

**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***Blends***1. Nomenclatura arancelaria****2106.9071****2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**

Complementos y suplementos alimenticios que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros).

Posición Arancelaria	2106.9071
Producto	Complementos y suplementos alimenticios que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí
Arancel General	10%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacífico y Comunidad Andina
IVA	19% excluidas durante la emergencia sanitaria para entrar al mercado pagando 0% de este impuesto
Vistos buenos	INVIMA
Registro Sanitario	Requiere Registro Sanitario cuando sean importados en presentaciones comerciales listas para su consumo, excepto cuando sean importados sin marca para el sector gastronómico o como materia prima destinada a la industria de alimentos de consumo humano.
Registro Fitosanitario	Decreto Número 4725 De 2005, Ministerio De La Protección Social
Registro de Importación	El registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es obligatorio exclusivamente para las importaciones de bienes de libre importación que requieran requisito, permiso o autorización. Las importaciones de los productos sometidos al cumplimiento de reglamento técnico que exija solamente etiquetado o si el reglamento técnico permite para el producto regulado la utilización en forma permanente de la declaración de conformidad del proveedor en los términos y condiciones de la norma técnica colombiana NTC-ISO/IEC 17050 (partes 1 y 2), no requieren de la obtención del registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
Descripción Mínima	Producto: Ejemplo: Extracto de levadura, salsa mayonesa, helados, etc. Composición: Ejemplo: Harina, cacao, conservantes, etc.



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

		Tipo de empaque: Ejemplo: Latas, bolsas, tetrapack, etc., indicando su contenido en peso o volumen. Marca: Si tiene
Seriales, Etiquetas	Marcado y	Resolución Número 2195 De 2010, Ministerio De La Protección Social: Envase y codificación de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados Resolución Número 2508 De 2012, Ministerio De Salud Y Protección Social: En todo alimento envasado que contenga grasas trans y/o saturadas, independientemente a si se hace o no algún tipo de declaración de propiedades nutricionales o declaración de propiedades de salud, se deberá declarar y presentar la tabla de información nutricional, de acuerdo a los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none">• El contenido de grasas trans sea igual o superior a 0,5 g por porción declarada en la etiqueta, independientemente del origen de la grasa.• El contenido de grasa saturada sea igual o superior mayor a 0,5 g por porción declarada en la etiqueta, independientemente del origen de la grasa.

4. Tendencias de mercado

Actualmente los colombianos han cambiado sus hábitos de consumo, cada día son más conscientes de la importancia del autocuidado y de adaptar buenos hábitos alimenticios que le permitan una vida sana y duradera, por lo tanto, se están interesando en seguir dietas a base de productos naturales que le puedan brindar un alto contenido de nutrientes para mejorar su salud, además de exigir productos frescos y deliciosos. Según el reporte, Naturally Healthy Packaged Food in Colombia, los alimentos a base de Superfoods son bienvenidos a la dieta de los colombianos, se considera que estos alimentos en sus diferentes presentaciones, pueden contribuir al buen funcionamiento del sistema digestivo, además de mantener un peso sano. (Passport, 2020).

Según estudios de la empresa Nielsen el 60% de los colombianos afirma seguir una dieta especial que los limita o restringe de comida o ingredientes específicos. Durante este estudio también se pudo comprobar que los consumidores tienen claro qué prefieren y qué evitan, por eso el 67% de los colombianos confirman que le pone mucha atención a los ingredientes de las bebidas y los alimentos que consumen. Ingredientes naturales y comidas menos procesadas, son prioridad. Esto abre una ventana de oportunidad para los blends debido a que sus productos base son naturales y aportan muchos nutrientes que ayudan al buen funcionamiento del organismo.



PERÚ

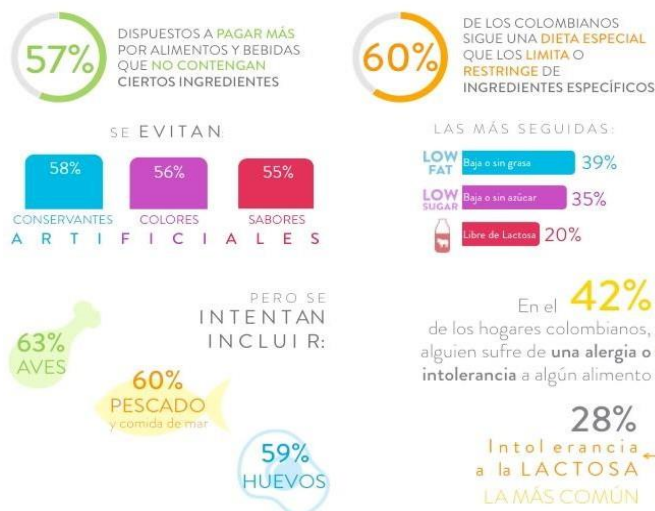
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior



INGREDIENTES Y TENDENCIAS DE COMIDA EN COLOMBIA



Fuente: Nielsen Company

5. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

Según las importaciones en el 2019, el principal medio de transporte de ingreso de este producto es el terrestre teniendo una participación del 73,26% y los principales sitios de entrada son: Bogotá, Cartagena y Medellín. El medios de transporte marítimo tiene una participación media donde su entrada se da por los puertos de Cartagena, Buenaventura y Barranquilla, el aéreo tiene poca participación (6,69%)

Transporte	Valor CIF USD	Participación
Terrestre	5,026,182.88	73,26%
Maritimo	1,376,240.22	20,06%
Aéreo	458,706.13	6,69%

Aduana	Valor CIF USD	Participación
Bogotá	5,227,538.32	76.19 %
Buenaventura	696,360.02	10.15 %
Cartagena	463,234.10	6.75 %
Medellin	294,579.11	4.29 %
Barranquilla	174,842.10	2.55 %
Cali	4,575.58	.07 %

Fuente: Dane-Dian



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

6. Estacionalidad de la producción local

La disponibilidad de los productos base de los diferentes blends como la quinua, sacha inchi y la maca son producidas en Colombia en cultivos medianos y pequeños que generalmente tienen disponibilidad durante todo el año debido a la riqueza de los diferentes pisos térmicos a lo largo del país. Cabe resaltar que estos cultivos en Colombia han aumentado debido a que se consideran como alternativas de reemplazo para los cultivos ilícitos. Ahora bien, la manzana se cultiva en Boyacá, Antioquia y Norte de Santander su cosecha es recogida en los meses de marzo y abril pero es un producto que se importa principalmente de Chile y EEUU. Mientras tanto el brócoli se da en las regiones de Cundinamarca, Antioquia, Norte de Santander, Nariño y Boyacá durante todo el año. Frutas como la lúcuma tienen muy poca producción y generalmente son para el consumo personal.



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

- **Tiendas de nutrición deportiva:**

Estas tiendas están enfocadas en tener productos que contengan un contenido nutricional bastante alto, generalmente orientados hacia un aporte proteico alto o hacia productos que ayuden a la salud y la pérdida de peso. Este canal se fija en que sus productos tengan los mayores estándares de calidad debido a que son muy especializados y siempre quieren brindar las mejores opciones para deportistas o consumidores que tengan hábitos saludables.

- **Tiendas naturistas:**

Estas tiendas se caracterizan por tener una gran variedad de productos comestibles orgánicos o naturales, que proporcionen un alto grado de nutrientes y vitaminas; aquí el cliente busca un asesoramiento personalizado que le permita conocer el producto a fondo, por lo general se encuentran productos especializados que trae ciertos beneficios a la salud, lo que ha incrementado las ventas de este canal debido a las tendencias de autocuidado y vida saludable. Es su mayoría no importan de forma directa y adquieren productos importados a través de importadores-distribuidores. Algunas de las tiendas más reconocidas en Colombia son: Abundant Honey Group, Acusalud Zhen, Calidad de Vida y Centro de Medicina Alternativa.

**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

Mercados especializados:

Estos mercados se caracterizan por tener un enfoque en el que la salud y los productos de Superfoods tienen un papel muy importante en ciudades como Bogotá y Medellín. De cara al público tienen un funcionamiento similar a los supermercados con la diferencia que este almacén solo busca productos que se ajusten a las personas que llevan una vida balanceada y consumen productos de origen 100% natural o ciertas características especiales como gluten free, sin azúcar, sin OGM, etc. Ejemplos de este canal son Gastronomy Market y Fit2go.

A diferencia de los supermercados este tipo de canal especializado no suele importar de forma directa o lo hace en menor proporción. Tienden a adquirir productos importados a través de importadores-distribuidores.

