
MINCETUR - DIRECCION NACIONAL DE DESARROLLO DE COMERCIO EXTERIOR

**EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE ALIMENTOS:
RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LOS EXPORTADORES PERUANOS**



EDUARDO SANTOS
TELEFONO: (240) 409-3649
esantos@afjandassociates.com
OCTUBRE DE 2011

**Allen F. Johnson & Associates, 1701 Pennsylvania Ave., Of. 300, Washington D.C. 20006,
TELEFONO: (202) 349-1434, www.afjandassociates.com**

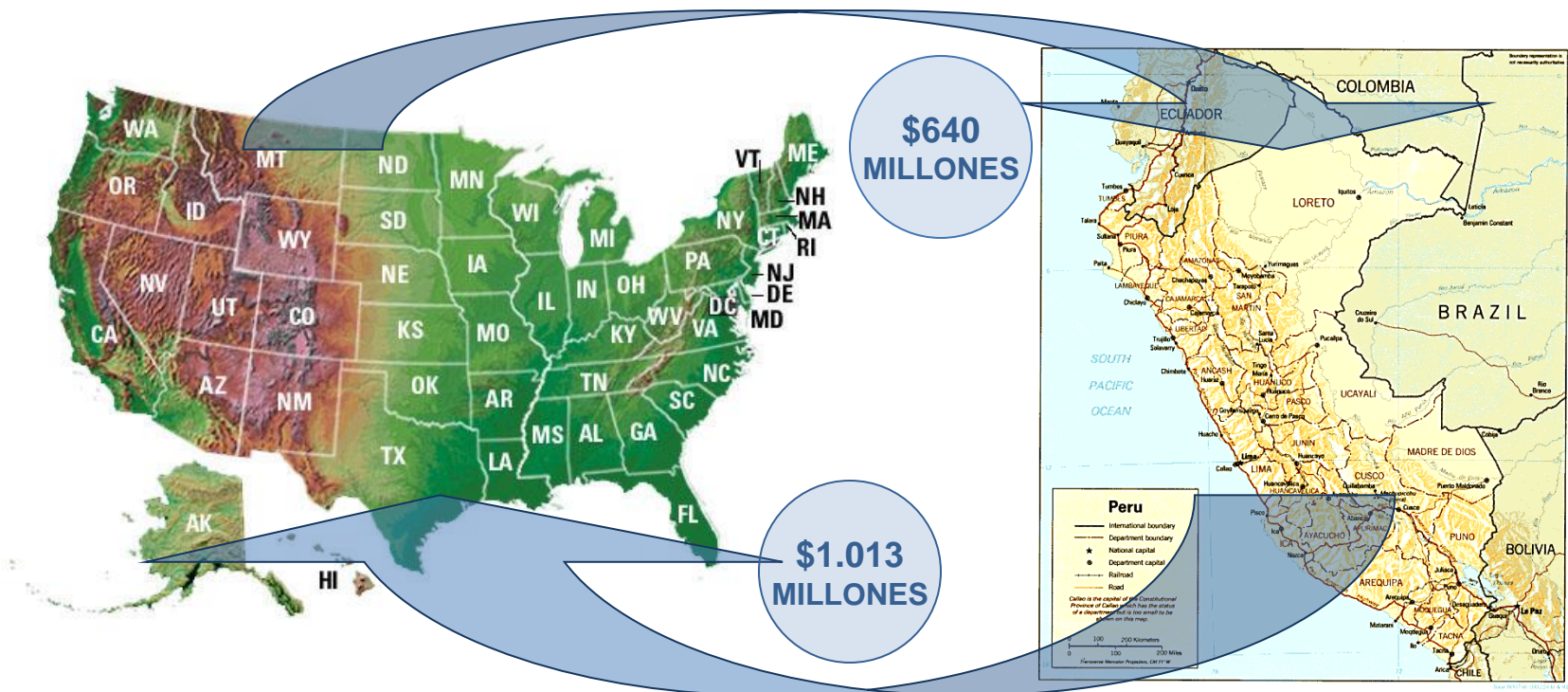
INDICE DE MATERIAS

- 1. ESTADOS UNIDOS MERCADO DE OPORTUNIDADES: LA POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE**
- 2. EL MERCADO DE ALIMENTOS DE ESTADOS UNIDOS – RETOS Y OPORTUNIDADES:**
 - 2.1. ENTENDIENDO EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**
 - 2.2. ENFATIZANDO NICHOS DE ALTO VALOR AGREGADO**
 - 2.3. DESARROLLANDO UN MODELO DE NEGOCIOS SUSTENTABLE**
 - 2.4. ACCEDIENDO A LAS REDES DE DISTRIBUCION**
 - 2.5. CONSTRUYENDO UNA IMAGEN PAIS**
- 3. NICHOS DE POSIBLE INTERES**
- 4. CONSIDERACIONES FINALES**

ESTADOS UNIDOS: MERCADO DE OPORTUNIDADES

LA POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

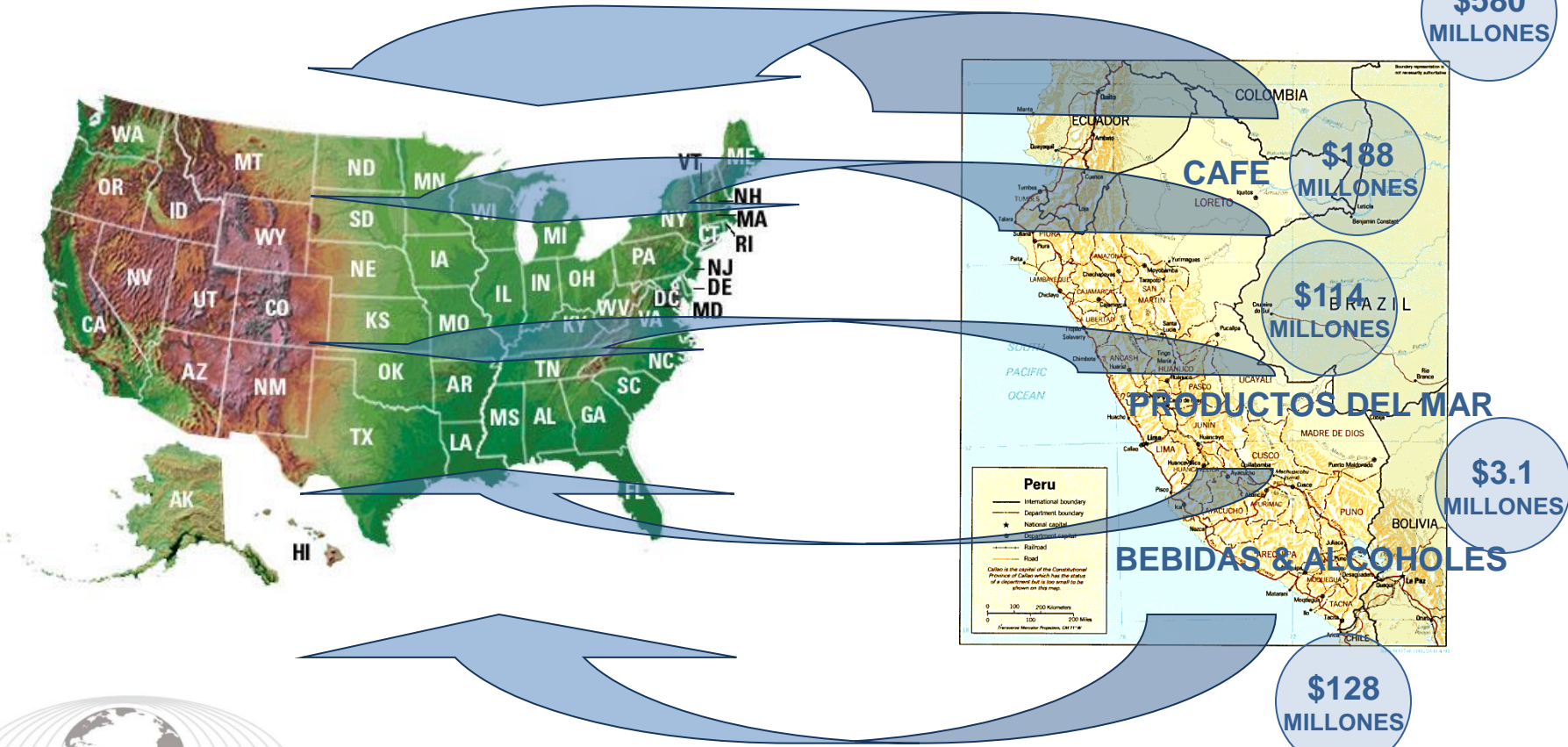
COMERCIO AGRO-ALIMENTARIO PERU – ESTADOS UNIDOS 2009-2010 (MILLONES US\$)



