

U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 18 No. 3



SUSTENTABILIDAD Y REUSABILIDAD Lideran la Innovación en Empaques

Sustentabilidad, es un asunto pendiente en la industria de los alimentos, y el creciente interés de los clientes en todos los tramos de la cadena de suministro, ponen a los empaques bajo el reflector. Las marcas que encuentran la manera de usar empaques más verdes, pequeños, o simplemente más reciclables, pueden darles ventaja sobre la competencia.

Un desarrollo reciente, es el creciente uso de alternativas a los plásticos, como los biomateriales a base de almidón, los “cacahuates” para empaque biodegradables, empaques de burbuja, y telas orgánicas, de acuerdo con Flexible Packaging. Estos son materiales verdes que pueden proteger de manera efectiva, incrementando la producción amigable con el ambiente.

Un ejemplo, es el empaque hecho a base de almidón, que tiene propiedades similares a las del plástico aun siendo orgánico y biodegradable. Si se desecha adecuadamente, puede deshacerse en forma de dióxido de carbono y agua en el transcurso de unos meses. Debido a que el maíz es un cultivo barato y sustentable, puede ser un sustituto para hacer bolsas, económico y amigable con el ambiente.

Una opción similar, es la cascarilla del arroz, un producto intermedio resultado de la cosecha del arroz, que es de bajo costo, renovable y biodegradable. En un estudio se demostró, que la cascarilla del arroz, posee propiedades bio-absorbentes, que le permiten absorber contaminantes en el ambiente cercano. Empaques resellables para llevar el lunch, y tazones irrompibles, ya son hechos con este tipo de materiales. Las compañías más grandes, son algunas de las que lideran la innovación en empaques. Mars Wrigley ha estado trabajando los últimos cinco años en su compromiso de utilizar empaques 100% reciclables, reusables o compostables hacia el 2025, y su esfuerzo está en pie.

(Continúa en pág. 2)



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org





“La expectativa por los empaques sustentables varia ente mercados, haciendo esencial que los materiales se adapten para cumplir con los diferentes estándares sin sacrificar calidad”

STEPHEN CROSKREY, CEO DE DANIMER SCIENTIFIC.



SUSTENTABILIDAD Y REUSABILIDAD

Continúa...

