

**ESTUDIO DE MERCADO:  
MANI TIPO CONFITERIA**

**MIAMI, FLORIDA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA**

**FECHA DE PREPARACION: AGOSTO 2008**

**INDICE:**

**I. REGIMEN ARANCELARIO**

**II. TRATAMIENTO ARANCELARIO**

**III. REGULACIONES PARA LA INTERNACION DEL PRODUCTO**

**IV. CONDICIONES PARA EL INGRESO DEL PRODUCTO**

**V. LEY SOBRE BIOTERRORISMO**

**VI. ESTADISTICAS DE IMPORTACION DE LOS EE.UU.**

**VII. ESTADISTICAS DE INGRESO EN PUERTOS DE LA FLORIDA**

**VIII. CONDICIONES DEL MERCADO**

**IX. MODALIDADES DE PAGO**

**X. TRANSPORTE**

**XI. INSTITUCIONES SECTORIALES**

**XII. FERIAS VINCULADAS AL SECTOR**

**XIII. IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES**

## **I. REGIMEN ARANCELARIO:**

Todas las mercancías importadas en los Estados Unidos están sujetas a aranceles o están exentas de ellos, de acuerdo a lo establecido en el Arancel Armonizado de los EE.UU. La imprenta oficial (U.S. Government Printing Office, Washington, D.C. 20402) tiene a la venta una edición anotada, en hojas sueltas, de dicho Arancel. Este figura también en la Sección 1202, Título 19, Código de los EE.UU.

Cuando las mercancías están sujetas a aranceles, se les pueden imponer derechos ad valorem, específicos o compuestos. Los derechos ad valorem, que son los más comunes, equivalente a un porcentaje del valor de la mercancía, por ejemplo, el 5 por ciento. Los derechos específicos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad, por ejemplo, 5,9 centavos de dólar por docena. Los derechos compuestos representan la combinación de los derechos ad valorem y de los específicos, por ejemplo, 0,7 centavos por kilogramos más el 10 por ciento ad valorem.

Los derechos arancelarios impuestos a las mercancías importadas varían también según el país de origen.

La mayoría de las mercancías están sujetas al pago de aranceles conforme a la cláusula de la nación más favorecida en la columna general, bajo la columna 1 del Arancel Armonizado. Las mercancías originarias de los países a los que no se han extendido los beneficios de dicha cláusula están sujetas al pago de los derechos completos que aparecen en la columna 2 del Arancel.

Están exentas de aranceles muchas de las subpartidas de las columnas 1 y 2 del Arancel Armonizado. En la columna especial de la columna 1 del Arancel Armonizado figuran diversas exenciones condicionales.

Entre las exenciones más frecuentes está la relativa al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Las mercancías que reúnen los requisitos del SGP ingresan exentas de aranceles cuando se originan en un país en desarrollo beneficiario y satisfacen otros requisitos mencionados en el Capítulo 13. En las subpartidas del Capítulo 98 del Arancel Armonizado figuran otras exenciones. Estas subpartidas abarcan, entre otras disposiciones, ciertas exenciones personales, exenciones para los artículos destinados a fines científicos o institucionales y exenciones para las mercancías estadounidenses devueltas.

El servicio de Aduanas dictamina sobre el régimen arancelario de las mercancías después de que presenta la declaración de aduana. Si requiere información de antemano, no dependa de un pequeño cargamento de “prueba”, porque nada garantiza que al próximo cargamento se le dé el mismo trato arancelario. Es posible que los cargamentos pequeños reciban menos escrutinio, especialmente si se tramitan según los procedimientos para importaciones menores que se aplican a los cargamentos pequeños o en circunstancias especiales que justifiquen un derecho fijo. El exportador, importador u otro interesado que desee información previa sobre cualquier asunto relativo al régimen arancelario de las mercancías, podrá solicitarla por escrito al director del distrito donde ingresarán las mercancías.



### **III. REGULACIONES PARA LA INTERNACION DEL PRODUCTO:**

Cuando la mercadería llega a los Estados Unidos se contrata a un corredor o despachante de aduanas para hacer la declaración reglamentaria de aduanas o "formal entry". Se aplicarán derechos de trámite de 021% sobre el valor FOB de la mercadería (cargo mínimo de \$25) y si ingresa por barco existen cargos adicionales del 0.125% por concepto de conservación de puertos.

