

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA

|                        |                                      |            |            |
|------------------------|--------------------------------------|------------|------------|
| 1.1. Nombre de la OCEX | Nueva York                           | 1.2. Fecha | 13/11/2023 |
| 1.3. Elaborado por:    | Nombres y apellidos: Ariel Greenberg |            |            |
|                        | Cargo: Intern                        |            |            |

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

| 2.1 Producto  | Quinua  |  |                          |                                     |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
|---|---|--|--------------------------|-------------------------------------|---------|---------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------|--|--------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------------|---|--------------------|----------------------------------|
| Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)   | HS Code:100850 FAO Code: 0092   |  |                          |                                     |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| 2.2 Denominación o nombre comercial en el país de destino   | Quinua  |  |                          |                                     |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| 2.3 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros) | <ul style="list-style-type: none"> <li>La quinua debe provenir de un establecimiento aprobado en Perú.</li> <li>El establecimiento debe estar incluido en la Lista de Establecimientos Extranjeros del USDA.</li> <li>La quinua debe ir acompañada de un certificado de exportación válido emitido por el gobierno peruano.</li> </ul> <p><b>Section I. List of All Export Certificates Required By Government (Matrix) :</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Product(s)</th> <th>Title of Certificate</th> <th>Attestation Required on Certificate</th> <th>Purpose</th> <th>Requesting Ministry</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Imported food and beverages</td> <td>Free Sale and Use Certificate</td> <td>N/A</td> <td>Certificate of Free Sale</td> <td>DIGESA (Ministry of Health)</td> </tr> <tr> <td>Imported plant products</td> <td>Phytosanitary Certificate</td> <td>Fulfill health requirements according to import permit and phytosanitary inspection. See Appendix I.</td> <td>Health certificate</td> <td>SENASA (Ministry of Agriculture)</td> </tr> <tr> <td>Imported animal products</td> <td>Sanitary Certificate</td> <td>Fulfill health requirements according to import permit and sanitary inspection. See Appendix I.</td> <td>Health certificate</td> <td>SENASA (Ministry of Agriculture)</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>La quinua debe etiquetarse en inglés con el nombre del producto, el nombre y la dirección del fabricante o distribuidor, y el país de origen.</li> </ul> | Product(s)   | Title of Certificate     | Attestation Required on Certificate | Purpose | Requesting Ministry | Imported food and beverages | Free Sale and Use Certificate | N/A | Certificate of Free Sale | DIGESA (Ministry of Health) | Imported plant products | Phytosanitary Certificate | Fulfill health requirements according to import permit and phytosanitary inspection. See Appendix I. | Health certificate | SENASA (Ministry of Agriculture) | Imported animal products | Sanitary Certificate | Fulfill health requirements according to import permit and sanitary inspection. See Appendix I. | Health certificate | SENASA (Ministry of Agriculture) |
| Product(s)  | Title of Certificate  | Attestation Required on Certificate  | Purpose                  | Requesting Ministry                 |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| Imported food and beverages   | Free Sale and Use Certificate   | N/A  | Certificate of Free Sale | DIGESA (Ministry of Health)         |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| Imported plant products   | Phytosanitary Certificate   | Fulfill health requirements according to import permit and phytosanitary inspection. See Appendix I. | Health certificate       | SENASA (Ministry of Agriculture)    |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| Imported animal products  | Sanitary Certificate  | Fulfill health requirements according to import permit and sanitary inspection. See Appendix I.      | Health certificate       | SENASA (Ministry of Agriculture)    |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |
| 2.4 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)                                       | <p>Este año, el rango de precios al por menor para la quinua de EE. UU. en noviembre oscila entre US\$ 3 y US\$ 4 por kilogramo o entre US\$ 1.36 y US\$ 1.81 por libra (lb.). Este ha sido el rango de precios relativo desde 2020, cuando la quinua alcanzó un precio máximo de \$3.77.</p> <p>La quinua en los Estados Unidos ha mostrado recientemente signos de un crecimiento tremendo, ya que es valorada por sus propiedades saludables y elogiada como un superalimento. Los consumidores estadounidenses se sienten atraídos por sus beneficios nutricionales. Además, este alimento contiene muchas vitaminas y proteínas, es bajo en grasas y no contiene gluten. En los Estados Unidos y en otras</p>  |  |                          |                                     |         |                     |                             |                               |     |                          |                             |                         |                           |  |                    |                                  |                          |                      |   |                    |                                  |