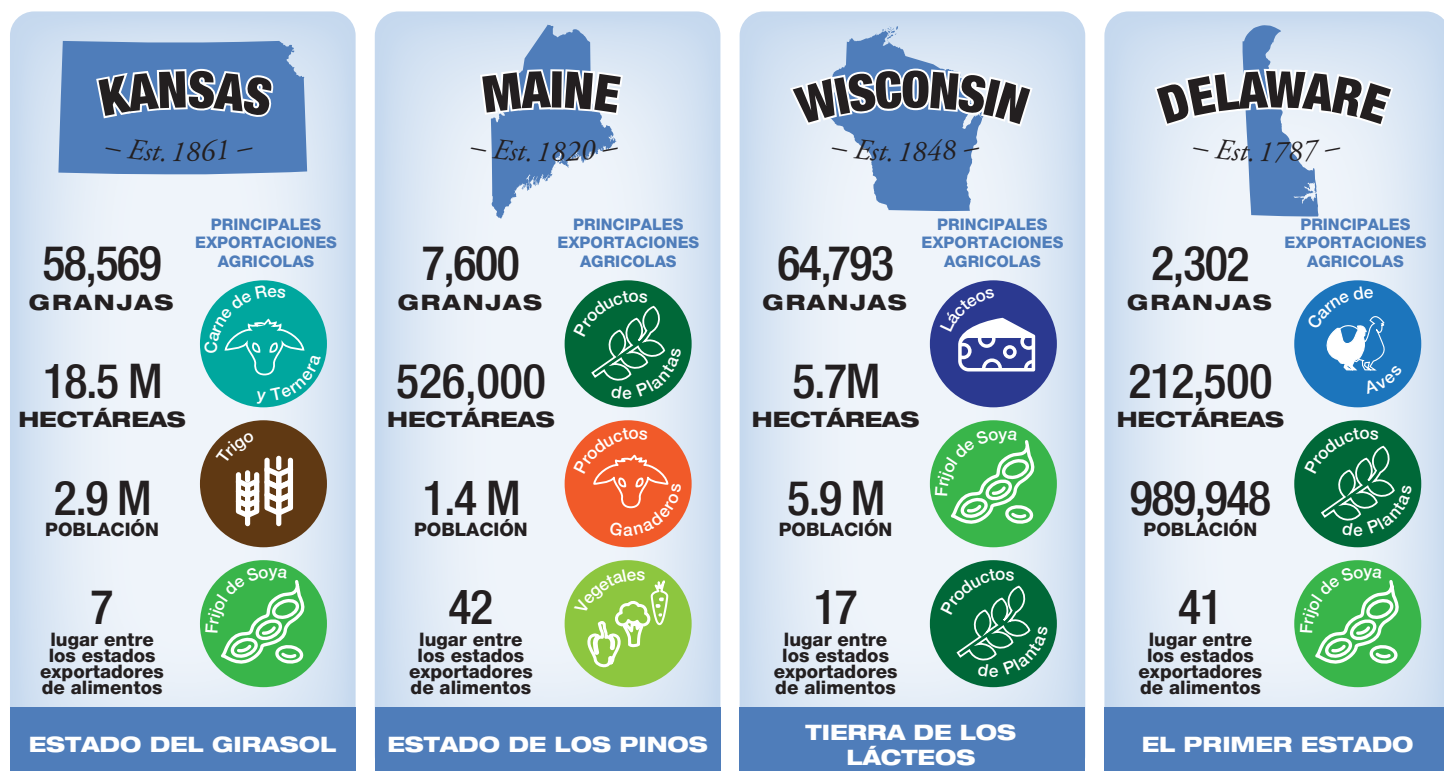
Su última innovación, es el empaque biodegradable de Skittles, hechos a base de aceites de plantas y fermentación. Mars Wrigley continuara trabajando con su socio Danimer Scientific, para crear otras formas de empaques sustentables.

“La expectativa por los empaques sustentables varia ente mercados, haciendo esencial que los materiales se adapten para cumplir con los diferentes estándares sin sacrificar calidad”, dijo Stephen Croskrey, CEO de Danimer Scientific. “PHA (bioplástico), ofrece una plataforma versátil para fabricar material

de fuentes renovables que deja un impacto mínimo en el ambiente, cuando se desecha”.

La sustentabilidad puede venir de otras partes también, Una tendencia en desarrollo es el empaque multifuncional, de acuerdo con Mintel. Estos empaques podrían, por ejemplo, ser resellables, permitiendo que los clientes reciclen la bolsa directamente, o que sea para uso en microondas, reduciendo la necesidad de empaques desechables adicionales, para los alimentos que se compran en cafeterías o tiendas de conveniencia.

Perfiles Estatales del Centro y Noreste USA



El Conflicto Rusia-Ucrania Estresa las Cadenas de Suministro, Afectando los Hábitos de Compra de los Consumidores

Los efectos de la invasión rusa en Ucrania, está chocando con las cadenas de suministro a nivel global, debido a su impacto tanto en la producción de alimentos, como en la logística.

Los productores de alimentos, deben estar al tanto de las noticias para entender de qué manera van a ser afectados sus propios intereses-, si bien algunas de las interrupciones pueden ser identificadas directamente en el origen con los países involucrados en la guerra, la naturaleza de interconexión de las cadenas de suministro, significa que países por todo el mundo están siendo afectados.

Ucrania y Rusia, son grandes productores agrícolas, lo cual amplifica el efecto de la guerra en la cadena de suministro de alimentos a nivel global. Estos dos países, están entre los tres proveedores más importantes del mundo, de trigo, maíz, canola, semillas y aceite de girasol, de acuerdo con la FAO de Naciones Unidas. La Federación Rusa, es también el exportador más grande de fertilizantes de nitrógeno, el segundo más grande de fertilizantes de potasio y el tercero más grande de fertilizantes de fósforo.