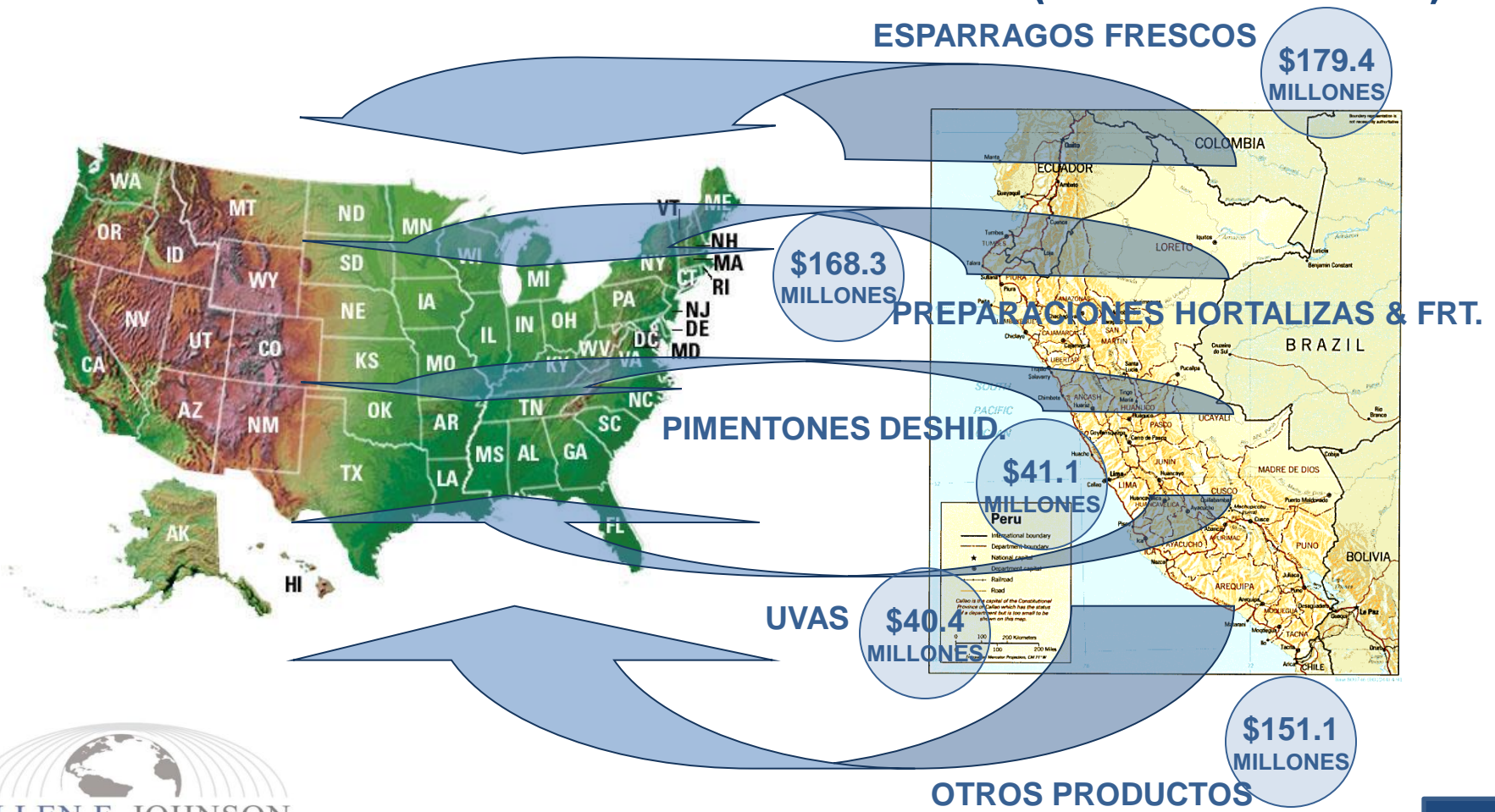
EXPORTACIONES AGRO-ALIMENTARIAS DE PERU A ESTADOS UNIDOS: 2009-2010 (MILLONES US\$)

FRUTAS & HORTALIZAS

\$580
MILLONES

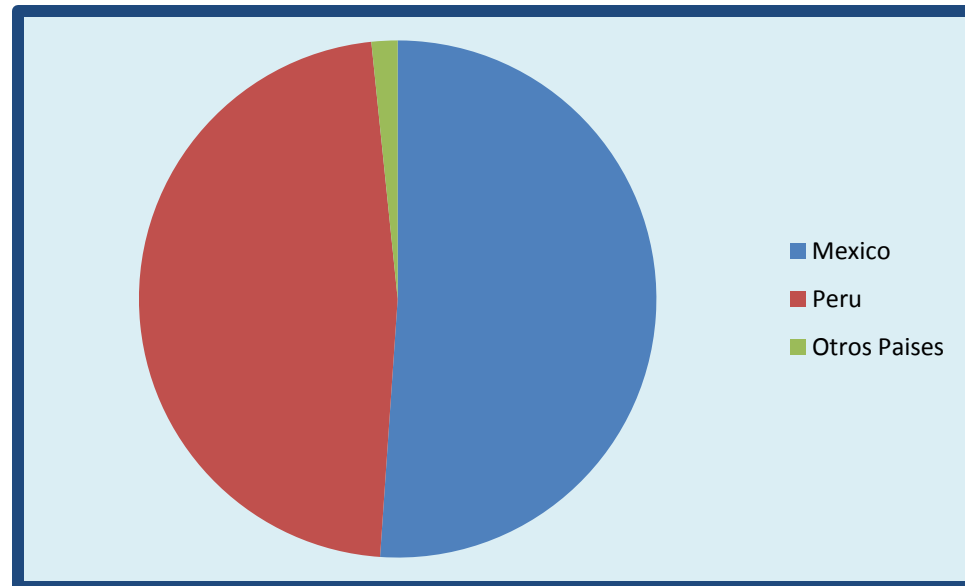


EXPORTACIONES DE FRUTAS & HORTALIZAS FRESCAS Y/O PREPARADAS: 2009-2010 (MILLONES US\$)



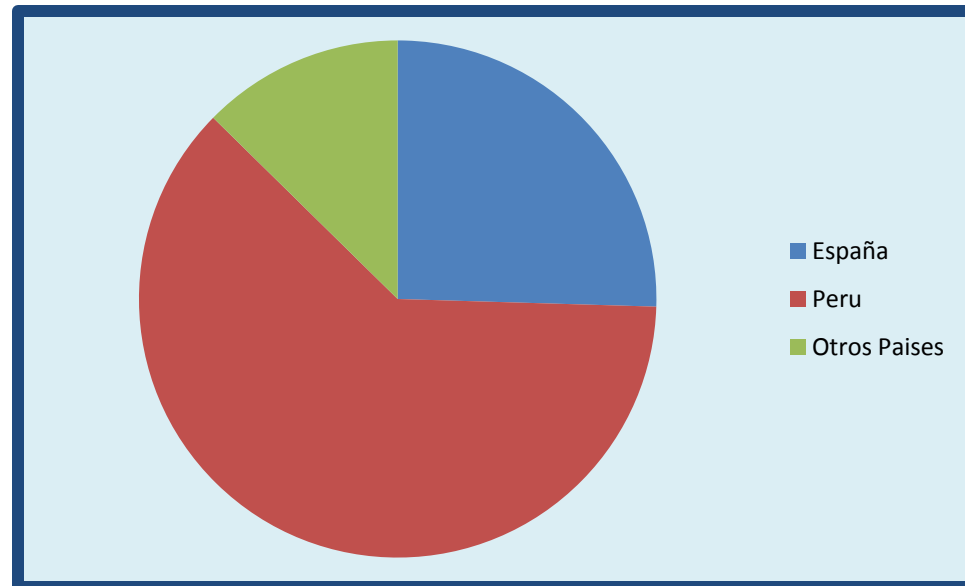
POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 07092090: ESPARRAGOS FRESCOS O REFRIGERADOS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$331.6 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$156.8 MILLONES (PARTICIPACION 47.3%)



