FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Administración

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR CALIFORNIANO PARA VIABILIZAR LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGOS SALUDABLES A BASE DE FRUTOS ROJOS

Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración

JASIEL PINEDO MOROCHO

Lima - Perú
2020

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer la viabilidad de producir y exportar jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras) hacia el estado de California, Estados Unidos; así como también analizar los factores que influyen en la decisión de compra y consumo de jugos saludables por parte de los residentes de California. La investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo, con un diseño no experimental. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario, el cual contó con un total de 23 preguntas, así como también se realizaron entrevistas en profundidad a 3 consumidores potenciales; se analizó la información obtenida mediante estadística descriptiva y triangulación metodológica. Los resultados que se obtuvieron muestran que los consumidores californianos están buscando cada vez más productos saludables y/o naturales en empaques eco-amigables, la principal razón del consumo de este tipo de productos es para mantener un estilo de vida saludable.

Palabras clave: exportación, frutos rojos, jugos saludables.

Summary

The purpose of this research work was to know the viability of producing and exporting healthy juices based on red fruits (mix of blueberries, raspberries and blackberries) to the state of California, United States; as well as analyzing the factors that influence the decision to purchase and consume healthy juices by California residents. The research was carried out under a qualitative and quantitative approach, with a non-experimental design. For data collection, the questionnaire was used, which had a total of 23 questions, as well as in-depth interviews with 3 potential consumers; the information obtained was analyzed through descriptive statistics and methodological triangulation. The results obtained show that Californian consumers are increasingly looking for healthy and / or natural products in eco-friendly packaging, the main reason for the consumption of these types of products is to maintain a healthy lifestyle.

Key words: export, red fruits, healthy juices.

Introducción

Las transacciones comerciales entre Estados Unidos y Perú han incrementado desde la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), que entró en vigencia el 1 de Febrero del 2009, trayendo beneficios para ambos países, debido a que se eliminaron los aranceles y las barreras comerciales, proporcionando de esa manera un marco legal seguro y predecible para los inversores. Desde el inicio del TLC, los intercambios comerciales han aumentado de $ 9 000 millones a $ 15 000 millones para el 2017, según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2017), reflejando una tendencia creciente para los próximos años. Continuando con el aspecto político/ legal, las leyes antimonopolio brindan a las exportaciones un ambiente favorable, debido a que fomenta la libre competencia de mercado, permitiendo la introducción de productos peruanos al mercado estadounidense sin algún método desleal por parte de los competidores.

En el aspecto económico, según el Banco Mundial (2020), el Producto Bruto Interno (PBI) de Estados Unidos ha crecido de 1.6% en el 2016 a 2.3 % en el 2019, brindando un ambiente positivo para ejecutar el plan de exportación, ya que la actividad económica de Estados Unidos va en aumento. La tasa de inflación estadounidense, también brinda un ambiente positivo para el plan de exportación, debido a que se encuentra cerca de la meta establecida por el Sistema de Reserva Federal (FED, siglas en inglés), el cual es del 2%; para el año 2019 fue de 1.81%, cerca de la meta establecida, de acuerdo al Banco Mundial (2020).

En el aspecto social, la demografía de Estados Unidos ha ido en crecimiento en los últimos años, y por ende también ha aumentado la población de California de 38, 625,139 en el 2014 a 39, 557,045 en el 2018, según Datos Macros; lo cual brinda un aspecto favorable ya que a mayor población, mayor posibilidad de que el público objetivo aumente. Otro aspecto importante a considerar es la tasa de desempleo, la cual ha ido decreciendo en los últimos años, pasando de 4.86% en el 2016 a 3.86% en el 2019 (Banco Mundial, 2020), representando de esa manera estabilidad económica para los residentes estadounidenses.

En el aspecto tecnológico, Estados Unidos ha presentado un gran avance, siendo nombrado como el “mercado más prometedor en innovaciones y avances tecnológicos con impacto global” (KPMG, 2018), lo cual brinda un aspecto favorable porque ayuda a

conectar de manera más rápida y eficiente con el consumidor final. Adicionalmente la tecnología también se ve reflejada en la infraestructura portuaria, ya que Estado Unidos cuenta con más de 400 puertos y sub puertos localizados de manera estratégica en los Océanos Pacífico y Atlántico; teniendo como índice de desempeño logístico en el año 2018 un puntaje de 3.78 de un total de 5 puntos (Banco Mundial, 2019), permitiendo mayor facilidad y eficiencia en la recepción de los productos.