De acuerdo con la FAO, “esta concentración, expuso a estos mercados a una creciente vulnerabilidad ante los choques y la volatilidad. “Muchos países que son altamente dependientes de los alimentos y fertilizantes importados, incluyendo los grupos de países menos desarrollados, y países en con bajos ingresos y alto déficit en alimentos, que dependen del suministro de alimentos proveniente de Rusia y Ucrania, para cubrir sus necesidades de consumo”. “Muchos de estos países, ya sufrirán por los efectos de los altos precios internacionales de los alimentos y fertilizantes, aun antes del conflicto”.

Un punto controversial para los proveedores, es si deben o no operar dentro de Rusia. Mientras que muchos retailers y restaurantes ya han salido del país en protesta por la invasión, empresas como Cargill, Bayer AG y Archer Daniels Midland, han continuado dentro por razones humanitarias, preocupados por la disponibilidad de alimentos para los ciudadanos rusos, de acuerdo con The Wall Street Journal. Una vocera de Cargill, dijo que choques como los que menciono FAO, podrían empeorar si los productores más importantes, dejan de estar en ese país.

Bayer dijo que podrían retener las semillas en Rusia si la guerra continua. Esta empresa ya entregó las semillas para la siembra de la temporada que viene, pero van a monitorear la situación y decidir, que entregaran para el 2023 y los años por venir. Al igual que Cargill, esta empresa dijo que la retención de productos agrícolas, puede empeorar el costo de la guerra.

Este conflicto, también está impactando a las rutas marítimas en Europa del Este y en todo el mundo. En particular, la región del Mar Negro, se ha vuelto menos segura para las rutas de carga marítima y otras rutas terrestres también se verán afectadas por la guerra.

“En Ucrania, también existe la preocupación de que el conflicto pueda ocasionar daños en la infraestructura del transporte terrestre y los puertos marítimos, así como la infraestructura de almacenaje y procesamiento”, dijo la FAO. “Esto además de la limitada capacidad de las alternativas, como los trenes para llegar a los puertos marítimos, instalaciones más pequeñas, para plantas modernas que procesan oleaginosas, para compensar su falta de operaciones”.

Incluso los proveedores de logística que no están directamente expuestos a Rusia o Ucrania, sentirán la pérdida de estas rutas. La eliminación de los ingresos de carga, de dos países, va a forzar a otras regiones a compensar la pérdida, lo cual potencialmente, causara retrasos y interrupciones en países en todo el mundo. “Las empresas rusas no tienen permiso de volar en Europa”, dijo Bertha Martínez-Cisneros, Coordinadora de la Carrera de Logística Internacional en la Universidad CETYS. “Esto afecta a los vuelos provenientes de Rusia o empresas rusas, lo cual es un problema para todas las logísticas, porque hay menos espacio para la mercancía. Al final, esto va a afectar a los retailers, directa o indirectamente. También están los problemas en el Mar

Negro, en donde las naves no se están moviendo. Aun cuando la ruta de Asia a América o de Europa hacia América no pasan directamente por Rusia o Ucrania, el conflicto de cualquier modo afecta el flujo normal de transportación.

Más de 2,100 empresas de Estados Unidos y 1,200 europeas, tienen al menos un proveedor directo (primer nivel) en Rusia. Mientras que más de 450 compañías de Estados Unidos y 200 europeas, tienen un proveedor de primer nivel en Ucrania, de acuerdo con información de la firma Interos. Esos números, podrían sonar bajos al principio, pero crecen exponencialmente una vez que se expande a empresas que compran a otras, con proveedores en los países afectados (niveles dos y tres).



- Más de 15,100 compañías USA y 8,200 europeas, tienen proveedores de segunda línea con base en Ucrania; y
- Más de 190,000 compañías USA y 109,000 europeas, tienen proveedores nivel tres en Rusia o Ucrania.

La disrupción global de la cadena suministro, está creando retos y oportunidades de manera simultánea para los productores de alimentos que venden en los Estados Unidos.

En los últimos años, los consumidores han estado más dispuestos a cambiar de marca lo cual podría reorganizar los anaqueles en las tiendas, de acuerdo con The New York Times. Una encuesta de Daymon Worldwide, encontró que el 70% de los consumidores, dijo que compraría una marca nueva o diferente a la que compraban antes de la pandemia, entre mayo 2020 y agosto 2021.

