



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Estudio de mercado **GUAYUSA** en Estados Unidos

**Ministerio de Producción,
Comercio Exterior, Inversiones y Pesca**


**Gobierno
del Ecuador**

**GUILLERMO LASSO
PRESIDENTE**

CONTENIDO

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA.....	1
1.1 Descripción del producto.....	1
1.2 Subpartida arancelaria	1
2. INFORMACIÓN DE MERCADO	2
2.1 Datos de producción	2
2.2 Segmento de mercado	2
2.3 Tendencias de consumo	4
3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	5
3.1 Diferentes usos del producto.....	5
3.2 Requisitos de Calidad	6
3.3 Embalaje.....	6
3.4 Etiquetado	6
4. COMERCIO EXTERIOR.....	7
4.1 Países proveedores de subpartida 0903.00.00 Yerba mate en el mercado estadounidense.....	7
4.2 Análisis de Ecuador y sus competidores.....	8
4.3 Análisis logístico de Ecuador y sus competidores.....	11
5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	12
6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL	13
6.1 Promoción al consumidor.....	13
6.2 Ferias comerciales y eventos B2B - 2022	13
7. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.....	14
7.1 Barreras arancelarias	14
7.2 Barreras no arancelarias	15
8. PRECIOS	18
9. CERTIFICACIONES	19
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20
10.1 Conclusiones.....	20
10.2 Recomendaciones.....	20

GUAYUSA EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA

1.1 Descripción del producto



La guayusa (*Ilex guayusa*), es una planta nativa endémica de la Amazonía. Su cultivo es tradicional y pertenece al pueblo kichwa amazónico del Ecuador. Se encuentra presente en las diferentes provincias como Napo, Sucumbíos, Orellana, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Tiene un mejor crecimiento en su cultivo en la zona alta de la Amazonía especialmente en la provincia de Napo.

Las hojas son mayormente utilizadas en infusiones o bebidas gracias a sus múltiples propiedades. Argentina, Brasil y Ecuador representan los 3 mayores proveedores de USA para la subpartida 0903.00 durante el año 2021, que para el caso de los 2 primeros representa la exportación de Yerba mate, mientras que, para el caso de Ecuador, se refiere a la exportación de hojas de guayusa.

1.2 Subpartida arancelaria

No existe una subpartida específica para la guayusa. La subpartida identificada en el Arancel Integrado del Ecuador que usualmente se ha utilizado para la exportación de guayusa es la siguiente:

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
0903.00.00.00	Yerba Mate

Fuente: Sistema Armonizado de Clasificación de mercancías

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Hay que indicar que esta partida corresponde a la Yerba mate (*Ilex paraguariensis*), y con ella se gestionado los envíos de producto a los diversos mercados. Se debe mencionar que también se visualizan exportaciones de hoja de guayusa bajo la subpartida **1211.90.90**, que corresponde a la subpartida Las demás, y por medio del cual adicional a la guayusa, también se exportan una serie de productos o infusiones

de otras hierbas, y que, en el caso de la guayusa, su participación es menor, representando aproximadamente un 2 % en conjunto de las 2 subpartidas, ya que aproximadamente el 98% se envía por medio de la **0903.00.00**.

2. INFORMACIÓN DE MERCADO

2.1 Datos de producción

Estados Unidos de América no es un país productor. Actualmente la guayusa que se consume es proveniente de Ecuador quien representa entre los 3 mayores proveedores durante el 2021 en mayor cantidad.

De acuerdo a información recopilada por el Import Promotion Desk de Alemania, se estima que Ecuador produce el 98% de guayusa en el mundo, la cual también es producida en Perú y Bolivia.

La guayusa se puede presentar en otras variantes para su comercialización, ya sea en hoja de la guayusa suelta o pulverizadas, y también se puede elaborar extracto de guayusa tanto en polvo como en líquido.

