

# **Cómo Exportar con Éxito Productos de Consumo y Alimentos Procesados**

# Motivaciones de una Empresa para Exportar

- Cambiar la visión estratégica de la compañía
- Cumplir con la política de los accionistas o dueños
- Aprovechar una oportunidad comercial
- Utilizar programas de apoyo a las exportaciones (TLC)
- Tomar ventaja de una tasa cambiaria favorable
- Aumentar la imagen comercial



# Beneficios de la Exportación

- Ampliación de mercados
- Diversificación de productos
- Incremento en las ventas
- Diversificación de riesgos
- Mejora en la rentabilidad
- Aumento en la flexibilidad y adaptabilidad de la empresa



# Desafíos del Exportador

- Entender el mercado a penetrar
- Conservar una buena imagen de credibilidad y prestigio
- Cumplir puntualmente con el monto y la entrega de las órdenes
- Mantener un alto estándar de calidad
- Dialogar constantemente con el cliente



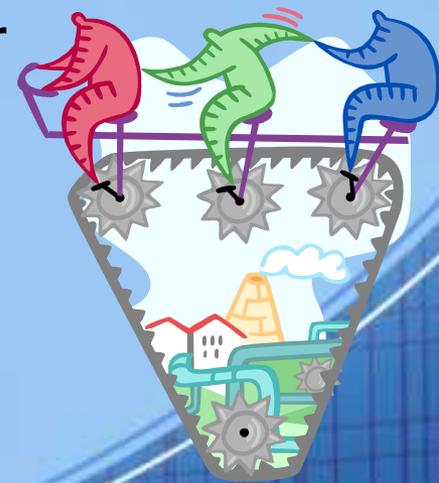
# Identifica tu Empresa



- Sector: Extractiva, Industrial o de Servicios
- Tamaño: Micro, Pequeña, Mediana o Grande
- Jurídico: E.I.R.L., S.C., S.R.L, Cooperativa, S.A.
- Propiedad del Capital: Privada, Pública, Mixta, Social
- Ámbito: Local, Regional, Nacional, Multinacional
- Destino de los Beneficios: Con fines de lucro o sin fines de lucro

# La Industria Alimentaria en los EEUU

- Es una red compleja de agricultores y de las industrias con las que se conectan.
- Incluyen compañías que producen equipo agrario, semillas e insumos químicos.
- Envuelven también al sector agro-industrial, el área de transporte y el sistema financiero.
- Conectan con compañías procesadoras de alimentos, mayoristas y minoristas (súper mercados y establecimientos de servicio alimentario).