Asimismo, Estados Unidos es uno de los "principales mercados de destino de exportación de productos peruanos y es el segundo importador de alimentos a nivel mundial" (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú], 2015), razón que lo hace un destino atractivo para la actividad comercial de alimentos y bebidas con el Perú.

Los hábitos de consumo del mercado estadounidense han ido cambiando con el transcurso de los años, actualmente están preocupados por la salud y el aspecto físico y nutricional, lo que hace que los consumidores elijan productos orgánicos, naturales y saludables, entre los cuales destacan los alimentos libres de grasa transgénicos y los que no contienen sustancias químicas. Esta tendencia hace que los consumidores estén dispuestos a probar nuevos productos con las características mencionadas, ya que han empezado a valorar los productos por su calidad más que por su precio, debido a que los productos "no saludables" suelen tener un precio más económico que los "saludables" (PromPerú, 2015).

Según un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de los Alimentos de Chicago (IFT, siglas en inglés) en el 2011, la población estadounidense se está preocupando cada vez más por los ingredientes de su dieta. Los resultados del estudio mostraron que el 47% de los participantes evita los sabores artificiales y el 43% los colorantes; mientras que los ingredientes naturales están constituyendo el tercer componente más buscado en las etiquetas, posterior de aceites, grasas y edulcorantes. La mayor demanda de productos naturales está en productos ricos en vitaminas en lugar de alimentos reforzados y los adjetivos más buscados en las etiquetas de los productos son "integral", "rico en fibra", "bajo en sodio", "bajo en calorías", "sin grasas transgénicas", "bajo en azúcar", "sin aditivos químicos" y "sin conservantes".

La Oficina Comercial (OCEX) de Perú en Miami (citado en Promotora del Comercio de Costa Rica [Procomer], 2018) indica que, "en los últimos 20 años los

consumidores de Estados Unidos han mostrado interés en alimentos y bebidas habituales que estén relacionados con algún tipo de beneficio para la salud y sean naturales". Adicionalmente, el consumidor desea obtener productos que son funcionales de manera natural, tratando de obtener un beneficio esencial para la salud; entre los productos que están teniendo un fuerte ingreso al mercado son: los jugos verdes, arándanos, almendras, y snacks de algas, entre otros (Procomer, 2018)

En el panorama actual, los baby boomers son el público que más influye en el consumo de alimentos, esta generación está integrada por las personas mayores de 50 años, quienes tienen mayor porcentaje de sus ingresos disponibles, el cual viene a ser el 70%. Esta generación muestra mayor conciencia y responsabilidad para cuidar la salud a través de alimentos que aportan valor nutricional al organismo, por ello recomiendan no comercializar productos alimenticios que contengan altos niveles de azúcar, colorantes artificiales y gluten, debido a que el 78% de esta generación lee las etiquetas de los productos para evitar el consumo de esos ingredientes. Por otra parte, los millennials o también conocida como la generación Y, la cual está integrada por los jóvenes de 15 a 33 años, es otro sector con gran potencial de consumir bebidas saludables a base de frutos rojos, ya que están más dispuestos a probar nuevos productos a base de frutas tropicales, granos no tradicionales y comidas exóticas en general (RGX Online, 2020).

Ante ello, existen ferias internacionales que brindan una gran oportunidad para que los negocios dedicados a la producción y/o comercialización de productos naturales, orgánicos y saludables den a conocer los nuevos productos ofertantes que están surgiendo en el mercado. Las principales ferias son; Natural Products Expo West (feria más grande de Estados Unidos), Fancy Food Show y Western Foodservice and Hospitality Expo.

El objetivo del presente trabajo de investigación es saber si la producción y exportación de jugos saludables a base de frutos rojos al estado de California, Estados Unidos, es viable; para ello, se realizó un plan de negocio basado en producir jugos saludables a base de frutos rojos, mix de arándanos, frambuesas y moras, para ser exportados al estado de California, Estados Unidos, el cual brinda beneficios para la salud, entre los cuales resalta la gran cantidad de fibra dietética que beneficia al sistema digestivo, ayuda a mantener el nivel adecuado del colesterol y glicerina (glucosa en la sangre), aporta vitamina C al organismo, entre otros; todo ello gracias a las propiedades que contienen los frutos rojos.

