

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	02/06/2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Papa Congelada		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	0710.10.00.00		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	POTATOES, UNCOOKED OR COOKED BY STEAMING OR BOILING IN WATER, FROZEN		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration) • Notificación previa de alimentos importados – FDA • Certificado de Origen • Factura Comercial <p>Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de papa congelada desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero.</p> <p>La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de producto arribe en el puerto de entrada.</p> <p>Para ingresar al mercado de Estados Unidos, los productos alimentarios deben cumplir con una serie de condiciones, entre las cuales se destacan las normas sanitarias y fitosanitarias. Otra condición son las normas de salud pública en la que Food and Drug Administration (FDA) toma muestras de los productos con el fin de detectar la posible presencia de residuos u otros elementos. También es importante considerar la Ley de Bioterrorismo y nuevos requisitos bajo FSMA. Esta ley concluye que todas las empresas y establecimientos que produzcan y exporten alimentos para ser consumidos en los Estados Unidos (con la excepción de aquellos productos regulados por el FSIS) deben cumplir con las normas de esta ley, más información aquí: Food Safety Modernization Act (FSMA) FDA. Por último, toda la información relativa a la regulación de FDA para importación de alimentos se encuentra en Importing Food Products into the United States FDA, y la referente al etiquetado de los alimentos empacados está incluida en este enlace de FDA: Guidance for Industry: Food Labeling Guide FDA</p> <p>Es estrictamente necesario que los productos contengan exactamente lo que aparece en la etiqueta. Además, toda la información debe aparecer en inglés o en ambos idiomas (idioma del lugar de procedencia, en este caso castellano, e inglés). La información que la etiqueta debe contener es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identidad del alimento - Listado de Ingredientes - Nombre y dirección de la empresa o negocio - Información nutricional - Contenido Neto - Información de Alérgenos - Información Relevante <p>En el caso específico de la papa congelada peruana, no hay requisitos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales precisos para su ingreso a Estados Unidos, por lo que los</p>		

	<p>requerimientos que debe cumplir el producto se basarán en lo indicado en el contrato o solicitud de compra.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Estados Unidos es uno de los mayores consumidores de patata en el mundo, luego de China e India, y cuenta con un consumo per cápita estimado en 111 libras al año (unos 50kg). Es, además, un país productor de patata, siendo éste el vegetal preferido por los estadounidenses. Su producción utilizada ascendió a más de 34,5 millones de libras (más de 15.600 Ton) en 2020, de los cuales alrededor del 40% (13.790.000 libras o 6.255 Ton) se procesa como congelados.</p> <p>El 82% de las ventas por volumen de la papa congelada se destina al sector de <i>foodservice</i>, mientras que el restante 18% se envía al canal minorista. De acuerdo con un estudio de <i>Potatoes USA</i>, en 2020 se proyectó un crecimiento anual compuesto durante los siguientes tres años del 7,4% para la papa congelada en el canal minorista, el mayor incremento en la categoría de patatas en ese canal. Por su parte, el 74% de consumidores reportaron consumir patata al menos una vez a la semana, siendo los atributos más destacados su conveniencia y facilidad de uso, su contenido energético, fuente de potasio, contenido proteico, sin gluten, bueno para la salud y para el desempeño deportivo y buen valor en general.</p> <p>Los estilos de cocina de los hogares estadounidenses han evolucionado, de forma que se toman menos básicos y rutinarios y giran más hacia enfoques creativos, complejos y aventureros. El 44% de los encuestados refieren seguir una dieta específica, destacando planes restrictivos en carbohidratos, bajos en azúcar, bajos en sodio, orgánicos y sin gluten.</p> <p>Los principales motivos que generarían un probable mayor interés en aumentar el consumo de papa incluyen un descenso en los precios, bolsas más pequeñas, ideas de recetas previamente a la compra, información nutricional y mayor variedad de patatas.</p> <p>Por su parte, un informe de <i>Research & Markets</i> proyecta que el mercado norteamericano de papa congelada crecerá a una tasa anual de 4,1% desde US\$ 20.651 millones en 2019 a US\$ 28.165 millones en 2027. Si bien la mayor parte del producto son papas fritas congeladas -que en su mayoría van al canal <i>foodservice</i>-, también se segmenta en otras subcategorías como "hash brown", con forma, en puré, rebozadas/cocinadas, con cobertura/con relleno y otras. Alrededor de 195 millones de habitantes de Estados Unidos son consumidores de estos productos, número que se espera siga aumentando año tras año, de acuerdo con Statista.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Además de gran consumidor, Estados Unidos también es gran productor de patatas, siendo cultivadas en casi todos los estados del país, aunque aproximadamente la mitad de la cosecha proviene de Idaho, Washington, Wisconsin, Dakota del Norte, Colorado, Oregón, Maine, Minnesota, California y Michigan. La mayoría de las papas se cosechan en septiembre y octubre (estación de otoño del hemisferio norte).</p>

