencia nacional	22
3.5.2	Competencia internacional.....	23
4	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	24
4.1	Rutas de acceso	24
4.2	Canales de distribución	24
4.3	Canales de comercialización.....	25
4.4	Costos logísticos aproximados.....	26
5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	27
5.1	Perfil del consumidor	27
5.2	Análisis de la demanda	28
6	REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO.....	29
6.1	Medidas arancelarias.....	29
6.2	Regulaciones	30
6.3	Certificaciones	31
7	ACTIVIDADES DE PROMOCION	33
7.1	Ferias	33
7.2	Publicaciones especializadas	35
8	CONTACTO DE INTERES.....	37
8.1	Institucionales	37
9	BIBLIOGRAFIA.....	38

1 RESUMEN EJECUTIVO

Este informe se elaboró con precisión y detalle para determinar una estrategia de exportación de frijol castilla al mercado internacional de Estados Unidos. Se utilizó la partida arancelaria 0713.35.90.00 para identificar el producto específico: “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”.

El objetivo principal fue presentar de manera clara y sencilla los requisitos y condiciones que las empresas peruanas productoras de frijol castilla deben cumplir para ingresar exitosamente al mercado estadounidense. La investigación se basó en diversas fuentes especializadas, como Adex Data Trade, Trade Map, Market to Access y Veritrade, para garantizar la fiabilidad y veracidad de los datos presentados

2 ALCANCE DE ESTUDIO DE MERCADO DEL FRIJOL CASTILLA

Las legumbres o menestras tienen muchos nombres y orígenes, diversos de los gentilicios que los nombran. Los antiguos peruanos se alimentaban de pallares y porotos, que tienen nombres andinos (probablemente del mochica y del quechua). Del latín provienen las palabras fréjol (son variantes regionales frijol y frejol) y legumbre.

En Piura se llama caupí al frijol castilla, que en realidad proviene de África y cuyo nombre se toma del inglés: “cowpea”, porque servía de alimento a los vacunos. En otros países se llama carilla, ojo negro, judía de careta y en Yucatán, espelón. En Ecuador le dicen frijol paciencia. Es muy característico de Talavera de la Reina, en España.

Otras menestras de nombres curiosos son el frijol de palo, que en Piura también le dicen chapapoyo. Luego están el frijol canario, el panamito o quizás y el caballero; y, también tenemos la zarandaja o frijol cerudo que es indispensable en el cebiche norteño. También es de origen africano el chileno o chileno, que se llama aquí frijol andulla y también frijol cuarenta (cuarentón, dice el padre Esteban Puig), porque se cosecha en cuarenta días y se siembra en orillas y tablazos cuando cae lluvia estacional; más aún con aguaceros, en los llamados “temporales”, que es cuando se producen las cosechas de los años de lluvias.

En la lengua común se dice zarandaja o zarandajo a la cosa menuda, de poco valor o de importancia muy secundaria, según señala el diccionario de la Real Academia Española. El término es derivado de “serondo”, que se aplica al fruto tardío, con influencia del arabismo “zaranda”, nombre antiguo del cedazo.

Según MIDRAGRI, la producción de frijol castilla se concentró en los departamentos de Lima con un 35%, Piura con un 25%, Lambayeque con un 14%, San Martín con un 12%, La Libertad con un 11% e Ica con un 3%.

2.1 Propiedades y beneficios

Este tipo de legumbre son ricas en proteínas, en vitaminas, en fibra; y tienen alto contenido en hierro. Aparte de ser una fuente muy rica en proteínas esta legumbre es de bajo índice glucémico lo que significa que su consumo no representa una rápida subida de azúcar en los niveles de la sangre. Una porción de 100 gr de frijol castilla proporciona:

Tabla 1*Composición nutricional del frijol castilla*

Valor nutricional 100gr (3,3 oz)	%
Energía	142
Proteína	9
Carbohidratos	25
Fibra	9
Grasa	1.8
Calcio	1.32
Hierro	76
Fosforo	420
Tiamina	0.92
Riboflabina	0.18
Niacina	1.9

Fuente: *El Tiempo*

Elaboración: *Inteligencia Comercial – IPN*

Esta legumbre aparte de sus excelentes beneficios nutricionales es un excelente aliado para las personas que sufren del corazón ya que su consumo se ha asociado con una reducción del riesgo de enfermedades crónicas como la diabetes tipo 2, enfermedades cardíacas y diversos tipos de cáncer.

3 ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DESTINO

3.1 Producción en Estados Unidos

Durante el decenio del noventa, la agricultura orgánica fue uno de los sectores agrícolas de los Estados Unidos que ha crecido más rápidamente, En 1997, las certificaciones estatales y privadas habían registrado como cultivada orgánicamente una superficie de más de 1 345 558 acres, Entre 1992 y 1997, el total de las tierras orgánicas certificadas creció en un 44%. Aunque este sector de la agricultura crece rápidamente, apenas representan el 0.2% de todas las tierras de cultivo. En los Estados Unidos la industria alimentaria orgánica se ha limitado a algunas empresas pequeñas y precursoras, mientras que las de mayor entidad tienen una actitud vacilante. Los grandes fabricantes de los Estados Unidos han empezado a entrar en el mercado orgánico invirtiendo en las empresas existentes, comprando a empresas orgánicas e introduciendo productos orgánicos

de marca. Esta tendencia indica que la tasa de crecimiento de la superficie orgánica continuara en los años venideros.

Las superficies orgánicas en las cuales se cultivan los frijoles en Estados Unidos son de 12 040 Acres solo presentando un porcentaje de 1.04% de superficie cultivada para esta menestra frente al 46.28% de las pasturas y piensos y al 21.61% de los cereales.

3.2 Exportaciones totales de Estados Unidos

Los datos mostrados en la Tabla 2 y la Tabla 3, muestran los cinco primeros países que importan desde los Estados Unidos con la 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)” en el que las exportaciones realizadas durante el año 2023 ascendieron a 52.539 miles de dólares americanos y 27.559 toneladas.

El principal país importador es Canadá con una participación de un 62%, porcentaje equivalente a 32.811 miles de dólares americanos en el año 2022 y del cual habría sufrido un decrecimiento de 25% durante los años 2021-2022. Dicho decrecimiento estaría justificado por el decrecimiento en la demanda total del fruto y el aumento de una mayor participación de mercado por parte de otros países como Perú, Sudáfrica o Australia (Trademap).

Tabla 2

*Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en (Miles de Dólares US\$)*

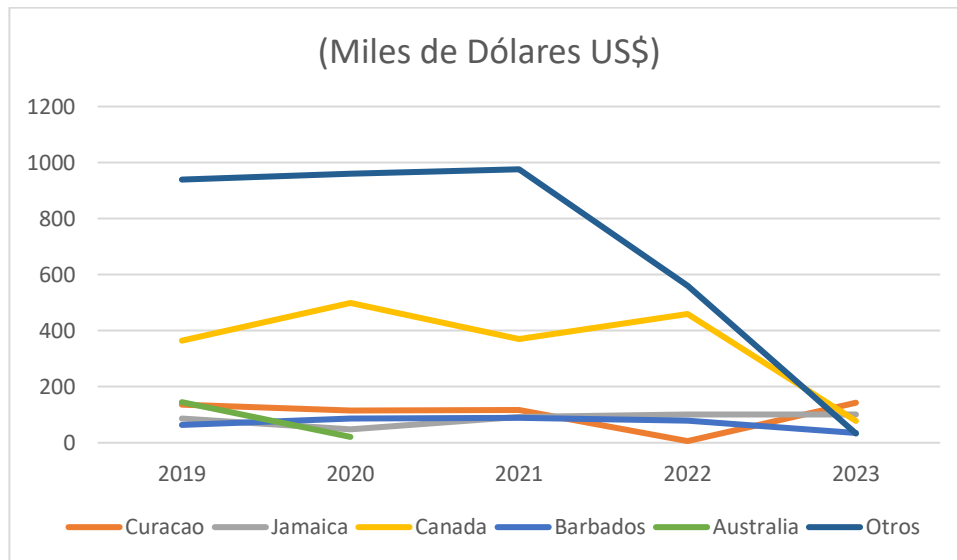
N°	Países	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2022-2023	Part. % 2023
1	Curacao	136	115	117	6	143	2283%	35%
2	Jamaica	86	48	93	101	101	0%	25%
3	Canadá	365	499	370	460	78	-83%	19%
4	Barbados	63	87	89	78	35	-55%	9%
5	Australia	145	21			21	210%	5%
6	Otros	940	960	976	561	33	-94%	8%
	Total	1735	1730	1645	1206	411	-66%	100%