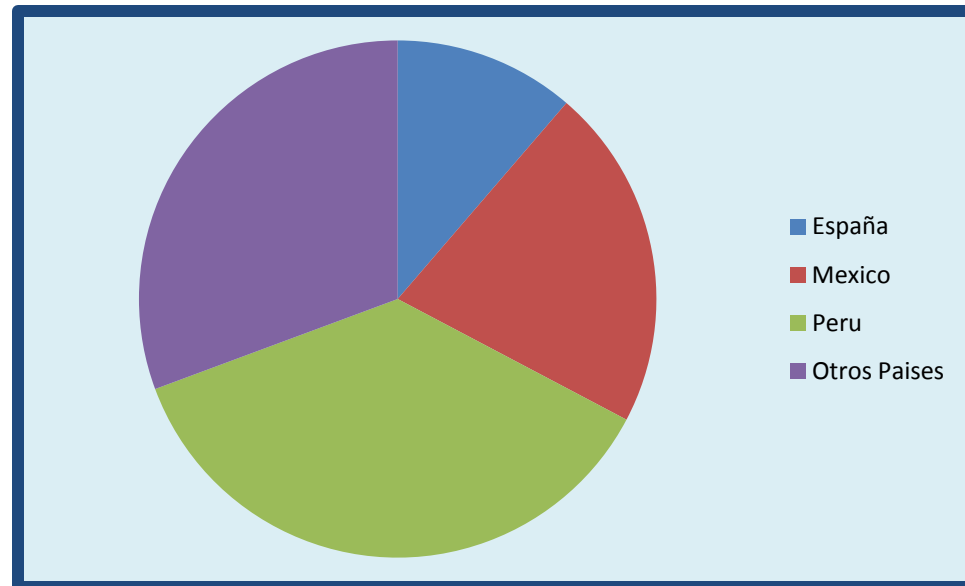
POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 09042020: PIMENTON DESHIDRATADO Y/O MOLIDO
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$53.0 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$32.8 MILLONES (PARTICIPACION 61.8%)



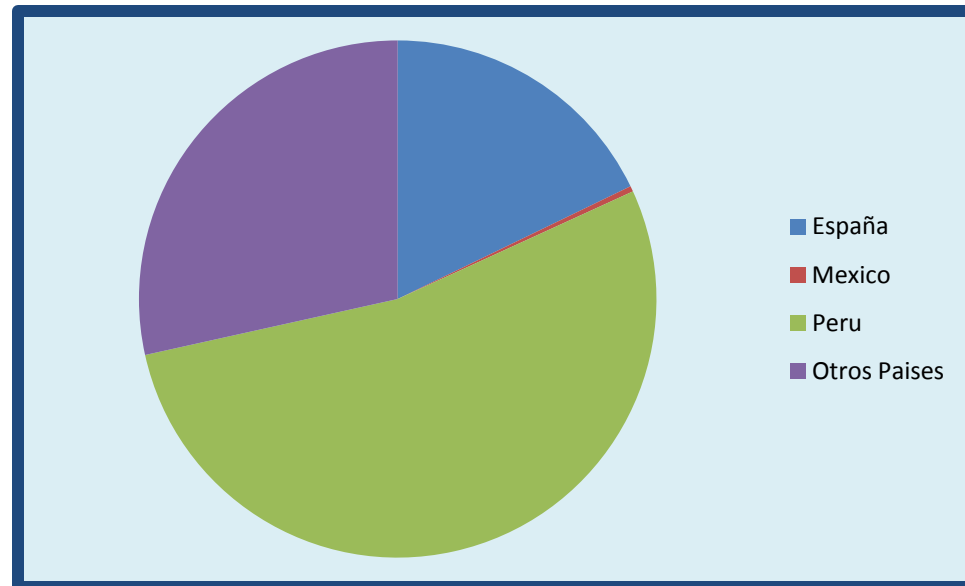
POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 20059950 - 20059955: PREPARACIONES DE PIMIENTO Y PIMENTON
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$82.0 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$30.1 MILLONES (PARTICIPACION 36.7%)



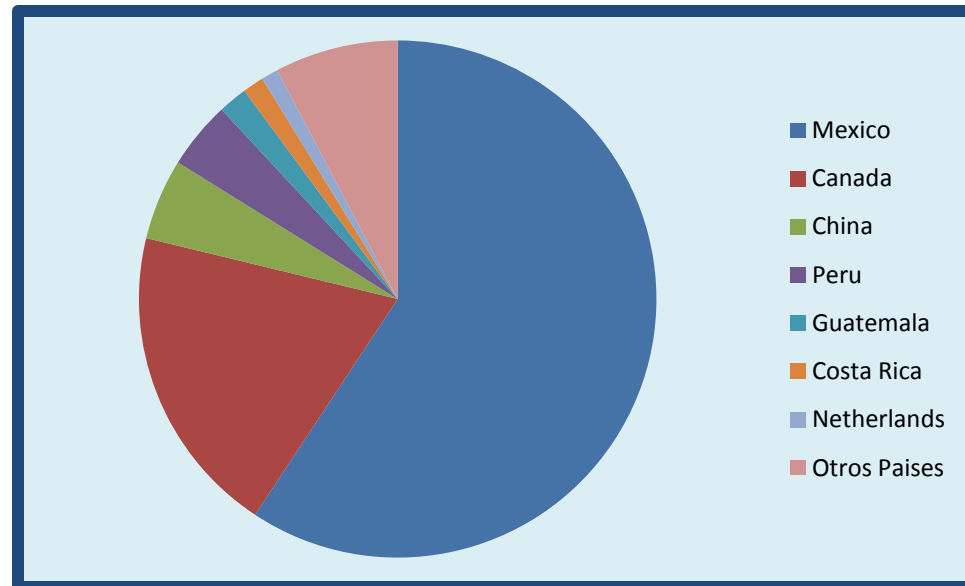
POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 20059980: PREPARACIONES DE ALCACHOFAS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$86.3 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$46.1 MILLONES (PARTICIPACION 53.2%)



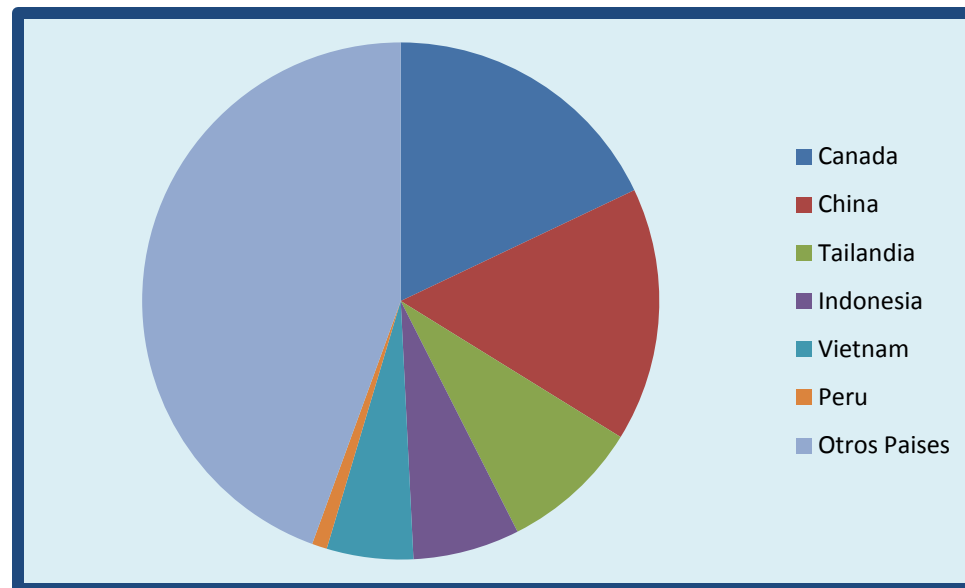
POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 07: HORTALIZAS FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$5.836.7 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$246.8 MILLONES (PARTICIPACION 4.2%)



POSICION DE PERU EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

HTS 03: PRODUCTOS DEL MAR FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$10.669 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$100.4 MILLONES (PARTICIPACION 0.9%)



ALGUNAS CONSIDERACIONES INICIALES:

1. EL TLC PERU – ESTADOS UNIDOS PARECE HABER DADO UN IMPULSO IMPORTANTE A LAS EXPORTACIONES DE ALIMENTOS
2. PERU HA SIDO MUY EXITOSO CON LAS EXPORTACIONES DE HORTALIZAS A EE.UU.: POR EJEMPLO CON ESPARRAGOS, ALCACHOFAS Y PIMIENTOS - PIMENTONES Y HA CAPTURADO NICHOS DE IMPORTANCIA
3. PERO AUN ES UN ACTOR MENOR EN OTROS IMPORTANTES SECTORES DE LA INDUSTRIA HORTOFRUTICOLA, TANTO EN PRODUCTOS FRESCOS COMO PREPARADOS ... Y

ALGUNAS CONSIDERACIONES INICIALES (CONT.):

4. ES UN ACTOR MENOR EN OTROS SECTORES DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS DONDE PERU TIENE VENTAJAS NATURALES O PUEDE SER COMPETITIVO COMO, POR EJEMPLO, EN LOS ALIMENTOS DEL MAR
5. EXPORTACIONES DE ALIMENTOS SON POCO DIVERSIFICADAS Y TIENDEN A CONCENTRARSE EN ALGUNOS PRODUCTOS DE RELATIVAMENTE BAJO VALOR AGREGADO ... Y;
6. ¿COMO SE PODRIA HACER USO DE LA EXPERIENCIA GANADA, AGREGANDO VALOR Y APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE Y EL TLC?

