

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA****FICHA MERCADO PRODUCTO****(Harina para la producción de snacks a base de maca y maíz morado)****1. Nomenclatura arancelaria**

1106.20.10.00 y 1102200000

Estas partidas corresponden al producto semielaborado (la harina) a través de la cual se realiza la exportación. La información de los puntos 4 al 10 se realizan con base al producto terminado.

2. Denominación o nombre comercial en el país de destinoMaca (*Lepidium meyenii*) y harina de maíz**3. Requisitos de acceso al mercado** (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

	Maca	Maiz morado
Arancel general	15%	20%
Arancel para Perú	0% Alianza Pacífico 0% CAN	0% Alianza Pacífico 0% CAN
IVA	19%	5%
Vistos buenos	Visto bueno, expedido por el INVIMA.	Visto bueno, expedido por el INVIMA.
Descripción Mínima	Capítulo 11 <ul style="list-style-type: none"> - Producto y grado de elaboración: Ejemplo: harina de centeno, grañones de trigo, "pellets" de maíz, granos de avena, etc. - Composición: Ejemplo: proteínas, almidón, cenizas, otros productos añadidos, etc. - Marca: Si tiene. 	Capítulo 11 <ul style="list-style-type: none"> - Productos de molinería: Ejemplo: harina y maíz - Composición: Ejemplo: malta, almidón, fécula y gluten de trigo

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

En los últimos años ha habido un crecimiento relevante en el consumo de snacks saludables, que hacen parte de una gran industria que es la de los macrosnacks. Este mercado se consolida como una oportunidad para el crecimiento de la economía colombiana, así como para las ventas al exterior. Los macrosnacks son productos que hacen parte del diario vivir de todos los colombianos. Estos hacen referencia a esas comidas o bebidas que vienen en pequeñas cantidades, debidamente empacadas para consumir en el break o momentos en que todavía no es hora de consumir las comidas principales.

Dentro de esta industria se pueden distinguir productos de panadería, confitería, bebidas no alcohólicas, lácteos, frituras, frutas y frutos secos que llegan al consumidor final sin requerir ninguna preparación adicional. En el segmento de mercado de los macrosnacks se encuentran productos de todo tipo. Unos son más procesados que otros, algunos tienen niveles de grasas, sodio y azúcar más altos, y otros tienden a ser un poco más light.

Las empresas que se dedican al negocio de macrosnacks han sabido responder al rápido cambio de tendencias que impone el mercado y que apuntan al consumo de productos naturales y nutritivos. Este mercado presenta índices crecientes en volúmenes y una valorización de su portafolio; a la vez que se evidencia un crecimiento relevante en el consumo de pasabocas saludables, lo que ha generado un ambiente propicio para la innovación con diferentes propuestas que dinamizan el mercado.

El consumo de snacks viene creciendo en el mercado colombiano ya que ofrece practicidad y experiencias de alimentación. Asimismo, el mercado presenta una tendencia hacia los atributos funcionales. Respondiendo a esto, se está realizando una apertura a categorías como nueces y semillas y avenas y por lo cual se trabaja en producir productos con bajo niveles de sodio y azúcar en nuestros productos.

5. Estacionalidad del producto

La industria de los dulces y macrosnacks en Colombia, al tiempo que viene modernizando y ajustándose a los requerimientos por unos productos más saludables por parte de los consumidores, también está generando crecimientos importantes que la hacen más estable y sostenible.

Debido a lo anterior al ser un producto con una demanda constante y que es consumido por la mayor población colombiana, su producción y venta se da de forma uniforme durante todo el año.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Según las importaciones en el 2019, el 87% de productos relacionados con snacks proviene de Estados Unidos, seguido por España (5%) y México (3%). De acuerdo a esto se observa

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

en el siguiente cuadro, el producto ingresa por el suroccidente colombiano, específicamente desde el Valle del Cauca (Buenaventura), por el norte en los puertos de Barranquilla, Cartagena y por el puerto de Maicao, finalmente por transporte aéreo entra por la ciudad de Bogotá.