2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2021	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/ puerto del principal país de origen
	New York, NY	1,762,732	Colombia	45%
	Miami, FL	335,764	Colombia	94%
	Baltimore, MD	121,215	Portugal	79%
	Detroit, MI	74,647	Canadá	100%
	Buffalo, NY	43,316	Canadá	100%
	Los Angeles, CA	46,408	Perú	69%
	Ogdensburg, NY	23,535	Canadá	100%
	San Francisco, CA	20,442	Perú	100%
	Chicago, IL	39,896	Holanda	43%
	Philadelphia, PA	16,306	Bélgica	100%
	Subtotal:	2,484,261		
	All Other:	2,015		
	Total:	2,486,276		

Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia



<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>El sistema de distribución de los alimentos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista.</p> <p>La primera figura dentro del canal de distribución de productos alimenticios que ingresan al mercado estadounidense es el importador, que en la mayoría de los casos también es el distribuidor mayorista. Estas compañías compran la mercancía directamente al proveedor extranjero, y pueden realizar tareas de procesado, envase y embalaje, almacenaje y transporte a las tiendas minoristas, operadores de foodservice, otros mayoristas, el gobierno, u otros tipos de negocios.</p> <p>En Estados Unidos hay alrededor de 40.000 tiendas de alimentación, teniendo que el 70% lo componen supermercados, almacenes, supercenters, club stores y tiendas naturales o gourmet, teniendo que las oficinas militares ocupan el 30% restante.</p> <p>El 40% de los estadounidenses hacen una visita semanal al supermercado, mientras que el 6% van a tiendas de alimentación a diario. En la actualidad, es cada vez mayor la tendencia de hacer la compra de comestibles a través de plataformas online con servicio de recogida o entrega a domicilio. Así, el canal de venta e-commerce está ganando cada vez mayor importancia para productos perecederos, suponiendo la categoría de alimentos la que mayor crecimiento proyectado de ventas tiene para el canal online.</p> <p>Las cadenas de supermercados son establecimientos de venta minorista con una amplia oferta de productos alimenticios y otros productos para el hogar. En el año 2018, en Estados Unidos se calcularon un total de 38.307 tiendas supermercado, según el informe "Number of supermarket stores in the United States from 2011 to 2018, by format" (Statista). Se definen como tiendas de alimentación de autoservicio con línea completa de productos (cuentan con alrededor de 15.000 referencias de producto). Sus ventas giran en al menos US\$2 millones anuales. Los grandes supermercados son los participantes líderes para el</p>
--	--

