

**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****MACA****1. Nomenclatura arancelaria**

- 11062010
- 07149010
- 1901909000

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Maca

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

Posición Arancelaria	11062010
Producto	Maca
Arancel General	15%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacifico 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 el Visto Bueno del Invima.
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.

**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

Descripción Mínima	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.
--------------------	---

Posición Arancelaria	07149010
Producto	Maca chips y Maca flakes
Arancel General	10%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacífico y Comunidad Andina
IVA	0%
Vistos buenos	INVIMA-ICA
Registro Sanitario	Visto bueno del INVIMA
Registro Fitosanitario	ICA: Documento requisitos fitosanitarios para importación (DRFI). Excepto las secadas industrialmente o en “pellets”, congeladas.
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: batata, coles, berenjena, etc. Estado de conservación: Ejemplo: frescas, refrigeradas, congeladas, secas, etc. Usos: Ejemplo: para siembra, para consumo, etc. Marca: Si tiene.

**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

Posición Arancelaria	1901909000
Producto	Extracto los demás (Maca)
Arancel General	15%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacífico y Comunidad Andina
IVA	19%
Vistos buenos	INVIMA
Registro Sanitario	INVIMA: 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	ICA Documento zoosanitario para importación (DZI): Únicamente para las que contengan una cantidad superior al 50% de materias de origen animal. No aplica para los productos con tratamiento UAT (ultra alta temperatura) o con esterilización comercial.
Registro de Importación	<p>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.</p> <p>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.</p>



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

Descripción Mínima	Producto: Ejemplo: preparación a base de fécula de malta, pastas alimenticias, galletas, etc. Forma de preparación: Ejemplo: cocido, precocidas, horneadas, etc. Composición: Ejemplo: 50% de harina, 5% porcentaje de cacao, etc. Aspecto físico: Ejemplo: polvo, líquido, etc. Tipo de empaque: Ejemplo: latas, bolsas, sacos, etc., indicando su contenido en peso o volumen. Marca: Si tiene.
Seriales, marcas y etiquetado	Envase y codificación de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados: Resolución Número 2195 De 2010, Ministerio De La Protección Social Rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos que contengan grasas trans y/o grasas saturadas, con destino al consumo humano: Resolución Número 2508 De 2012, Ministerio De Salud Y Protección Social

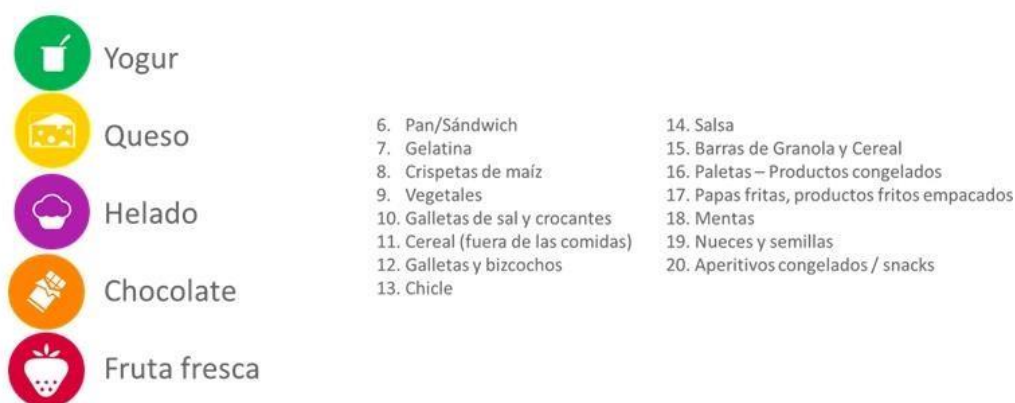
4. Tendencias de mercado

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). La maca por sus propiedades puede ser una muy buena opción para mezclar con bebidas o en recetas para snacks saludables.

Según estudios de la empresa Nielsen la mayor parte de los consumidores encuestados, señalaron que comieron snacks en los últimos 30 días frecuentemente como un motivo de entretenimiento 59%, mientras un 38% aseguraron que los comieron mientras compartían con familiares y amigos, 37% para satisfacer un antojo. Asimismo Un 31% asegura que a menudo los consume para calmar el hambre entre las comidas (onces, medias nueves), un 30% señala comerlos por nutrición, un 27% los consume a menudo

**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 impulsar sus energías, un 21% para subir el ánimo y un 10% los come frecuentemente como premio o recompensa. Algunos colombianos consideran que los snacks también son un buen sustituto de las comidas importantes cuando no pueden tomarlas completas por alguna razón particular, donde generalmente para el desayuno y entre comidas se consume cereal o granola para calmar el hambre. Esto es una oportunidad de suplir esta necesidad con la opción saludable y de alto contenido nutricional como lo es los productos a base de maca teniendo en cuenta que el cereal es la opción número 11 dentro de los snacks preferidos por los consumidores colombianos.



Fuente: Nielsen Company

5. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

Para el periodo enero-diciembre 2019 Cartagena fue quien tuvo mayor participación como principal punto ingreso con un 72,94% de participación, seguido de Buenaventura y Barranquilla con 15,14% y 9,17% respectivamente. En estas ciudades la principal forma de ingreso se dio por vía marítima, teniendo con una participación 54,96%, seguido por el ingreso de vía Terrestre con participación del 43,65% y finalmente el ingreso por vía aérea tuvo un porcentaje del 1,39% en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali.