Mientras tanto, Tony Sarsam, CEO de SpartanNash, dijo que el jugo de naranja Tropicana, ha perdido participación de mercado contra el jugo Simply Orange de Coca Cola en los meses recientes, debido a sus mayores inventarios, mientras que Tyson Foods, perdió mercado en el pollo congelado contra la marca Banquet de Conagra. Esto se comprueba con información nacional. Las marcas que tienen tasas de inventarios entre 72% y 85%, han perdido 0.7 puntos porcentuales de participación de mercado en promedio, de acuerdo con IRI.

Algunas marcas están usando esta oportunidad para atraer nuevos clientes. Geoff Tanner, CMO de J.M Smucker Co., dijo que la empresa se ha beneficiado al tener inventarios consistentes. “Se gana mucho si puedes ser mejor que los demás”, dijo Tanner, en una entrevista con The New York Times. Dijo que 66% del portafolio de producto, está agrandando su participación de mercado, comparado con el 33% de antes de la pandemia. J.M Smucker está aprovechando el momento invirtiendo en más publicidad.

Sin embargo, aun las empresas que han sufrido escases, sienten confianza. “La participación de mercado se va a recuperar”, dijo Steven Cahillane, CEO de Kellogg, en conferencia telefónica sobre resultados financieros. El espera, que en la segunda mitad del 2022 se recuperara la disponibilidad de producto, para compensar la reducción en la primera parte del año, además de los buenos resultados obtenidos con las botanas y galletas saladas.



Zolli Candy

Commerce Twp, Michigan

Zolli Candy es el fabricante de dulces con más rápido crecimiento en los Estados Unidos, de acuerdo con The Financial Times/Statista Inc. 5000. Zolli Candy ofrece sus productos: Zolli Ball Popz, Zolli Drops, Zolli Taffy, Zolli Caramelz & Zolli PB Cups. Con el apoyo de la mercadotecnia, medios de comunicación e influencers, para lograr compras de prueba y clientes permanentes. Zolli Candy y su fundadora de tan solo 16 años de edad Alina, son influencers verificados. Estamos buscando distribuidores internacionales.

Cero Azúcar | Vegano | Keto | Libre de Alérgenos | Libre de Gluten | Natural
zollicandy.com



The Esus Group, LLC

Kennett Square, Pennsylvania

The Esus Group, LLC vende a los mejores alimentos y bebidas hechos en Estados Unidos, a cientos de importadores de productos de alta calidad, distribuidores, y cadenas de foodservice alrededor del mundo. Nuestros servicios llevan las marcas USA a nuevos mercados y ayudan a los clientes internacionales a encontrar los mejores fabricantes de marca propia. Algunas de nuestras nuevas marcas incluyen:

SkinnyMe Premium Chocolate Deliciosos productos de chocolate con cero azúcar por porción, endulzados con Stevia natural, son Keto Amigables y Libres de Gluten. El Chocolate SkinnyMe Zero Sugar, cumple con los atributos más buscados por los consumidores de hoy y llena un vacío en la categoría de dulces.

Nature's EarthlyChoice® Ofrece deliciosos productos saludables con granos enteros, incluyendo Quinoa, Farro, Berries de Trigo, Chía, Cáñamo, Polvo de Acai, Tazones de Frijoles, y muchos otros productos. Con el compromiso de no incluir los 11 alérgenos primarios (cacahuates, nueces, leche, huevos, trigo, soya, pescado, crustáceos de concha, gluten, ajonjolí y mostaza)

Chateau Diana, hace vinos para 17 diferentes etiquetas, ofreciendo cubrir todos los rangos de precio y calidad. La línea de cer-alcohol, incluye Cabernet Sauvignon, una Mezcla Roja, una Mezcla Blanca, y una Rosada. Cada uno ha sido procesado como vino normal, pero el alcohol es extraído antes de ser embotellado, ofreciendo el mismo sabor y, en el caso de los vinos rojos, los mismos beneficios a la salud que los vinos regulares.

theesusgroup.com

Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Shullsburg Creamery

Shullsburg, Wisconsin

Los cuajos de queso cheddar de Shullsburg Creamery, se hacen en lotes pequeños, con leche de productores locales, libre de rGBH. Los cuajos son frescos, quesos cheddar jóvenes con un suave y limpio sabor. Ofrecemos cheddar blanco y amarillo, con figuras diferentes de formación natural, con ajo, eneldo o jalapeño.