Es importante que la factura comercial describa el producto claramente en inglés de manera que se pueda verificar la posición arancelaria del mismo, incluir las cantidades, el valor de la mercadería FOB, el país de origen, el nombre del comprador y del vendedor, etc.

En la página de internet de Aduanas de los Estados Unidos: [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov) bajo "Publications", "Ordering Publications" encontrará información requerida en la factura comercial, las marcas del país de origen, el valor de la transacción, el proceso de entrada, los derechos de trámite y otros temas de interés en la publicación "Importar a los Estados Unidos" ("Importing into the United States").

#### **IV. CONDICIONES PARA EL INGRESO DEL PRODUCTO:**

##### **Aspectos Sanitarios:**

La importación de productos agroalimentarios está regulada principalmente por tres agencias federales:

- a. United States Department of Agriculture (USDA),
- b. Food and Drug Administration (FDA)
- c. Environmental Protection Agency (EPA)

En el caso de la miel natural, las agencias intervinientes son:

##### **Agricultural Marketing Service (AMS):**

Es responsable de los estándares (voluntarios) de productos como carnes, frutas, hortalizas y procesados, la normativa de productos orgánicos, supervisa los programas de Certificación (por ejemplo Angus) y administra las órdenes de mercado (Marketing Orders). El objetivo de las órdenes de mercado es controlar la variabilidad del mercado ya que obliga a cumplir con los estándares del producto y con la comercialización de determinado grado, tamaño o calidad especificada durante un lapso determinado, que puede ser de unos meses o de la totalidad del año calendario. La ley establece que de existir esta obligación se debe extender también al producto importado. Los productos sujetos a Ordenes de Mercado son: paltas, dátiles, pomelos, avellanas, kiwis, limas, aceitunas, cebollas, papas, naranjas, uvas de mesa, ciruelas pasas, pasas de uva, tomates y nueces. Asimismo el AMS brinda a través del Market News, informes de precios y movimiento de producto en diferentes puntos de la cadena de comercialización (precio en puerto de llegada, en mercados mayoristas), en

diferentes ciudades, y para diferentes productos. También recopila y publica los precios de los mercados concentradores de los principales mercados internacionales.

El departamento de Agricultura de los Estados Unidos posee un estándar voluntario para la miel. El estándar de miel del USDA-AMS no es obligatorio sólo sirve como base comercial. Pero en el caso que se utilice el estándar en la etiqueta (por ejemplo Grade A) el producto debe ser inspeccionado por AMS a cargo del exportador /importador.

### **Food and Drug Administration (FDA):**

Esta agencia depende del Departamento de Salud de los Estados Unidos (HHS - Department of Health and Human Services) está relacionada con los alimentos y es responsable de la protección del consumidor. Las tareas generales del FDA se pueden resumir en aquellas actividades dirigidas a proteger la salud de la población. Por lo tanto reglamenta a los alimentos insalubres e impuros, los medicamentos y cosméticos y a otros productos con riesgo para el consumidor.

- Específicamente el FDA tiene a cargo el control de:
- Buenas prácticas de elaboración de alimentos (excepto carnes)
- Aditivos directos e indirectos (excepto carnes)
- Etiquetado de alimentos (excepto carnes)
- Buenas prácticas agrícolas (voluntarias) de productos frutihortícolas frescos.
- Pesca (HACCP, equivalencias)
- Bivalvos (Memorando de Entendimiento)
- Lácteos (Leche y su comercio interestatal)
- Residuos de pesticidas permitidos en alimentos (FDA ejecuta el cumplimiento de los niveles establecidos por EPA)
- Alimentos de baja acidez o acidificados



## **V. LEY SOBRE BIOTERRORISMO:**

La Ley de Seguridad de la Salud Pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo de 2002 (también conocida como La Ley contra el Bioterrorismo) incluye un gran número de disposiciones que se relacionan con la producción, manejo e importación de alimentos a Estados Unidos.

Las instalaciones alimenticias nacionales y extranjeras que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben o almacenan alimentos para el consumo humano o animal en los Estados Unidos se deberán registrar en la FDA. Este registro consistirá en el suministro de información, como el nombre de la empresa, la dirección, etc., a la FDA. El registro puede hacerse a través de internet, en forma gratuita, sin necesidad de contratar a un intermediario como se explica en <http://www.cfsan.fda.gov/~furls/ovffreg.html>. Por otra parte, las empresas extranjeras que se registren deben designar un agente en los Estados Unidos (por ejemplo su importador o broker), quien deberá vivir o mantener una residencia de negocios en los Estados Unidos, y estar físicamente en los Estados Unidos.