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 1

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en (Miles de Dólares US\$)

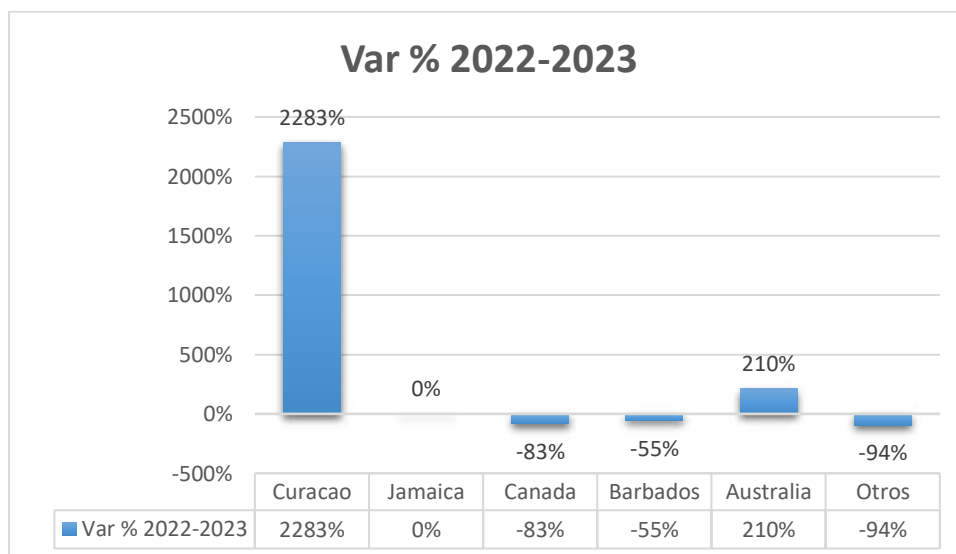


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 2

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2022 – 2023 expresados en variación porcentual

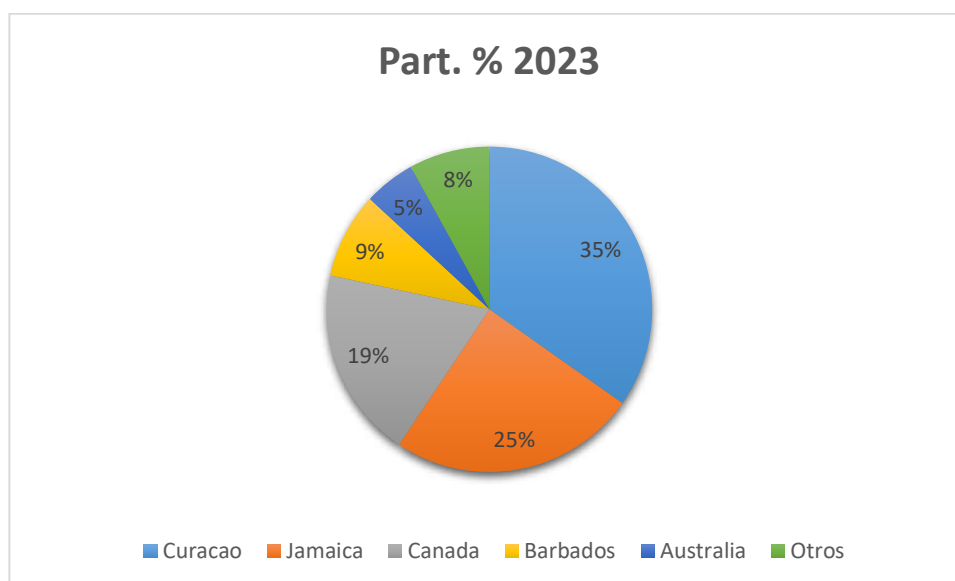


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 3

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. 2023 expresados en participación porcentual en el 2023



Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 3

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en toneladas

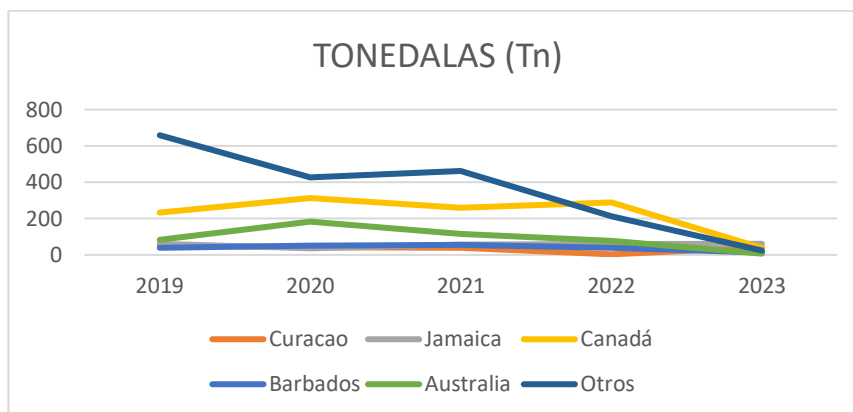
N°	Países	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2022-2023	Part. % 2023
1	Curacao	53	41	39	3	43	1333%	23%
2	Jamaica	61	36	56	60	61	2%	33%
3	Canadá	232	313	259	288	38	-87%	20%
4	Barbados	38	50	55	39	13	-67%	7%
5	Australia	84	183	115	77	7	-91%	4%
6	Otros	659	427	463	211	24	-89%	13%
Total		1127	1050	987	678	186	-73%	100%

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 4

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)". entre los años 2019 – 2023 expresados en Toneladas



Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 5

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)". entre los años 2022 – 2023 expresados en variación porcentual

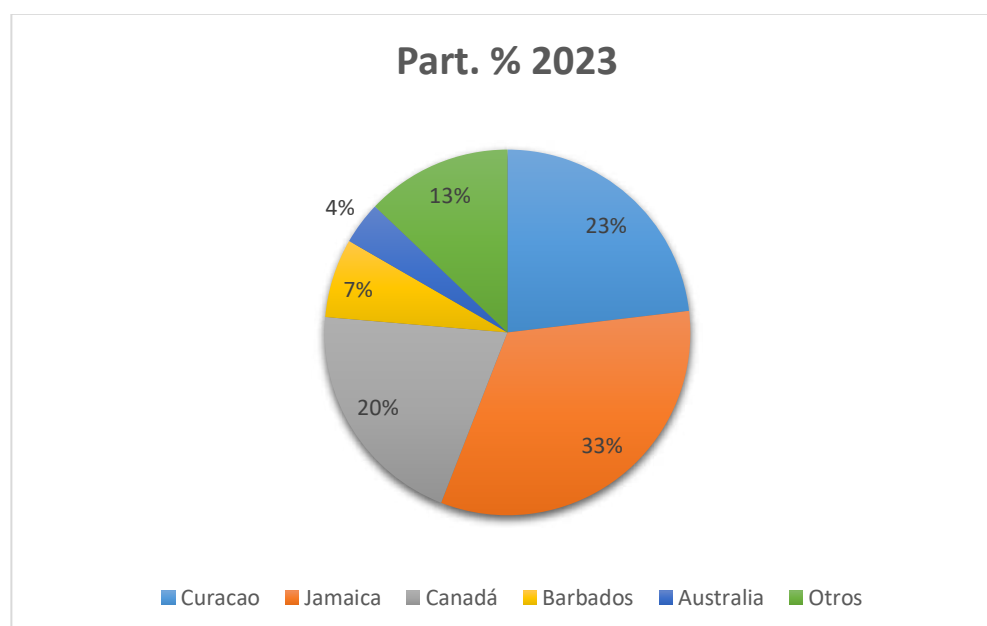


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN.