Estos quesos pueden ser disfrutados en una variedad de formas, se derriten suavemente en platillos calientes como miso ramen o chili estilo mexicano. Son el ingrediente principal en los poutine, y pueden ser usados también para hacer una ensalada estilo caprese, o como un simple snack con fruta fresca o incluso capeados y fritos para una botana salada.

Shullsburg Creamery tiene más de 80 años de historia y están certificados SQF Nivel 3. Usando los mejores ingredientes, robustas recetas tradicionales y con un enfoque de supervisión directa, Shullsburg Creamery fabrica algunos de los quesos con más sabor en el mundo.

shullsburgcreamery.com



Perfect Life Nutrition, LLC (dba P-nuff Crunch)

West Orange, New Jersey

Perfect Life Nutrition Inc fue fundada en 2015 por el Dr. Juan Salinas, siguiendo su sueño de crear deliciosos e innovadores snacks, que también fueran saludables y nutritivos. El Dr. Salinas, combinó su pasión por la salud y el fitness, su extenso conocimiento de la ciencia de los alimentos y su expertise en nutrición para el deporte y ejercicio, para crear la primera marca de snacks inflados de cacahuete con nutrición balanceada, P-nuff Crunch.

P-nuff Crunch es un snack horneado hecho con una combinación de frijoles navy, cacahuates y arroz, mezclados y horneados para lograr un puff sabor cacahuete ligero y crujiente. Actualmente están disponibles en tres combinaciones de sabores: Original Roasted Peanut, Peanut & Cinnamon, y Peanut & Cocoa. Hechos con ingredientes naturales sin OMG's, contienen 5g de proteína totalmente de plantas y 3g de fibra por porción. Además, son más bajos en azúcar (2-3g de azúcar por porción) y 1 tercio menos de grasa que la mayoría de los snacks tradicionales. P-nuff es también amigable con la digestión y con las dietas FODMAP y libres de gluten.

pnuff.com



Cherry Central Cooperative Inc.

Traverse City, Michigan

Cherry Central Cooperative Inc. es el líder mundial en producción de cerezas ácidas Montmorency. Somos una cooperativa integrada verticalmente, propiedad de nuestras familias de agricultores y procesadores, con regiones de producción en Washington, Idaho, Utah, Michigan, y Canadá. Cherry Central ofrece cerezas Montmorency deshidratadas, en pure, concentrado, jugo de cereza no de concentrado (NFC) y de concentrado de cerezas exprimidas. Empacamos para retail, foodservice, ingredientes para la industria, y marca propia o servicios de co-packing. Cherry Central ha sido proveedor de mercados internacionales desde nuestra fundación en 1973.

Las cerezas Montmorency tienen un maravilloso color y sabor, con más de 100 estudios publicados, que soportan evidencia de sus grandes beneficios a la salud. Naturalmente altos en antioxidantes, las Cerezas Montmorency reducen la inflamación en nuestros cuerpos. Son bien conocidas por aliviar los ataques de gota y artritis, han sido usados por atletas de todos niveles para su recuperación después de sus rutinas, dan soporte al sistema cardiovascular, con alto contenido de melatonina para ayudar a regular y mejorar el ciclo del sueño.

Siempre es temporada de Cerezas Montmorency en Cherry Central. ¡Te invitamos a probarlas!

cherrycentral.com



Tanuk Inc.

Newton Highlands, Massachusetts

Meal Mantra es una línea auténtica de dips, chutneys y salsas de curry totalmente naturales, hechos en lotes pequeños con nuestras recetas ancestrales, de los creadores de la cocina Tandoori y preparados a la perfección. La cocina de la India, es reconocida por sus opciones saludables y sabores que van muy bien con muchos vegetales e incluso a las legumbres, elevándolos a una experiencia gourmet.