La FDA deberá recibir notificación previa de todas y cada una de las partidas de alimentos que entren en los EE.UU. La notificación deberá incluir una descripción de todos los artículos, el fabricante y el embarcador de cada uno de ellos, el productor (si se conoce), el país originario, el país desde el que se envía el artículo y el puerto de entrada previsto.

En virtud de la Ley contra el Bioterrorismo -Bioterrorism Act- salvo las exenciones especificadas, las nuevas normativas se aplicarán a todas las instalaciones en el mundo para todos los productos de alimentación humana y

animal reguladas por la FDA, incluidos los suplementos de la dieta, las leches maternizadas, las bebidas (incluidas las alcohólicas) y los aditivos alimenticios.

Información adicional en español se encuentra disponible en:

<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/sfsbta12.html> y

<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/sfsbtac5.html>. Hay información adicional en inglés en:

<http://www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html>. Si desea realizar el registro requerido por la ley, puede consultar <http://www.cfsan.fda.gov/~furls/ovffreg.html>

## **VI. ESTADISTICAS DE IMPORTACION DE LOS EE.UU**

### **HTS 120220:**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Argentina	143.436	512.043	7.181.599
México	0	416.166	1.847.325
Nicaragua	0	154.673	1.279.502
Australia	0	0	0
Brasil	0	6.483	0
Canadá	0	0	0
China	0	0	0
Ecuador	11.613	0	0
Nigeria	0	0	0
Zambia	0	0	0

## **VII. ESTADISTICAS DE INGRESO EN PUERTOS DE LA FLORIDA:**

### **HTS 120220**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Tampa	0	109.205	0
Miami	0	0	0

## **VIII. CONDICIONES DEL MERCADO:**

El maní se produce y se comercializa como materia prima de la industria aceitera, maní industria (producción de aceite y *pellets* de esta oleaginosa), y para consumo humano directo, esto es, maní confitería. Los parámetros de calidad y tipificación que rigen para cada uno de ellos resultan muy diferentes.

En el maní industria cuenta, fundamentalmente, el contenido de aceite y la calidad del mismo. El primer factor se mide por la cantidad de aceite y compuestos extractables presentes en 100 gramos de muestra, y el segundo por la acidez de la materia grasa (gramos de ácido oleico por cada 100 gramos de muestra).

El producto más valioso de la industrialización del maní es el aceite, tanto por el contenido de materia grasa de la semilla (alrededor del 40%), como por la calidad del mismo. Entre todos los aceites comestibles, resulta ser el que mejor se cotiza luego del aceite de oliva.

En los Estados Unidos, el área sembrada con maní se estima en un total de 650.000 hectáreas. Del total del área sembrada, cerca de 400.000 hectáreas corresponden a los estados de Georgia (41%) y Texas (24%), además se cultiva maní en Alabama (10%), Carolina del Norte (9%), Florida (6%), Virginia (5%) y Oklahoma (5%).

En 1994, nuestro país firmó con los Estados Unidos un memorando de entendimiento, en el marco de las negociaciones del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT), por el cual este país otorgó un cupo tarifario anual (“cuota maní”) a la Argentina, por un volumen inicial de 26341 toneladas, que

creció en forma anual hasta alcanzar el máximo de 43901 toneladas. El período de acceso anual es de abril a marzo.

Con el objeto de llevar una administración ordenada del acceso a estos cupos tarifarios, la SAGPyA implementó un programa de distribución interna por *past-performance* de las empresas participantes, control de calidad y emisión de un Certificado de Origen que ampara a la mercadería argentina. Una de las premisas del mismo, es que los embarques se realicen en forma directa a los puertos de destino de los Estados Unidos, para así asegurar la calidad y sanidad del producto.

El acceso del sector manisero argentino a las cuotas de maní confitería se limitó sensiblemente por la no exigencia de las autoridades aduaneras estadounidenses del Certificado de Origen emitido por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA), hecho que permitió aplicar a estos cupos el ingreso de mercadería triangulada desde terceros países (Canadá, Méjico y Holanda), perjudicando a nuestras empresas que sólo pudieron ingresar aproximadamente el 62% en el año de máxima y solo alrededor del 10% en el mínimo.