Ilustración 6

Exportaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. expresados en participación porcentual en el 2023



Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

3.3 Importaciones totales de Estados Unidos

Los datos mostrados en la Tabla 4 y la Tabla 5, muestran los cinco primeros países sobre los que Estados Unidos importan bajo la 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”, en el que las importaciones realizadas durante el año 2023 ascendieron a 579.735 miles de dólares americanos y 352.734 toneladas.

El principal país sobre el que importa Estados Unidos es Perú con una participación de 35%, cifra equivalente a 205.285 miles de dólares americanos y del cual habría sufrido un crecimiento de 66% en relación a lo exportado en el año 2021. El crecimiento de la importación de este fruto por Estados Unidos de Perú está explicado por el aumento de la demanda de consumo de este fruto en el país y por el aumento de capacidad de producción por parte de Perú en relación a este fruto. Asimismo, la facilidad que han brindado los Estados Unidos para la comercialización del frijol castilla ha permitido que sea más factible para los empresarios estadounidenses importar del Perú que de otros países.

Tabla 4

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". entre los años 2019 – 2023 expresados en (Miles de Dólares US\$)

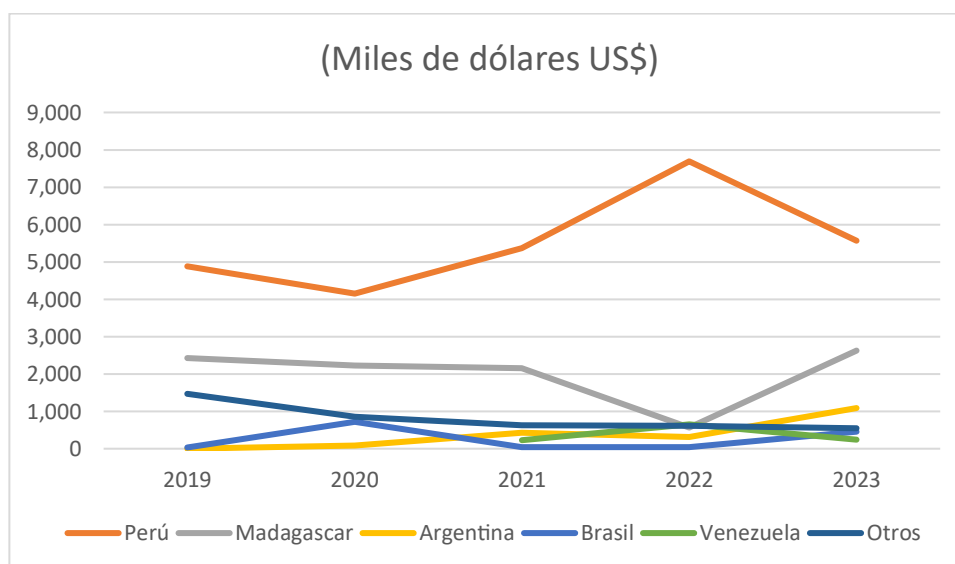
N°	Países	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2022-2023	Part. % 2023
1	Perú	4886	4151	5367	7691	5574	-28%	53%
2	Madagascar	2432	2226	2156	566	2626	364%	25%
3	Argentina	0	90	421	313	1088	248%	10%
4	Brasil	33	720	48	36	463	1186%	4%
5	Venezuela	20		228	652	239	-63%	2%
6	Otros	1469	855	629	609	548	-10%	5%
Total		8840	8042	8849	9867	10538	7%	100%

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 7

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". entre los años 2019 – 2023 expresados en (Miles de dólares US\$)

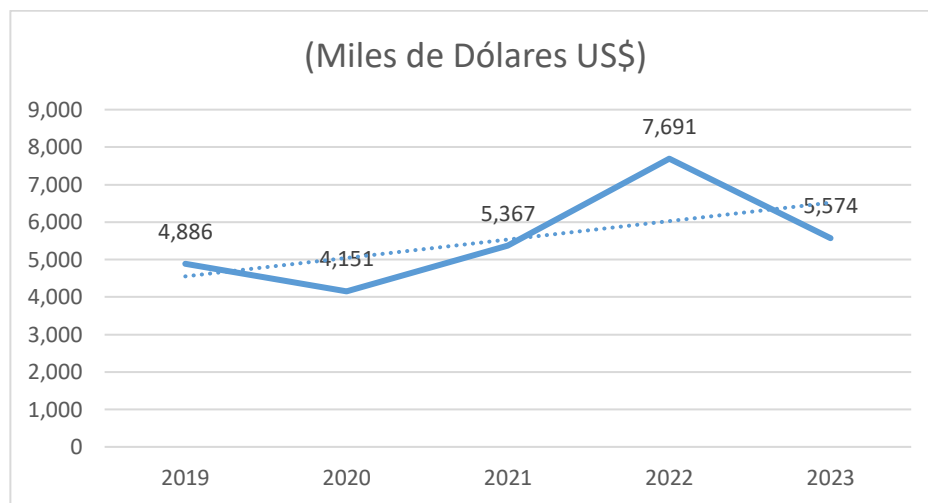


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 4

Importaciones de Estados Unidos a Perú en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en (Miles de Dólares US\$)



Fuente: ADT

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 9

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2022 – 2023 expresados en variación porcentual

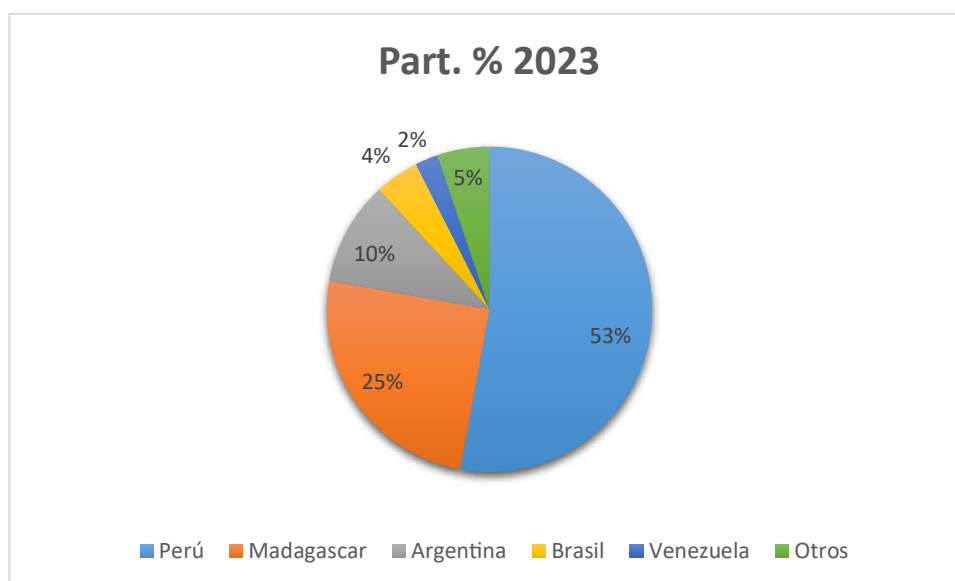


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 5

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en participación porcentual del año 2023



Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 5

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (*Vigna unguiculata*)”. entre los años 2019 – 2023 expresados en toneladas

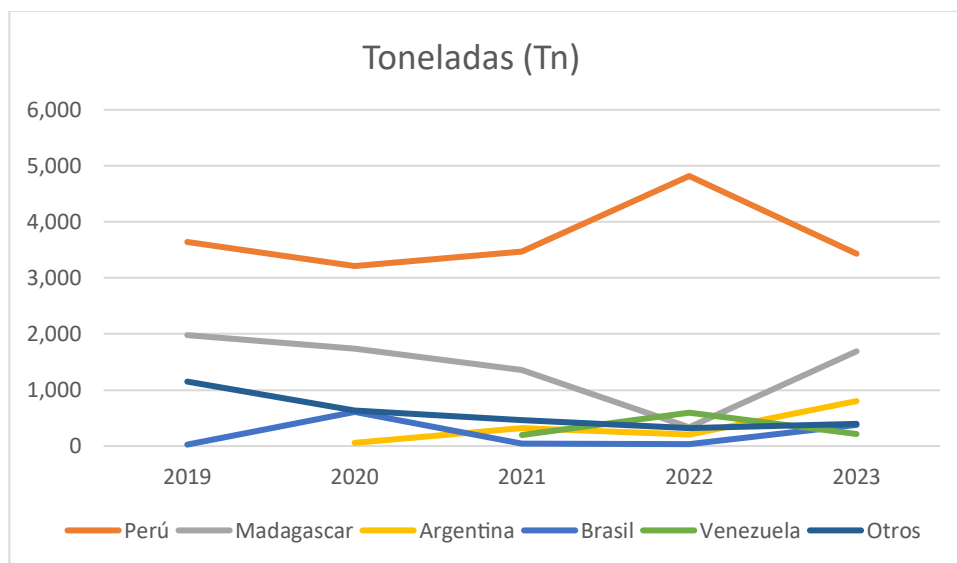
N°	Países	2019	2020	2021	2022	2023	Var % 2022-2023	Part. % 2023
1	Perú	3638	3212	3466	4818	3435	-29%	50%
2	Madagascar	1979	1741	1354	335	1690	404%	24%
3	Argentina		57	320	204	802	293%	12%
4	Brasil	26	609	40	34	376	1006%	5%
5	Venezuela	16		197	595	212	-64%	3%
6	Otros	1150	633	465	320	395	23%	6%
Total		6809	6252	5842	6306	6910	10%	100%

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 6

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". entre los años 2019 – 2023 expresados en Toneladas (Tn)

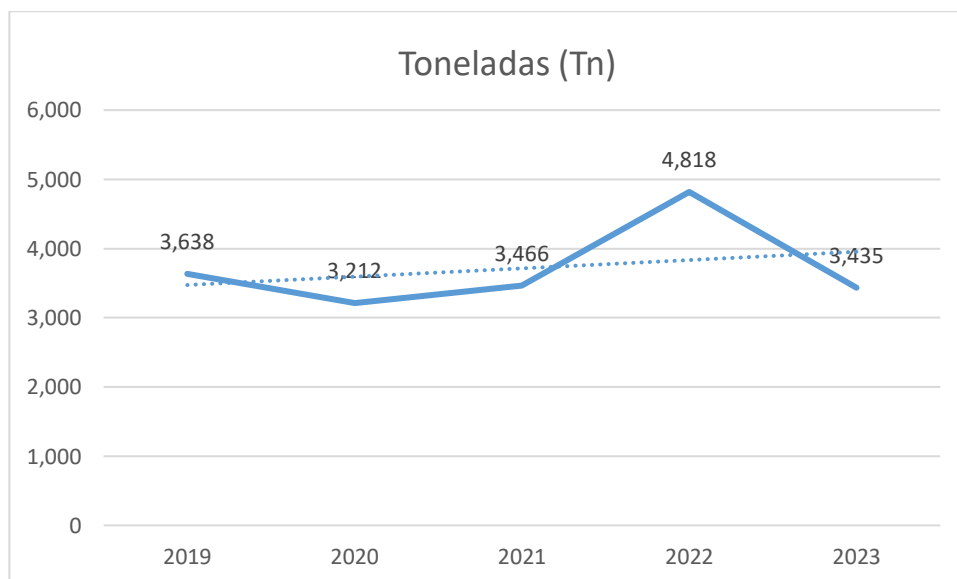


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 7

Importaciones de Estados Unidos a Perú en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". entre los años 2019 – 2023 expresados en Toneladas (Tn)



Fuente: ADT

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 8

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. entre los años 2022 – 2023 expresados en variación porcentual.

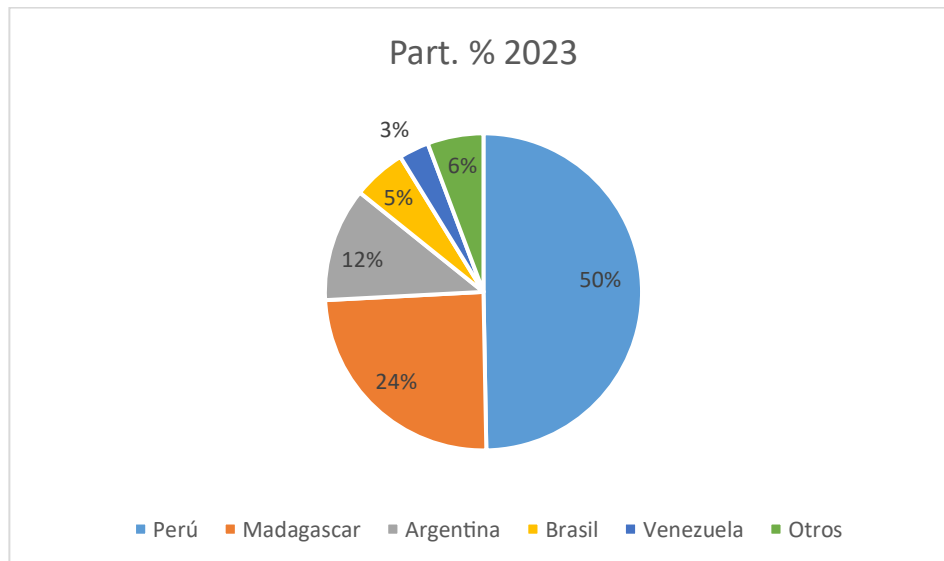


Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Ilustración 9

Importaciones de Estados Unidos en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. expresados en participación porcentual del año 2023.



Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

3.4 Exportaciones Peruanas

Según los datos obtenidos de Adex Data Trade (ADT), las exportaciones del Perú al mundo de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". fueron de 7.786.610 miles de dólares americanos en valor FOB en el año 2023 y con una variación porcentual de -39.78% con respecto al año 2022. Por otra parte, las cantidades exportadas con esta partida fueron 5.617 Toneladas (Tn) en el año 2023 y tuvo una variación porcentual de -44.36% con respecto al año 2022. Las principales empresas que han exportado bajo esta partida son ANDES ALIMENTOS / BEBIDAS S.A.C., BROLEM COMPANY S.A.C. y CONSORCIO DEL VALLE S.A.C.