Anu, Co-fundadora de Meal Mantra, aprendió a apreciar el maravilloso arte de cocinar a una edad temprana, cuando seguía a su abuelo Kundan Lal Gujral, (inventor de la Cocina Tandoori), en las cocinas del legendario restaurante Moti Mahal en la India, y perdía la noción del tiempo con los aromas, sabores y texturas de la comida.

Totalmente natural | Etiqueta Limpia | Libre de Gluten | Sin rellenos, estabilizadores ni gomas | Orgullosamente hecho en USA

mealmantra.com

Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org



Pyramid Foods, LLC

Shawnee, Kansas

Las salsas BBQ de PITMASTER LT's y rubs sazonar para carnes en seco, son creaciones de un antiguo residente del área de Kansas City, quien al regresar de su servicio militar en comenzó a experimentar haciendo sus propios productos. Esos experimentos duraron tres décadas, hasta eventualmente perfeccionar sus recetas secretas ahora conocidas en el mundo con la marca PITMASTER LT's sauces and dry rubs. Luther desarrolló, estas salsas con ingredientes naturales y con el distintivo sabor y textura de las salsas BBQ de Kansas, pero con la confluencia de sabores que individualmente, son los dominantes en las diferentes regiones, permitiendo a las salsas PIT MASTER LT, ser atractivas para una variedad de paladares. Los sazonadores o rubs en seco, están hechos artesanalmente con ingredientes de primera calidad, y no con los típicos ingredientes de relleno que son altos en azúcar y sal.

Desde su lanzamiento en 2016, PITMASTER LT's se vende supermercados de Estados Unidos, México, España, Canadá y Kuwait. PitmasterLT.com



Best Breed, Inc.

Findlay, Ohio

Best Breed es una empresa familiar, fundada en 1994 por el Dr. Gary Cotton, un médico veterinario que fue inspirado para crear una línea de alimento para perros y gatos verdaderamente saludable, después de experimentar repetidamente, los problemas de salud de las mascotas en su clínica, los cuales él creía que eran causados por la baja calidad de la nutrición o que podían ser curados con una mejor nutrición.

Hechas en Ohio, las fórmulas de Best Breed, son hechas artesanalmente, utilizando un proceso de cocción lenta, para facilitar la digestión, absorción óptima de los nutrientes. Best Breed utiliza solo ingredientes naturales de la más alta calidad. Disponibles a través de una red de tiendas y online en nuestra página en internet, en los Estados Unidos y alrededor del mundo.

bestbreed.com

noticias breves

El apoyo de los consumidores estadounidenses a los productos agrícolas locales, se ha fortalecido. En una encuesta reciente del Consejo de la Soya – United Soybean Board, se encontró que el 78% de los respondientes dijo que es importante comprar alimentos producidos en los Estados Unidos, 8% más que en el año anterior.

Muchas categorías de productos de consumo masivo (CPG) en USA, que tuvieron un gran crecimiento al inicio de la pandemia, continúan teniendo ventas más altas que antes del COVID-19, algunas aun creciendo de acuerdo con la firma Catalina. Entre las de mayor crecimiento en ventas estuvieron: tocino + 39%, actualmente, pero registrando + 137% en 2020, y vegetales empanizados congelados, actualmente + 21%, pero crecieron + 89% en 2020, en Estados Unidos, reporto Supermarket News.

Las ventas en retail del departamento de Pescados y Mariscos en USA, crecieron 0.9% durante las ventas provocadas por COVID-19 en 2020. Ventas acumularon US\$16,900 millones en 2021, de acuerdo con el reporte del Food Industry Association-FMI, reporto el Supermarket News.

La industria mundial de pescados y mariscos, se esta preparando para el crecimiento de precios, disrupciones en suministros y potenciales perdidas de empleos. Además, nuevas sanciones a Rusia, reducirán la disponibilidad de especies como el bacalao y el cangrejo, reporto ABC News.

Consumidores podrían ver pronto, más productos de leche de cabra en los anaqueles de USA. Se espera que el mercado crezca 4.6% CAGR y alcance US\$17,900 millones hacia el 2030, de acuerdo con un nuevo reporte de la firma Gran View Research.

A medida que crece la demanda de bebidas funcionales en USA, los retailers están reacomodando la categoría para hacer más fácil que los consumidores encuentren los productos específicos que buscan, y que descubran otros nuevos, reporto Supermarket News.