Método

Tipo y diseño de investigación.

Tipo de investigación.

El presente trabajo de investigación es de tipo mixta, debido a que se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo. En el método cualitativo se emplearon entrevistas en profundidad a consumidores potenciales, mientras que en el método cuantitativo, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario, el cual fue dirigido a consumidores potenciales, los cuales fueron seleccionados mediante preguntas filtro.

Diseño de investigación.

El presente trabajo de investigación es no experimental, debido a que "se realiza sin manipular intencionadamente las variables, lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos" (Hernández, Fernández y Baptista (1991)).

Participantes.

La población está conformada por los residentes hombres y mujeres del estado de California, Estados Unidos.

El muestro que se empleó en la presente investigación es no probabilístico, debido a que "es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra" (Arias, 2012, p.85) y el tipo es por conveniencia, ya que "los elementos son escogidos en base a criterios preestablecidos por el investigador" (Arias, 2012, p. 85).

La muestra está conformada por 40 residentes hombres y mujeres del estado de California, cuyas edades están entre 18 y 65 años de edad, que están interesadas en el cuidado de la salud mediante el consumo de jugos saludables.

Criterios de inclusión:

- De 18 a 65 años.

- Residir en California - Estados Unidos.
- Consumidor de jugos saludables

Instrumentos.

Para recolectar y analizar la información de la población de estudio, los instrumentos que se utilizaron fueron el cuestionario y las entrevistas a profundidad a clientes potenciales. Para el cuestionario, se utilizó la aplicación Google Forms y para las entrevistas se empleó la aplicación Zoom. Tanto el cuestionario como las entrevistas se realizaron de manera virtual, respetando el distanciamiento social, debido al COVID-19.

El cuestionario se realizó a 40 consumidores potenciales, el cual estuvo disponible una semana; mientras que, las entrevistas a profundidad se realizaron a 3 consumidores potenciales. El principal objetivo de ambos instrumentos fue identificar el perfil del consumidor de California frente a las bebidas saludables, dentro del cual se identificó la frecuencia de consumo, los lugares de compra, el rango de precios que suelen pagar, los factores que motivan la compra, frecuencia de compra y la preferencia de los envases de las bebidas saludables. Adicionalmente, se conoció la aceptación que tendría el jugo saludable a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras) en envases eco-amigables de vidrio.

Procedimiento.

El procedimiento que se empleó para obtener información acerca de los consumidores de jugos saludables del estado de California, es el siguiente. En primer lugar, se diseñó la encuesta, la cual contó con un total de 23 preguntas, en donde hubieron 3 preguntas filtros y 2 preguntas adicionales para seleccionar y segmentar respectivamente a los consumidores potenciales; una vez finalizada las preguntas filtro, se presentan 9 preguntas para identificar el perfil de los consumidores y adicionalmente 9 preguntas después de la presentación del producto, para poder tener conocimiento acerca de la aceptación del producto. Después, se procedió a validar las preguntas con el responsable del curso, para corroborar si las preguntas eran las adecuadas para obtener la información que se necesitaba. Luego, se procedió a digitalizar el cuestionario en la aplicación Google Forms, para ser enviada a través de links por diversos medios digitales. Una vez obtenida la información, se procedió a elaborar gráficos en el programa Microsoft Excel para poder tener una mejor apreciación de los resultados. Finalmente, se

procedió a analizar los resultados.

En segundo lugar, para las entrevistas en profundidad, se elaboró una serie de preguntas para poder obtener información más detallada sobre el comportamiento y la percepción de los entrevistados frente al consumo de bebidas saludables y acerca de la aceptación que obtendría el jugo saludable a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras).

Análisis de datos.

Para el análisis del presente trabajo de investigación, se empleó la estadística descriptiva, la cual inició con el proceso de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población de estudio, para luego pasar a tabular las respuestas en Excel, en donde se pudo visualizar, mediante gráficos estadísticos en barra, los resultados que determinan el comportamiento de los consumidores de jugos saludables. El software utilizado para el respectivo análisis fue Microsoft Excel 2013 para Windows. Adicionalmente, se realizó la triangulación metodológica, la cual consiste en "combinar métodos cualitativos y cuantitativos para la medición de una misma unidad de análisis, con el objetivo de cruzar información y observar si se llega a las mismas conclusiones" (Aguilar y Barroso, 2015, p. 75).