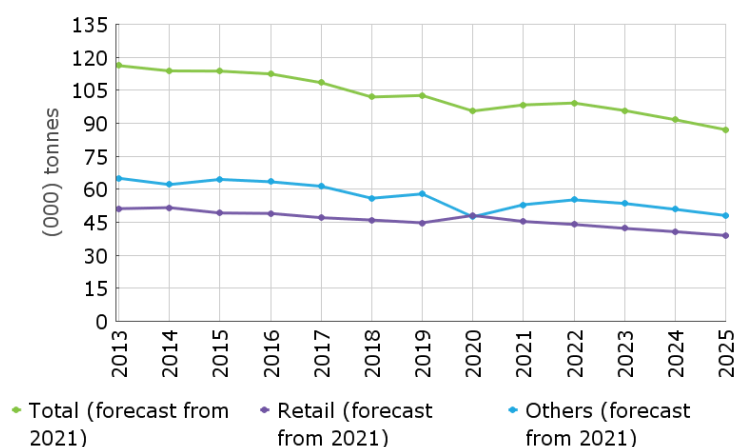
2.2 Segmento de mercado

El comercio de la guayusa en el mercado de Estados Unidos de América, se divide en:

- 1) Ventas por segmento de aplicación (té, bebidas energéticas)
- 2) Ventas al mayor de té del 71% de participación

Como complemento detallamos a continuación la segmentación del mercado y pronóstico hasta el año 2025, conforme lo indicado en el Market analysis report de “Té e infusiones” de Mintel Markets:

Té e Infusiones: Segmentación del mercado por volumen (toneladas)



Fuente: Analysis Market Report – Tea and infusions US – Mintel Markets
Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Considerando como base la gráfica anterior, podemos identificar el total de volumen, así como el pronóstico para el canal Retail, en el que se pronostica una reducción hasta el año 2025, que detallamos en la tabla siguiente:

Total, de Té e Infusiones: Segmentación del mercado por volumen (Toneladas)

Segmento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total	116	114	114	112	108	102	103	96	98	99	96	92	87
Retail	51	52	49	49	47	46	45	48	45	44	42	41	39
Others	65	62	64	63	61	56	58	47	53	55	54	51	48

Fuente: U.S. Census Bureau, CSPnet, Information Resources, Inc., Mintel Markets
Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Del total de la segmentación arriba indicada, a continuación, vamos a detallar la información del segmento **Retail**, en la que desglosa como Te e infusiones y que puede servir de referencia para los productores de guayusa, principalmente para análisis de competencia.

Té e Infusiones: Segmentación del mercado por volumen – RETAIL (Toneladas)

Segmento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	51	52	49	49	47	46	45	48
Tè	44	44	42	42	39,69	38	37	40
Infusiones	7	7	8	7	7	8	8	8

Fuente: U.S. Census Bureau, CSPnet, Information Resources, Inc., Mintel Markets
Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

2.3 Tendencias de consumo

- En Estados Unidos de América, el consumo de la guayusa tuvo su crecimiento entre el 2014 al 2019, pero posterior a ello, el volumen ha disminuido.
- La guayusa en té incrementó su nivel de aceptación dentro del mercado estadounidense gracias a sus propiedades naturales y energéticas.
- El té de la guayusa gracias al ser un producto natural puede ser un sustituto del café y bebidas energizantes que son nocivas y provocan enfermedades cardiovasculares.
- Se ha identificado como bebida energizante por sus altos contenidos de cafeína a base guayusa envasada en lata y botella.
- En presentación de bolsas de té a base de hojas de guayusa triturada con otros ingredientes como jengibre y limón.

Para complementar información del mercado de USA, se ha incluido lo indicado en el Market analysis report de “Té e infusiones” de Mintel Markets, categoría en la que podríamos encontrar alguna de las presentaciones de guayusa, como el té en hojas o en sobre y que se detalla a continuación:

- El mercado de Té e Infusiones minorista (**Retail**) en USA tuvo un incremento en su volumen de un 7,5% en el año 2020.
- El crecimiento más fuerte de los últimos años para Té e Infusiones Minorista (EE.UU.) fue en 2020, con una tasa del 7,5%.
- El crecimiento anual compuesto de Té e Infusiones Minorista (US) para el periodo 2016-2020 fue del -0,5%.
- En 2025, se prevé que Minorista de té e infusiones (EE. UU.) alcance 0,039 millones de toneladas, lo que representa una reducción del crecimiento anual compuesto CAGR de volumen de **-3,7%** desde 2021.