Tabla 3

Exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". Del periodo 2023 ranking de países en Toneladas y valor FOB USD

Año 2023				
#	Código País	País	Toneladas	Valor FOB USD.
1	USA	Estados unidos	2,849	4,181,225
2	COL	Colombia	1,354	1,528,166
3	PAN	Panamá	339	505,595
4	GBR	Reino unido	249	363,213
5	PRI	Puerto rico	200	287,256
6	GCR	Grecia	168	256,446
7	CYP	Chipre	135	194,704
8	ESP	España	133	194,295
9	TUR	Turquía	120	170,321
10	CAN	Canadá	70	105,389
TOTAL LISTADO			5,617	7,786,610
			Toneladas	Valor FOB USD.
Total período: Año 2023 Mes: Todo el año			5,687	7,891,999
Total de la Consulta			5617	7,786,610
Total período*100			98.77%	98.66%

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 7

Exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". Del periodo 2022 ranking de países en Toneladas y valor FOB USD

Año 2022				
#	Código País	País	Toneladas	Valor FOB USD.
1	USA	Estados Unidos	5,943	7,951,064
2	COL	Colombia	1,589	1,622,195
3	PAN	PANAMA	367	471,701
4	GBR	REINO UNIDO	542	710,535
5	PRI	PUERTO RICO	55	77,374
6	GCR	GRECIA	367	494,256
7	CYP	CHIPRE	148	194,781
8	ESP	ESPAÑA	227	292,605
9	TUR	TURQUIA	264	315,881
10	CAN	CANADA	190	241,591
TOTAL LISTADO			9,692	12,371,983
			Toneladas	Valor FOB USD.
Total período: Año 2022 Mes: Todo el año			9882	12613574
Total de la Consulta			9,692	12,371,983
Total período*100			98.08%	98.08%

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 8

Exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". Del periodo 2021 ranking de países en Toneladas y valor FOB USD

Año 2021				
#	Código País	País	Toneladas	Valor FOB USD.
1	USA	Estados Unidos	4,223	5,975,960
2	COL	Colombia	1,337	1,450,472
3	PAN	PANAMA	310	424,285
4	GBR	REINO UNIDO	1,142	1,607,149
5	PRI	PUERTO RICO	125	170,717
6	GCR	GRECIA	561	695,077
7	CYP	CHIPRE	74	121,404
8	ESP	ESPAÑA	907	1,219,054
9	TUR	TURQUIA	311	404,817
10	CAN	CANADA	387	533,938
TOTAL LISTADO			9,377	12,602,873
			Toneladas	Valor FOB USD.
Total período: Año 2021 Mes: Todo el año			9764	13136811
Total de la Consulta			9,377	12,602,873
Total período*100			96.04%	95.94%

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 9

Exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida 0713.35.90.00 "Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)". Del periodo 2020 ranking de países en Toneladas y valor FOB USD

Año 2020				
#	Código País	País	Toneladas	Valor FOB USD.
1	USA	Estados Unidos	2,935	3,608,090
2	COL	Colombia	1,636	1,892,921
3	PAN	PANAMA	223	302,824
4	GBR	REINO UNIDO	883	1,163,344
5	PRI	PUERTO RICO	126	182,645
6	GCR	GRECIA	292	378,321
7	CYP	CHIPRE	23	31,429
8	ESP	ESPAÑA	383	503,528
9	TUR	TURQUIA	52	76,622
10	CAN	CANADA	121	150,054
TOTAL LISTADO			6,674	8,289,778
			Toneladas	Valor FOB USD.
Total período: Año 2020 Mes: Todo el año			6795	8439832
Total de la Consulta			6,674	8,289,778
Total período*100			98.22%	98.22%

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 10

Exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”. Del periodo 2019 ranking de países en Toneladas y valor FOB USD

Año 2019				
#	Código País	País	Toneladas	Valor FOB USD.
1	USA	Estados Unidos	3,494	4,276,362
2	COL	Colombia	2,414	2,240,170
3	PAN	Panamá	220	263,009
4	GBR	Reino Unido	501	605,417
5	PRI	Puerto Rico	166	195,371
6	GCR	Grecia	306	356,732
7	CYP	Chipre	0	0
8	ESP	España	376	436,648
9	TUR	Turquía	24	34,038
10	CAN	Canadá	180	219,147
TOTAL LISTADO			7,681	8,626,894
			Toneladas	Valor FOB USD.
Total período: Año 2019 Mes: Todo el año			7861	8846041
Total de la Consulta			7,681	8,626,894
Total período*100			97.71%	97.52%

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 4

Ventana mensual de las exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)” entre los años 2019 – 2023 expresados en Valor FOB (USD)

Meses	2019	2020	2021	2022	2023	Minigrafico
1	1,338,445	1,206,193	1,329,770	714,249	1,384,086	
2	633,257	1,063,146	806,368	593,881	1,022,835	
3	242,490	716,895	1,050,285	1,493,860	139,434	
4	624,160	395,463	2,033,780	687,415	110,948	
5	704,115	377,100	1,940,061	1,976,307	514,530	
6	853,820	581,473	2,186,116	1,504,688	552,653	
7	841,120	825,392	2,201,353	1,146,391	1,430,178	
8	369,176	370,546	992,082	1,234,119	721,647	
9	707,836	318,903	1,238,804	898,972	752,920	
10	428,800	674,553	954,362	966,983	456,532	
11	1,228,162	1,471,589	948,022	806,238	566,395	
12	1,875,303	1,911,353	1,697,051	1,406,938	435,096	

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 5

Ventana mensual de las exportaciones de Perú hacia el mundo en valor de la partida 0713.35.90.00 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)”, entre los años 2019 – 2023 expresados en Toneladas (Tn)

Meses	2019	2020	2021	2022	2023	Minigrafico
1	1041	1343	971	573	1031	
2	496	1113	557	480	732	
3	185	955	719	1298	100	
4	478	618	1388	591	71	
5	593	326	1245	1560	340	
6	741	309	1600	1196	370	
7	973	473	1662	924	1098	
8	385	602	769	878	526	
9	636	260	949	679	545	
10	378	247	733	712	329	
11	1093	491	784	570	372	
12	1731	1120	1285	991	303	

Fuente: Adex Data Trade - Promperú

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

3.5 Análisis de la competencia

Actualmente, las empresas peruanas cuentan con competencia a nivel internacional con respecto a empresas que comercializan el frijol castilla.

Ante su alta versatilidad de uso, es que en la Tabla 13 se detallará la competencia nacional con los productos más representativos y reconocidos por los peruanos y en la Tabla 14, la competencia internacional con los productos más representativos y reconocidos en Estados Unidos.

3.5.1 Competencia nacional

Tabla 6

Cuadro de competencia nacional

EMPRESA/ PRODUCTORES	PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	PRECIO	FUENTE
BELLS		Frijol castilla BELLS bolsa 500g	S/. 5.30	https://www.plazavea.com.pe/
COSTEÑO		Frijol castilla costeño bolsa 500g	S/. 5.90	https://www.plazavea.com.pe/

TESORO DEL CAMPO		Frijol castilla TESORO DEL CAMPO bolsa 500g	S/. 6.29	https://www.plazavea.com.pe/
------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	----------	-------------------------------------------------------------------------

Fuente: PLAZA VEA

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

3.5.2 Competencia internacional

Tabla 7

Cuadro de competencia internacional

EMPRESA/ PRODUCTO RES	PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	PRECIO	FUENTE
IBERIA		Iberia frijoles colrados Frijoles rojos Premium 15.5 oz	\$1.89	https://www.walmart.com
ROSARITA		Frijoles refritos tradicionales Rosarita 16 oz	\$1.99	https://www.target.com

<p>GREAT VALUE</p>		<p>Frijoles rojos claros de gran valor 15.5 oz</p>	<p>\$0.82</p>	<p>https://www.walmart.com</p>
--------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------	---------------	----------------------------------------------------------------------

Fuente: WALMART

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

4 ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1 Rutas de acceso

El tráfico marítimo es el que mayor predominancia tiene para el traslado de los productos procedentes de la partida arancelaria 0713.35.90.00 con un 96.99% del total de envíos realizados durante el 2022, donde el principal punto de partida es el puerto del Callao y el puerto de Talara, y el principal puerto de entrada del producto hacia el mercado de destino es Miami (ADT). La ruta que sigue el envío de productos hacia la ciudad de Miami en Estados Unidos es la de la Costa Este EE.UU.