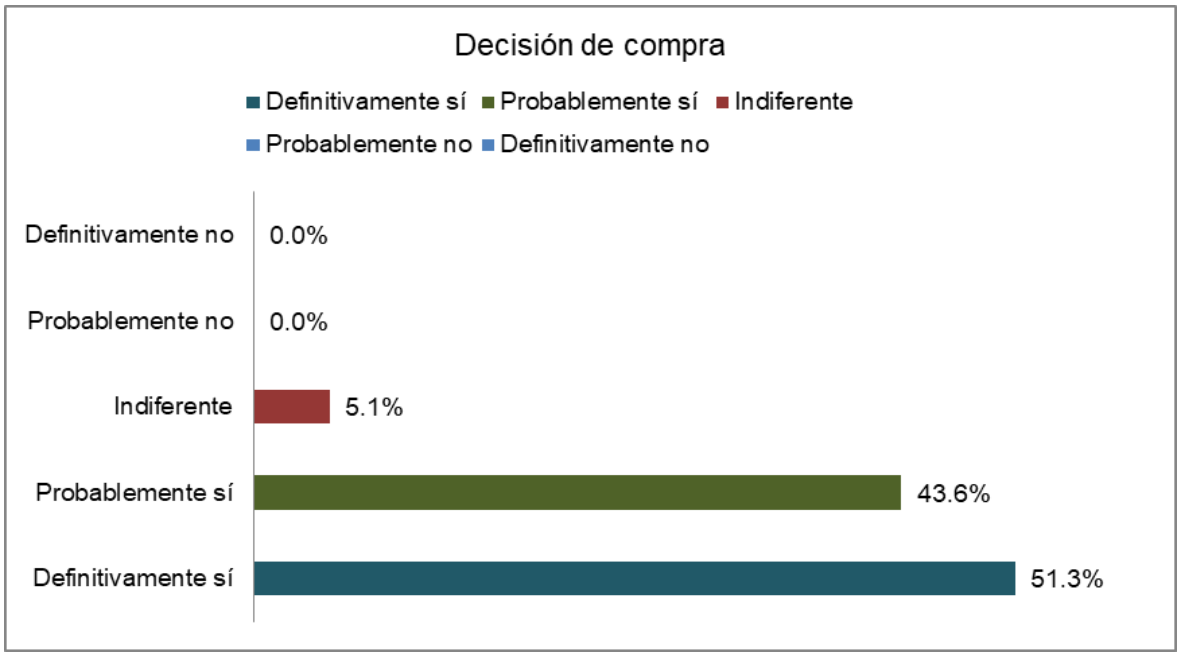
Resultados

Los resultados se presentarán en dos partes. En la primer parte se mostraran los resultados de la encuesta, y en la segunda parte los resultados de las entrevistas en profundidad.

Tras haber encuestado a 40 consumidores potenciales, el 40% eran consumidores masculinos, mientras que el 60% eran consumidores femeninos; reflejando un mayor interés por parte del consumidor femenino de tomar bebidas saludables que aparte de satisfacer la necesidad de sed, aporten valor alimenticio al organismo. En la encuesta, después de obtener información acerca del consumo de bebidas saludables, se incluyó la presentación del producto (jugo saludable a base de frutos rojos, mix de arándanos, frambuesas y moras).y se presentó una serie de preguntas para ver la aceptación del producto.

Luego de preguntar acerca de que si comprarían el producto, después de haber detallado los beneficios que ofrece, el 51.3% respondió que “definitivamente si” compraría el producto, seguido del 43.6% que respondieron “probablemente sí”.