Aduana presentación de la declaración	Valor CIF US \$	Participación
CARTAGENA (ADUANAS)	\$ 2.748.375,46	74,4%
BARRANQUILLA (ADUANAS)	\$ 513.395,61	13,9%
BUENAVENTURA	\$ 409.165,70	11,1%
MAICAO	\$ 14.287,73	0,4%
BOGOTÁ (ADUANAS)	\$ 11.399,89	0,3%

Fuente: DANE- DIAN

Los medios de transporte por los cuales éste bien ingresa al país son principalmente por medio marítimo, terrestre y en menor medida aéreo

Modo de transporte	Participación
MARÍTIMO	99,42%
TERRESTRE	0,31%
AÉREO	0,27%

Fuente: DANE-DIAN

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Este producto principalmente tiene tres canales de distribución al ser un producto procesado y terminado

- **MINIMERCADOS O TIENDAS ESPECIALIZADAS**

Son establecimientos de gran magnitud que venden bienes de consumo con un inventario de alta rotación, dividido en secciones de productos alimenticios comestibles, carne, víveres y productos lácteos, y otras mercancías (artículos no comestibles). Utiliza técnicas de exposición, autoservicio, promociones y publicidad para líneas diversificadas venden directamente al consumidor final. Este canal representa aproximadamente el 10% del total de las ventas de alimentos en Colombia, los snack son productos de alta demanda, por lo general en este tipo de superficies se venden por unidad o por varios, en el caso de las tiendas especializadas como lo pueden ser un farmatodo manejan las dos líneas snacks de consumo común y saludables.

- **TIENDAS**

Son establecimientos comerciales pequeños, donde el consumidor final puede adquirir sus productos directamente y “al menudeo”, con una atención directa por parte de un vendedor que asesora acerca de los productos que se venden. La tienda es un recinto tradicional para los colombianos, que representa el mayor porcentaje de ventas de productos alimenticios. Este canal constituye aproximadamente el 46% del total de las ventas de alimentos, a diferencia de las grandes superficies acá se distribuye las marcas con mayor demanda y tienden una alta variedad de snacks al ser un producto con alta demanda.

- **SUPERMERCADOS - HIPERMERCADOS**

Son mercados y/o hipermercados de gran extensión que venden artículos de alta rotación, con productos variados. Incluye bienes comestibles y no comestibles. Se caracterizan por diversificarse en tiendas departamentales que pueden llegar a ser especializadas, y generalmente se encuentran dentro de los centros comerciales. Este canal constituye cerca del 22% del total de las ventas de alimentos, este superficies se encuentran un gran variedad de producto, varias líneas y marcas, en último tiempo han entrado a este canal los llamados “hard discount”.

Es importante considerar que en el caso de los supermercados e hipermercados se puede hacer contacto directo con los mismos pues en su mayoría son importadores directos, por lo que la negociación se hace directamente con el departamento de comercio exterior o compras de estos establecimientos.

Para el caso de tiendas y minimercados, es necesario para llegar a este canal hacer el proceso de venta a través de importadores especializados en la comercialización y distribución de alimentos terminados. En Colombia hay diversos importadores de este tipo, algunos de estos son: John Restrepo & CIA, Globalim, Almacenes J&R, Dispronat, entre otros.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

Para el caso de la harina para la preparación de los snacks, el contacto se realiza con empresas productoras que busquen ampliar su portafolio y que estén interesadas en el desarrollo de nuevos productos, pues al tratarse de un producto semielaborado es necesario que el comprador cuente con las plantas para terminar la elaboración del producto.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

• POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Es importante preocuparse por generar confianza a la hora de vender, cuando se trata de seleccionar un proveedor la reputación y credibilidad que tenga son requisitos clave a la hora de establecer una relación comercial.

• UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Es un factor importante, ya que en el tema logístico puede disminuir costos y se pueden optimizar temas de abastecimiento, es muchas ocasiones este factor permite obtener mayor cantidad de producto a un bajo costo y en un tiempo adecuado.

• FORMA DE PAGO

Es importante preocuparse por generar confianza a la hora de vender, cuando se trata de seleccionar un proveedor la reputación y credibilidad que tenga son requisitos clave a la hora de establecer una relación comercial.

• SERVICIO POST VENTA

Las garantías que se otorgan, su duración, la capacitación que pueda dar el proveedor en el manejo de los productos o la política de devoluciones indudablemente deben ser parte de los criterios a evaluar a la hora de seleccionar los proveedores con los que vamos a trabajar.