4.2 Canales de distribución

El canal de distribución predominante que sigue la industria de los frijoles y semillas en Estados Unidos es del tipo indirecto y largo. Este empieza cuando el fabricante deja la venta en manos de intermediarios (acopiadores, distribuidores, mayoristas y minoristas). Dentro de este tipo de mayoristas existen cuatro, sin embargo, aquellos que mayor se prestan para la comercialización del producto del presente estudio son: *Redistributors* (Redistribuidores) y *Broadline Distributors* (Distribuidores de banda ancha).

Los *Redistributors* son intermediarios que compran los productos directamente del fabricante y/o productor para posteriormente distribuirlo en cantidades reducidas a pequeños operadores de servicios de alimentos y restaurantes que manejan stocks más limitados, dependiendo de su

capacidad. Estos intermediarios por lo general manejan menos de un camión LTL, es decir, se trataría de un camión que maneja una cantidad menor a la de un contenedor estándar lleno.

Por otra parte, los *Broadline Distributors* son intermediarios que manejan grandes volúmenes de productos, es por ello que estos suelen tener como clientes a las cadenas de tiendas de comestibles y por grandes empresas minoristas de servicio de alimentos. El principal atractivo que este intermediario presenta para las empresas es que ofrecen buenos descuentos y precios competitivos para los clientes que compran en grandes volúmenes.

Se recomienda utilizar el tipo de intermediario *Redistributors* si es que el exportador maneja volúmenes reducidos y/o presenta productos de alta calidad, mientras que si es que el exportador maneja grandes volúmenes del producto lo recomendable es usar los *Broadline Distributors* ya que estos pueden brindarle un mayor alcance a la distribución del producto. Asimismo, se debe tener en cuenta que para acceder a cualquiera de estos dos tipos de intermediarios la forma más conveniente de hacerlo es mediante un Bróker internacional en el nicho de mercado escogido, estos pueden darte el alcance de diversos intermediarios a cambio de un valor monetario.

4.3 Canales de comercialización

Según un informe realizado la consultora Grand View Research, el principal canal en que se comercializan este producto son mediante los supermercados/hipermercados (Wal-Mart, TARGET, etc.) abarcando un 75% en el 2022. Las razones que motivan al uso de estos por parte de los consumidores estadounidenses son la conveniencia de contar con uno cerca, el precio más asequible a comparación de otras tiendas y la confiabilidad que la empresa les transmite.

Los otros canales a destacar son las tiendas de conveniencia en el país, el medio online y las ferias. Sin embargo, este último según el estudio de *Fresh Trends 2022* hecho por *The Packer* estaría presentando cierto declive, pese a las prácticas acopladas durante la pandemia de recibir los productos en casa, porque los consumidores estadounidenses buscarían tocar y oler el producto fresco antes de comprarlo a fin de poder verificar la calidad que tienen.

4.4 Costos logísticos aproximados

Tabla 15

Tarifa promedio de flete por contenedor desde el aeropuerto de Jorge Chávez hasta el aeropuerto de Bogotá, posterior escala al aeropuerto de New York.

Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
MSC	MSC PERU	LICSA	13	SEMANAL
HAMBURG SUD	COLUMBUS	ALCONSA	18	SEMANAL
CMA CGM	UNIMAR	UNIMAR	18	SEMANAL

Fuente: Rutas marítimas – SIICEX

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Tabla 16

Tarifa promedio de flete por contenedor desde el puerto de Callao hasta el puerto de Miami

Puerto de origen	Puerto destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito	Frecuencia de salida
		Contenedores			Mercadería consolidada Tm/m ³		
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado			
Callao	Balboa (Panamá)	1.600	2.100	2.800	80	3	SEMANAL
Callao	Miami (Estados Unidos)	1.800	2.300	3.550	90	16	SEMANAL
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	2.412	3.604	4.874	80	18	SEMANAL
Callao	Charleston (Estados Unidos)	2.300	3.500	4.700	110	18	SEMANAL
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	2.400	3.600	4.750	100	19	SEMANAL
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	2.500	3.650	4.750	80	24	SEMANAL
Callao	New York (Estados Unidos)	2.650	3.650	4.800	80	14	SEMANAL
Callao	Montreal (Canadá)	2.700	3.650	5.300	120	19	SEMANAL

Fuente: Rutas marítimas – SIICEX

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

5 ANALISIS DE LA DEMANDA

5.1 Perfil del consumidor

Según la Agencia Central de Inteligencia (CIA, por sus siglas en inglés), Estados Unidos cuenta con una población aproximada de 339 millones de habitantes. Los 5 estados que mayor concentración poblacional son: California (39 millones), Texas (29 millones), Florida (21 millones), New York (20 millones), Pensilvania (13 millones).

Los grupos generacionales en el país son bastante homogéneos; presentando en todos los rangos de edades usados una concentración desde 5.8% hasta el mayor que es 6.9%, según el último censo realizado por la Oficina de Censo de dicho país. No obstante, los rangos de edades en que mayor concentración de personas se puede encontrar es de 20-44 años y desde los 60-64 años, presentando cada uno de estos rangos un porcentaje mayor al 6.5%. Las generaciones que abarcan dichos rangos de edades son principalmente los Millennials, luego la generación X y por último los Baby Boomers y en mucho menor medida los Centennials.

Cada generación presenta ciertas características respecto al consumo de productos, de estas podemos destacar respecto al consumo de legumbres que:

- 1) Los principales motivos de compra de un producto en los Millennials, después del precio, son la densidad nutricional, que no contenga aditivos artificiales, que sean alimentos orgánicos y que sean plant-based.
- 2) Los Millennials son el grupo que más consume legumbres y son los más susceptibles de seguir dietas basadas en cuidar la la salud, verse bien y explorar diversas fuentes de proteína
- 3) Los Millenials tienden a ser el grupo que más frecuentemente consume snacks durante el día, esto ha generado en ellos que vean a las tiendas online como una alternativa atractiva para poder satisfacer sus preocupaciones sobre el precio de estos productos.
- 4) Los Baby Boomers presentan hábitos de consumo de alimentos cautelosos debido a problemas de salud, es por ello que su consumo de alimentos frescos es bastante significativo.

Otros datos relevantes son que el ingreso familiar promedio en Estados Unidos es de \$74,755 y la tasa de empleo actualmente es de 60.3%. Asimismo, los estados que mayor consumo tienen de frutas y verduras son los que están ubicados en la costa oeste y noreste.

Por último, el consumo per cápita de legumbres en los Estados Unidos en el año 2022 es de 4.5kg, según FAOSTAT.

Cabe destacar que, si bien las características y datos antes mencionadas son útiles para obtener un panorama general del consumo per cápita de leguminosas en Estados Unidos se deberá realizar

una investigación a fondo del estado con el que se quiera comercializar. Cada uno de los estados posee una idiosincrasia distinta y, a la vez, es necesario tener definido el grupo generacional al cual se está dirigiendo, pues cada uno de ellos presenta características de consumo distintas.