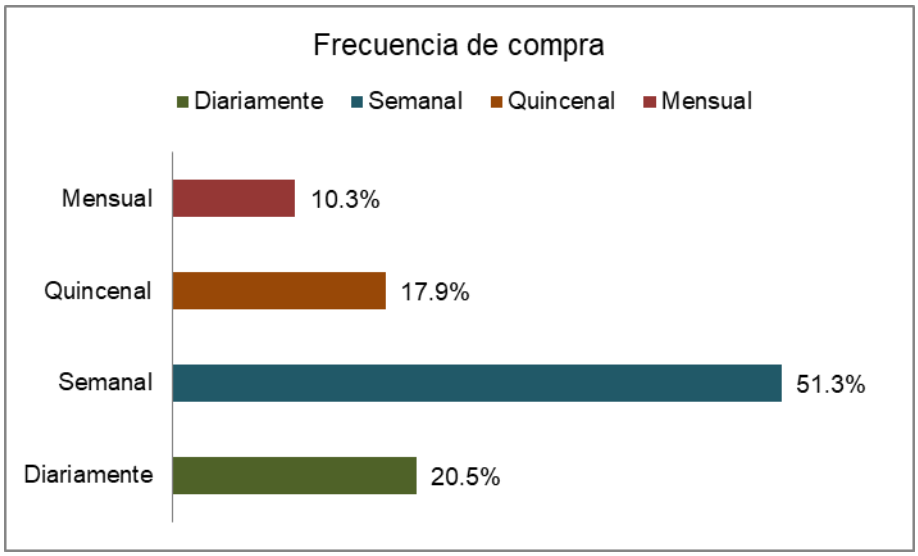
Figura 1. Decisión de compra de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras).



Fuente: Elaboración propia.

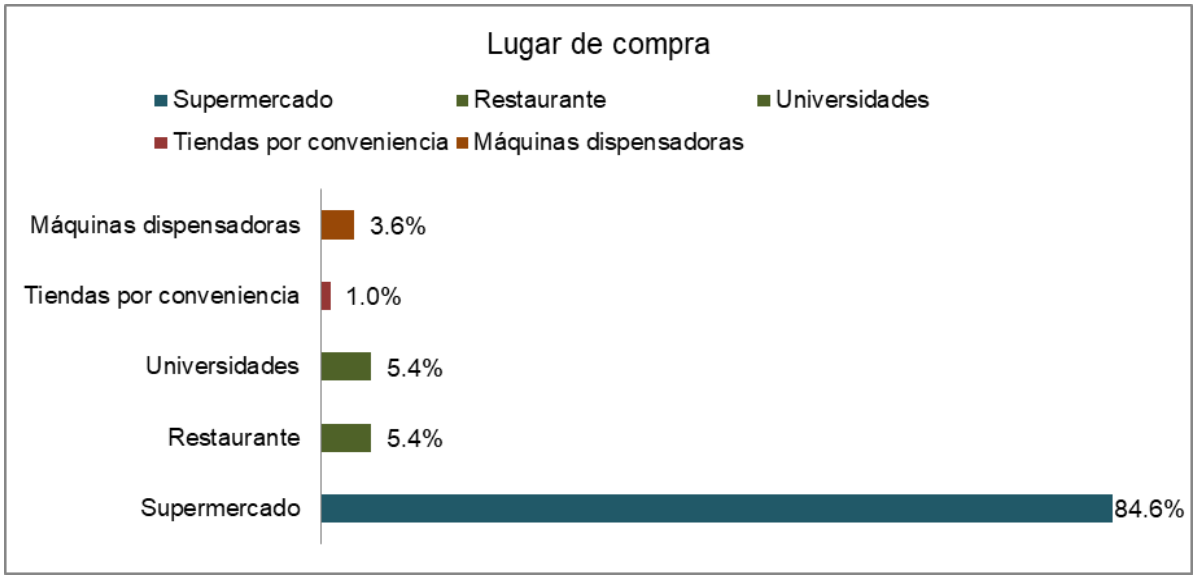
El 51.3% de los encuestados, compraría el producto semanalmente, seguido del 20.5% que compraría diariamente. Lo que representa un porcentaje positivo para la venta del producto. En relación al lugar de compra, el 84.6% desea comprar en supermercados que en máquinas dispensadoras, tiendas por conveniencia, universidades y restaurantes.

Figura 2. Frecuencia de compra de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras).



Fuente: Elaboración propia.