|  | <p>naciones desarrolladas y prósperas, la dieta sin gluten se está popularizando cada vez más entre los consumidores conscientes de su salud. Inicialmente, los productos sin gluten eran de nicho y estaban diseñados para satisfacer las necesidades médicas de personas con enfermedad celíaca, que afecta a 1 de cada 100 personas, entre otros trastornos médicos. La quinua, al ser libre de gluten, ocupa hoy un mercado en crecimiento que alcanza los 6.7 mil millones de dólares y se proyecta, según Statista, alcanzar los 14 mil millones de dólares para 2032.</p> <p>La quinua se consume principalmente cocida y mezclada con vegetales. También se utiliza en cereales para el desayuno, barras de aperitivos, pasta, ensaladas y harina. Septiembre, octubre y noviembre en las Montañas Rocosas son los meses en los que se cosecha la quinua. Aunque no es exactamente un pilar de la agricultura estadounidense, hay una presencia significativa de quinua estadounidense en los mercados globales.</p>  |                                |   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
|--|---|--------------------------------|---|---------------|---|------|-----------------|---------------|--------|---------|-----------------|--------|--------|--------|----------------|--------|-------|-------|----------------|---------|-------|---------|-------------------|-------------|-------|-------|-------------------|-------|-------|
| <p>2.5 Estacionalidad de la producción local</p>   | <p>Septiembre, octubre y noviembre en las Montañas Rocosas es el período en el cual se realiza la cosecha de quinua. Aunque no es exactamente un pilar de la agricultura estadounidense, existe una presencia significativa de quinua estadounidense en los mercados globales.</p>  |                                |   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| <p>2.6 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p> | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 969 719 1373">Top exporter values to the USA</th> <th data-bbox="719 969 906 1373">Total Valor FOB (US\$) 2022</th> <th data-bbox="906 969 1066 1373">Top importers</th> <th data-bbox="1066 969 1302 1373">Porcentaje de Importaciones/ puerto del principal país de origen<br/>Percentage of imports from the origin country</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1373 719 1480">Perú</td> <td data-bbox="719 1373 906 1480">\$35.14 Million</td> <td data-bbox="906 1373 1066 1480">United States</td> <td data-bbox="1066 1373 1302 1480">34.45%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1480 719 1588">Bolivia</td> <td data-bbox="719 1480 906 1588">\$31.36 Million</td> <td data-bbox="906 1480 1066 1588">Canada</td> <td data-bbox="1066 1480 1302 1588">10.71%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1588 719 1695">Canada</td> <td data-bbox="719 1588 906 1695">\$4.95 Million</td> <td data-bbox="906 1588 1066 1695">France</td> <td data-bbox="1066 1588 1302 1695">7.35%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1695 719 1803">Spain</td> <td data-bbox="719 1695 906 1803">\$1.39 Million</td> <td data-bbox="906 1695 1066 1803">Germany</td> <td data-bbox="1066 1695 1302 1803">5.13%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1803 719 1910">Ecuador</td> <td data-bbox="719 1803 906 1910">\$870.44 Thousand</td> <td data-bbox="906 1803 1066 1910">Netherlands</td> <td data-bbox="1066 1803 1302 1910">4.83%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1910 719 2000">India</td> <td data-bbox="719 1910 906 2000">\$584.33 Thousand</td> <td data-bbox="906 1910 1066 2000">Italy</td> <td data-bbox="1066 1910 1302 2000">4.42%</td> </tr> </tbody> </table> | Top exporter values to the USA | Total Valor FOB (US\$) 2022   | Top importers | Porcentaje de Importaciones/ puerto del principal país de origen<br>Percentage of imports from the origin country | Perú | \$35.14 Million | United States | 34.45% | Bolivia | \$31.36 Million | Canada | 10.71% | Canada | \$4.95 Million | France | 7.35% | Spain | \$1.39 Million | Germany | 5.13% | Ecuador | \$870.44 Thousand | Netherlands | 4.83% | India | \$584.33 Thousand | Italy | 4.42% |
| Top exporter values to the USA   | Total Valor FOB (US\$) 2022   | Top importers                  | Porcentaje de Importaciones/ puerto del principal país de origen<br>Percentage of imports from the origin country |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| Perú   | \$35.14 Million   | United States                  | 34.45%  |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| Bolivia  | \$31.36 Million   | Canada                         | 10.71%  |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| Canada   | \$4.95 Million  | France                         | 7.35%   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| Spain  | \$1.39 Million  | Germany                        | 5.13%   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| Ecuador  | \$870.44 Thousand   | Netherlands                    | 4.83%   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |
| India  | \$584.33 Thousand   | Italy                          | 4.42%   |               |   |      |                 |               |        |         |                 |        |        |        |                |        |       |       |                |         |       |         |                   |             |       |       |                   |       |       |