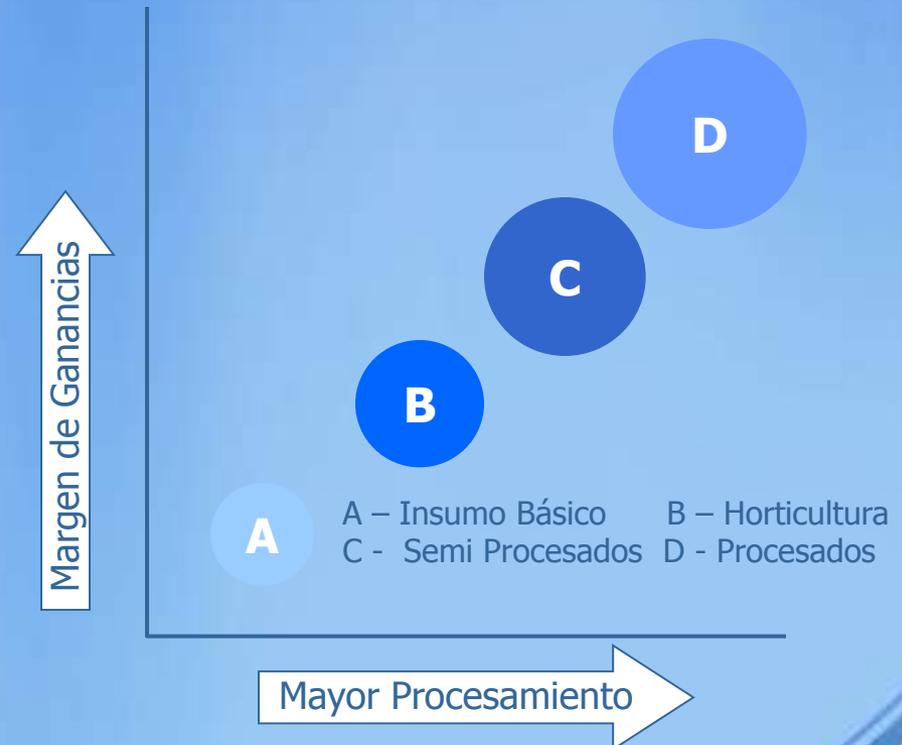
# Categorías del Comercio de Alimentos



- Insumos Agrícolas Básicos
  - Trigo
  - Arroz
  - Maíz
- Productos de la Horticultura
  - Frutos y Vegetales
  - Raíces y Tubérculos
  - Nueces, Almendras, Avellanas
- Productos Semi Procesados
  - Aceites Vegetales
  - Azúcar
  - Harinas
- Productos Procesados
  - Fruta Congelada
  - Miel
  - Queso
  - Comidas Preparadas

# El Panorama de Negocios

- A mayor procesamiento, mayor margen de ganancias
- A mayor valor del producto, mayor el escrutinio de calidad y seguridad
- A mayor riesgo, mayor recompensa



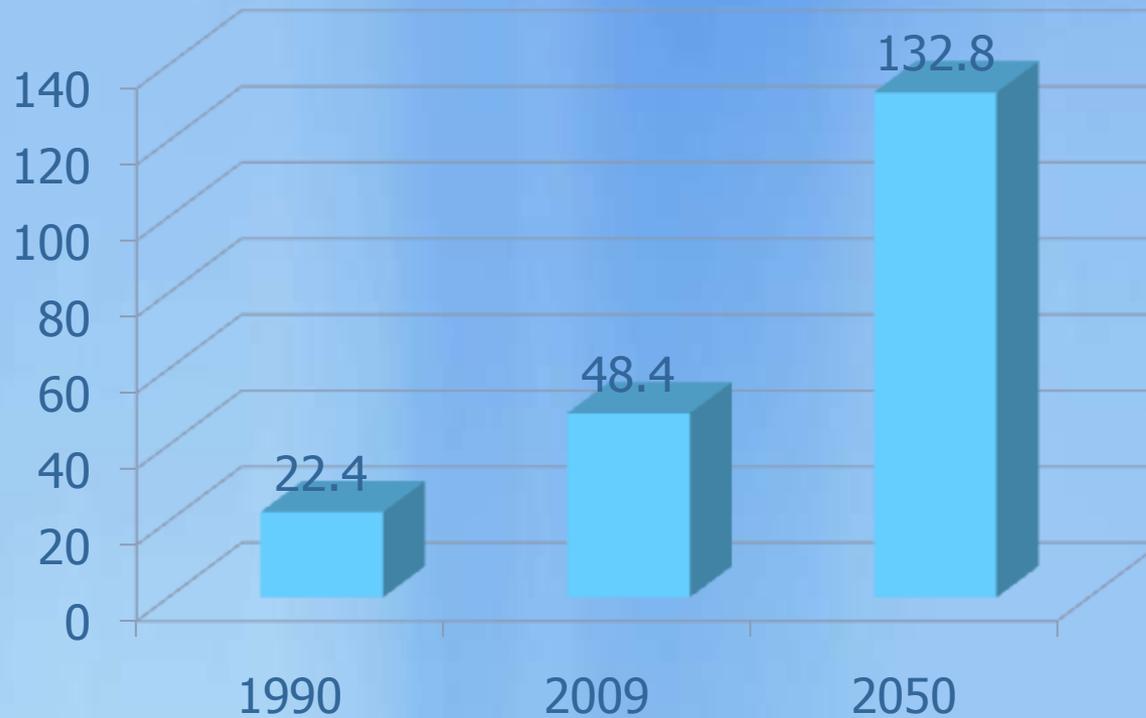
# ¿Qué Segmento del Mercado es el más Apropiado?