- **Supermercados e hipermercados:**

Son mercados en los que se puede llegar a un gran número de personas con el producto retail, estos almacenes venden artículos de alta rotación, suelen tener tiendas en las principales ciudades del territorio nacional, por lo que permite que el producto que llegue a sus estanterías, comience a posicionarse en el mercado hasta tener un reconocimiento de marca. En el 2019 algunos de estos supermercados lanzaron una sección de productos especializados en los que se da importancia a la salud y la vida fit en donde la quinua tomará mayor posicionamiento entre las personas que manejan este tipo de hábitos o quieren empezar con este estilo de vida. Algunos de los almacenes más importantes en Colombia son: Almacenes Éxito, Supertiendas Olímpica (y su filial Supertiendas Cañaveral), Cencosud Colombia (Jumbo), Alkosto, Home Sentry, Almacenes La 14, Super Inter Supermercados, Pricemart de Colombia. Este tipo de canal suele realizar las importaciones de forma directa y es muy selectivo en la selección de proveedores quienes deben cumplir con altos estándares de calidad.

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

Requisitos:

Es importante tener en cuenta que por ejemplo para el caso de los supermercados estos suelen marginar un 30% y pagar sus facturas a 90 días. Este tiempo puede cambiar según la negociación a la que se llegue con el proveedor extranjero. Usualmente cada categoría de producto tiene unos compradores y un director o gerente. El comprador hace la revisión inicial del producto, evalúa el potencial y la rentabilidad del producto. En algunos casos esta evaluación se hace en conjunto con el área de logística e importaciones. Finalmente es el director o gerente de la categoría quien da el visto bueno final con base en los informes suministrados por el comprador.

Los productos deberán cumplir con los siguientes requisitos, los cuales serán exigidos de manera general a todos los proveedores y productos: Requisitos legales y de calidad: Los productos deben cumplir con las obligaciones legales vigentes para su comercialización



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

en el territorio colombiano, las compañías por lo general verificarán como mínimo lo siguiente:

- Que cumpla con los estándares de calidad para el tipo de producto.
- Mínimo las garantías establecidas por la ley.
- Condiciones higiénico – sanitarias, incluyendo Registro Sanitario por cada producto, caso en el cual deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro.
- Cumplir con normas especiales sobre leyendas e información al consumidor como en el caso de tabaco, licores, juguetes, lacto – sueros y cualquier otro producto respecto del cual se establezca alguna disposición especial.
- Contar con todas las estampillas y sellos necesarios para su comercialización.

Adicionalmente se deben tener en cuenta criterio como:

Precio: este debe poder generar un beneficio económico para los importadores, el margen varía según el canal.

Cumplimiento en los tiempos de envío:

Es importante que la empresa proveedora pueda responder en los tiempos establecidos que varían según la rotación y stock que el importador esté dispuesto a sostener. Se debe tener claro los momentos de envío del producto para que haya un WIN-WIN, es decir, que el proveedor siempre tenga su producto disponible al público y que la compañía tenga una buena rotación de sus inventarios.

Cantidades mínimas de lo que fabrica:

Las cantidades se deben evaluar con cada importador, para productos nuevos es posible que solo estén dispuesto a importar cantidades pequeñas y el proveedor deberá considerar si esto genera una ganancia o no. También si se ofrece más de un producto es posible hacer envíos consolidados.

Localización:

Se debe dar importancia a esto ya que se pueden reducir costos dependiendo de dónde y del cómo se distribuyen los productos, ya que el almacén no puede tener retrasos y asimismo el consumidor final debe tener a su disposición el producto para mantenerse fiel a la marca.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

**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

Pais de origen	Valor CIF USD	Participación
Malasia	5,138,977.24	74,90%
EE.UU	1,149,660.78	16,76%
Italia	276,193.18	4,03%
Perú	13,695.97	0,20%

Fuente: DANE-DIAN

Para el año 2019 el país que más tuvo participación en las importaciones desde Colombia de este producto fue Malasia con un 74,90%. Perú tiene presencia en el mercado colombiano del 0,20% sin embargo se quiere aprovechar los beneficios de la alianza del pacífico y por esta razón, se quiere estrechar aún más la relación entre estos dos países, además hay una tendencia dentro de los negocios b2b llamada el nearshoring donde se buscan socios comerciales cercanos geográficamente con el fin de disminuir costos en el transporte y en el tiempo de llegada de un producto lo que representa una gran oportunidad para ganar terreno con este producto.

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. Posibilidad de participar en las



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

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 TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto**

Nota: Tasa de cambio: 3.830,48

Fecha: 29-10-2020

Puntos de venta	Unidad	Precio en US\$	Forma de presentación	Foto
Tiendas de nutrición deportiva	13 g	0,65	Sachet	
	400 g	4,64	Zip pak	
	200 g	1,04	Tarro	
Mercados especializados	125 g	18,27	Envase de hojalata	
	100 g	7,28	Zip pak	
Tienda naturista	11 g	0,90	Sachet	
	200 g	8,61	Zip pak	
Supermercado	500 g	11,23	Flexible	