|  |               |                          |       |               |
|--|---------------|--------------------------|-------|---------------|
|  | Italy         | \$171.24<br>Thousand     | China | 3.21%         |
|  | Israel        | \$166.28<br>Thousand     | Spain | 2.86%         |
|  | <b>Total:</b> | <b>74.47<br/>Million</b> |       | <b>73.06%</b> |

*Fuente: OEC*

|  |  |
|--|--|
| <p>2.7 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>La cadena de distribución y comercialización de la quinua involucra a varios actores clave en cada eslabón. Aquí tienes una visión general basada en la información disponible:</p> <p><b>1.Productores:</b> Los productores cultivan quinua y son responsables de la primera etapa de la cadena de valor. Se dedican a la producción de quinua y a la evaluación de costos.</p> <p><b>2.Recolectores/Intermediarios:</b> Los recolectores o intermediarios compran quinua a los productores y la venden a procesadores o directamente a mercados locales, regionales y nacionales.</p> <p><b>3.Procesadores:</b> Los procesadores transforman la quinua en varios productos para la venta. Estos pueden incluir granos de quinua, harina de quinua, hojuelas de quinua, entre otros.</p> <p><b>4.Comercializadores/Exportadores:</b> Los comercializadores y exportadores son responsables de llevar la quinua al mercado internacional. Por ejemplo, antes de que China emitiera un permiso de comercio para la quinua boliviana en 2018, una pequeña cantidad de quinua ingresaba a China a través de otros canales, como el correo y el contrabando a través de Hong Kong.</p> <p><b>5.Consumidores:</b> Los consumidores finales que compran y consumen productos de quinua.</p> |
| <p>2.8 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en</p>                                    | <p>Los criterios para la selección de proveedores pueden variar según los actores clave en los canales de distribución y marketing. Sin embargo, aquí hay algunos criterios comunes que suelen considerarse, en orden de importancia:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Costo:</b> El costo suele ser el factor más importante. Los actores clave buscarán proveedores que puedan ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos.</li> </ol>  |

|  |   |
|--|---|
| <p>orden de importancia)</p>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <b>Calidad y Seguridad:</b> La calidad del producto es crucial. Los proveedores deben poder proporcionar quinua que cumpla con estándares de calidad y seguridad.</li> <li>3. <b>Entrega:</b> Los proveedores deben ser capaces de entregar productos de manera oportuna y confiable.</li> <li>4. <b>Servicio:</b> Un buen servicio al cliente, que incluya la capacidad de responder a problemas o preguntas, puede ser un factor significativo en la selección de proveedores.</li> <li>5. <b>Responsabilidad Social:</b> Algunos actores pueden preferir trabajar con proveedores que demuestren responsabilidad social, como prácticas de comercio justo o sostenibilidad.</li> <li>6. <b>Conveniencia/Sencillez:</b> La facilidad de hacer negocios con un proveedor puede ser un factor. Esto puede incluir la facilidad para realizar pedidos, la claridad de las facturas y otros aspectos de la relación comercial.</li> <li>7. <b>Riesgo:</b> Los actores clave pueden considerar el riesgo asociado con un proveedor, incluida la estabilidad financiera del proveedor y la probabilidad de interrupciones en el suministro.</li> <li>8. <b>Agilidad:</b> La capacidad de un proveedor para responder rápidamente a cambios en la demanda o condiciones del mercado puede ser un factor en la selección de proveedores.</li> </ol> |
| <p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p> | <p>Perú tiene un desempeño excepcional en este mercado al ser el principal exportador de quinua a los Estados Unidos. La mayor parte de la quinua consumida en los Estados Unidos proviene de Perú, lo que le otorga a Perú una posición dominante en el mercado estadounidense de quinua.</p> <p>La quinua peruana se encuentra presente en una variedad de productos, que incluyen, pero no se limitan a, harina, pasta, ensaladas, cereales, entre otros. Sus productos están exhibidos en todos los principales supermercados estadounidenses.</p>  |