- Étnico
- Orgánico
- Natural
- General



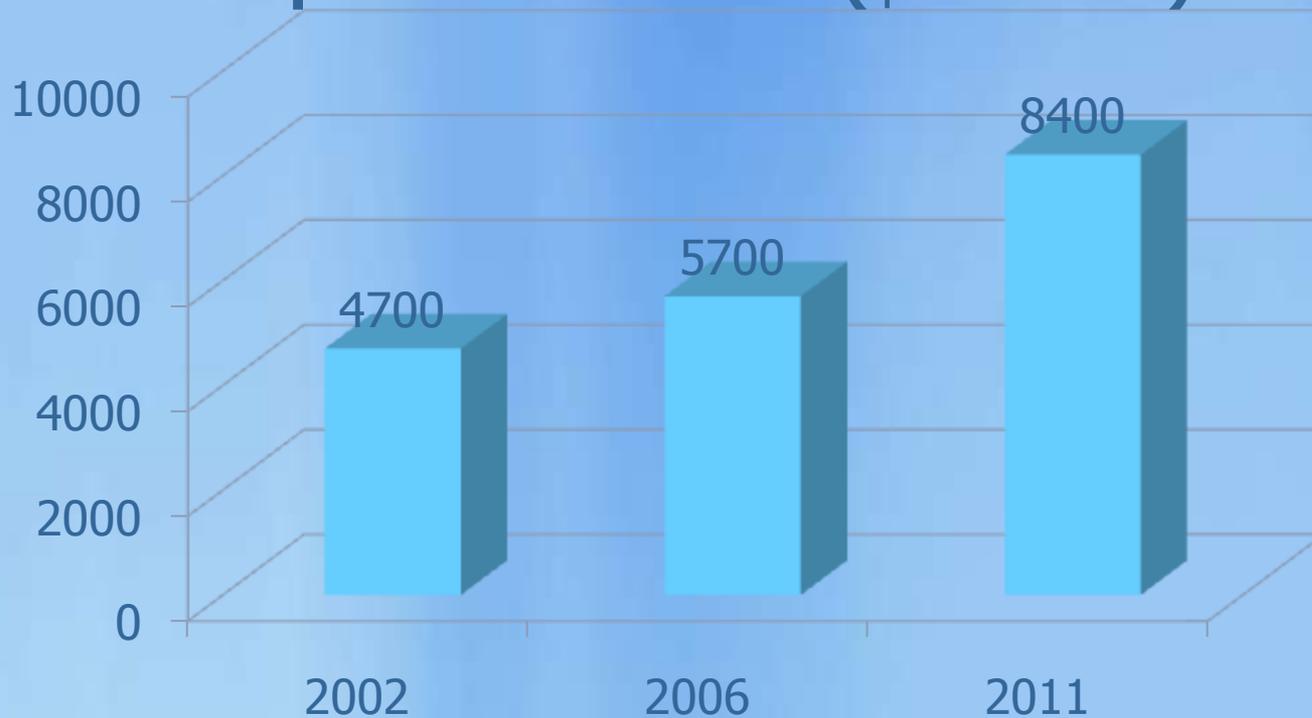
# Potencial del Mercado Étnico

## Poblacion Hispana (millones)



# Potencial del Mercado Étnico

## Venta de Bebidas y Alimentos Hispanos en los EEUU (\$ millones)



# El Sub-Sector Peruano

- Existen más de 2 millones de peruanos viviendo en el extranjero
- La mayor concentración la encontramos en los EEUU
- De acuerdo a las oficinas consulares su número estaría alrededor de los 950 mil nacionales, en condiciones migratorias regulares e irregulares