EL MERCADO DE ALIMENTOS DE EE.UU. RETOS Y OPORTUNIDADES: ENFRENTANDO LOS DESAFIOS CON EXITO

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO DE EE.UU.:

- 1. ENTENDIENDO EL MERCADO ALIMENTARIO DE EE.UU.**
- 2. ENFATIZANDO NICHOS DE ALTO VALOR AGREGADO**
- 3. DESARROLLANDO UN MODELO DE NEGOCIOS SUSTENTABLE Y CONFIABLE**
- 4. ACCEDIENDO A REDES DE DISTRIBUCION Y DE COMERCIALIZACION**
- 5. CONSTRUYENDO IMAGEN PAIS EXPORTADOR DE ALIMENTOS**

I. ENTENDIENDO LOS RETOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO ALIMENTARIOS DE EE.UU.:

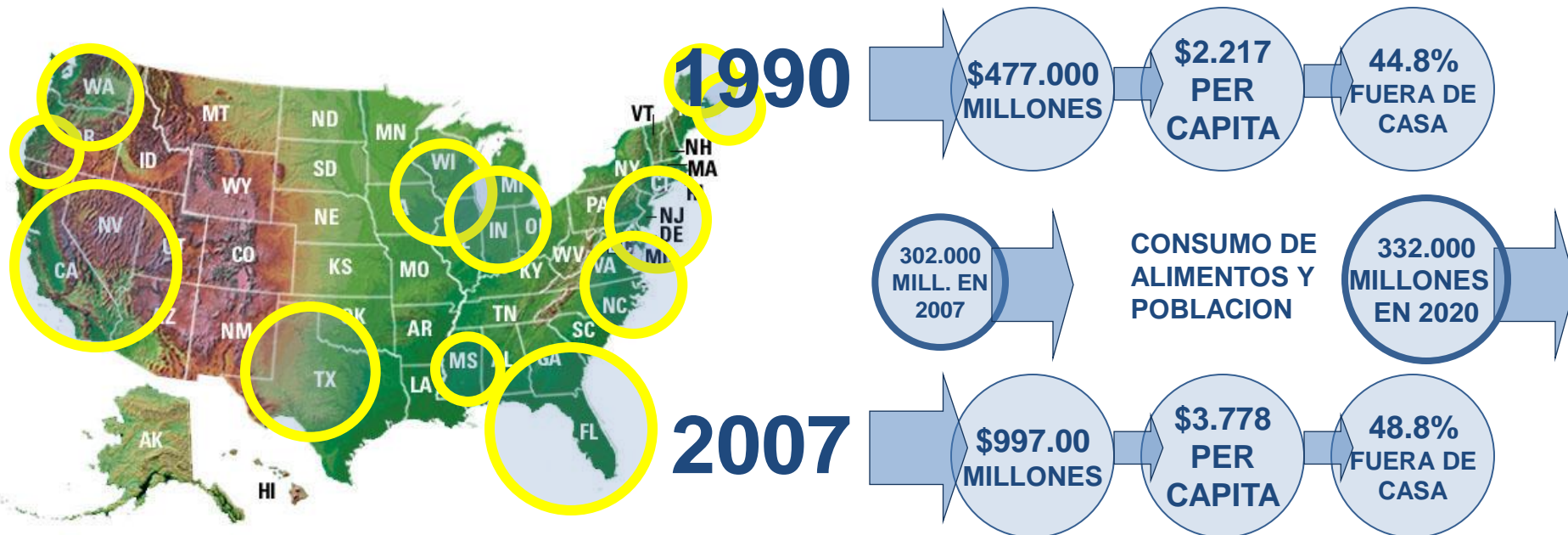
- 1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO ALIMENTARIO DE LOS ESTADOS UNIDOS**
- 2. PROCESIMIENTOS E INFORMACION DE EXPORTACION E IMPORTACION**
- 3. INTELIGENCIA DE MERCADOS**
- 4. CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGULACIONES**

I.1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO DE EE.UU.:

- 1. EEUU: UNO DE LOS MAYORES Y MAS SOFISTICADOS DEL MUNDO**
- 2. EN PERMANENTE CRECIMIENTO Y EVOLUCION**
- 3. CON NUEVOS NICHOS DE MERCADO EN CONSOLIDACION**
- 4. CON NUEVOS Y SOFISTICADOS PATRONES DE CONSUMO Y ...**
- 5. CRECIENTE CONCENTRACION DE SISTEMAS DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS**

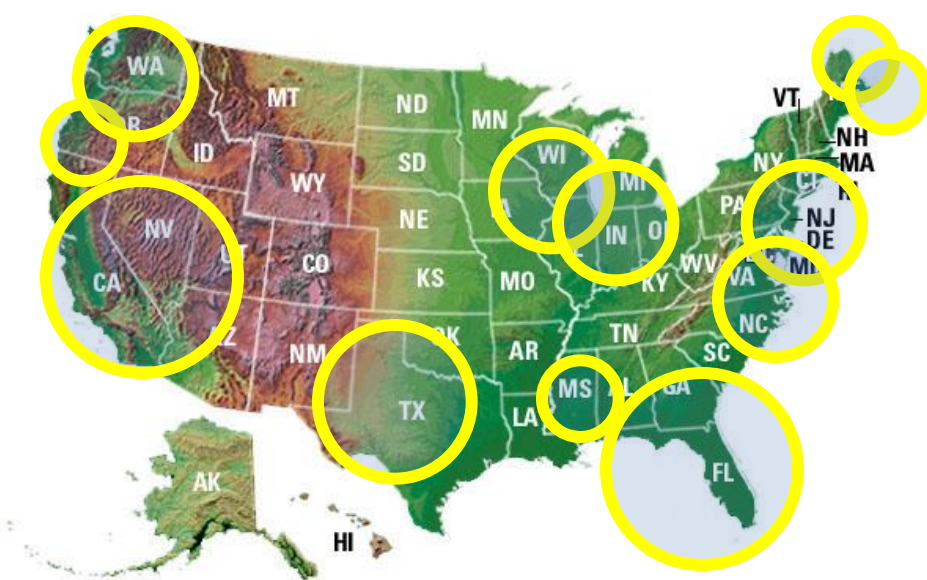
I.1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO DE EE.UU.:

CRECIENTE MERCADO NACIONAL MERCADO POR LA DIFERENCIACION A NIVEL REGIONAL Y LOCAL



LA DIFERENCIACION REGIONAL Y LOCAL ESTA MARCADA POR LA CONSOLIDACION DE MERCADOS ETNICOS

I.1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO DE EE.UU.: LA DIFERENCIACION REGIONAL Y LOCAL ESTA MARCADA POR LA CONSOLIDACION DE MERCADOS ETNICOS:

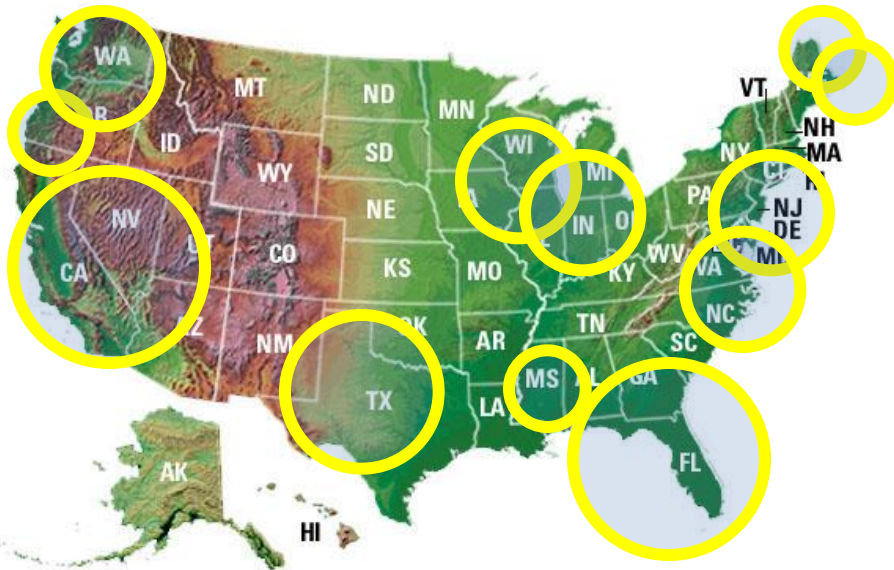


- ➔ MERCADO HISPANO
- ➔ MERCADO KOSHER
- ➔ MERCADO HALAL
- ➔ MERCADO ASIATICO
- ➔ OTROS MERCADOS

**A SU VEZ, ESTA DIVERSIDAD SE SUPERPONE A PATRONES DE
CONSUMO EN EVOLUCION**

I.1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO DE EE.UU.:

LOS PATRONES DE CONSUMO ESTAN SIENDO DEFINIDOS POR LOS SIGUIENTES MARCADORES:

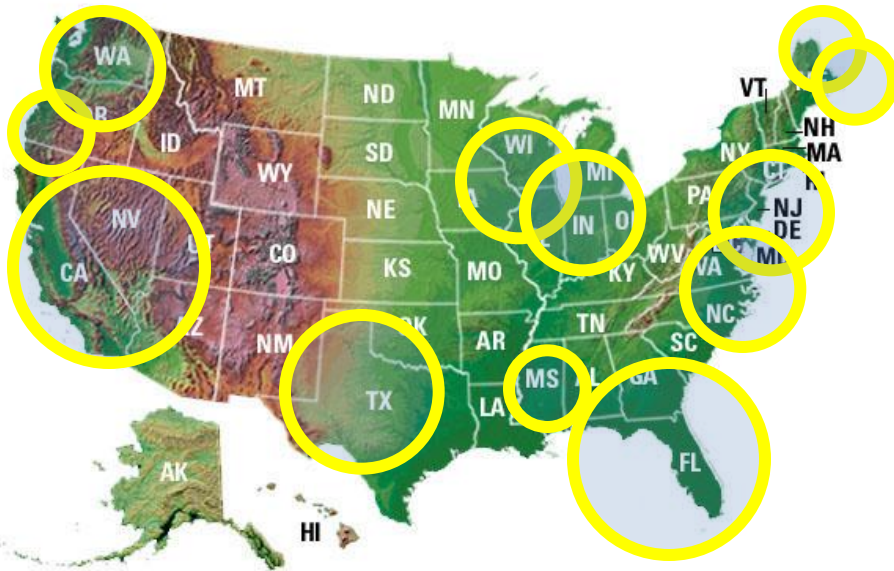


- ➔ EDAD DE LA POBLACION
- ➔ PREOCUPACION POR LA SALUD
- ➔ EL MEDIOAMBIENTE
- ➔ EL BIENESTAR ANIMAL
- ➔ MANIPULACION ALIMENTOS
- ➔ HIGIENE E INOCUIDAD

... FACTORES QUE ESTAN DANDO ORIGEN A NUEVOS E IMPORTANTES NICHOS DE MERCADO ...!

I.1. PRINCIPALES RASGOS DEL MERCADO DE EE.UU.:

ESTAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS DAN PASO A NUEVOS MERCADOS:



- ➔ ORGANICOS
- ➔ ALIMENTOS NATURALES
- ➔ PRODUCTOS GOURMET
- ➔ ALIMENTOS FUNCIONALES
- ➔ PARA LA TERCERA EDAD
- ➔ PARA BEBES
- ➔ Y OTROS: “VEGAN”

MAYOR DIVERSIDAD Y SOFISTICACION DEL MERCADO ...!

I.2. PROCEDIMIENTOS E INFORMACION DE EXPORTACION & IMPORTACION

PARA ASEGURAR ENVIOS EXPEDITOS DE ALIMENTOS A EE.UU, LOS EXPORTADORES DEBERAN FAMILIARIZARSE CON:

- **NORMAS DE ACCESO AL MERCADO**
- **REGULACIONES DE ADUANA, INCLUYENDO LAS NORMAS DE SEGURIDAD PORTUARIA Y DE LOS CONTENEDORES POST SEPTIEMBRE DE 2001**
- **LOGISTICA DE EXPORTACION**
- **CONTRATACION DE SEGUROS DE TRANSPORTE Y VENTA**
- **SISTEMAS DE COBRANZA Y GESTIONES DE FACTURACION**

I.2. PROCEDIMIENTOS E INFORMACION DE EXPORTACION & IMPORTACION

LOS PRINCIPALES DESAFIOS:

- INTERPRETAR Y ENTENDER PROCEDIMIENTOS, NORMAS Y REGULACIONES
- CUMPLIR CON TODAS LAS NORMAS Y REGULACIONES
- MANTENER CUMPLIMIENTO DE NORMAS ACTUALIZADO
- MAYOR FRECUENCIA DE INSPECCIONES EN PUERTOS Y NUEVO ENFASIS EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS
- RESOLUCION DE SITUACIONES DE EMERGENCIA EN PUERTOS: RETENCIONES Y ALERTAS DE IMPORTACION

I.3. INTELIGENCIA DE MERCADOS

MAS ALLA DEL CONOCIMIENTO Y CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y DE LA LOGISTA DE EXPORTACION AL MERCADO DE EE.UU., EL CONOCIMIENTO ADECUADO Y OPORTUNO DE TENDENCIAS DEL MERCADO ES CLAVE PARA POSICIONARSE CON EXITO EN EL SISTEMA ESTADOUNIDENSE. PRINCIPALES DESAFIOS:

- **IDENTIFICACION DE FUENTES CONFIABLES**
- **ACCESO A LA INFORMACION**
- **INTERPRETACION DE LA INFORMACION**
- **ACTUALIZACION PERMANENTE**
- **CONTRATACION DE ESTUDIOS ... EN DEFINTIVA ...**
- **..... EXCESO DE INFORMACION**

I.4. CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGULACIONES

1. **NORMAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS: USDA – APHIS & FSIS**
2. **ESTANDARES DE PRODUCCION, NORMAS DE CALIDAD Y DE ROTULADO: FDA Y USDA (ALIMENTOS) & TTB (ALCOHOLES)**
3. **HIGIENE E INOCUIDAD Y SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS: LEY DE BIOTERRORISMO & FOOD SAFETY MODERNIZATION ACT (FDA - 2011) Y USDA – FSIS (PARA CARNES – HUEVOS PROCES.)**
4. **CUMPLIMIENTO MAS ESTRICTO DE NORMAS Y REGULACIONES**

I.4.3. CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGULACIONES

LAS NUEVAS NORMAS DE HIGIENE E INOCUIDAD Y SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS (FOOD SAFETY MODERNIZATION ACT-FSMA) APROBADAS EN ENERO DE 2011 MARCARAN LAS RELACIONES COMERCIALES CON EE.UU. EN LOS PROXIMOS AÑOS. “FSMA”:

- **ENTREGA MAYORES PODERES DE CONTROL A LA FDA**
- **PONE ENFASIS EN LA PREVENCION DE LOS EVENTOS DE CONTAMINACION DE ALIMENTOS**
- **INCLUYE NUEVAS MEDIDAS DE CONTROL Y DE ELIMINACION DEL RIESGO Y**
- **ENFATIZA EL CONTROL DE LOS ALIMENTOS IMPORTADOS**

II. ENFATIZANDO Y ACCEDIENDO A NICHOS DE MAYOR VALOR AGREGADO:

1. **CENTRANDO EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS EN MERCADOS NICHOS EN SURGIMIENTO Y CONSOLIDACION: PRODUCTOS NATURALES Y ORGANICOS, ALIMENTOS PARA MERCADOS ETNICOS, PRODUCTOS GOURMET, ALIMENTOS PARA BEBES Y TERCERA EDAD, ALIMENTOS FUNCIONALES, COMIDAS PREPARADAS, ENTRE OTROS.**
2. **EXPORTANDO EL PRODUCTO ADECUADO: DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS INNOVADORES DE MAYOR VALOR AGREGADO Y CON ATRIBUTOS DIFERENCIABLES**

II.2. EXPORTANDO EL PRODUCTO ADECUADO:

... DESTACANDO ATRIBUTOS Y LA DIFERENCIACION, MAS DISEÑOS INNOVADORES AGREGAN VALOR AL PRODUCTO EXPORTADO ..!

PUDIENDO PENETRAR Y COLOCAR PRODUCTOS EN NICHOS DE ALTO VALOR ...!



