

PROMPERÚ

“Requisitos de Ingreso,
Promoción y Diversificación
para el Mercado de Estados
Unidos”



Miércoles del Exportador

Expositor:

Israel Sanguineti Ascencios

- *Especialista en comercio Exterior y Ferias Internacionales*
- *Gerente de Soluzioni International*





Crisis Americana

Pequeña recuperación económica 2.5%

15 trimestres de crecimiento

Crisis originada por burbuja inmobiliaria.

Crisis Europea

Tasa de desempleo de 7.5% UE

7% de población mundial y 20% de exportaciones e importaciones.

Crisis mayormente focalizada (Grecia, Portugal, España, etc)



El Perú se inserta cada vez más al mundo

El Estado busca promover la apertura de mercados:

Promoción comercial, TLC, acuerdos, información, etc...

Las exportaciones son el motor del crecimiento

Las MYPE se interesan en el mercado externo





OPORTUNIDAD

Acuerdos Comerciales

Actuales

- TLC con EE.UU.
- TLC con Tailandia
- TLC con Singapur
- TLC con China
- ATPDEA
- SGP / SGP plus (UE)
- CAN
- Mercosur
- APEC, México
- Japón
- Unión Europea

Acuerdos Comerciales

Futuros





Barreras al Comercio:

Estados Unidos ha introducido a lo largo de los años una variedad de leyes, normas y regulaciones que afectan a la importación de productos agrícolas y alimentarios.

Las principales limitantes de acceso a mercado son:

- Sanitarias y Fitosanitarias
- Cuotas y Picos Arancelarios
- Aranceles
- Requisitos de Inocuidad, Etiquetado y Trazabilidad de Alimentos y Ley de Bioterrorismo
- Medidas Antidumping



La aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias tienen como objetivo evitar el ingreso al país de las plagas y/o enfermedades animales y vegetales dependiendo del riesgo que presentan.

USDA ha establecido y publicado un procedimiento para evaluar el riesgo que representa la importación de productos animales y vegetales.

La toma de decisiones para concluir este proceso y autorizar el acceso es extremadamente lento (hasta varios años) y susceptible de influencias políticas.

<http://www.usdaperu.org.pe/>

<http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>

Cuotas y Picos Arancelarios



Restricciones que impone Estados Unidos mediante contingentes arancelarios a la importación de: azúcar de caña, de remolacha y productos que contengan azúcar (incluyendo la leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado), productos lácteos (incluyendo manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados), carnes bovinas, maní y productos de maní, algodón y tabaco.

VENTAJA: TLC

Cuotas y Picos Arancelarios



Los aranceles para los productos importados dentro de los contingentes arancelarios alcanzan en promedio al 10% y por encima del nivel de la cuota se debe pagar aranceles prohibitivos, que promedian alrededor del 55% (y picos arancelarios de hasta 350%).

La administración de la cuota varia dependiendo del productos.

- ❖ **El sistema de cuotas tarifadas –tariff-rate quotas–, consiste en que el producto paga un arancel bajo al ser importado dentro de la cuota y uno mayor al importado fuera de la misma).**

VENTAJA: TLC

Requisitos de Inocuidad, Etiquetado, Trazabilidad de Alimentos y Ley de Bioterrorismo.



Estados Unidos también mantiene un gran número de normas y reglas que gobiernan la higiene e inocuidad de los alimentos importados que cada vez son más exigentes.

Por ejemplo, el uso del sistema HACCP (Análisis de Riesgos en Puntos de Control Críticos) hoy aceptado internacionalmente y obligatorio para los frigoríficos que quieren exportar carnes rojas, productos de pesca y jugos a los Estados Unidos, fue exigido inicialmente a su propia industria por problemas internos de los Estados Unidos (brotes epidémicos de E. coli, salmonelosis, etc.).



