

CPP-23-09

Viernes 26 de junio de 2009

En Instituto Politécnico en Heredia

**PROCOMER realizó taller sobre comercialización de productos  
alimenticios en mercado estadounidense**

Presentarles a los exportadores costarricenses los requerimientos físicos y de negociación para el envío de productos alimenticios al mercado estadounidense, fue el objetivo principal del taller “Preparación de productos alimenticios con valor agregado para comercializar en Estados Unidos”, organizado por la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER) en el Instituto Politécnico en Heredia del 24 al 26 de junio.

El seminario estuvo dirigido a las empresas productoras del sector agroindustrial, dedicadas actualmente a la actividad o que piensan hacerlo en lo futuro, ya sea para el consumo humano o animal.

El taller se realizó de forma interactiva a través de reuniones de asistencia técnica, en las cuales se les expuso a los participantes los mecanismos más adecuados para que los productos puedan ser comercializados de forma competitiva y rentable en Estados Unidos.

Como parte de los temas abordados estuvieron los registros federales y certificaciones de calidad para productos alimenticios, los requerimientos y ejemplos de empaque, dosificaciones, tamaños y presentaciones de muestras de productos similares ya comercializados en Norteamérica.

Asimismo, la capacitación contempló una descripción detallada de las condiciones que ofrece el mercado estadounidense, especialmente en lo que se refiere a los

precios de competencia, formas de pago, tiempos y lugares de entrega, costos de comercialización y principales canales de distribución de productos.

“Estos talleres son una forma de preparar mejor a los empresarios nacionales en el tema de exportaciones y en especial ante un mercado tan relevante como el estadounidense, que a la fecha es nuestro principal socio comercial. De manera que, como parte de las tareas de PROCOMER contribuimos en esta oportunidad a presentarles a nuestras compañías todos aquellos requerimientos indispensables para que sus productos sean exitosos en Estados Unidos”, manifestó Emmanuel Hess, Gerente General de PROCOMER.

El taller se desarrolló en una primera etapa con una capacitación de 8 horas para todos los empresarios asistentes, la cual concluyó con reuniones privadas en las que cada compañía pudo definir los cambios físicos que requerían sus líneas de producto en la estrategia comercial para el mercado americano.