Figura 1: Volumen - Tamaño absoluto

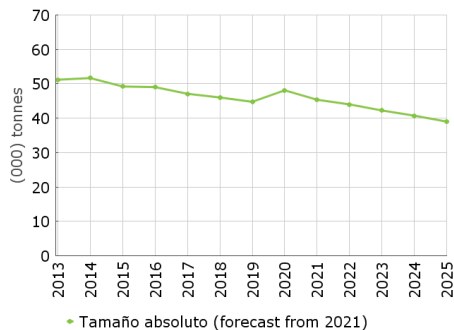
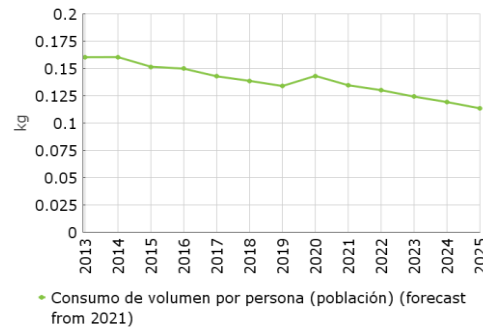


Figura 2: Volumen - Consumo de volumen por persona (población)



*Fuente: Analysis Market Report – Tea and infusions US – Mintel Markets
Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP*

Si bien el reporte no indica información específica sobre guayusa, nos sirve de referencia para el comportamiento del consumo en este rubro que nos brinda una guía para identificar potencialidad del sector en el mercado de USA.

3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Diferentes usos del producto

La guayusa posee vitaminas, cafeína y antioxidantes que posee propiedades naturales de la región amazónica del Ecuador. En la elaboración del té de guayusa al ser una bebida natural que puede ser un sustituto de bebidas energizantes o café siendo comercializada como bolsas de té.

Su presentación como bebida energizante elaborada con la infusión de hoja de guayusa con otros ingredientes como jugo de caña y limón, frutos rojos, maracuyá o solo a base de guayusa siendo embotellada en envases de vidrio, lata o botella.

Como hojas secas de guayusa siendo empaquetadas en hojas sueltas o trituradas dentro del empaque de bolsas de té con jengibre y limón o de guayusa. Como bebidas no alcohólicas a base de guayusa y como tés helados listos para su consumo a base de guayusa.

Además, como alternativa a las bolsas de té se realiza la fabricación de cápsulas a base del extracto de hojas sueltas de guayusa.

3.2 *Requisitos de Calidad*

En el FDA se debe de cumplir con las normativas de productos agroalimentarios siendo recolectada a nivel federal en el CFR y son las siguientes:

- Todo alimento importado en EEUU debe cumplir con las buenas prácticas de elaboración siendo recogido en el apartado de provisiones a nivel federal en 21 CFR110.
- Los alimentos deben cumplir con las tolerancias máximas de contaminantes naturales
- Regulación del uso de aditivos en los alimentos siendo aditivos directos como los añadidos a los alimentos y los aditivos indirectos las sustancias en contacto con alimentos como los embalajes o envases.

3.3 *Embalaje*

En el FDA se incluyen las leyes de empaque para su comercialización en el mercado estadounidense y son las siguientes:

- El producto debe envasarse y ser totalmente protegido.
- Las condiciones de almacenamiento recomendadas son ambiente, baja humedad en el empaque original.
- Cumplir con las restricciones sobre los materiales que se utilizarán para el envasado, recubrimiento de alimentos.
- Un recipiente que permita al consumidor ver completamente su contenido.

3.4 *Etiquetado*

El etiquetado debe cumplir con los requisitos legislativos de la FDA establecidos en el **Reglamento de la FDA/21CFR**

La etiqueta debe incluir los siguientes elementos:

- Debe tener un área total de 3 pulgadas cuadradas o menos disponible para llevar etiquetas.
- El nombre del ingrediente deberá ser un nombre específico y no un nombre colectivo
- La declaración de ingredientes.
- El nombre y dirección del fabricante, empacador o distribuidor.
- La declaración de identidad.