Regulaciones del FDA para exportar Alimentos a EEUU





Punto de Quiebre

11 DE SEPTIEMBRE DEL 2001





FDA – Nuevas Regulaciones

Mayores controles de las importaciones de alimentos y puntos de desembarque de pasajeros y mercancías

Nuevas leyes y regulaciones:

USA Food And Drug Administration (FDA)

“The Bioterrorism Act of 2002”



Ley de Bioterrorismo

Ley de Seguridad de la Salud Pública y respuesta ante el Bioterrorismo

- Título I: Preparación nacional contra el bioterrorismo y otras emergencias en salud pública
- Título II: Incremento a los controles sobre agentes biológicos peligrosos y toxinas
- **Título III: Protección de la inocuidad y seguridad del suministro de alimentos y medicamentos**
- Título IV: Seguridad y garantía del agua potable
- Título V: Disposiciones adicionales

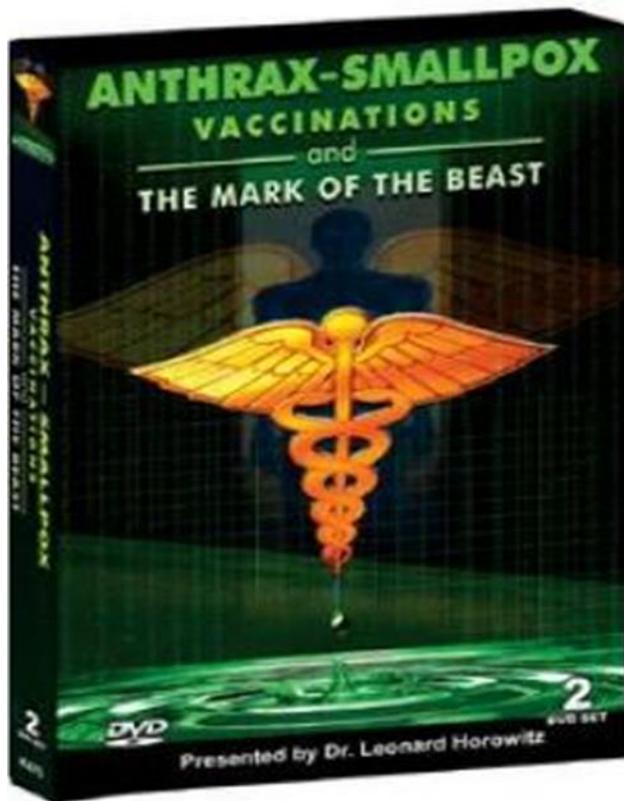


Titulo III

- Detención Administrativa (Sec303)
- **Registro de Instalaciones Alimenticias (Sec305)
(Registro de Food Facility . Número de FDA)**
- Establecimiento y Mantenimiento de Registros (Sec306)
- **Notificación Previa de Alimentos Importados (Sec307) (Prior Notice)**



Bioterrorismo



- **BIOTERRORISMO:**
Empleo criminal de agentes patógenos contra una población con el propósito de generar enfermedad, muerte, pánico y terror.



Alimentos Regulados

Alimentos:

Definición en la sec. 201 (f) de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, se aplica:

- (1) Artículos utilizados como comida o bebida para el hombre u otros animales,
- (2) goma de mascar, y
- (3) Artículos utilizados como componentes de cualquiera de esos artículos".

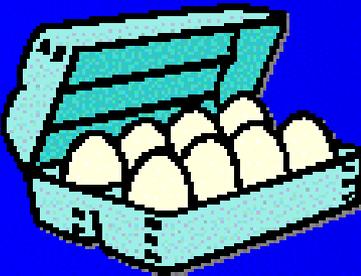
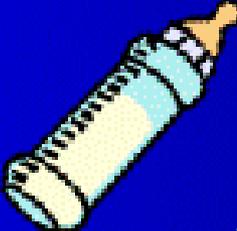
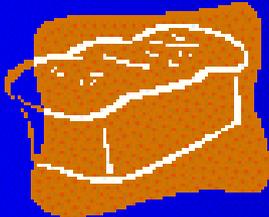
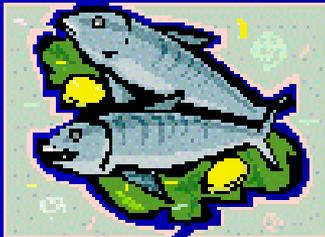
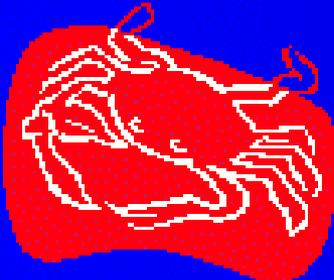


