

**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
MERMELADAS LIGHT

1. Nomenclatura arancelaria

2007.99.91.00

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Confituras, jaleas y mermeladas

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

Posición Arancelaria	2007.99.91.00
Producto	Confituras, jaleas y mermeladas
Arancel General	15%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacífico y Comunidad Andina
IVA	19%
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 para el embalaje en madera	Toda persona natural o jurídica que use embalajes de madera para el comercio internacional, tales como: cajas, jaulas, cajones, paletas, madera de estiba, tambores de cable y carretes, que sean fabricados por primera vez, usados, reciclados, refabricados o reparados, y tengan un espesor mayor a 6 milímetros, deben cumplir las medidas fitosanitarias para el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional, acorde a la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF número 15).
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.
Descripción Mínima	Producto: Ejemplo mermelada de piña



	Tipo de empaque: Latas, tetrapack, etc. Indicando su contenido en peso o volumen Composición: ejemplo 80% de fruta, 10% azúcar, etc. Uso: Indicar uso Marca: Si tiene Referencia:
--	---

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). El consumidor se preocupa por tener bajos niveles de azúcar en lo que consume para combatir la diabetes y los posibles problemas de presión arterial. Debido a la vida agitada del consumidor colombiano esté demanda snacks que sigan con las características mencionadas, lo que abre una gran oportunidad para las mermeladas light en el mercado colombiano.

Según el reporte Weight Management and Wellbeing in Colombia, “los problemas con el peso continúan siendo el principal conductor de las ventas. El gobierno colombiano continúa promoviendo la actividad física y hábitos sanos en campañas a nivel nacional. Por otra parte, las compañías están disminuyendo la cantidad de azúcar y grasa presente en sus productos para ofrecer líneas sanas.” (Passport, 2019). Esta necesidad ha sido identificada por algunos canales de entrada como lo son los hipermercados y supermercados que están haciendo un esfuerzo por mejorar el espacio dedicado a los alimentos saludables. Un gran ejemplo de esto es Carulla Freshmarket y Éxito Wow dos de las cadenas más importantes de supermercados en Colombia, que lanzan al mercado una sección especializada y saludable, lo que da como resultado un canal de entrada en el que el producto será reconocido por sus propiedades naturales y saludables.

Según estudios de la empresa Nielsen las tendencias de consumo en Colombia se han visto marcadas por demandar productos dietéticos, bajos en grasa y naturales donde un 50% de las personas no sienten que sus necesidades estén siendo



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

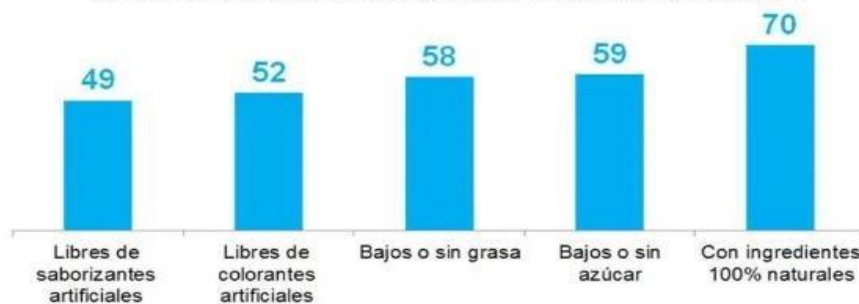
Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

cubiertas por el mercado actual lo que abre la oportunidad de entrar al mercado con mayor fuerza.

¿LA OFERTA ACTUAL DE PRODUCTOS ESTÁ CUBRIENDO SUS NECESIDADES DIETÉTICAS?



% DE CONSUMIDORES QUE QUISIERA VER MÁS PRODUCTOS*:



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 marítimo teniendo una participación del 86,69% entrando principalmente por el puerto de Cartagena (73,33%) seguido de Barranquilla. Los medios de transporte terrestre y aéreo tienen muy poca participación, 12,19% y 1,11% respectivamente.

Transporte	Valor CIF USD	Participación
Marítimo	\$ 1.378.110,38	▲ 86,69%
Terrestre	\$ 193.823,45	▼ 12,19%
Aéreo	\$ 17.697,94	▼ 1,11%

Aduana	Valor CIF USD	Participación
Cartagena	\$ 1.165.628,15	▲ 73,33%
Barranquilla	\$ 165.339,77	▼ 10,40%
Bogotá	\$ 131.184,49	▼ 8,25%
Buenaventura	\$ 127.479,36	▼ 8,02%

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

En este caso, considerando que las mermeladas light son un producto terminado es muy importante considerar la disponibilidad del producto base con el que se elabora. A continuación, se presentan la estacionalidad en Colombia de frutas que son comúnmente usadas para elaboración de mermeladas. Es posible encontrar mermeladas en el mercado colombiano durante todo el año, es posible que según la estacionalidad que tiene la fruta en algunos meses sea más común de un sabor y otro. Así mismo se incluyen algunas frutas que son típicas del Perú y que podrían ser insumo en la producción de mermeladas.

ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN LOCAL



ARANDANO

Durante todo el año.



PIÑA

Durante todo el año. Oferta alta mayo-septiembre y diciembre.



PAPAYA

Enero, Mayo y Octubre-Diciembre



FRESAS

Enero-febrero, junio-septiembre y noviembre-diciembre.



GRANADILLAS

Enero, julio-agosto y noviembre-diciembre



GRANADAS

No hay producción local



NARANJA

Estacionalidad: Mayo a octubre



DURAZNOS

Estacionalidad: Enero a Junio



LUCUMA

No hay producción local



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

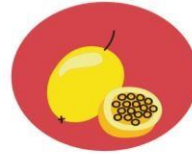
Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior



FRAMBUESA

No hay producción local



MARACUYA

Junio-Octubre y Diciembre



UCHUYA-
AGUAYMANTO

Durante todo el año



UVA

Enero y Febrero

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

- **Supermercados e hipermercados:**

Son mercados en los que se puede llegar a un gran número de personas, 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. Algunos de los almacenes más importantes en Colombia son: Almacenes Éxito, Supertiendas Olímpica (y su filial Supertiendas Cañaverál), 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. Es importante tener en cuenta que los supermercados 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 es quien da el visto bueno final con base en los informes suministrados por el comprador.

- **Mercados especializados:**

Estos mercados se caracterizan por tener un enfoque en el que la salud y los productos de frutas exóticas y naturales tienen un papel muy importante. Son un actor muy importante



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 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, también se enfocan en 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: 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.

**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**Precio:**

El modelo de negocio de los supermercados e hipermercados consiste en la compra de bienes de los Proveedores para su posterior venta, obteniendo un margen en la comercialización. 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.

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:

Tienen 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.

Flexibilidad en las formas de pago:

Generalmente los supermercados manejan sus pagos a 90 días, el vencimiento de las facturas se calcula desde la fecha de recibo de la mercancía, teniendo en cuenta el plazo negociado, más los días de trámite administrativo (11 días en promedio) pero dependiendo de la relación entre proveedor-empresa, se pueden acordar otra política de pagos.

Cantidades mínimas de lo que fabrica:

Las cantidades se deben evaluar en este caso con el supermercado e importadores-distribuidores para poder abastecerse y asimismo que el consumidor final siempre tenga disponible el producto.

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 ocupa dentro de las importaciones colombianas de mermelada es puesto número 12 con una participación del 0,37%.

**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

País origen	Valor CIF US\$	Participación
Perú	\$ 5.640,74	0,37%

Fuente: DANE-DIAN

Para el año 2019 la empresa peruana Apimas SAC tuvo una participación del 100% de las importaciones realizadas por Colombia provenientes de Perú. Los meses en los que se realizó esta operación de comercio internacional fueron enero, marzo, junio y julio. El mes de junio es el que tiene mayor participación (52,38%) que significa un valor CIF de 5.836,10.

Exportador	Valor CIF US\$	Participación
Apimas SAC	\$ 5.838,10	100,00%

Mes	Valor CIF US\$	Participación
Enero	\$ 398,82	6,83%
Marzo	\$ 1.299,75	22,26%
Junio	\$ 3.058,21	52,38%
Julio	\$ 1.081,32	18,52%

Fuente: DANE-DIAN

La empresa importadora es Explorandes S A S es una empresa ubicada en Colombia, con sede principal en Bogotá D.C. que opera como comerciante al por mayor de Comestibles y productos relacionados a la industria alimenticia; esta empresa hace el 100% de las importaciones de mermeladas provenientes de Perú.

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.



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

- **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**

Punto de venta	Unidad	Precio en US\$	Caracterización o forma de presentación	Foto
Éxito Jumbo Carulla	200 gr	1,06-0,90-0,95	Doy-pack	
	135 gr	3,20-3,94-2,59	Envase de vidrio	
	230 gr	2,70-...-2,59	Envase de vidrio	
	284 gr	5,22-5,14-4,83	Envase de vidrio	
Gastronomy Market	340 gr	4,53	Envase de vidrio	
	370 gr	4,81	Envase de vidrio	
Fit2go	250 gr	4,67	Envase de vidrio	
Tienda naturista	280 gr	3,54	Envase de vidrio	
Fit food market	370 gr	3,09	Envase de vidrio	

Nota: Los precios cambian según el sabor de la mermelada. Tasa de cambio: 3.673,00

Fecha: 22-07-2020