|  |   |
|--|---|
| <p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p> | <p>Algunas posibilidades para vender más quinua incluyen asistir a las siguientes exposiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fancy Food Show: En esta exposición dirigida a mayoristas, restaurantes, compradores y supermercados, se reúnen diferentes tipos de alimentos para ser vendidos en conjunto. Asistir a esta exposición podría ayudar a persuadir a empresas que toman decisiones sobre la adquisición de alimentos a que obtengan su quinua de Perú.</li> <li>2. International Restaurant and Foodservice Show of NY, del 3 al 5 de marzo: En esta expo, se reúnen restaurantes y proveedores. Se describe a sí misma como "El evento anual que se centra en servir a la industria de servicios de alimentos en el noreste. Te ofrecemos la oportunidad de ver lo mejor en la industria de restaurantes y servicios de alimentos. Desde las últimas tendencias alimenticias hasta lo mejor en tecnología para tu restaurante y todo lo demás. Esta es tu oportunidad de encontrar lo último y lo mejor para tu operación". Esto podría ayudar a expandir la presencia de la quinua peruana en los EE. UU.</li> <li>3. The Healthy Food Expo 2023, del 5 al 7 de marzo: Celebrada en el Javits Center de Nueva York, esta expo podría facilitar la colaboración entre los cultivadores de quinua y nuevos socios para encontrar nuevas formas de utilizar la quinua.</li> <li>4. Natural Products Expo East: Filadelfia, septiembre: Este evento presenta una interesante oportunidad para los productores peruanos de quinua de encontrar nuevos socios para vender sus productos.</li> <li>5. Plant Based World Expo: Esta conferencia ofrece una gran oportunidad para que Perú expanda su producción de quinua al enfocarse exclusivamente en productos vegetales y establecer conexiones B2B en toda la industria. Se lleva a cabo en el Javitz Center del 11 al 12 de septiembre. Representa una excelente oportunidad para encontrar socios con productores peruanos de quinua que puedan idear nuevas formas de presentarla para que recupere protagonismo en el mercado estadounidense.</li> </ol> <p>Mientras que la quinua ha experimentado recientemente disminuciones en la demanda, creo que esto se debe al cansancio del consumidor estadounidense en relación con la quinua. En 2014, cuando la demanda de quinua estaba en su punto máximo, seguía siendo una novedad emocionante elogiada por su valor nutricional, beneficios médicos y sabor. A pesar de la desaceleración significativa del crecimiento en la demanda de los estadounidenses por la quinua, aún existen oportunidades significativas para el crecimiento y el encanto con este alimento.</p> <p>Creo que hay tres formas significativas para que Perú comercialice y llegue a más audiencias. Estos métodos requieren tiempo y dinero significativos. El primer método de marketing que creo que tendría un impacto significativo en las ventas sería dirigirse a los consumidores veganos, un grupo demográfico en crecimiento que a menudo lucha con problemas de salud relacionados con su dieta, que a menudo los expone a deficiencias de vitaminas. La quinua, al ser un superalimento, es rica en hierro, zinc, manganeso y zinc. Para los veganos, la quinua es uno de los pocos alimentos que puede proporcionarles estas vitaminas necesarias para vivir este estilo de vida vegano.</p> <p>Una segunda estrategia sería que Perú patrocinara más ligas deportivas en Nueva York y otras áreas metropolitanas importantes de Estados Unidos. Las personas que participan en estos eventos tienden a ser más conscientes de la salud, más ricas y</p> |
|--|---|