Alimentos Regulados

- Pescados y mariscos
- embutidos
- Leche y derivados
- Frutas y vegetales frescos o secos
- Productos de panadería
- Alimentos en conserva
- alcohólicas
- Refrescos
- Alimento para animales domésticos (inclusive mascotas)
- Café, té, infusiones
- Carnes,
- Huevos
- Cereales, granos y menestras
- Golosinas y confitería
- Bebidas
- Aditivos alimentarios
- Suplementos

***TODOS AQUELLOS QUE FINALMENTE VAYAN A SER CONSUMIDOS EN EE.UU**

Examples of FDA-Regulated Food



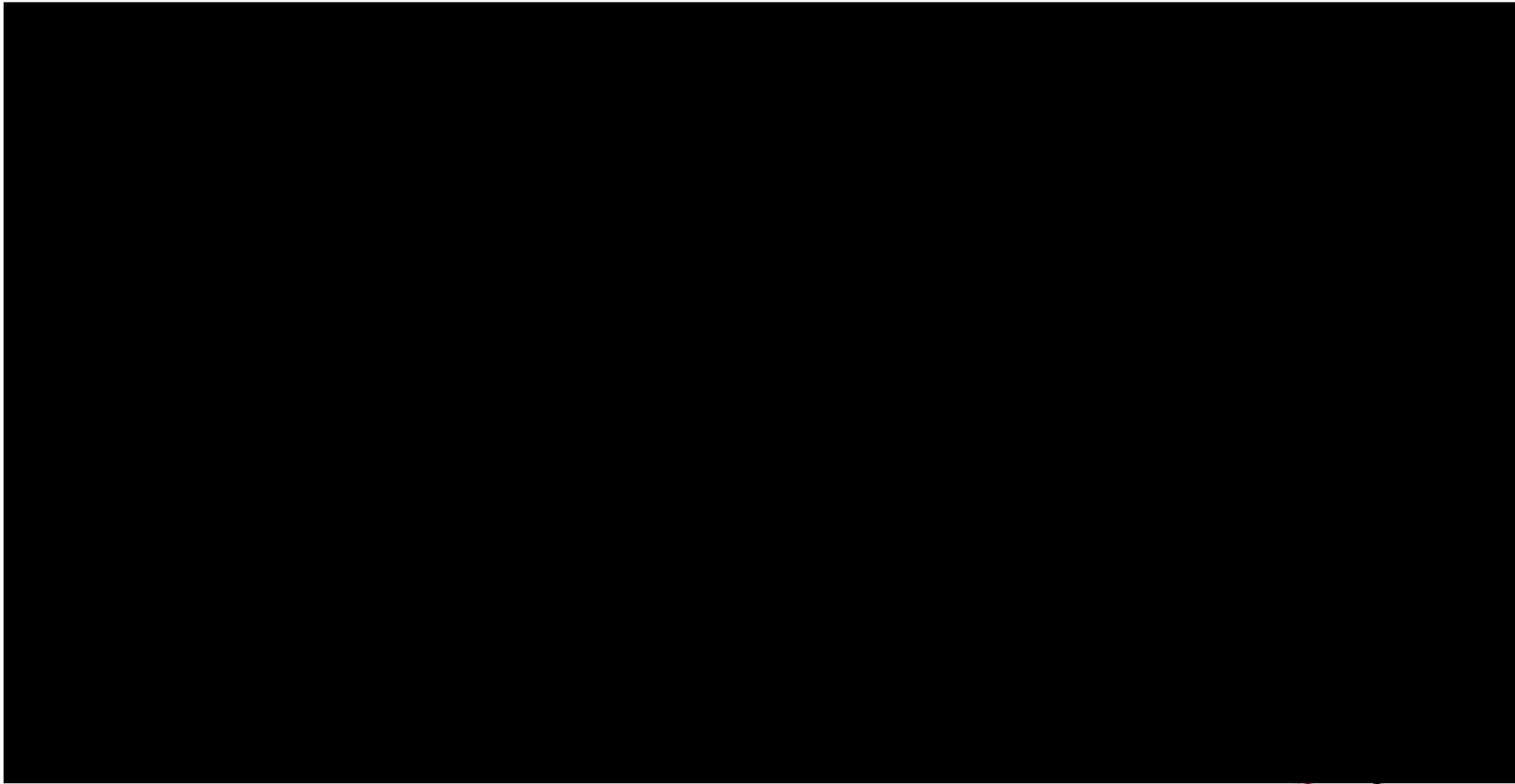


Food Facility

Establecimiento o estructura (fábrica, planta, packing, factoría, almacén, etc.) donde se fabrican, manufacturan, procesan, envasan, acondicionan o almacenan alimentos que vayan a ser exportados a EE.UU.



Food Facility





Prior Notice

Es la notificación electrónica enviada al FDA indicando que un artículo alimentario, va a ser importado u ofrecido en los Estados Unidos.

Los prior notices deben ser enviados antes de que los artículos de los alimentos crucen la frontera de los EE.UU.



Prior Notice - Timing

La Notificación Previa del FDA deberá enviarse entre 5 días y:

- **Ocho Horas Antes**, si arribara a EE.UU por vía marítima.
- **Cuatro Horas Antes**, si arribara por vía aérea o férrea.
- **Dos horas antes**, si ingresara por vía terrestre



Prior Notice

El lanzamiento de prior notices del FDA será de carácter obligatorio para los siguientes productos, además de las exportaciones comerciales:

- Muestras comerciales y regalos.
- Alimentos que transitan a través de EE.UU hacia otro país.
- Alimentos enviados por correo o servicio de Courier.
- Alimentos enviados para análisis de calidad.



Prior Notice

Envíos exentos de notificación previa:

- Muestras de alimentos para análisis fisicoquímicos destructivos o que los imposibilita para un posterior consumo
- Alimentos para consumo personal de los viajeros.
- Alimentos preparados en casa de un viajero o familiares y transportados en el equipaje para obsequiar en EE.UU