Oficiales de agricultura del estado de Iowa, anunciaron recientemente otros dos brotes de fiebre aviar, en unidades de producción comercial. Esto requerirá el sacrificio de más de 1.5 millones de gallinas y pavos, reporto The Wall Street Journal.

Ventas retail en USA, se espera que crezcan entre 6% y 8% este año. Los estadounidenses están moviendo su gasto hacia restaurantes y viajes, de acuerdo con en National Retail Federation, reporto la cadena CNBC

La categoría de abarros, ha crecido grande y rapidamente, para convertirse en una importante categoría de compras en e-commerce, de acuerdo con informacion de Adobe. Los abarros contribuyeron con 8.9% de los US\$885 mil millones de gasto en el retail USA del 2021, creciendo desde el 6.3% registrado en 2019, reporto Supermarket News.

La tendencia de comer snacks todo el día (All-day snacking), está promoviendo las ventas de postres congelados en supermercados. Muchos de estos snacks, incluyen sabores innovadores y formulaciones mejores-para-ti, reporto Supermarket News.



MISSION STATEMENT

El Boletín U.S. Foodlink y el boletín por correo electrónico son hechos para usted por Food Export Association of the Midwest USA y Food Export USA – Northeast, dos grupos regionales estatales comerciales de los Estados Unidos que promueven las exportaciones de productos agrícolas y alimentos de los Estados Unidos. Food Export Midwest y Food Export Northeast administran muchos servicios utilizando fondos del Programa de Acceso a Mercados (Market Access Program) del Servicio Agrícola del Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). U.S. Foodlink fue creado para dar a nuestros lectores información confiable en un formato fácil de leer.

Food Export-Midwest y Food Export-Northeast administran muchos servicios a través de la financiación del Programa de Acceso al Mercado (MAP) del Servicio Agrícola Exterior (FAS) del USDA. Las personas con discapacidad que necesiten adaptaciones razonables o medios alternativos de comunicación de la información del programa deben ponerse en contacto con nosotros. Además, la información del programa puede estar disponible en otros idiomas además del inglés. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast prohíben la discriminación en todos sus programas y actividades por motivos de raza, color, origen nacional, religión, sexo, identidad de género (incluida la expresión de género), orientación sexual, discapacidad, edad, estado civil, estado familiar/paterno, ingresos derivados de un programa de asistencia pública, creencias políticas, represalias o venganza por una actividad previa de derechos civiles. Para presentar una queja por discriminación en el programa, vaya a <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast son empleadores y proveedores con igualdad de oportunidades. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast no toleran el fraude y están atentos a la prevención del fraude en cualquiera de sus programas. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast se reservan el derecho exclusivo de aceptar o rechazar empresas en sus programas. Para conocer las políticas de participación completas y nuestro código de ética, visite: www.foodexport.org/termsandconditions.

U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST & FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Tim Hamilton
Director Ejecutivo

Greg Cohen
Gerente de Comunicaciones

Adolfo Montelongo
Coordinador de Comunicaciones - Contenidos

Laura Buske
Coordinadora de Comunicaciones - Publicaciones

Sarah Larson
Communications Associate
Social Media

Tia Regec
Asociado de Comunicación

Food Export Association of the Midwest
309 W. Washington, Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
312.334.9200

Michelle Rogowski
Subdirectora

Teresa Miller
Director de Asociaciones Estratégicas

Molly Burns
Gerente Branded Program

Brendan Wilson
Director del programa de marketing internacional

Food Export USA – Northeast
One Penn Center 1617 J.F.K. Boulevard,
Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

Howard Gordon
Gerente Branded Program

Andrew Haught
Gerente de Marketing Internacional

www.foodexport.org
Comentarios, preguntas
email: info@foodexport.org

SUBSCRIPCIONES

El boletín U.S. Foodlink está disponible bimestralmente en muchos países alrededor del mundo. Pregúntenos como tener acceso a este material en su país enviando un correo electrónico a: info@foodexport.org



Food Export - Midwest & Food Export - Northeast



Food Export - Midwest & Food Export - Northeast



foodexportsusa