ADUANA	VALOR CIF US\$	PARTICIPACION
CARTAGENA (ADUANAS)	\$ 10.049.939	72,94%
BUENAVENTURA	\$ 2.086.097	15,14%
BARRANQUILLA (ADUANAS)	\$ 1.263.085	9,17%
BOGOTA (ADUANAS)	\$ 184.279	1,34%
MEDELLIN (ADUANAS)	\$ 183.429	1,33%
CALI (ADUANAS)	\$ 7.922	0,06%
IPIALES	\$ 2.672	0,02%

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



Los cultivos en Colombia de este producto generalmente son muy pequeños, son cultivos de reemplazo de cultivos ilícitos que aún están en proceso de crecimiento mediante campañas que ha realizado el gobierno colombiano. La zona principal donde se da este producto es en Santurbán en Norte de Santander.

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

- **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.

- **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.

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

Requisitos:

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:

**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

Los productos deben cumplir con las obligaciones legales vigentes para su comercialización 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.

Precio:

Mediante la reventa de los productos, se genera un beneficio económico tanto para la compañía como para sus proveedores, a quienes le interesa que tales productos lleguen al consumidor final por lo que se revisara que el precio del producto sea competitivo.

Estos almacenes realizan descuentos financieros, durante algunas temporadas y para incentivar al proveedor confiere disminución en los plazos de pago, lo que significa un beneficio.

Cumplimiento en los tiempos de envío:

Cada canal tiene políticas diferentes en cuanto a sus tiempos de envío, esto depende de la necesidad del producto y del manejo de inventarios al que se adhiera a la empresa. 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 US\$	PARTICIPACION
1	IRLANDA (EIRE)	\$ 3.030.966	22,00%
2	DINAMARCA	\$ 2.197.804	15,95%
3	PAISES BAJOS (HOLANDA)	\$ 1.641.349	11,91%
4	REINO UNIDO	\$ 1.430.241	10,38%
5	ESPAÑA	\$ 1.219.506	8,85%
6	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	\$ 1.199.735	8,71%
7	SINGAPUR	\$ 706.849	5,13%
8	ALEMANIA	\$ 644.386	4,68%
9	ITALIA	\$ 476.791	3,46%
10	POLONIA	\$ 442.341	3,21%
11	FRANCIA	\$ 173.328	1,26%
12	ARGENTINA	\$ 138.282	1,00%
13	MEXICO	\$ 135.812	0,99%
14	BELGICA	\$ 112.160	0,81%
15	CHILE	\$ 83.187	0,60%
16	PERU	\$ 56.100	0,41%
17	ESLOVAQUIA	\$ 20.926	0,15%
18	URUGUAY	\$ 16.904	0,12%
19	CANADA	\$ 14.238	0,10%
20	TAIWAN (FORMOSA)	\$ 11.145	0,08%
21	COREA DEL SUR, REPUBLICA DE	\$ 9.410	0,07%
22	CHINA	\$ 7.937	0,06%
23	BOLIVIA	\$ 3.619	0,03%
24	BRASIL	\$ 3.258	0,02%
25	TAILANDIA	\$ 623	0,00%
26	TURQUIA	\$ 509	0,00%
27	COLOMBIA	\$ 19	0,00%

Fuente: DANE-DIAN

En el periodo comprendido entre enero-diciembre 2019, la presencia 0,41% del total de las importaciones registradas (US \$13.777.422). La participación peruana fue de US \$56.099,64 valor CIF. De este total las empresas peruanas que más tuvieron participación fueron: Pregel Peru SAC con una participación del 28,46%, representado con US \$15.966; seguido por Agroindustria Orgánico del Perú con un valor de US \$12.203 y una participación del 21,75%; Peruvian Nature tuvo una participación del 17,54% logrando así importaciones por un valor US \$9.840 y en cuarto lugar la empresa Agronegocios Brisas SAC tuvo importaciones por US \$5.816 con una participación del 10,37%.

#	EXPORTAD Unidades	VALOR CIF US\$	PARTICIPACION
1	PREGEL PEF KG	\$ 15.966	28,46%
2	AGROINDU KG	\$ 12.203	21,75%
3	PERUVIAN I KG	\$ 9.840	17,54%
4	AGRONEGC KG	\$ 5.816	10,37%
5	CPX PERU C KG	\$ 5.174	9,22%
6	FREDDY AB KG	\$ 2.428	4,33%
7	COMERCIAL KG	\$ 1.459	2,60%
8	RS ALIMEN KG	\$ 1.360	2,42%
9	INKA GARD KG	\$ 1.213	2,16%
10	INVERSION KG	\$ 612	1,09%
11	RS ALIMEN KG	\$ 30	0,05%

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

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 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**

Puntos de venta	Unidad	Precio en US\$	Forma de presentación	Foto
Mercados especializados	500 g	14,25	Flexible	
	250 g	5,61	Zip pak	
	250 g	7,13	Bolsa	
Supermercados	100 g	2,45	Zip pak	
	75 g	4,44	Caja	
Tienda naturista	100 g	8,82	Zip pak	
	100 g	8,09	Zip pak	

Nota: Tasa de cambio: 3.830,48

Fecha: 29-10-2020