- La información requerida debe ser un tamaño de letra de 1/16 de pulgada de alto.
- Toda la información requerida debe aparecer en el panel de visualización principal o en la información del panel bajo por espacio insuficiente.
- La información nutricional en la tapa o cuerpo de envase.
- La información de declaración de ingredientes en el mismo panel que la información del fabricante. Los ingredientes se enumeran en orden descendente de peso en un tipo de letra de al menos 1/16" de alto y fácil de leer.



<1% FRUIT JUICE

Nutrition Facts	
Serving Size: 1 can (355ml)	
Amount per serving	
Calories	0
	% Daily Value
Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 0g	0%
Dietary Fiber 0g	0%
Total Sugars 0g	
Includes 0g Added Sugars	0%
Protein 0g	
Potas. 0mg	0%
Vit. C. 0mg	0%

INGREDIENTS: Carbonated water, brewed organic guayusa (leaves), natural flavors, organic lime juice concentrate



Adicionalmente se incluye la publicación de normas específicas de etiquetado de la FDA se las puede encontrar en el **“Food Labeling Guide”**

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1 Países proveedores de subpartida 0903.00.00 Yerba mate en el mercado estadounidense

Los principales proveedores para al mercado estadounidense de la subpartida 0903.00.00 que se corresponde a la Yerba mate durante el 2021 fueron: Argentina, Brasil y Ecuador

PRINCIPALES PROVEEDORES DE SUBPARTIDA 090300 (YERBA MATE) EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA. USD FOB					
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	TCPA 2019-2021
ARGENTINA	3,163	3,645	2,449	45.21%	-12.01%
BRASIL	2,879	1,714	1,676	30.94%	-23.70%
ECUADOR	1,308	780	774	14.29%	-23.08%
LOS DEMÁS PAÍSES	716	866	518	9.56%	-14.94%
TOTAL GENERAL	8,066	7,005	5,417	100.00%	-18.05%

Fuente: TradeMap - ITC

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Los principales países proveedores de USA para la subpartida 0903.00.00 a USA fueron Argentina, Brasil y Ecuador. Hay que resaltar que, en el caso de Argentina y Brasil, son proveedores de yerba mate, mientras que, en el caso de Ecuador, es proveedor de guayusa, que es una variedad de la familia que se ha exportado bajo la subpartida de Yerba mate.

4.2 Análisis de Ecuador y sus competidores

A nivel de subpartida 0903.00.00 Yerba mate, los principales países competidores son Argentina y Brasil, pero en el caso de ambos, son proveedores de yerba mate, mientras que, en el caso de Ecuador, es proveedor de guayusa.

En base a lo anteriormente indicado, a continuación, detallamos una comparación nutricional entre la guayusa y la yerba mate publicada en el Estudio de guayusa en Europa desarrollado por el Import Promotion Desk:

Comparativo nutricional entre Guayusa y Yerba mate

Contenido nutricional	Guayusa (promedio)	Yerba mate	Unidad
Energía	313.6	294	kcal/100g
Energía	1303.4	1229	kJ/100g
Grasa total	7.96	2.7	g/100g
Ácidos grasos saturados	3.36	1.83	g/100g
Sodio	3.9	< 3	mg/100g
Total de carbohidratos	64.1	71.7	g/100g
Fibra dietética total	36.98	36.5	g/100g
Carbohidratos disponibles	27.12	35.2	g/100g
Total de azúcar	4.84	4	g/100g
Proteína	14.92	14.1	g/100g

Fuente: Exportando Guayusa a Europa –Import Promotion Desk

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

También podemos mencionar que existen productos alternativos competidores dentro de la categoría de Té o infusiones y podemos mencionar a continuación:

Bebida a base de hojas de Té:



[Té helado y caliente premium | Real Leaf Tea | Hoja pura \(pureleaf.com\)](https://www.pureleaf.com)

Fuente: Oficina Comercial de MPCEIP en Miami

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Té Orgánico de Kombucha:



Amazon.com: Fermentaholics Kombucha SCOBY ORGÁNICO con doce onzas de té iniciador - Live Starter Culture - Hace un lote de un galón - 1.5 tazas de té de inicio maduro fuerte - Prepara tu propia kombucha: comestibles y comida gourmet