	<p>producto importado en EE.UU., y destacan The Kroger Co., Albertsons y Ahold USA/Royal Ahold, entre otros.</p> <p>En esta categoría de establecimientos también se encuentran los Supercenters, que son hipermercados o grandes tiendas por departamento de descuento que además cuentan con una línea completa de productos de alimentación, así como la oferta de otros servicios (peluquería, fotografía, cambio de aceite, etc).</p> <p>Otro formato que está ganando popularidad entre los consumidores, y se aprecia un aumento en la apertura de locales, son los supermercados especializados en productos naturales o gourmet. Las cadenas más importantes en Estados Unidos son Whole Foods Market (www.wholefoods.com), Trader Joe's (www.traderjoe.com) y The Fresh Market (www.thefreshmarket.com).</p> <p>Por su parte, la industria "food service" agrega a aquellas empresas que distribuyen alimentos preparados para su consumo fuera del hogar. Sus clientes incluyen restaurantes, hoteles, escuelas, hospitales, parques de entretenimiento, agentes de catering y centros penitenciarios, entre otros.</p> <p>Los volúmenes de ventas suelen ser altos, y el producto puede venir preparado en porciones individuales, o empacado en tamaño industrial. En Estados Unidos, este mercado está valorado en US\$230 mil millones, y los dos principales operadores cuentan con el 60-70% de cuota: Sysco (www.sysco.com) y US Foods (www.usfoods.com)</p> <p>De otro lado, las pequeñas tiendas minoristas han tenido mucha competencia con los Supercenters, farmacias y tiendas online con servicios de entrega a domicilio. A consecuencia, las tiendas minoristas se han mantenido competitivas creando una experiencia de compras adaptada a los consumidores con énfasis en los alimentos frescos y orgánicos.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>La mayoría de los productos perecederos ya tienen canales de comercialización establecidos y el importador se basa en criterios de la demanda del mercado, así como en la calidad del producto. Los importadores planifican su compra teniendo en cuenta las promociones y temporadas, además del cumplimiento de los grados y estándares determinados por USDA para su comercialización.</p> <p>El margen cargado por los importadores se sitúa en alrededor de un 30% - 40%, dependiendo de variables como el tipo de producto y segmento al cual se va a dirigir el producto. Para empresas sin experiencia en el mercado norteamericano, es recomendable utilizar el servicio de un bróker experimentado en el rubro.</p> <p>La labor del distribuidor es fundamental para lograr la rotación de la mercadería. De ellos dependerá que el producto sea pedido y no se quede almacenado. La ventaja de usar un importador- distribuidor radica en que el precio final resulta más competitivo, considerando que se evita el trabajo de un agente y se puede hacer seguimiento, por lo tanto, se tiene un mayor control del proceso de comercialización del producto.</p> <p>En el mercado americano se encuentran las siguientes formas de comercio minorista; las tiendas Gourmet, donde se encuentran los establecimientos que venden productos de alta calidad y precios elevados y que están especializados en gourmet.</p> <p>Por otro lado, los grandes supermercados en EE.UU., son principales actores en el mercado de productos alimenticios, dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos, consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al mercado. Está ganando relevancia el certificado orgánico para muchos establecimientos.</p>