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

Las tendencias que están teniendo gran incidencia en el comportamiento de la industria de alimentos son:

Consumidor informado: el consumidor cada vez está más informado y de la misma forma exige que las etiquetas de los alimentos que demanda tengan mayor información, con el fin de conocer lo que está comprando.

Alimentos funcionales: la innovación de los alimentos funcionales gira en torno a los mismos temas, por lo cual se evidencia un estancamiento en esta categoría.

Aumento en la población de la tercera edad: Naciones Unidas ha pronosticado que la población de más de 60 años de edad superará los mil millones en el curso de la próxima década, es decir que los alimentos dirigidos a este target específico generan una oportunidad de desarrollo.

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

Tendencia hacia los alimentos con alto contenido de proteínas en diferentes categorías: yogures, snacks, bebidas deportivas, galletas saladas, sopas.

Reivindicaciones de alimentos "Libres de": la frase de posicionamiento libre de no se ha agotado. Por ejemplo libre de gluten, libre de lactosa. Los consumidores son cada vez más consientes a la hora de elegir un producto que sea beneficioso para su salud y que lo ayude con las intolerancias a ciertos nutrientes.

Reducción de contenido de azúcar: debido a que la obesidad ha alcanzado un punto crítico y que los consumidores prefieren llevar estilos de vida cada vez más saludables, las empresas de alimentos se han visto en la necesidad de mejorar sus procesos de producción y ser innovadoras para encontrar nuevas formas de endulzar de manera más saludable.

La reglamentación en la información del etiquetado de alimentos ha suscitado muchos juicios. Por ejemplo se debe tener cuidado cuando se argumenta en una etiqueta que un alimento es natural u orgánico. Son premisas que prometen algo al consumidor que de no ser cumplidas, el mercado se encargará de eliminarlo de las góndolas.