% de Peruanos dentro de la Población Hispana



## Distribución Geográfica

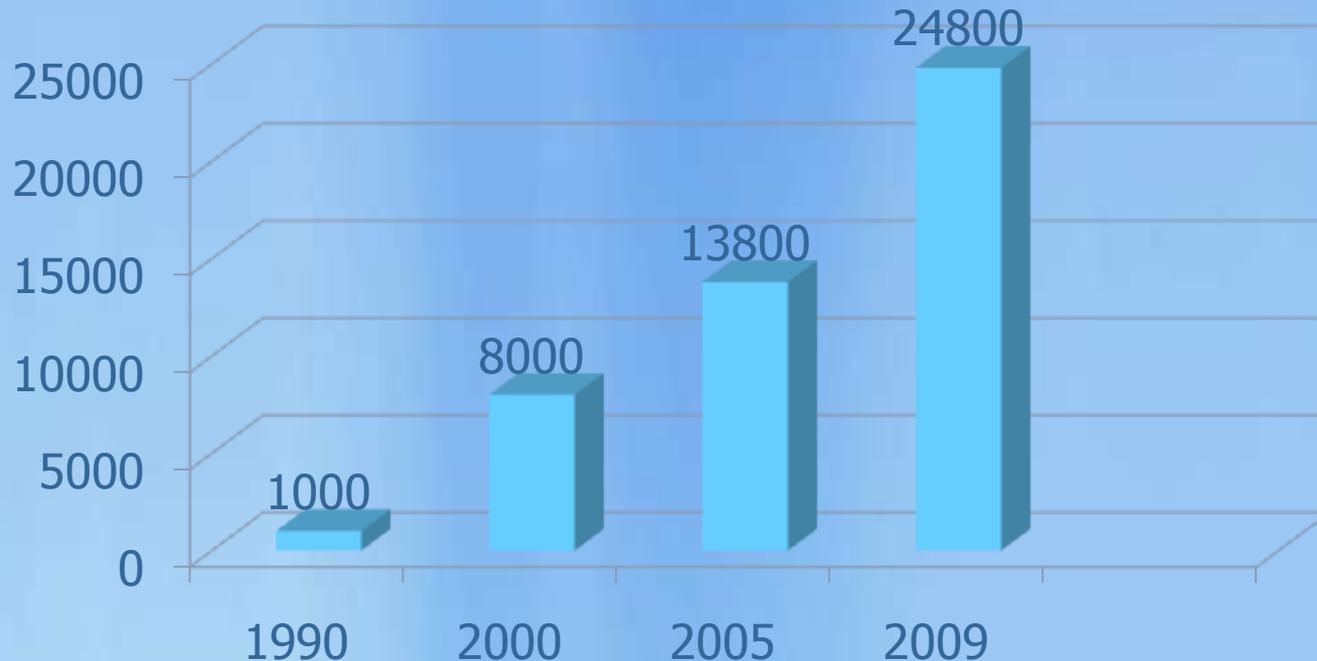
New York, NY.....	223 mil
Patterson, NJ.....	168 mil
Miami, FL.....	134 mil
Los Ángeles, FL.....	123 mil
Washington, DC.....	100 mil
San Francisco, CA.....	34 mil
Chicago, IL.....	12 mil
Houston, TX.....	9 mil
Otros.....	147 mil

Extrapolado de:

<http://www.ife.org.mx.documentos/AI/conperu.htm>

# Potencial del Mercado Orgánico

## Venta de Bebidas y Alimentos Orgánicos en los EEUU (\$ millones)



1. The United States Market for Organic Food and Beverages – March 2002
2. Industry Statistics and Projected Growth – Organic Trade Association – June 2010

# El Segmento "Natural"



- El ángulo para promocionar una bebida, ingrediente o comida como natural es más como una herramienta de mercadeo.
- En los EEUU, los entes reguladores FDA y USDA no han establecido reglas específicas para alimentos naturales.
- Generalmente se refiere a un producto que ha sido mínimamente procesado y no contiene hormonas, antibióticos, fosfatos, colorantes o sabores que no tengan un origen natural.

# Ventajas de Productos “Naturales”?

- La percepción del consumidor es más positiva para este tipo de productos.
- Productos que tienen en su etiqueta el término natural, son aceptados en más lugares y se venden a un precio superior.
- Los ingredientes naturales son más fáciles de encontrar en la cadena de suministro que los productos orgánicos.