La no exigencia de este documento deriva de la diferencia de interpretación que ambas partes tienen en relación a la exigencia del Certificado de Origen, la posición argentina ha sido que dicho Certificado de Origen debería ser emitido por autoridades competentes de nuestro país y que el mismo debía ser el único instrumento aceptado por las autoridades de Estados Unidos a fin de computar el ingreso de este producto bajo la cuota arancelaria. Estados Unidos, por el contrario, ha sostenido que el Certificado de Origen previsto en el Memorando no tiene esa particularidad y que en su país, el ingreso de los productos se efectúa contra la declaración jurada de ingreso del importador.

Cabe destacar que cuando la mercadería exportada desde puertos argentinos y acompañada por Certificado de Origen, no ingresa a los Estados Unidos como asignación a la cuota otorgada a nuestro país, debe abonar un arancel del 131,8% en lugar de los 6,6 centavos/kg o en su defecto reexportar el producto, originando un perjuicio a las empresas exportadoras argentinas y/o importadores estadounidenses según las condiciones contractuales pactadas.

Uno de los elementos claves para el ingreso de maní en los EEUU es el adecuado tratamiento fitosanitario de la producción que se exporta a dicho país, ya que esta prohibida la entrada de mercadería tratada con determinados principios activos como los que se encuentran en los plaguicidas habitualmente usados en nuestro país.

En los últimos años las cuotas no se han cumplido en su totalidad por un marcado retroceso de este mercado debido a la mayor oferta interna que repercutió en los precios del producto, hasta el punto que disminuyó también el margen para el comercio triangulado.

Fuentes:

- Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.
- American Peanut Council
- USITC

## **IX. MODALIDADES DE PAGO:**

### a) Consideraciones Generales

El comercio internacional de mercaderías y servicios se concreta a través de instrumentos de pago que pueden clasificarse en tres grandes categorías: orden de pago, cobranza y carta de crédito. En los Estados Unidos, con motivo de una transacción de bienes y/o servicios internacionales, no existen restricciones de tipo cambiario para realizar transferencias de fondos al y desde el exterior salvo excepciones que no comprenden a la Argentina. Para facilitar el comercio en el ámbito internacional, las instituciones financieras autorizadas a operar como tales en los EE.UU., cuentan con servicios de corresponsalía bancaria en todo el mundo. Dentro de la relación de corresponsalía, los bancos en EE.UU. otorgan líneas de crédito comerciales a bancos extranjeros cuyas operaciones más usuales son: apertura / confirmación de cartas de crédito y financiación de importaciones por plazos que se extienden de los 90 a los 360 días.

### b) Costo de los instrumentos de pagos más usuales:

Se sugiere consultar los informes actualizados, disponibles a través del portal de comercio exterior de la Cancillería Argentina, en <http://argentinatradenet.gov.ar>

### c) Criterios para la selección de un instrumento de pago:

Crecientemente el pago contra recepción de mercadería ha ido reemplazando el uso de cartas de crédito como instrumento de pago de las importaciones tanto por los costos involucrados como por las complejidades burocráticas relativas que esta última implica.

El mecanismo de pago más utilizado es, sin duda, el de la cuenta corriente.

Los importadores condicionan en la mayoría de los casos el desarrollo de una operación a que el pago se realice contra recepción de mercadería. No obstante, el único documento que ofrece totales garantías es el de la carta de crédito.

La decisión sobre que mecanismo se utilizará deberá definirse en cada caso teniendo en cuenta los riesgos que se dispone asumir, el grado de credibilidad que se asigne al importador en cuestión y directamente relacionado con éste, la antigüedad y permanencia de la relación comercial. No obstante, la carta de crédito es el único mecanismo que ofrece totales garantías.

Cabe agregar que la información sobre la situación y comportamiento crediticio de las corporaciones en EE.UU. es de relativamente fácil acceso a través de diversos servicios electrónicos privados. No obstante, dada la brecha entre el grado de penalización entre uno y otro caso, un buen comportamiento crediticio doméstico no necesariamente implica un comportamiento saludable en la esfera internacional.



## **X. TRANSPORTE:**

El medio de transporte utilizado es el marítimo, dada las características del producto que es esencialmente un "commodity". En general se importa a granel en tambores de 300 Kg. (60 tambores por container).