|  |  |
|--|--|
|  | <p>prósperas que la persona promedio. Patrocinar ligas locales de deportes de nicho, hacer que los equipos prueben la comida y tomen fotos con quinua podría ser una inversión efectiva que produzca muchos resultados con un gasto de capital comparativamente bajo.</p> <p>El tercer método de marketing, que ayudará a aumentar la demanda de quinua en los Estados Unidos, sería pagar por anuncios en el transporte público. Esto enfatizaría constantemente al público lo saludable y sabrosa que es la quinua. La quinua y la comida peruana aún conservan este estatus de novedad. Este estatus es simultáneamente una bendición y una maldición para la quinua; una bendición en que se pueden cobrar precios y márgenes más altos, pero una maldición en que sigue estando en los márgenes del paladar estadounidense. Para que la quinua se consuma regularmente y ya no se vea como una novedad, los estadounidenses deben estar constantemente expuestos a la quinua, a través de marketing, promociones, ventas y otros métodos para incorporar la quinua en su rutina diaria. Para llegar a este grupo, sería útil trabajar con influencers veganos, chefs y en festivales de comida vegana, invitar a chefs peruanos para enfatizar lo saludable y sabrosa que es la comida peruana.</p> |
|--|--|





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  |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|------------------------------|---|---|
| Walmart         | 1.5 Killos               | \$23.99                  | Bolivia                            | 11/15/2023                   | Plastic Container                       |    |
| Lifeirl         | 1.5 Lbs                  | \$17.99                  | Argentina, Bolivia, Paraguay, Peru | 11/15/2023                   | Plastic Container                       |    |
| Amazon          | 12 Oz                    | \$95.88                  | Peru                               | 11/15/2023                   | Paper container                         |   |
| Earthly Choice  | 12 Oz                    | \$6.99                   | Peru and Bolivia                   | 11/15/2023                   | Plastic container                       |  |
| Seeds of Change | 17 Oz                    | \$17.60                  | Bolivia                            | 11/15/2023                   | Plastic Container                       |  |

|              |        |         |         |            |                   |   |
|--------------|--------|---------|---------|------------|-------------------|---|
| Vivanaturals | 4 Lb   | \$17.99 | Bolivia | 11/15/2023 | Plastic container |    |
| H Mart       | 12 Oz  | \$3.69  | Peru    | 11/16/2023 | Cardboard box     |    |
| H Mart       | 18 Oz  | \$11.49 | N/A     | 11/16/2023 | Paper             |    |
| Shoprite     | 7.9 Oz | \$3.99  | Peru    | 11/16/2023 | Plastic           |   |
| Shoprite     | 7.9 Oz | \$3.99  | Peru    | 11/16/2023 | Plastic           |  |



|          |        |         |      |            |         |   |
|----------|--------|---------|------|------------|---------|---|
| Shoprite | 7.9 Oz | \$3.99  | Peru | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 7.9 Oz | \$3.99  | Peru | 11/16/2023 | Plastic |   |
| Shoprite | 12 Oz  | \$4.49  | Peru | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 16 Oz  | \$5.49  | Peru | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 16 Oz  | \$5.49  | Peru | 11/16/2023 | Plastic |   |
| Shoprite | 26 Oz  | \$12.49 | N/A  | 11/16/2023 | Plastic |  |

|          |         |        |         |            |         |   |
|----------|---------|--------|---------|------------|---------|---|
| Shoprite | 12 Oz   | \$7.49 | Bolivia | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 12 Oz   | \$3.99 | Peru    | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 12 Oz   | \$7.49 | Peru    | 11/16/2023 | Plastic |    |
| Shoprite | 4.25 Oz | \$2.99 | N/A     | 11/16/2023 | Plastic |   |
| Shoprite | 2 Oz    | \$3.99 | N/A     | 11/16/2023 | Plastic |  |

|             |        |        |                            |            |              |   |
|-------------|--------|--------|----------------------------|------------|--------------|---|
| Shoprite    | 2 Oz   | \$3.99 | N/A                        | 11/16/2023 | Plastic      |    |
| Shoprite    | 2 Oz   | \$3.99 | N/A                        | 11/16/2023 | Plastic      |    |
| Stop & Shop | 8.5 Oz | \$3.29 | N/A                        | 11/16/2023 | Plastic      |    |
| Stop & Shop | 6 Oz   | \$8.69 | N/A                        | 11/16/2023 | Plastic Case |   |
| Stop & Shop | 12 Oz  | \$4.59 | Product of Boliva and Peru | 11/16/2023 | Plastic      |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| <i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i> |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

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

---