Tè de matcha:



Amazon.com : Pukka Supreme Matcha Green, Organic Herbal Green Tea with Oothu, Sencha & Suio Gang, 20 Count (Pack of 3) : Everything Else

Tè de hierbas con aceite de semilla de cáñamo:



Amazon.com : Pukka Organic Tea Bags, Peace Herbal Tea with Spearmint, Ashwagandha, and Hemp Seed Oil, Perfect for Balanced Tranquility, 20 Count (Pack of 3), 60 Tea Bags: Grocery & Gourmet Food

Tè de ginseng rojo coreano:



Amazon.com: Hong Sam Won - Bebidas coreanas de ginseng rojo [CheongKwanJang] Bebida energética pre entrenamiento para hombres y mujeres, comida coreana Té coreano de extracto de Panax Ginseng rojo, aumenta la productividad, la circulación - 60 bolsas: herramientas y mejoras para el hogar

4.3 Análisis logístico de Ecuador y sus competidores

PRINCIPALES PROVEEDORES DE SUBPARTIDA 090300 (YERBA MATE) EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA. TM						
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	PRECIO FOB USD/KG	TCPA 2019-2021
ARGENTINA	879	991	681	53.00%	3.60	-11.98%
BRASIL	726	359	369	28.72%	4.54	-28.71%
ECUADOR	171	105	103	8.02%	7.51	-22.39%
LOS DEMÁS PAÍSES	152	204	132	10.27%	3.92	-6.81%
TOTAL GENERAL	1,928	1,659	1,285	100.00%	4.22	-18.36%

Fuente: TradeMap - ITC

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

ORIGEN	DESTINO	TIEMPO DE TRÁNSITO	
		DÍAS	DISTANCIA (KM)
ECUADOR- GUAYAQUIL	USA - MIAMI	7	3,635
ECUADOR- GUAYAQUIL	USA - NEW YORK	13 a 18	5,114
ECUADOR- GUAYAQUIL	USA - LOS ANGELES	10	5,916

Fuente: Sea Rates by DP World <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Cantón

5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El canal de distribución en el mercado estadounidense se encuentra segmentado:

- Recolectores de la guayusa siendo una planta endémica, nativa de la Amazonía siendo su cultivo tradicional y perteneciente a la tradición agro-silvícola del pueblo kichwa amazónico del Ecuador.
- Procesadores o exportadores: El procesamiento y exportación de la guayusa siendo frecuentemente combinados y se realizan por la misma empresa siendo su procesamiento del producto diferente dependiendo del producto final a ser comercializado como hojas de bolsa de té, bebidas energizantes, bebidas a base de guayusa o ingredientes añadidos o como aceites desde lo cosmético personal.
- Importador o distribuidor: Encargado de comercializar a los diferentes puntos de venta para ser comercializado el producto tomando en su consideración el producto final.
- Retailers: Encargados de comercializar al por menos el producto cuyo objetivo es vender a una gran variedad de clientes finales un stock masivo de la guayusa en sus diferentes tipos de uso de producto logrando una mayor recurrencia en el consumo de frecuencia del producto siendo comercializada en Walmart, CVS, Wholefoods Market, Walgreens y Costco.
- E-Commerce: Mayormente utilizado en Amazon en gran cantidad marcas como Waykana, Runa quienes comercializan sus productos de guayusa en diferentes presentaciones como bolsas de té, cápsulas, hojas sueltas o trituradas.
- La empresa The Inca Trail Foods también cuenta con presencia en Amazon con un mix de hierbas que incluye a la guayusa como parte de su composición
- Nutracéuticos: Incluye las bebidas energéticas que usan la guayusa como ingrediente. Además, la tintura de guayusa siendo comercializada en Amazon.

6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

6.1 Promoción al consumidor

Se recomienda fortalecer la presencia mediante campañas publicitarias en Redes o canales de e commerce, haciendo énfasis sobre la guayusa como un energizante natural. También se puede difundir la historia de consumo de la guayusa por parte de la población étnica de la Amazonía de Ecuador, por su identificación con nuestra cultura ancestral que es de mucho interés para nichos de consumidores.