II.2. EXPORTANDO EL PRODUCTO ADECUADO (CONT.):

\$7



Tasmanian Rain ... All Natural Drinking Water

Captured From The Purest Skies on Earth

Mango Blossom

A dark amber honey, Mango Blossom reveals a smoke, butter, black cherry and high notes of passion fruit to provide a truly sensual experience ...!

\$12

Raspberry (US)



Clover (US) Raspberry & Honey (UK)



Acacia Italy)



Mango (Java)

\$9

II.2. EXPORTANDO EL PRODUCTO ADECUADO (CONT.):

**PRECIO C.I.F. DE MIEL SIN
REFINAR IMPORTADA A
EE.UU. EN 2009:
USD \$2.70 POR kilo**



**UNA GRAN PROPORCION
DE LA MIEL ES EXPORTADA A GRANEL ...
SIN EMBARGO ...!**

... DESTACANDO ATRIBUTOS Y DIFERENCIACION, Y AGREGANDO DISEÑOS INNOVADORES, SE PUEDE LOGRAR EL INGRESO DE NUEVOS PRODUCTOS A MERCADOS DE ALTO VALOR ...!

ULMO Tree Honey

The “ULMO Tree”, native of Southern Chilean Araucania blooms in late Summer or early Fall, producing a unique creamy honey with a delicate perfume

\$10

8.8 oz



MIEL DE FLOR DE “ULMO”

II.2. EXPORTANDO EL PRODUCTO ADECUADO (CONT.):

\$10

“RETAIL”

1/4 KILO



1 Kilo = USD \$40

1 Kilo = USD \$2.70

PRECIO C.I.F. EN 2009



The World



MIEL SIN REFINAR

III. DESARROLLANDO UN MODELO DE NEGOCIOS SUSTENTABLE Y CONFIABLE:

- 1. BASADO EN OBJETIVOS DE MEDIANO Y LARGO PLAZOS**
- 2. CON PRODUCTOS DE CALIDAD HOMOGENEA Y VOLUMENES DE PRODUCCION & EXPORTACION SUSTENTABLES**
- 3. SUJETOS A CONTROLES DE CALIDAD, INOCUIDAD E HIGIENE RIGUROSOS Y SISTEMAS DE CERTIFICACION EXTERNA**
- 4. FLUJOS Y VOLUMENES DE EXPORTACION PREDECIBLES, SUATENTABLES Y CONFIABLES**

IV. ACCEDIENDO A REDES DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION:

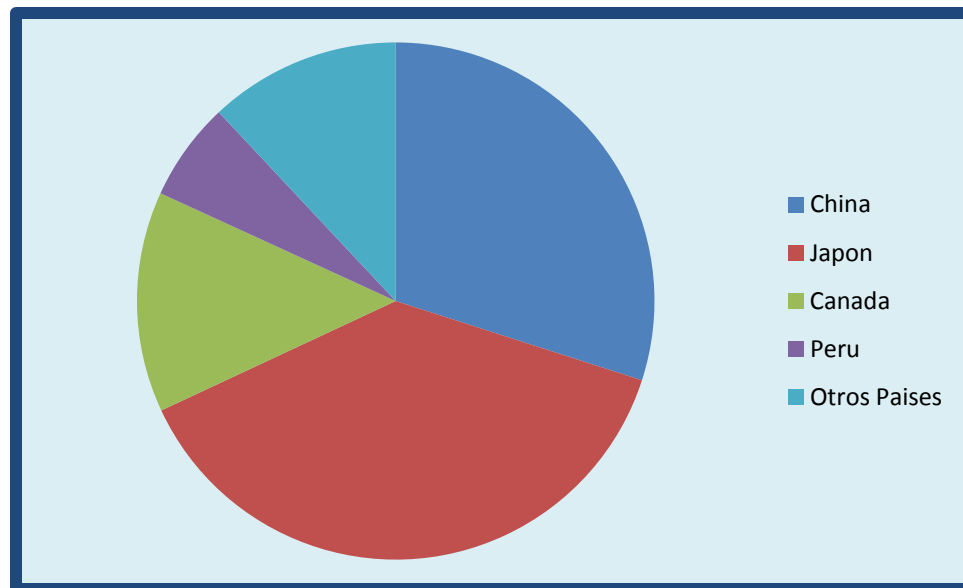
- 1. DADA LA CRECIENTE COMPLEJIDAD DE LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCION, ES NECESARIO ESTABLECER Y CONSOLIDAR REDES DE NEGOCIOS SUSTENTABLES EN EL LARGO PLAZO Y ACCESIBLES A LOS EXPORTADORES PERUANOS ...**
- 2. ESTABLECIENDO ALIANZAS ESTRATEGICAS CON PRODUCTORES Y/O DISTRIBUIDORES LOCALES ... Y**
- 3. CREANDO Y CONSOLIDANDO UNA PLATAFORMA DE NEGOCIOS EN EE.UU. ACCESIBLE A LOS EXPORTADORES PERUANOS**

V. CONSTRUYENDO UNA IMAGEN PAIS “PERU EXPORTADOR DE ALIMENTOS”

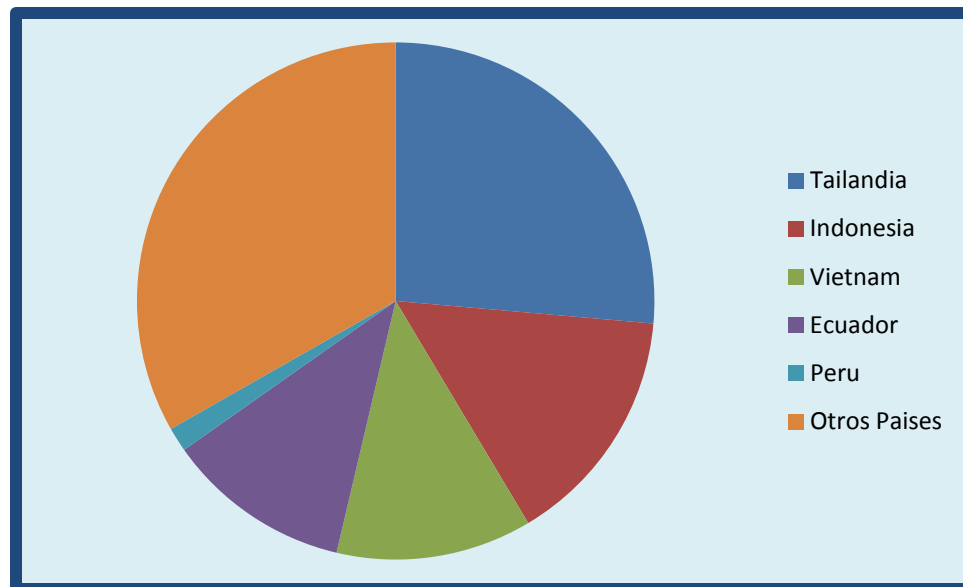
1. ¿COMO SE PERCIBE A PERU EN LOS ESTADOS UNIDOS?
2. CONSTRUYENDO UNA IMAGEN A PARTIR DE LA BASE YA DESARROLLADA – ALCANZADA
3. FORTALECIENDO LAS VENTAJAS NATURALES Y ADQUIRIDAS DE PERU

NICHOS DE POSIBLE INTERES EN EL MERCADO DE ALIMENTOS DE ESTADOS UNIDOS

HTS 03072900: OSTIONES
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$203.8 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$13.0 MILLONES (PARTICIPACION 6.4%)



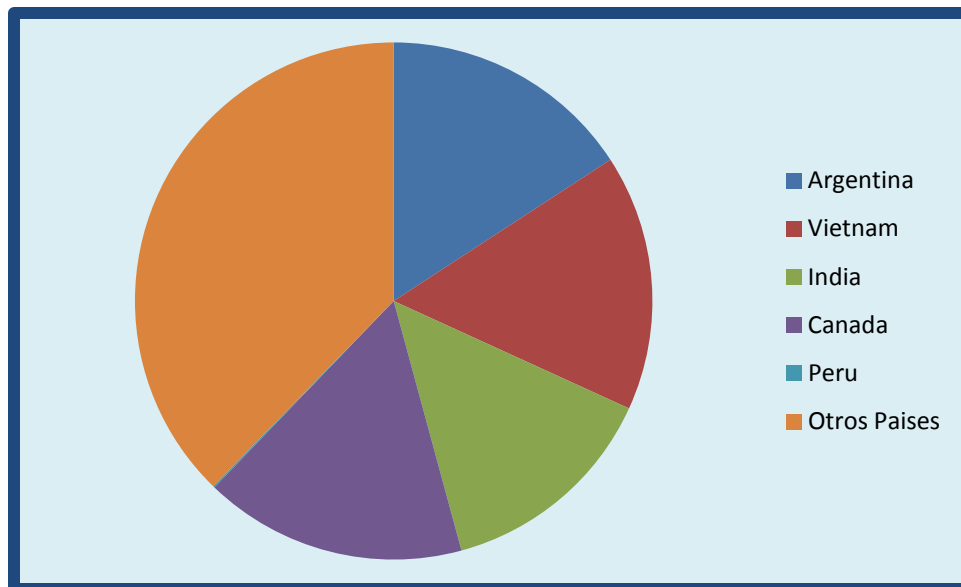
HTS 03061300: CAMARONES
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$3.055.8 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$46.6 MILLONES (PARTICIPACION 1.5%)