# Lista de Ingredientes Prohibidos

- acesulfame-K (acesulfame potassium)
- acetylated esters of mono- and diglycerides
- ammonium chloride
- artificial colors
- artificial flavors
- aspartame
- azodicarbonamide
- benzoates in food
- benzoyl peroxide
- BHA (butylated hydroxyanisole)
- BHT (butylated hydroxytoluene)
- bleached flour
- bromated flour
- brominated vegetable oil (BVO)
- calcium bromate
- calcium disodium EDTA
- calcium peroxide
- calcium propionate
- calcium saccharin
- calcium sorbate
- calcium stearoyl-2-lactylate
- caprocarylobehenin.
- certified colors
- cyclamates
- cysteine (l-cysteine), as an additive for bread products
- DATEM (Diacetyl tartaric and fatty acid esters of mono and diglycerides)
- dimethylpolysiloxane
- dioctyl sodium sulfosuccinate (DSS)
- disodium calcium EDTA
- disodium dihydrogen EDTA
- disodium guanylate
- disodium inosinate
- EDTA
- ethyl vanillin
- ethylene oxide
- ethoxyquin
- FD & C colors
- foie gras
- GMP (disodium guanylate)
- hexa-, hepta- and octa-esters of sucrose
- hydrogenated fats
- IMP (disodium inosinate)
- irradiated foods
- lactylated esters of mono- and diglycerides
- lead soldered cans
- methyl silicon
- methylparaben
- microparticulated whey protein derived fat substitute
- monosodium glutamate (MSG)
- natamycin
- nitrates/nitrites
- partially hydrogenated oil
- polydextrose
- potassium benzoate
- potassium bisulfite
- potassium bromate
- potassium metabisulfite
- potassium sorbate
- propionates
- propyl gallate
- propylparaben
- saccharin
- sodium aluminum phosphate
- sodium aluminum sulfate
- sodium benzoate
- sodium bisulfite
- sodium diacetate
- sodium glutamate
- sodium nitrate/nitrite
- sodium propionate
- sodium stearoyl-2-lactylate
- sodium sulfite
- solvent extracted oils, as standalone single-ingredient oils (except grapeseed oil).
- sorbic acid
- sucralose
- sucroglycerides
- sucrose polyester
- sulfites (sulfur dioxide)
- TBHQ (tertiary butylhydroquinone)
- tetrasodium EDTA
- vanillin

# El Segmento General de Mercado



- La población en los EEUU es aproximadamente 310 millones de personas.
- Existen 85,200 súper mercados y tiendas de abarrotes.
- Las ventas de bebidas y alimentos exceden los 670 billones de dólares anuales.
- Las ventas en el sector de restaurantes regulares y de comida rápida excederán los 350 billones de dólares en el 2010.

# Canales de Distribución

- Al por menor
  - Súper Mercados
  - Híper Mercados
  - Tiendas de Abarrotes
  - Distribución Cerrada
- Al Por Mayor
  - Hoteles
  - Restaurantes
    - Servicio Rápido
    - Servicio Completo
  - Transporte



# Seleccionar el Canal Apropriado

Dependerá de la naturaleza de su empresa y de:

- Sus productos
- Sus recursos
- Su capital
- Su talento interno y externo
- Su tecnología

# “El Caso POM”

- Este caso es un ejemplo de un producto de horticultura promocionado a plenitud.
- Nos muestra el potencial de la riqueza de los productos que tenemos y cómo podemos darles un mayor valor agregado.
- También nos indica el riesgo latente de la falta de acción

# ¿Qué es una Granada?

- Es el fruto que proviene de un árbol o arbusto caducifolio de forma globular y de pulpa roja.
- Nombre técnico: *Punica granatum*
- Originaria de la meseta Persa y la región Himalaya en el Norte de India.



# La Trayectoria de la Granada



# Logros de POM al 2010

- Ha establecido una marca global.
- La única compañía que es verticalmente integrada (crece, cultiva, procesa y transporta).
- Es el cultivador más grande de granada de los EEUU -18,000 acres (aprox. 73 millones de m<sup>2</sup>).
- Ha donado \$34 millones a diferentes instituciones para la investigación de la granada.
- Tiene una misión ecológica
  - Utiliza la mejor tecnología de riego por goteo
  - Hace productiva toda la granada
  - Eficiente en su transporte

# Los I

- Frut



# Tomemos Acción Hoy

- La competencia crece día a día.
- El yacón se cultiva en Nueva Zelanda hace casi 20 años.



# El Camino al Éxito