Generar mayor información a los consumidores sobre el sabor, beneficios para la salud; a través de campañas audiovisuales, programas, plataformas de vídeo en línea para exponer lo antes mencionado.

Identificar cuáles son los canales más adecuados para llegar al nicho específico del mercado y poder competir con otras alternativas similares como infusiones de otras hierbas como el mate, ginseng, cannabis o kombucha

Fortalecer la promoción aprovechando la creación del Consorcio de Guayusa recientemente creado, con la finalidad de potenciar a los productores e identificar nuevos compradores en USA y otros mercados.

6.2 Ferias comerciales y eventos B2B - 2022

Las ferias y eventos comerciales ofrecen grandes oportunidades para promover los productos a los importadores y mayoristas estadounidenses. Los siguientes eventos son los más relevantes para la promoción de alimentos orgánicos y alimentos ecuatorianos en Estados Unidos de América.

NOMBRE DE FERIA COMERCIAL	FECHA	LUGAR
NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2023	7 al 11 de marzo de 2023	LOS ANGELES
WESTERN FOODSERVICE & HOSPITALITY EXPO 2023	6 al 8 de agosto de 2023	LOS ANGELES
AMERICAS FOOD AND BEVERAGE SHOW 2023	18 al 20 de septiembre de 2023	MIAMI
NATURAL PRODUCTS EXPO EAST 2023	20 al 23 de septiembre de 2023	FILADELFIA

Fuente: <https://www.feriasinfo.es/>

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

7. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

Los productos frescos de origen vegetal como la guayusa, cuentan con una serie de barreras no arancelarias, entre las cuales tenemos:

- Requisitos fitosanitarios
- Normas de salud pública
- Ley de Bioterrorismo y Ley FSMA
- Normas de Aduanas
- Normas de calidad y de comercialización
- Normas de rotulado.

7.1 Barreras arancelarias

La subpartida 0903.00.0000 de la Yerba mate ingresa con 0% arancel, en igualdad de condiciones que sus principales competidores.

PAÍSES	ARANCEL
ARGENTINA	0%
BRASIL	0%
ECUADOR	0%

Fuente: Market Access Map MacMap ITC

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

Se pone a consideración que la subpartida 1211.90.90.00, con la que también se ha identificado exportaciones de guayusa desde Ecuador a USA ingresa con 0% arancel, en igualdad de condiciones que sus principales competidores (la subpartida a aplicar en destino es la 1211.90.89.80).

En esta subpartida ingresan diferentes tipos de infusiones y Tè, entre ellos Tè negro, de moringa, de hojas de guanábana y otros.

PAÍSES	ARANCEL
NIGERIA	0%
ALEMANIA	0%
EGIPTO	0%

Fuente: Market Access Map MacMap ITC

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

7.2 Barreras no arancelarias

Requisitos fitosanitarios

Los productores y exportadores interesados en el mercado estadounidense deben consultar con la Agencia Regulación y Control Fito y Zoosanitario AGROCALIDAD sobre los requisitos específicos que debe cumplir el producto.

Para visualizar los mercados abiertos para la recepción de guayusa fresca, se incluye el enlace en el cual podemos visualizar los países a los que se puede exportar la guayusa y otros productos frescos de origen vegetal: <https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/productos1/consultaRequisitoComercio.php>

Adicionalmente se incluye también el enlace de la Dirección de Vigilancia Sanitaria de Agrocalidad, en el cual podemos visualizar la información para análisis de riesgos, diseño y planes de contingencia para aplicación de medidas de prevención y control fitosanitario:

Dirección de Vigilancia Fitosanitaria - AGROCALIDAD

A continuación se agrega el enlace en el cual se encuentra el menú: Cómo exportar productos agrícolas, Registro e Inspección de los productos de exportación y de **“Otros productos Vegetales”** publicado por Agrocalidad: **Dirección de Certificación Fitosanitaria - AGROCALIDAD.**

Es recomendable que adicionalmente se investigue en el portal electrónico de Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) del Departamento de Agricultura, en particular la sección correspondiente a la importación de frutas y hortalizas: Fruits and Vegetables Import Requirements (FAVIR) Database.