La cotización por transporte de miel desde Buenos Aires es la siguiente:

Contenedor de 20 pies: u\$s 1. 200

Además se deben incluir los gastos en puerto de Buenos Aires de agencia marítima:

- invalance: arancel de carencia de contenedores.
- baf: corresponde a combustible sobre flete oceánico.
- THC: Movimiento de contenedor hacia el buque.
- gate charge
- tool: Peaje Río de la Plata
- emisión de b/l

Gastos sumados al precio del transporte:

Flete y Gastos desde Buenos Aires a Miami: u\$s 2.445,45

## **XI. INSTITUCIONES SECTORIALES:**

### **NATIONAL PEANUT BOARD**

Headquarters

2839 Paces Ferry Road, Suite 210

Atlanta, GA 30339

Tel. (678) 424-5750

Fax. (678) 427-5751

Contacto: Larry Ford / Michael Davis

[www.nationalpeanutboard.org](http://www.nationalpeanutboard.org)

[peanuts@nationalpeanutboard.org](mailto:peanuts@nationalpeanutboard.org)

### **FLORIDA PEANUT PRODUCERS ASSOCIATION**

2741 Penn. Ave. Suite 1

Marianna, Florida 32448

Tel. (850) 526-2590

Contacto: Sherry Saunders

[www.flpeanuts.com](http://www.flpeanuts.com)

## **XII. FERIAS VINCULADAS AL SECTOR:**

### **AMERICAS FOOD & BEVERAGE SHOW & CONFERENCE**

**Miami Beach Convention Center**

**September 24-26, 2008**

Organizado por:

World Trade Center Miami

Port of Miami

1007 N. America Way, Suite 500

Miami, Florida 33132

Tel: (305) 871-7910

Fax.(305) 871-7904

Email: [afb@worldtrade.org](mailto:afb@worldtrade.org)

[www.americasfoodandbeverage.com](http://www.americasfoodandbeverage.com)

### **EXPO ALIMENTOS (PUERTO RICO)**

**Centro de Convenciones de Puerto Rico**

**Abril 18-19, 2009**

P.O. Box 13794 Santurce Station

San Juan, PR 00908-3794

Tel. (787) 287-0140

Fax. (787) 287-0395

Contacto: Horacio Figueroa

Email: [Horacio@expo-alimentos.com](mailto:Horacio@expo-alimentos.com)

Contacto: Yezenia Cruz

Email: [yezi@expo-alimentos.com](mailto:yezi@expo-alimentos.com)

Contacto: Dayana Miranda

Email: [dayana@expo-alimentos.com](mailto:dayana@expo-alimentos.com)

[www.expo-alimentos.com](http://www.expo-alimentos.com)

**2008 FRESH SUMMIT INTERNATIONAL (PMA)**

**Octubre 24 al 27, 2008**

**Orange County Convention Center**

9860 Universal Boulevard

Orlando, Florida, 32819-8706USA

Información:

Produce Marketing Association

1500 Casho Mill Rd.

Newark, DE USA 19714-6036

Te. (302) 738-7100

Fax. (302) 731-2409

Contacto: Ivonne Bull / Kent Allaway

[www.pma.com](http://www.pma.com)

**XIII. IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES:**

**TREE OF LIFE**

405 Golfway West Drive

St. Augustine, Florida 32095

Tel. (904) 940-2128

Fax. (904) 940-2264

Contacto: Mike Cline

Email: [michael.cline@treeoflife.com](mailto:michael.cline@treeoflife.com)

[www.treeoflife.com](http://www.treeoflife.com)

**MEDINA BAKING & POWDER PRODUCTS**

1864 NW. 22<sup>nd</sup>. St.

Miami, Florida 33142

Tel. (305) 545-5436

Fax. (305) 545-6847

Contacto: Roberto Martin

Email: [medina@medinabaking.com](mailto:medina@medinabaking.com)

[www.medinabaking.com](http://www.medinabaking.com)

**WHOLE FOOD MARKET**

21105 Biscayne Blvd.

Miami, Florida 33180

Tel: (305) 933-1543

Fax: (305) 933-2567

Contacto: Evan Schmiedehaus

Email: [evan.schmiedehaus@wholefoods.com](mailto:evan.schmiedehaus@wholefoods.com)

**Corporate**

7720 Peters Rd.

Plantation, Fl. 33324

Tel. (954) 489-2126

Fax. (954) 370-3940

Contacto: Joey Wells

Email: [joey.wells@wholefoods.com](mailto:joey.wells@wholefoods.com)

**DOLCCE ANTONELLA**

8000 NW. 31th. St. Suite 4

Doral, Florida 33122

Tel. (305) 716-0233

Contacto: Elena Barrera

Email: [sales@dolcceantonella.com](mailto:sales@dolcceantonella.com)

[www.dolcceantonella.com](http://www.dolcceantonella.com)