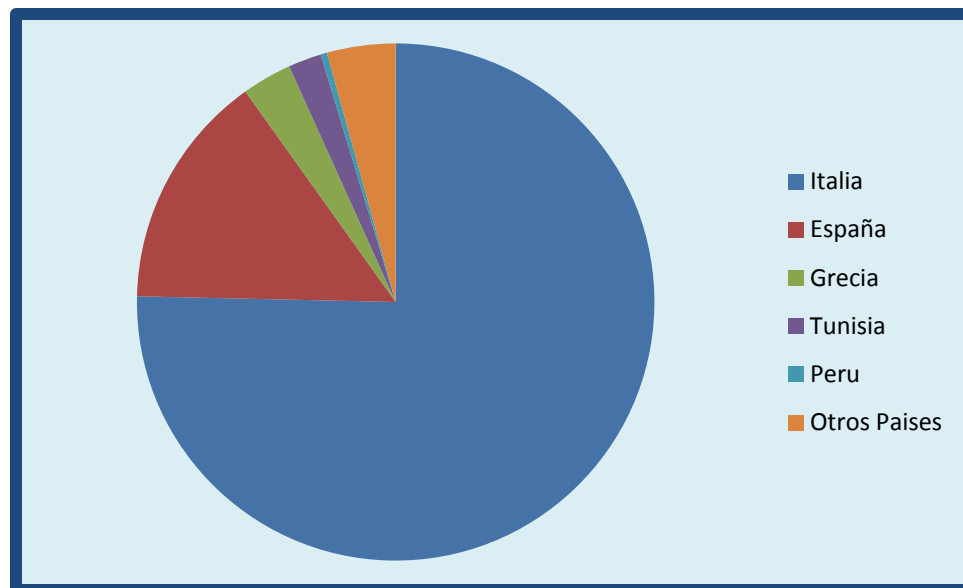
HTS 04090000: MIEL

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$244.3 MILLONES

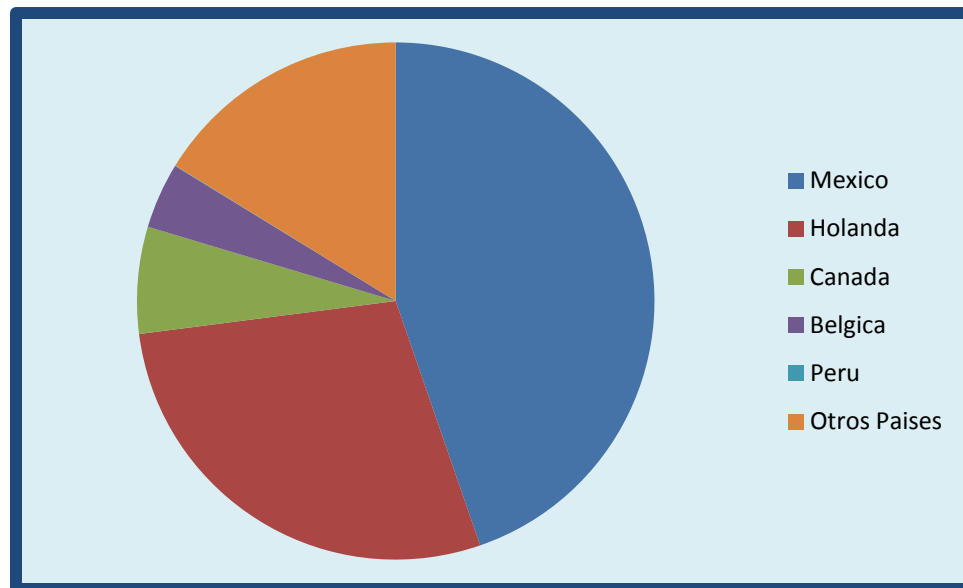
EXPORTACIONES DE PERU: US \$0.23 MILLONES (PARTICIPACION 0.1%)



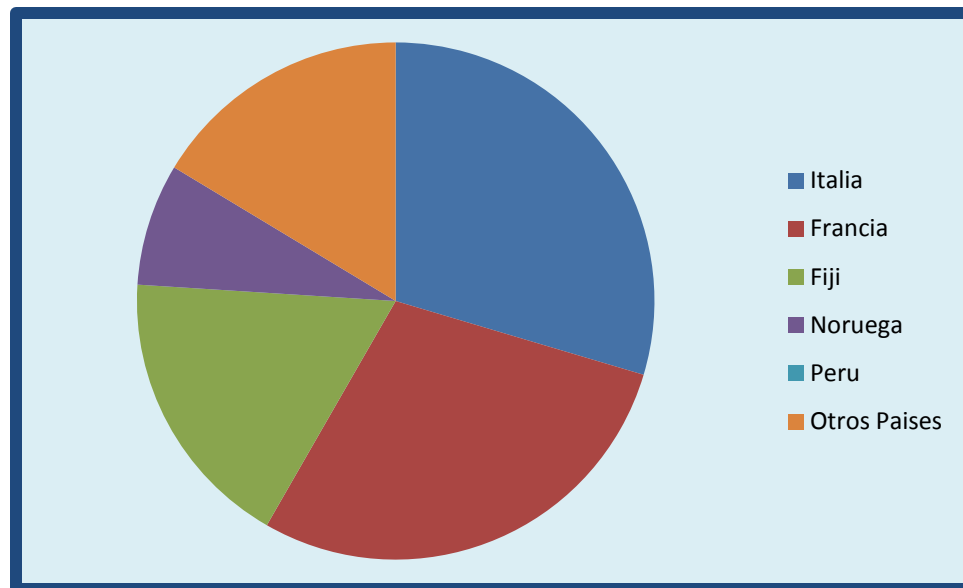
HTS 15091020: ACEITE DE OLIVA EMBOTELLADO
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$495.4 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: N/S



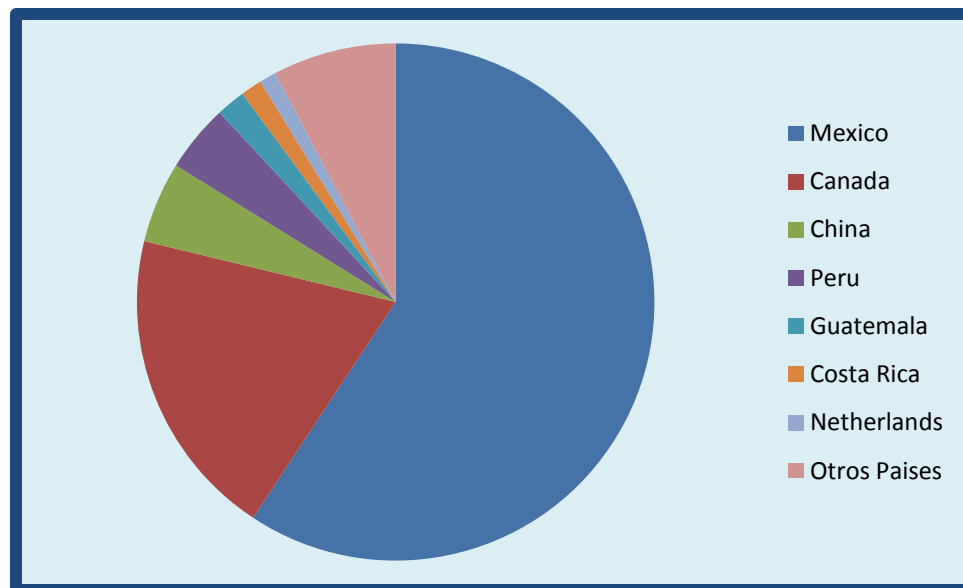
HTS 22030000: CERVEZA
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$3.488.5 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$1.0 MILLONES (PARTICIPACION N/S)