	<p>Según el Food Marketing Institute, es en los supermercados donde se producen alrededor del 80% de las ventas de productos gourmet. Los supermercados forman parte de una central de compras en base a la cual se abastecen. Es importante considerar que el exportador cuente con un importador o distribuidor al momento de introducir nuevos productos en los supermercados, que resulta más trabajoso y riesgoso y por ello menos factible que la central de compras lo importe directamente.</p> <p>En los últimos tiempos, los canales online han ido ganando más y más peso en los canales de distribución, en cualquier tipo de supermercado o vendedor directo, habiendo numerosas páginas web a disposición de los consumidores a la hora de adquirir cualquier tipo de producto o servicio.</p>																																		
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 0710.10.00.00 en 2017-2021:</p> <table border="1" data-bbox="726 674 1246 992"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>País de Origen</th> <th>TOTAL Valor FOB (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>Perú</td> <td>442,098</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>Perú</td> <td>421,238</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>Perú</td> <td>390,187</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>Perú</td> <td>300,670</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>Perú</td> <td>317,867</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p> <p>Puertos de entrada del producto peruano HTS 0710.10.00.00:</p> <table border="1" data-bbox="651 1122 1321 1458"> <thead> <tr> <th>District</th> <th>Total Valor FOB 2021 (US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>New York, NY</td> <td>352,303</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>31,895</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>20,966</td> </tr> <tr> <td>San Francisco, CA</td> <td>20,442</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>11,011</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>5,481</td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>442,097</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: U.S. International Trade Commission</i></p>	Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	2021	Perú	442,098	2020	Perú	421,238	2019	Perú	390,187	2018	Perú	300,670	2017	Perú	317,867	District	Total Valor FOB 2021 (US\$)	New York, NY	352,303	Los Angeles, CA	31,895	Miami, FL	20,966	San Francisco, CA	20,442	Baltimore, MD	11,011	Chicago, IL	5,481	Total:	442,097
Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)																																	
2021	Perú	442,098																																	
2020	Perú	421,238																																	
2019	Perú	390,187																																	
2018	Perú	300,670																																	
2017	Perú	317,867																																	
District	Total Valor FOB 2021 (US\$)																																		
New York, NY	352,303																																		
Los Angeles, CA	31,895																																		
Miami, FL	20,966																																		
San Francisco, CA	20,442																																		
Baltimore, MD	11,011																																		
Chicago, IL	5,481																																		
Total:	442,097																																		
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>El panorama presentado por el Covid-19 forzó desde su inicio a la cancelación de ferias comerciales desde 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofreció viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas por el momento.</p> <p>Por ello, las estrategias de promoción se enfocaron más en las herramientas digitales, abriendo espacio para talleres virtuales, ruedas de negocio en plataformas digitales, y coordinación de agendas en las Oficinas Comerciales a través de citas vía Skype y plataformas similares como Zoom o Google Meet, entre otras. No obstante, esto ha llevado a una saturación de eventos online desde la llegada de la pandemia, generando un escaso retorno en los resultados de este tipo de actividades durante los últimos meses. Poco a poco, van regresando las ferias presenciales que permitirán un acercamiento más directo al comprador, y el empresario estadounidense está demandando este tipo de actividades presenciales.</p>																																		


	<p>Las principales ferias del sector de alimentos gourmet en Estados Unidos donde se podría posicionar el producto peruano incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Potato Expo 2023 (4-5 Enero 2023). Gaylord Rockies, Aurora, CO. https://www.nationalpotatocouncil.org/potato-expo/- TRA Marketplace 2022. (9-11 Julio 2022). Dallas, TX. www.tramarketplace.com- IFT Annual Meeting & Food Expo 2022. (10-13 Julio 2022). McCormick Place Chicago, IL. www.iftevent.org- Western Foodservice & Hospitality Expo 2022. (28-30 Agosto 2022). Los Angeles Convention Center. Los Ángeles, CA. www.westernfoodexpo.com- Americas Food and Beverage Show 2022. (12-13 Septiembre 2022). Miami Beach Convention Center. Miami, FL. www.americasfoodandbeverage.com- Natural Products Expo East 2022. (28 Septiembre – 1 Octubre). Pennsylvania Convention Center. Filadelfia, PA. www.expoeast.com/en/home.html- BioFach America 2022. (29 Septiembre – 1 Octubre). Pennsylvania Convention Center. San Diego, CA. www.biofach-america.com- Florida Restaurant & Lodging Show 2022. (1-3 Noviembre 2022). Orange County Convention Center – OCCC. Orlando, FL. www.frestaurantandlodgingshow.com- The NAFEM Show 2023. (1-3 Febrero 2023). Orange County Convention Center - OCCC Orlando. Orlando, FL. www.nafem.org/event/nafe-show-2021- Natural Products Expo West 2023. (7-11 Marzo 2023). Anaheim Convention Center. Anaheim, CA. www.expowest.com/en/home.html- Process Expo 2023. (23-25 Octubre 2023). McCormick Place Chicago, IL. www.myprocessexpo.com
--	---


ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Walgreens	Saco	US\$4,29	Oregon e Idaho	22 mayo 2022	Marca Ore-Ida de patatas congeladas. Golden Crinkles Frozen Fried Potatoes. Saco de 32 oz.	
Target	Saco	US\$1,89	n/d	22 mayo 2022	Marca Market Pantry de Target. Frozen Crispy Potato Puffs. Saco de 28 oz. Certificado de garantía de satisfacción.	