5.2 Análisis de la demanda

El mercado de los frijoles está experimentando un crecimiento significativo y se espera que esta tendencia continúe creciendo en los siguientes años. Muy aparte la creciente demanda de productos listos para comer y el aumento de alimentos con proteína vegana harán que esta tendencia siga creciendo año tras año. Se prevee que el mercado de frijoles y legumbres registre una tasa compuesta anual del 4.5% durante el periodo previsto.

Además, se prevé que la creciente prevalencia de la enfermedad celíaca entre los estadounidenses impulse la demanda de opciones alimentarias sin gluten, como los productos de frijoles secos. Por ejemplo, según la Universidad de Medicina de Chicago (Centro de Enfermedad Celíaca), la enfermedad celíaca afecta al 1% de los estadounidenses sanos. Eso significa que al menos 3 millones de personas en Estados Unidos tienen enfermedad celíaca. Esta es una de las razones clave de la abundante producción de frijoles secos en la región. Sin embargo, la producción de frijol seco se ve significativamente afectada por varios factores, como los peligros ambientales, el bioestrés y las políticas gubernamentales del país.

Los patrones de consumo de alimentos están cambiando rápidamente. En los últimos años, el número de personas que siguen una dieta sin animales ha aumentado significativamente, lo que es uno de los principales impulsores de la industria de los frijoles secos. Los frijoles secos tienen un alto contenido en fibras y proteínas, lo que los hace ideales para personas con diabetes y quienes desean reducir su consumo de carne.

A lo largo de los años, ha habido una tendencia creciente hacia el veganismo en Europa y Estados Unidos, que se está extendiendo por todo el mundo. Según la base de datos más reciente de las Naciones Unidas, en 2022, hay aproximadamente 80 millones de personas en todo el mundo que siguen el veganismo. El número está aumentando, lo que está impulsando la demanda de cultivos como los frijoles secos en el mercado, ya que son ricos en una serie de micronutrientes importantes, incluidos potasio, magnesio, ácido fólico, hierro y zinc, y son fuentes importantes de proteínas en los veganos. dietas.

Además, la gente se centra en dietas basadas en plantas, lo que ha sido la razón del mayor consumo de frijoles secos. El impacto negativo de la proteína animal, que se asocia con niveles altos de colesterol, grasas y calorías, aumenta el riesgo de enfermedades cardíacas, niveles altos de azúcar en sangre y obesidad, es un factor importante para que las personas recurran a fuentes veganas de proteínas. Por lo tanto, aumentar la adopción de proteínas de origen vegetal, debido a la conciencia de los beneficios que ofrece una proteína de origen vegetal entre los consumidores en el mercado potencial, es uno de los principales factores que estimulan la demanda de frijoles secos en todo el mundo

6 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

6.1 Medidas arancelarias

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 febrero de 2009; desde entonces, este acuerdo le ha permitido al Perú y a los EE.UU. fortalecer su relación comercial permitiendo el desarrollo económico y el crecimiento de las inversiones entre ambos países.

En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico, Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversias.

EE.UU. es el principal mercado de destino para las exportaciones no tradicionales y el segundo mercado de destino para las exportaciones tradicionales.

Desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA – siglas en inglés) el Perú tenía preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el 2001. Desde el 2002, mediante la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA – siglas en inglés) los EE.UU. otorgan nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas periódicamente, y que estuvieron vigentes hasta diciembre del 2010.

En este contexto, en el año 2004, previos estudios y coordinaciones de los sectores involucrados, se decide iniciar las negociaciones para un tratado de libre comercio, para proporcionar una

apertura comercial integral permanente, el cual, brindaría la estabilidad indispensable para el incremento de inversiones en el sector exportador. Negociaciones que dieron como resultado el APC. La entrada en vigencia de este TLC ha permitido que desde el año 2009 entren a los Estados Unidos diferentes productos peruanos con arancel 0, siendo uno de estos el frijol castilla y pudiéndolo apreciar en la tabla 17.

Tabla 8

Beneficios arancelarios suscritos para la comercialización de un producto bajo la partida arancelaria 0713.35 “Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)” desde el país de Perú hacia el país de Estados Unidos

Régimen arancelario ①	Tarifa Aplicada ①	CRA ①	Nota
Derechos NMF (aplicados) ②	0%	0%	

Fuente: ITC (Market Access Map)

Elaboración: ITC (Market Access Map)

6.2 Regulaciones

Una persona o empresa interesada en exportar un producto agrícola fresco a los EE.UU. debe verificar si dicho producto puede ingresar al mercado norteamericano o si tiene alguna restricción fitosanitaria. Este proceso se conoce como Verificación de la Admisibilidad. Para conocer si un producto es admisible en los EE.UU., debe consultar el “Manual para Importar frutas y Vegetales Frescos” (Fresh Fruit and Vegetables Import Manual), y la página de los Requerimientos de Importación de Frutas y Vegetales (Fruits and Vegetables Import Requirements (FAVIR)). El frijol castilla, es considerado un producto admisible. Las regulaciones del Departamento de Agricultura de los EE.UU. (United States Department of Agriculture) relativas a cuarentena para plantas pueden ser de dos clases: prohibitivas y restrictivas.

Las órdenes prohibitivas no permiten la entrada de los productos que están sujetos a ataques por plagas para las que no hay tratamiento disponible que garantice su total eliminación. Las órdenes restrictivas permiten la entrada de productos que estén en tratamiento o con requisito de inspección.

No existen requisitos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales reglamentados u obligatorios para el ingreso de los frijoles a los EE.UU. Los requisitos que debe cumplir el producto se basarán en lo indicado en el contrato, solicitud de compra o Marketing Order (ver numeral C.7.5). Si bien

no es obligatorio en los EE.UU., actualmente en el Perú, DIGESA ha establecido criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad que deben cumplir los alimentos y bebidas en estado natural, elaborados o procesados, para ser considerados aptos para el consumo humano. La verificación de su cumplimiento está a cargo de los organismos competentes en vigilancia sanitaria de alimentos y bebidas a nivel nacional. Dichos criterios fueron promulgados según Resolución Ministerial N° 591-2008-SA/DM del Ministerio de Salud.

También se deberán tener en cuenta aspectos de etiquetado, envase y embalaje. En el caso del etiquetado, este se regula por el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 “Food Labeling” y los datos que tienen que ir señalados en el caso de los frijoles son los siguientes aspectos:

- Los frijoles deberán envasarse en recipientes que salvaguarden las cualidades higiénicas, nutritivas, tecnológicas y organolépticas del producto. Los ingredientes del envase deberán ser preparados con sustancias que sean inocuas y adecuadas para el uso que se destinan.
- Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá ser etiquetado con el nombre del producto y, facultativamente, con el nombre de la variedad y/o tipo comercial
- Para su almacenamiento y transporte se recomienda una humedad máxima de 15% esto en climas fríos en un medio con aireación

6.3 Certificaciones

Dadas la alta competitividad y exigencia en los Estados Unidos, las empresas exportadoras peruanas deben contar con certificaciones voluntarias, a fin de poder responder a las exigencias de los mismos consumidores/distribuidores. De esta forma también es que pueden generar un mayor nivel de confianza y vínculo con los mismos, pudiendo de esta forma fidelizarlos. Las certificaciones voluntarias más relevantes para el sector evaluado son las mostradas en la Tabla 18.