9. Oferta peruana en Colombia

Actualmente en Colombia no se comercializan ningún tipo de snack a base de maca o harina de maíz morado con procedencia de Perú, sin embargo, existe un 'boom' de 'snacks' andinos que acompaña el auge de la gastronomía peruana y la revalorización de la cocina de las regiones de Perú.

La producción comercial se ha diversificado a todo tipo de 'snacks' de camote, yuca, habas, mote (grano seco de choclo gigante), quinua, maca (el llamado viagra de los Andes) y otros cereales, que se comercializan en supermercados y se venden al exterior.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

Perú no solo tiene diversificación en la línea de cereales también han demostrado tener un alto potencial y valor agregado en lo que son tubérculos como la yuca y el camote que por lo general siempre son producidos con un valor agregado y tienen un gran posicionamiento en el mercado. En Colombia, tiene presencia la empresa Inka Crops con su presentación de Inka Corn a través de Cencosud. Su presentación es de 100gr y tiene un costo de COP\$4.090 (USD 1.04)

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- **AGROEXPO**

Es el certamen del sector agropecuario más importante de Colombia, Centroamérica y el Caribe y uno de los más representativos en Latinoamérica.

La feria nació en 1977 bajo la dirección de Corferias, se convirtió entonces en la primera plataforma del sector agropecuario del país. Agro expo se ha realizado de forma bienal siendo el evento en donde el Agro colombiano se reúne en un solo escenario para fortalecer el intercambio comercial, actualización y fortalecimiento del campo en Colombia.

- **EXPOALIMENTOS**

Es el encuentro especializado para la industria de alimentos y bebidas, en el cual, se llevan a cabo espacios de actualización, relacionamiento y oportunidades de negocio entre los proveedores del sector de alimentos y las industrias procesadoras. En este evento anual, se reúnen más de 100 expositores para ofrecer soluciones y servicios especializados para la industria, además de contar con 4 agendas académicas con más de 30 conferencistas nacionales e internacionales.

- **ALIMENTEC**

Es el escenario adecuado para fortalecer la imagen de su empresa, posicionar su marca, lanzar nuevos productos y presentar las nuevas tendencias en la industria. Interacción con el canal institucional debido a la participación de misiones comerciales, distribuidores nacionales e internacionales, mayoristas y especialistas. Le acercará visitantes profesionales y decisivos con una relevante capacidad de compra de Colombia, la Región Andina además de toda Latinoamérica y el Caribe. Para los expositores locales con capacidad de exportación: Posibilidad de participar en la Agendamiento de Citas de Negocios con compradores internacionales y lograr contactos cualificados con compradores nacionales e internacionales. Para los expositores internacionales: Posibilidad de participar en las reuniones B2B con los compradores locales de conformidad con las necesidades del mercado colombiano.

- **EXPOAGROFUTURO**

La feria que integra productores, comercializadores de productos y servicios agropecuarios, es el lugar donde se unen la oferta y la demanda en todos los segmentos de negocio y para todos los ecosistemas del sector. Es una de las Plataformas de Negocios y Conocimiento más importantes para el sector Agro en América Latina. En 2018 tuvo más de 12 países asistentes y 330 empresas participantes.





PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción
del Perú para la
Exportación y el
Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales
del Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Características o forma de presentación	Foto
Carulla Éxito	25 gramos	Éxito COP 2,940 US \$9,76 Carulla COP 3,500 US \$9,76	Paquete	 Quinoa crunch chocolate
Jumbo	15 gramos	COP 10,990 x6 u US \$2,83	Paquete	 Rosquitas quinua






PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Carulla	120 gramos	COP 13,950 US \$3,59	Paquete	 Rosquillas de quinoa a base de yuca
Carulla Éxito	153 gramos	Carulla COP 3,750 US \$0,96 Jumbo COP 3,280 US \$0,84	Paquete	 Galletas crakinua
Carulla Éxito Jumbo	256 gramos	Carulla COP 4,750 US \$1,21 Éxito COP 4,440 US \$1,14 Jumbo COP 4,990 US \$1,21	Paquete	 Tosh multicereales