Uso limitado de pesticidas

La Agencia de Protección Ambiental (EPA) establece un nivel máximo en el que cada alimento puede tener pesticida. Siendo los niveles llamados tolerancias. Además, cabe considerar que la mayoría de los pesticidas naturales utilizados en la producción orgánica de los alimentos están exentos de la exigencia de una tolerancia porque son muy bajos en toxicidad.

Puede suceder que las trazas de pesticidas artificiales pueden entrar en alimentos orgánicos cuando un agricultor orgánico cercano los usa, o si una planta de procesamiento es la encargada de ambos alimentos orgánicos y no orgánicos. Siendo por ello ocasión de este tipo de contacto considerado como inevitable o accidental, las regulaciones del USDA siendo una

de las certificaciones requeridas en alimentos orgánicos por ello el uso permitido de residuos de plaguicidas prohibidos hasta un 5 por ciento del nivel de tolerancia.

Requisitos de Salud Pública

Cuando las mercancías realizan su ingreso a los puertos de USA, la Food and Drug Administration (FDA) toma muestras de las frutas y hortalizas frescas, cuya finalidad es detectar la posible presencia de residuos u otros elementos. Si bien es cierto, no es obligatorio, las Autoridades sanitarias de USA sugieren el uso de técnicas y manuales de Buenas Prácticas Agrícolas (GAPs) para la producción y exportación de tales rubros.

En referencia a lo anteriormente indicado, se sugiere realizar la revisión de la guía de la FDA: Guía para Reducir al Mínimo el Riesgo Microbiano en los Alimentos, en el Caso de Frutas y Vegetales Frescos.

El Sector Industrial de USA, como la United Fresh Produce Association y el Food Marketing Institute, trabajan de forma activa en la búsqueda de para elevar los estándares y garantizar la calidad, seguridad e higiene del sector hortofrutícola. Ante ellos es sugerible visitar los siguientes enlaces:

- United Fresh Produce Association: **Education and Resources**
- Produce Marketing Association: **Food Safety Resource Center**
- Food Marketing Institute: **Food Safety and Defense**

Ley y Normativa sobre Bioterrorismo y FSMA

Las personas y empresas interesadas que produzcan y exporten alimentos para su consumo en USA (con excepción de productos regulados por FSIS) deben cumplir con

las normas de esta ley. EN caso de mayor información, se puede dirigir a los instructivos de la FDA (**Ley de Bioterrorismo**).

Asimismo, a partir de la firma de la Ley de Modernización de Inocuidad Alimentaria en el 2011, estos productos deberán cumplir con las normas que serán desarrolladas bajo esta ley. Por mayor información referente a FSMA y su implementación consultar: **The New FDA Food Safety Modernization Act (FSMA)**.

Normas de Calidad y de Comercialización

Hay un grupo importante de frutas y hortalizas y productos de origen vegetal que se comercializan en los Estados Unidos debe cumplir con rigurosas normas de calidad y

de comercialización. Para mayores detalles acerca de los denominados “ Marketing Orders”, “Marketing Agreements” y “Research and Promotion Programs”, se recomienda consultar las secciones correspondientes de la página web del Agricultural Marketing Service (AMS) del USDA.

- **Marketing Orders and Marketing Agreements:**
- **Fresh Fruit, Vegetable, Nut and Specialty Crop Grade Standards**
- **Research and Promotion Programs**

Normas de Rotulado:

Los productores y exportadores deberán familiarizarse con las normas de rotulado propuestas originalmente en el marco de la Ley Agrícola de 2002. Para mayores detalles, sugerimos informarse en el portal electrónico especializado del USDA – AMS:

- **Country of Origin Labeling**

8. PRECIOS

PRECIOS Y PRESENTACIONES DE GUAYUSA EN SUPERMERCADOS O E COMMERCE					
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO
USA		ECUADOR	19,99	16 oz	AMAZON
USA			2,33	12 oz	WALMART
USA		USA	33,95	12 oz	AMAZON
USA		USA	21,42	0,65 lb	WALMART
USA		ECUADOR	14,96	16 oz	AMAZON
USA			2,62	355 ml	COTSCO
USA		USA	11	1,69 oz	AMAZON
USA		USA	14,99	8 oz	AMAZON
USA		BRASIL	14,24	1,1 lb	AMAZON
USA		BRASIL	18,93	453 g	AMAZON

Fuente: E-commerce de Amazon y Walmart

Elaboración: Unidad de Inteligencia de Negocios, UIN – MPCEIP

9. CERTIFICACIONES

En base a lo indicado en la página de www.standardmaps.org, no se visualizan certificaciones exigibles, no obstante, En el mercado estadounidense, tanto los consumidores como la mayoría de grandes cadenas de distribución exigen a sus proveedores el cumplimiento de los requisitos comunes.