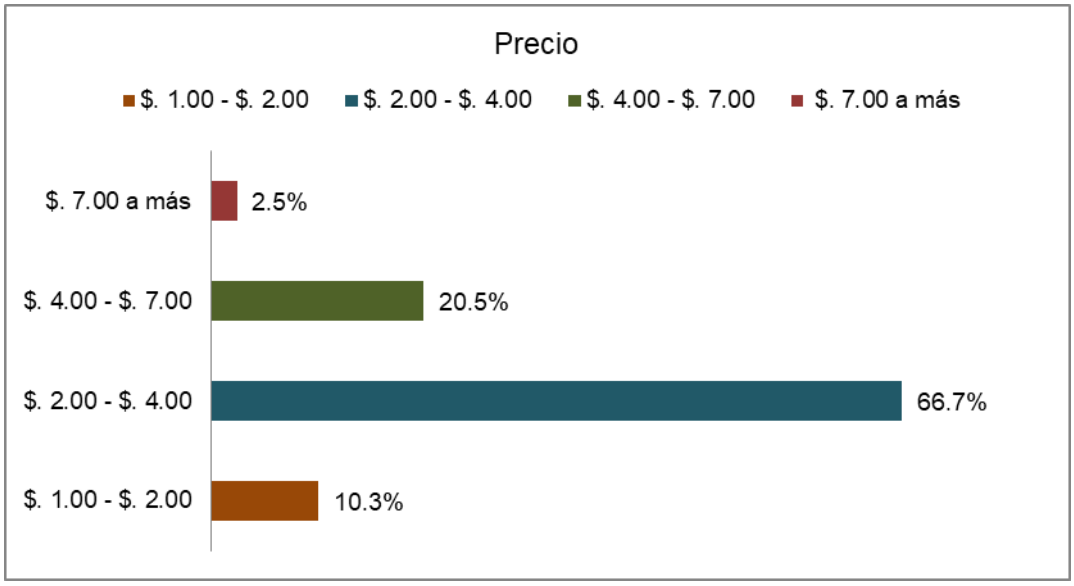
Figura 3. Lugar de compra de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras).



Fuente: Elaboración propia.

Luego de hacer la pregunta, entre qué rango de precios estaría dispuesto a pagar por el producto con las características saludables que brinda, el 66.7% está dispuesto a pagar entre $. 2.00 a $. 4.00 por una botella de 350 mililitros.

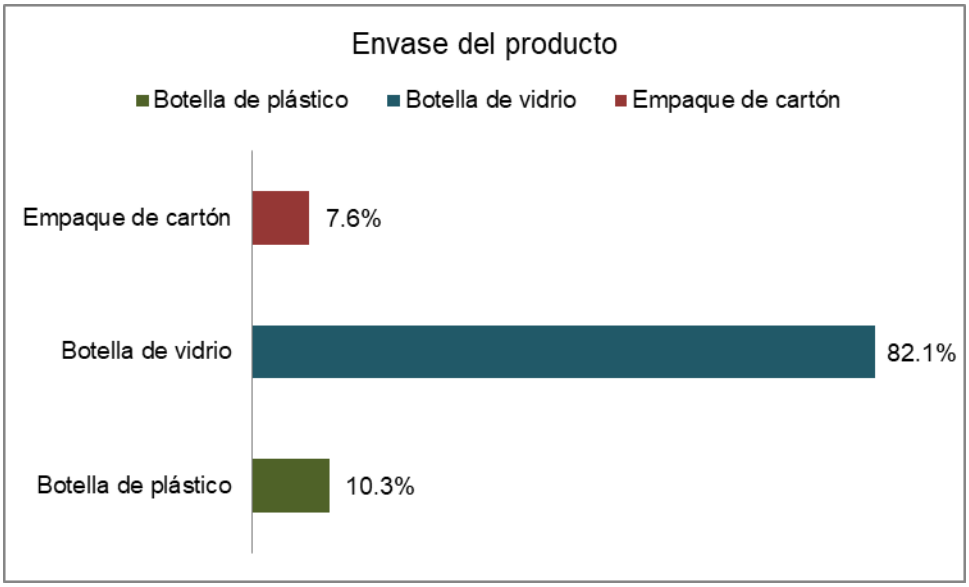
Figura 4. Rango de precios a pagar por una unidad de jugo saludable a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras), en presentación de 350 mililitros.



Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se les preguntó por el tipo de envase que prefieren para el producto, a lo que el 82.1% de los encuestados prefieren el envase de vidrio.

Figura 5. Envase que prefieren para los jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras).



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las tres entrevistas de profundidad se tiene los siguientes resultados.

Primera Entrevista: Hombre de 22 años, de nacionalidad peruana y americana que reside en el estado de California.

Acostumbra consumir agua y jugos saludables (con mínima cantidad de azúcar o sin azúcar ni preservantes artificiales) de frutas y/o vegetales, suele consumir estos productos 1 vez al día y 4 veces a la semana, los compra en presentaciones de 1 o 2 litros y en presentaciones personales en los supermercados Walmart y/o Costco Wholesale. Su marca preferida es Ocean Spray debido a que no tiene azúcar y es 100% natural (según la información del empaque), el rango que suele pagar por bebidas saludables es de $4.00 a $7.00. Él suele confiar en la información que brinda las etiquetas del producto. Adicionalmente, comentó que en las tiendas de California hay gran variedad de bebidas, pero el problema es que no son 100% de fruta, en su mayoría son de saborizantes, muchos químicos y con grandes cantidades de azúcar.

Al presentarle la idea de negocio de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras), comentó que si consumiría el producto debido a que, los beneficios que encuentra en el mix de frutos rojos son apropiados para mantener el cuerpo saludable, ya que brinda antioxidantes y vitamina C.

Segunda Entrevista: Mujer de 28 años, de nacionalidad peruana que reside en el estado de California.

Acostumbra consumir jugos saludables a diario, usualmente por las mañanas; sus jugos preferidos son los jugos de naranja, mango y zanahoria. Ella acostumbra consumir jugos para mantener una buena salud y se informa de estos productos a través de las redes sociales, confiando mucho en los comentarios de las otras personas. Al momento de elegir jugos saludables, las características más valoradas son la presentación, el tipo de envase (siempre elige el envase de vidrio ya que conserva mejor el sabor), el sabor (que sea lo más parecido a las frutas y no a saborizantes) y la calidad. Siendo su marca preferida “Tropicana” e “Inca's food”, debido a que son los más parecidos al sabor natural de la naranja, pagando entre $2.50 y $3.00 por el producto en el supermercado Walmart. Adicionalmente, indica que en Estados Unidos hay gran venta de bebidas gasificadas, con precios muy bajos, dando el ejemplo que una gaseosa de litro y medio está costando

aproximadamente $2.00, mientras que medio litro o de 350 mililitro de una bebida saludable está costando aproximadamente $2.00, notándose la diferencia en la cantidad y calidad de los productos.

Al presentarle la idea de negocio de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras), comentó que no tendría ningún problema en probar cosas nuevas y la combinación de los frutos de arándanos, moras y frambuesas, le parece una excelente opción porque es una combinación que no ha visto allá y es algo nuevo que le llama la atención.

Tercera Entrevista: Mujer de 27 años, de nacionalidad peruana y americana que reside en el estado de California.

Acostumbra consumir todos los días bebidas y jugos saludables que contengan poco azúcar, de preferencia jugo de naranja y Cran Berry (arándano), por motivos saludables. Las características que más valora en la elección de jugos saludables son; la calidad, el sabor y la información sobre los beneficios que brindan estas bebidas; suele informase de estos productos a través de medios digitales y suele comprarlos en el supermercado Walmart, debido a que ofrece precios bajos, también suele comprarlos en tiendas Aldi (tienda de origen alemana, aunque no venden toda clase de productos, los productos que venden son saludables), sus marcas preferidas son Simply Juices y Tropicana, teniendo como rango de precios a pagar por jugos saludables entre $ 2.00 a $ 3.00 dólares. También brindó información de los precios por presentaciones; 1 botella de 1 litro, cuesta entre $ 2.00 a $ 3.00, pero si la bebida es orgánica cuesta entre $ 4.00 a $ 6.00.

Al presentarle la idea de negocio de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras), comentó que le gusta probar nuevos productos, informarse de bebidas saludables y probar siempre algo nuevo.