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

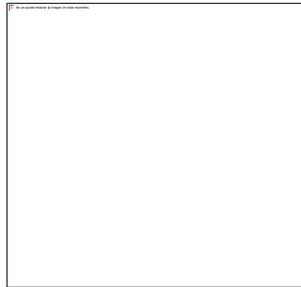
La preocupación por el medio ambiente hace que los consumidores tiendan a comprar productos comprometidos con el entorno, tanto en el uso del agua, la huella de carbono y los materiales que usan en los s empaques de los alimentos.

Las innovaciones más interesantes se presentan en los productos dirigidos a los segmentos de bebés y la tercera edad, que por sus características de sabores está en polos opuestos. Son sub categorías que se mueven a una velocidad rápida, tratando de atrapar a los consumidores que en ellas se encuentran.



PRODUCCIÓN ORGÁNICA

Certificaciones administradas por el sector público:



Certificaciones privadas:





COMERCIO JUSTO:

IFAT (WFTO):

Auto evaluación, revisión mutua, verificación externa, la marca es para la organización, no para el producto.

FLO:

Inspección independiente, sello para el producto.





Productos nativos o elaborados con productos nativos

Producción normalmente artesanal

Consumo por identificación o tradición

Consumidores

Personas desplazadas geográficamente

Remembranza-haberlos consumido en otra región

Dificultades

Logística, distribución

Desconocimiento de otros consumidores

Vida útil



Alimento funcional: (Functional food): Cualquier alimento en forma natural o procesada, que además de sus componentes nutritivos contiene componentes adicionales que favorecen a la salud, la capacidad física y el estado mental de una persona. El calificativo de funcional se relaciona con el concepto bromatológico de "propiedad funcional", o sea la característica de un alimento, en virtud de sus componentes químicos y de los sistemas fisicoquímicos de su entorno, sin referencia a su valor nutritivo.

En Europa se define alimento funcional a "aquel que satisfactoriamente ha demostrado afectar benéficamente una o mas funciones específicas en el cuerpo, mas allá de los efectos nutricionales adecuados en una forma que resulta relevante para el estado de bienestar y salud o la reducción de riesgo de una enfermedad"



La Torá permite el consumo de los animales terrestres que tienen pezuñas hendidas y rumian (estas dos características deben darse al mismo tiempo). El cerdo, la liebre, el tejón, el camello y varios animales más no cumplen ese requisito; por lo tanto, las reglas del cashrut establecen que no se deben consumir las carnes de estos animales.

De los animales acuáticos, está permitido el consumo de los que tienen aletas y escamas (estas dos características deben darse al mismo tiempo). Por lo tanto el consumo de las langostas, camarones, ostras, cangrejos, tiburón y bagre está prohibido.

En las aves, la distinción es menos clara: la Torá provee una lista explícita de aves impuras, sin explicar por qué lo son. Aunque la mayoría son aves de rapiña o carroñeras, de modo que las interpretaciones rabínicas suelen colocar todas las aves de presa y de carroña entre las "no casher"..



Una variedad de sustancias son consideradas como nocivas (haram) para el consumo humano y, por tanto, prohibida según los diferentes versos del Corán:

Carne de cerdo.

Sangre.

Los animales sacrificados en el nombre de nadie más que Dios. Todo lo que se ha dedicado u ofrecido en sacrificio a un altar idolátrico, un santo o una persona considerada "divina".

Carroña.

Un animal que ha sido estrangulado, golpeado (a muerte), muerto por una caída, una cornada o haber sido atacado por un animal de presa (excepto el que usted puede haber sacrificado cuando todavía estaba vivo).

Alimentos procedentes de animales sobre los que durante su sacrificio el nombre de Alá no se pronuncia (o al menos no en un nombre que no sea Alá).

Alcohol y otros tóxicos.

Aditivos no halal



CERTIFICADO HALAL:

“Certificate of Islamic slaughter” (para carne/pollo, etc)

La carne/pollo fue degollada de acuerdo con los procedimientos y normativas Musulmanas

Sacrificio con un cuchillo bien afilado de corte, piel, vena y tráquea.