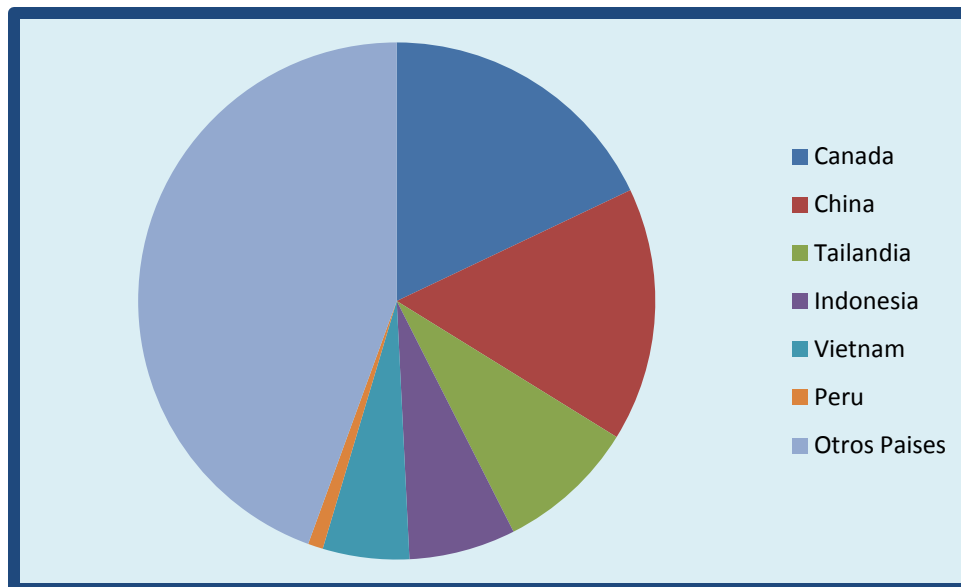
HTS 22011000: AGUA MINERAL
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$297.6 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: N/S



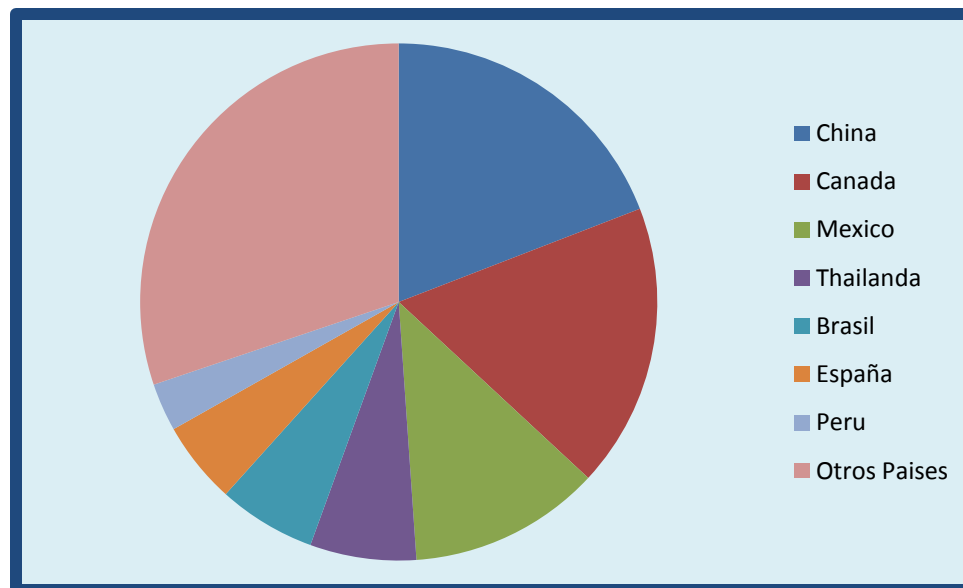
HTS 07: HORTALIZAS FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$5.836.7 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$246.8 MILLONES (PARTICIPACION 4.2%)



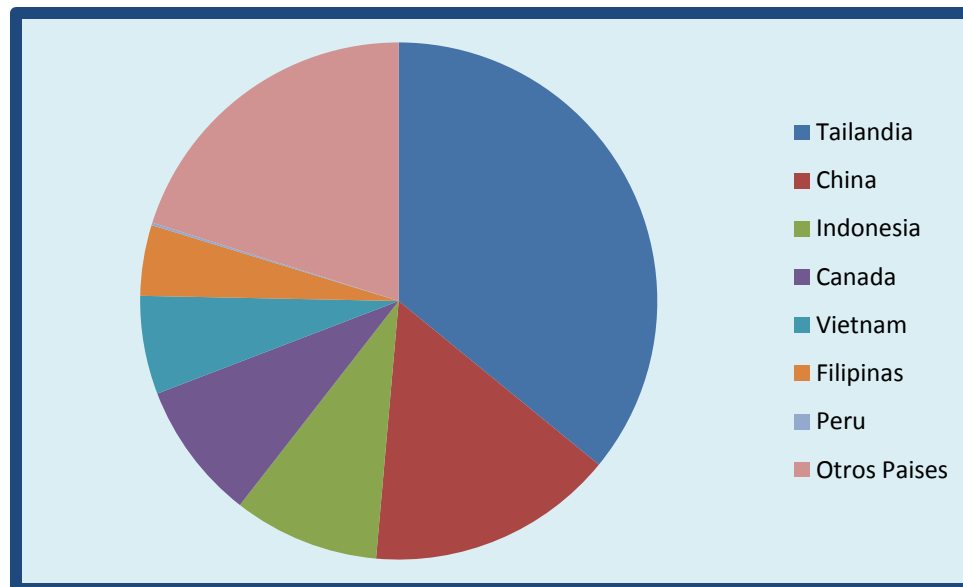
HTS 03: PRODUCTOS DEL MAR FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$10.669 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$100.4 MILLONES (PARTICIPACION 0.9%)



HTS 20: PREPARACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$5.535.7 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$166.30 (PARTICIPACION 3.0%)



HTS 1604 & HTS 1605: PREPARACIONES DE PESCADOS Y MARISCOS
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS – PROMEDIO 2008-2010: US \$3.182.3 MILLONES
EXPORTACIONES DE PERU: US \$5.0 (PARTICIPACION 0.16%)



**EL MERCADO DE ALIMENTOS DE EE.UU.
RETOS Y OPORTUNIDADES
PARA LOS EXPORTADORES PERUANOS:
ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES**

ALGUNAS REFLEXIONES

PERU HA INGRESADO EXITOSAMENTE AL MERCADO DE PRODUCTOS AGRICOLA Y DE ALIMENTOS DE ESTADOS UNIDOS. NO OBSTANTE, ESTO OCURRE A NIVEL DE SOLO ALGUNOS PRODUCTOS Y, POR LO GENERAL, CON PRODUCTOS DE RELATIVAMENTE BAJO VALOR AGREGADO, COMO LAS HORTALIZAS, FRUTAS O LOS PRODUCTOS DEL MAR CON BAJO NIVEL DE PREPARACION O ELABORACION.

SIN EMBARGO, PERU HA PENETRADO Y CONSOLIDADO PROGRESIVAMENTE ALGUNOS NICHOS DE CRECIENTE IMPORTANCIA EN AREAS Y/O SECTORES TALES COMO:

- ESPARRAGOS FRESCOS O REFRIGERADOS
- PIMIENTOS – PIMENTONES DESHIDRATADOS Y/O PREPARADOS
- PREPARACIONES DE ALCACHOFAS
- CAMARONES
- OSTIONES

EN ESTE ESCENARIO, PARECERIA QUE LOS PRINCIPALES DESAFIOS QUE DEBERIA ENFRENTAR PERU EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZOS SON:

- **DESARROLLAR PRODUCTOS INNOVADORES, PARTICULARMENTE EN LAS AREAS O SECTORES EN LOS QUE PERU TIENE VENTAJAS NATURALES Y/O HA DESARROLLADO CALIDAD, EFICIENCIA Y EXPERIENCIA EN MATERIA DE PRODUCCION Y GESTION**
- **POSICIONARSE COMPETITIVAMENTE EN NICHOS DE MERCADO QUE HOY DIA PERMANECEN PRACTICAMENTE INEXPLORADOS Y DONDE PERU PUEDE SER COMPETITIVO**
- **CREAR Y PROMOCIONAR UNA IMAGEN DE PAIS EXPORTADOR DE ALIMENTOS (PROCESADOS) DE CALIDAD, SANOS E INOCUOS, SALUDABLES Y SEGUROS**
- **ACERCAR LA PRODUCCION EXPORTABLE A LOS PUNTOS DE VENTA DIRECTOS Y/O A LOS CONSUMIDORES**