Discusión

A partir de los datos obtenidos en la presente investigación, se aprecia que después de haber presentado el producto a los consumidores potenciales, jugo saludable a base de frutos rojos a los encuestados, más del 50% definitivamente compraría el jugo y que más del 40% probablemente lo compraría, indicando un buen porcentaje de

compra al exportar la bebida al estado de California, Estados Unidos. En cuanto a la frecuencia de compra, de acuerdo a los resultados de la encuesta, lo comprarían semanalmente (51.3%), siendo los supermercados el lugar preferido de compra por parte de los consumidores (84.6%). El rango de precios que están dispuestos a pagar por este tipo de producto que brinda un alto valor nutricional, esta entre $. 2.00 y $. 4.00 (66.7%) por una botella de 350 mililitros en envase de vidrio (82.1%).

Con respecto a la información obtenida en las entrevistas en profundidad, se puede concluir que el motivo principal de la compra y consumo de bebidas saludables es por salud; teniendo en cuenta que las principales características que buscan en este tipo de bebidas son; la calidad, el sabor, la presentación y la información nutricional.

Se concluye que, es viable la producción de jugos saludables a base de frutos rojos (mix de arándanos, frambuesas y moras) para ser exportados al mercado de California, Estados Unidos; debido a que los resultados de la investigación mostraron que si existe una aceptación del jugo “mix de arándanos, frambuesas y moras” por parte de los consumidores californianos. En caso que se llevará a cabo el proyecto, el mejor lugar para vender los jugos mix de frutos rojos seria Walmart, ya que es una cadena de supermercados que está presente en varios lugares del estado de California, y la participación en ferias internacionales sería de gran impacto para la marca del producto, debido a que se daría a conocer el producto y establecer relaciones a largo plazo con distribuidores potenciales.

Adicionalmente, con los datos investigados, actualmente existe tendencia por consumir productos que aporten valor nutritivo al organismo en Estados Unidos, debido a las diversas enfermedades que causan productos no saludables, altos en ingredientes que causan una reacción negativa en el organismo de las personas. Aunque se debe reconocer que debe haber un aumento en promover una dieta saludable y balanceada en los Estados Unidos, ya que la tasa de enfermedades causadas por una mala alimentación es alta.

Referencias

Aguilar, S., & Barroso, J.M. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 47, 73-88.

Arias. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme.

Banco Mundial. (s.f.). *Crecimiento del PIB (% anual) - United States*. Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=US

Banco Mundial. (s.f). *Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT)*. Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS

Banco Mundial. (s.f*.). Índice de desempeño logístico: eficiencia del despacho aduanero (1= baja a 5= alta) - United States.* Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.CUST.XQ?locations=US

Banco Mundial. (s.f.). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - United States*. Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=US

Datos Macro. (s.f.). *Crece la población en California en 157.696 personas*. Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa-estados/california

Hernández, Fernández, Batista. (1991). *Metodología de La Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Instituto Tecnológico de los Alimentos. (2011). *Tendencias en el consumo de alimentos en Estados Unidos.* Diciembre 9, 2011, de Centro Tecnológico Agroalimentario. Recuperado de: http://ctic-cita.es/nc/en/saladeprensa2/sala-de-prensa/noticias/noticia-individual/article/tendencias-en-el-consumo-de-alimentos-en-estados-unidos/

MINCETUR. (s.f.). *Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU.* Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78

MINCETUR. (2017). *Reporte de Comercio Bilateral Perú-Estados Unidos.* [Archivo PDF].

PROCOLOMBIA. (s.f.). *Acceso marítimo*. Recuperado de: https://tlc-eeuu.procolombia.co/logistica/acceso-maritimo

Ríos (Presidente de KPMG en Colombia). (2018). *Estados Unidos nombrado líder global de innovación tecnológica. Abril 04, 2020, de KPMG* Recuperado de: https://home.kpmg/co/es/home/media/Notas%20de%20prensa/2018/04/el-impacto-de-la-industria-turística-en-la-economia.html

PROCOMER. (2018). *Tendencias en alimentos funcionales en Estados Unidos*. Recuperado de: https://www.procomer.com/alertas_comerciales/tendencias-en-alimentos-funcionales-en-estados-unidos/

RGX Online. (2020) *¿Cómo exportar alimentos saludables a Estados Unidos?* de

MasterCard Biz Caribe. Recuperado de: https://www.mastercardbiz.com/caribbean/es/2020/02/14/como-exportar-alimentos-saludables-a-estados-unidos/