Tabla 9

Principales certificaciones para el ingreso de frijol castilla a Estados Unidos

LOGO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	CTPAT	C-TPAT reconoce que la Aduana puede proveer el mayor grado de seguridad a través de una cercana cooperación entre los propietarios de la cadena de suministro: importadores, transportistas, agentes de aduana, almacenes de depósito, y empresas de manufactura
	BASC	La certificación BASC, que esta dirigida a las empresas dedicadas a actividades industriales, comerciales, y de servicio que participan en la cadena logística, la expide La Organización Mundial BASC (OMB), siendo la vigencia de dicha certificación de 1 año, contado a partir de la fecha de expedición
	USDA ORGANIC	Esta certificación es brindada por el Departamento de Agricultura (USDA) y garantiza el cumplimiento de la National Organic Program (NOP). Mediante esta certificación es que el consumidor puede estar seguro que el producto que consume es completamente orgánico. (BBVA)

Fuente: Flocert, BBVA

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

7 ACTIVIDADES DE PROMOCION


7.1 Ferias

Las ferias, son exposiciones de productos y servicios, en el formato de stands, de una actividad multisectorial o especializada, con el fin de promocionarla y/o comercializarla. Dependiendo del tipo de feria, los visitantes podrán o no adquirir y llevar consigo los productos en venta. Una feria es el punto de encuentro del fomento de intercambio comercial, que se establece por corta duración en épocas periódicas y con cierto tiempo de anticipación debidamente publicitado.

A continuación, según el portal Feriasinfo y ADEX te mostraremos las principales ferias nacionales e internacionales de bebidas y alimentos.

Tabla 10

Ferias

LOGO	NOMBRE
	Expoalimentaria
Lugar	Centro de exposiciones Jockey Plaza (Lima – Perú)
Fecha	25 26 y 27 de septiembre
Frecuencia	Anual
Año de Fundación	2011
Datos	Público Internacional, principalmente empresarios y/o público especializado
Página Web	https://expoalimentariaperu.com/
Sector Principal	Alimentación y bebidas (productos naturales, productos alimenticios, cosmética, materias primas, bebidas)


Fuente: ADEX

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

Expoalimentaria es la feria más importante de alimentos y bebidas en Latinoamérica, siendo la plataforma de negocios usada como punto de encuentro para los operadores clave de la distribución, retail, horeca y canal especializado en el mercado nacional e internacional. Principalmente organizada por la asociación de exportadores ADEX en el 2011 con el principal objetivo aumentar las exportaciones conectando a micro empresarios del sector agrónomo con grandes empresarios internacionales.

Tabla 11

Ferias

LOGO	NOMBRE
	NATURAL PRODUCTS EXPO EAST
Lugar	Pennsylvania Convention Center
Fecha	20 al 23 de setiembre
Frecuencia	Anual
Año de Fundación	1985
Datos	Público Internacional, acceso al público en general
Página Web	https://www.expoeast.com/en/home.html
Sector Principal	Alimentación y bebidas (Productos alimenticios, cosmética, productos para la salud)

Fuente: Feriasinfo

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

La Natural Products Expo East es realizada en el mismo centro de convenciones que la BioFach America, ambas constan de productos del mismo enfoque, es decir, productos naturales, orgánicos, más el tipo de público al cual van dirigido es distinto.

Tabla 12

Ferias

LOGO	NOMBRE
	GLOBAL PRODUCE & FLORAL SHOW
Lugar	Anaheim Convention Center
Fecha	19 – 21 de octubre
Frecuencia	Anual
Año de Fundación	2022
Datos	Público Internacional, principalmente empresarios y público especializado
Página Web	https://www.fenin.com.br/feira-camboriu/
Sector Principal	Alimentación y bebidas (frutas, verduras, material de envase y embalaje, técnicas de almacenado, transporte, presentación de productos, flores, marketing)

Fuente: *Feriasinfo*

Elaboración: *Inteligencia Comercial – IPN*

LA Global Produce & Floral Show, antes llamada PMA Fresh Fruit, es una feria que presenta las novedades dentro del sector de alimentación y bebidas, esta suele ser realizada durante el 19 – 21 de octubre, sin embargo, la fecha puede variar.

7.2 Publicaciones especializadas

Revista Fruit Today: Esta revista especializada en el sector de frutas y hortalizas proporciona información relevante sobre tendencias de mercado, regulaciones internacionales y noticias específicas sobre la exportación de frutas, incluyendo el mango peruano hacia Estados Unidos.

Fuente: *Revista fruit today*

Boletín de Comercio Exterior Agropecuario del Perú: Este boletín ofrece análisis detallados sobre las exportaciones agrícolas peruanas, incluyendo el mango, y podría contener datos sobre los requisitos de importación de Estados Unidos, demanda del mercado y estrategias de exportación.

Fuente: *Grand View Research.*

Portal Agroexportador de Promperú: Ofrece información actualizada sobre las exportaciones agrícolas peruanas, incluyendo el mango, y proporciona recursos útiles para los exportadores, como guías de mercado y estudios de caso de éxito.

Fuente: Promperu

Informe Anual de la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX): La ADEX publica informes anuales que incluyen estadísticas detalladas sobre las exportaciones peruanas, incluyendo el mango, hacia diferentes destinos, como Estados Unidos. Estos informes suelen contener análisis sobre el desempeño del mercado y oportunidades de exportación.

Fuente: ADEX

Sitio web del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA): El USDA ofrece una amplia gama de recursos relacionados con el comercio agrícola, incluyendo informes de mercado específicos sobre productos como el mango. Estos informes pueden incluir datos sobre importaciones, tendencias de consumo, regulaciones fitosanitarias y más, relevantes para la exportación de mango peruano a Estados Unidos.

Fuente: USDA

8 CONTACTO DE INTERES

8.1 Institucionales

Tabla 13

Contactos de interés

LOGO	INSTITUCIONES	DESCRIPCIÓN	SITIO WEB
	MINCETUR	Mayor información sobre el acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos y la lista de productos afectados por el beneficio arancelario.	Acuerdos Comerciales
	ADEX	Asesoramiento a personas que deseen exportar a grandes mercados. Al asociarte accederás a muchos beneficios entre acceso al ADT, visa exportadora, asesorías, promociones, convenios y más.	https://www.adexp eru.org.pe/
	Camara de Comercio Americana del Perú	Proporciona información sobre relaciones comerciales entre Perú y Estados Unidos, así como oportunidades de networking con empresas estadounidenses.	https://amcham.org.pe/
	Ministerio de Agricultura y Riego	Proporcionan información sobre regulaciones agrícolas, programas de apoyo a la exportación y estadísticas relacionadas con la producción de mango en el país.	https://www.gob.pe/midagri
	Ventana Única de Comercio Exterior (MINCETUR)	Portal web para la tramitación de Certificados para la exportación.	VUCE

Fuente: ADEX, VUCE, AMCHAN, MIDAGRI

Elaboración: Inteligencia Comercial – IPN

9 BIBLIOGRAFIA

- <https://www.macmap.org>
- <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/dry-beans-market>
- <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Frijol%20Castilla.pdf>
- <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11296/Alvarado%20Farran%20Mirla%20&%20Alvarez%20Samillan%20Jordy.pdf?sequence=12>
- <https://www.trademap.org>
- <https://www.adexdatatrade.com/>
- <https://openknowledge.fao.org/home>
- https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404_2021EF.pdf.pdf

ESTUDIO DE MERCADO “FRIJOL CASTILLA”

Una Publicación del Departamento de Inteligencia Comercial del Instituto Peruano de Negocios.



Equipo:

- Miguel Ángel Torres Flores
Analista de Inteligencia Comercial



Dirección: Av. Andrés Reyes N° 338 - San Isidro -
Lima - Perú.



Teléfono: +51 934874777



www.ipn.edu.pe

IPN - Todos los derechos son reservados.

Elaboración:

Departamento de Inteligencia Comercial IPN.



GERENCIA REGIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR Y
TURISMO