Como parte de proceso de exportación, las empresas deben registrar su instalación ante la FDA, en la que debe indicar toda la información correspondiente para el cumplimiento de la Ley FSMA y demostrar que su producto es seguro para el uso previsto, y que la empresa puede fabricar el producto según los estándares de calidad federales.

Organic USDA

En caso de contar con producción orgánica, el exportador ecuatoriano deberá realizar el proceso de registro para obtener el aval de contar con la certificación orgánicas del Departamento de Agricultura de USA (USDA). Siendo parte de las certificaciones la USDA el cual por medio de su sello "USDA Organic" certifica que un producto es 100% orgánico o hecho con al menos 95% de ingredientes orgánicos. Los productos con 70-94% de ingredientes orgánicos no pueden utilizar el sello "USDA Organic", pero pueden ser etiquetados en inglés "Made with Organic Ingredients" (Hecho con ingredientes orgánicos).

Oregon Tilth Certified Organic (OTCO)

Como parte de las certificaciones Oregon Tilth Certified Organic (OTCO) es una organización sin fines de lucro cuya misión es promover y apoyar la agricultura sostenible a través de la investigación, la promoción y la certificación. Además, OTCO proporciona a los productores agrícolas, fabricantes de productos y otros manipuladores de productos orgánicos servicios de certificación.

Certificación Kosher

Si bien para productos frescos no se utiliza Certificación Kosher, es voluntario que para productos con mayor elaboración como bebidas e infusiones pueda ser solicitado por parte de compradores. La certificación Kosher garantiza a los consumidores que la elaboración de los productos e ingredientes que contienen cumplan con la política de alimentos Kosher. Además, siendo un indicador de que el producto cumple con estrictas normas de limpieza, pureza y calidad.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones

La guayusa es una planta endémica ecuatoriana que incrementó su consumo y participación en el mercado de Estados Unidos de América hasta el 2019. gracias a sus propiedades naturales y diferentes usos del producto como su elaboración de hojas de té triturada o hojas sueltas o empaquetadas en bolsas de té, bebidas energizantes o tés helados con su principal ingrediente base de guayusa y otros ingredientes.

La guayusa forma parte del consumo en un nicho de Estados Unidos de América siendo comercializado en pequeñas cantidades dentro de los canales de comercialización y distribución.

10.2 Recomendaciones

- Los exportadores de guayusa deben prestar especial atención a la legislación relativa de los niveles máximos de residuos de plaguicidas (mrl por sus siglas en inglés), ya que se trata de un desafío frecuente al que se enfrentan muchos exportadores de guayusa y productos de origen vegetal
- Los exportadores ecuatorianos deben participar en ferias y eventos comerciales (ver punto 6), como estrategias de promoción de su cartera de productos.
- Fortalecer el trabajo con los productores y el Consorcio de Guayusa para la búsqueda de otros nichos de mercado en USA y trabaja en una mayor difusión de los beneficios y bondades del producto al ser un energizante natural.

REFERENCIAS

<https://copade.es/nuestros-proyectos-y-beneficiarios/guayusa-la-bebida-energizante-de-la-amazonia/>

<https://www.verywellhealth.com/guayusa-benefits-of-caffeine-rich-tea-4103191>

<https://www.businesswire.com/news/home/20190103005394/en/Guayusa-Market-in-Americas-2018-2022-Expansion-in-the-Retail-Landscape-to-Boost-Demand-Technavio>



[Requisitos frutas y hortalizas frescas - Oficina Agrícola Washington DC.
\(chileagricola.us\)](#)