<p>Target</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,59</p>	<p>n/d</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Birds Eye, Oven Roasters. Red Potato Wedges & Onions. Bolsa de plástico de 15oz. Sin conservantes ni colorantes.</p>	
<p>Target</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$3,29</p>	<p>n/d</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Arby's. Frozen Seasoned Frozen Curly Fries. Bolsa de 22 oz.</p>	
<p>Target</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,99</p>	<p>Kennewick, WA</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Alexia. House Cut fries con sal. Bolsa de plástico de 28 oz. No trans fat.</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,49</p>	<p>Kennewick, WA</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Alexia. Papas fritas crujientes al romero con sal marina. Bolsa de 16oz (congeladas. Non-GMO Certified. No trans fat. Kosher certified.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$2,49</p>	<p>EE.UU.</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Amazon – Happy Belly Frozen O'Brien Hash Browns con pimientos y cebolla. Bolsa 28 oz.</p>	



<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,29</p>	<p>EE.UU.</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Pictsweet Farms de Verduras para asar. Papas rojas y cebollas, congeladas. Bolsa de 18 oz. Sello non-GMO.</p>	
<p>Whole Foods Market</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$7,27</p>	<p>EE.UU. (Texas)</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca 365 de Whole Food Market. Bolitas de papa. Bolsa de 16 oz. Sello Non GMO.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,29</p>	<p>EE.UU. (Idaho)</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Lamb Weston. Super Crispy Tots. Bolsa de plástico de 28 oz. No trans fat.</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Caja</p>	<p>US\$7,99</p>	<p>EE.UU. (Idaho)</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Farm Rich. Piel de patata cargada rellena de queso cheddar y tocino, hechas con papas reales de Idaho congeladas. Bolsa de plástico de 16oz.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$2,69</p>	<p>n/d</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Simply Potatoes. Hash Browns triturados. Bolsa de plástico de 20oz.</p>	

<p>Publix</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,75</p>	<p>n/d</p>	<p>22 mayo 2022</p>	<p>Marca Southern Style de Publix. Hash Brown en daditos, al estilo sureño. Bolsa de 32oz.</p>	
<p>Walmart</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$1,82</p>	<p>Bélgica</p>	<p>26 mayo 2022</p>	<p>Marca blanca de Walmart, Great Value, papas fritas con corte normal, paquete de 2 lb</p>	
<p>Walmart</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$1,82</p>	<p>Bélgica</p>	<p>26 mayo 2022</p>	<p>Marca blanca de Walmart, Great Value, papas sazonadas con corte en gajos, paquete de 2 lb</p>	

Walmart	Bolsa	US\$2,47	Colombia	27 mayo 2022	Marca El Sembrador, papas amarillas, papa criolla, bolsa de 16 oz.	
Walmart	Bolsa	US\$4,96	Colombia	27 mayo 2022	Marca El Latino, papas andinas precocidas, papa criolla, bolsa de 15 oz.	
Walmart	Bolsa	US\$6,38	Colombia	27 mayo 2022	Marca Goya, papa amarilla criolla, bolsa de 2lb.	

<p>Milam's Market</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,89</p>	<p>Canadá</p>	<p>27 mayo 2022</p>	<p>Marca blanca Essential Everyday, bolsa de papas fritas con corte ondulado de grado A. Bolsa de 2lb.</p>	
<p>BJ's Club</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,39</p>	<p>Canadá</p>	<p>27 mayo 2022</p>	<p>Marca Green Giant, mini papas amarillas, bolsa de 2lb.</p>	
<p>Winn Dixie</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,69</p>	<p>Perú</p>	<p>2 junio 2022</p>	<p>Marca La Fe, papa amarilla, bolsa de 16 oz/1lb.</p>	

<p>Winn Dixie</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$4,59</p>	<p>EE.UU.</p>	<p>2 junio 2022</p>	<p>Marca Nathan´s, papas fritas con corte ondulado de tamaño jumbo, bolsa de 28 oz.</p>	
<p>Bravo Supermarket</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$3,69</p>	<p>Colombia</p>	<p>2 junio 2022</p>	<p>Marca Tradiciones Andinas, papa criolla amarilla, bolsa 32 oz.</p>	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.