Mencionar: “Bismillah Wa Allah Akbar” (“En el nombre de Allah, Él es el más grande“)



Emigrantes “extrañan” alimentos de su lugar de origen

Dirigidos a colonias de Emigrantes de un determinado estado y/o además vecinos.

El marketing ha identificado como productos típicamente peruanos pollo a la brasa, ají de gallina, ceviche, seco de chabelo, lomo saltado y pisco, chicha morada, Inca Kola suspiros a la limeña, entre otros.



Ferias Internacionales

Importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante.

Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.

Es uno de los pocos espacios donde concurren personas con la voluntad de vender y de comprar al mismo tiempo y con gran intención de hacer negocios.

PLAN DE PROMOCIÓN COMERCIAL – PROMOTION FILE

I. Resumen Ejecutivo

II. Situación actual

- Descripción de la naturaleza del Negocio:
- Misión:
- Visión:
- FODA Análisis:
- Identificación y descripción del Mercado Objetivo
- Entorno competitivo:
- Requisitos de acceso al mercado:
- Lista de temas clave del negocio que son posibles desafíos
- Cuestiones clave

III. Competencia y Análisis de Problemas

- Análisis sobre la Competencia
- Análisis del mercado
 1. Tamaño
 2. Segmentación
 3. Potencial de compra
 4. Análisis de la oferta
 5. Análisis de la demanda

PLAN DE PROMOCIÓN COMERCIAL – PROMOTION FILE

IV. Análisis del Producto

1. Tecnología desarrollada
2. Costos de exportación (DDP)
3. Precios en términos globales
4. Análisis de barreras arancelarias
5. Análisis de Barreras para-arancelarias

V. Determinación de objetivos y estrategias

1. Objetivos
2. Estrategias para conseguir clientes en mercado objetivo

VI. Plan de Acción

Marketing Mix

PLAN DE PROMOCIÓN COMERCIAL – PROMOTION FILE

VII. Plan de Promoción

1. Análisis y selección de Feria Internacional
2. Costeo y análisis logístico-operativo de la Feria
3. Adaptación/presentación del producto adaptado al mercado y feria seleccionados.
4. Estrategia de presentación del stand
5. Material promocional
6. Cotizaciones

VIII. Conclusiones

XV. Fuentes

19055 045

® U PAREVE

RICH'S

Coffee Ric

Non-Dairy Cre



GEMMA NERA



ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

GINO TOSCHI

GEMMA NERA



ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

Net 8.5 Fl Oz (250ml e)

GEMMA NERA

ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

Net 8.5 Fl Oz (250ml)

GINO TOSCHI

Organic Balsamic Vinegar of Modena
Aceto Balsamico di Modena I.G.P.
PRODUCT OF ITALY



GINO TOSCHI

Organic Balsamic Vinegar of Modena
Aceto Balsamico di Modena I.G.P.
PRODUCT OF ITALY



NET CONTENTS 16.9 FL. OZ (500ml)

Balmi

BALSAMIC GLAZE
with "ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P."
with BALSAMIC VINEGAR OF MODENA



mi





Lipton
Ice Tea

Trink 'ne Coke mit deinen
Freunden
1,5L
coke.de/freunden

1,5L
Fanta
ORANGE

Fiorentini

Fiorentini

alimentiari.it

LIVE LIGHT

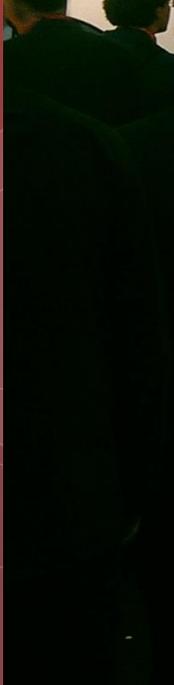


Fiorentini DIET

arb

UDOBLE LTD.

3.2
A6







hira australia
From Sustainable and Ethical
Australian Seafood



CLEAN
KINGFISH
FILLETS
BEROLA LALANI
AUSTRALIAN SEAFOOD

MUCHAS GRACIAS

ISRAEL SANGUINETI A

isanguineti@soluzioniinternational.com

i_sanguineti@hotmail.com

**http://israelsanguinetiascencios.blogspot
.com/**

