

**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 5****OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA****FICHA MERCADO PRODUCTO
(PIMIENTOS Y JALAPEÑOS EN VINAGRE)**

1. Nomenclatura arancelaria
2001.90.90.00
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino
Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Posición Arancelaria	2001.90.90.00
Producto	Pimientos y jalapeños (en vinagre)
Arancel General	15%
Arancel para Perú	0% - Alianza del Pacífico 0% - Comunidad Andina
IVA	19%
Vistos buenos	*Registro Sanitario - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos *Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos
Descripción Mínima	Producto: Ejemplo: concentrado de tomate, mermelada de piña, trufas en vinagre o ácido acético, compota, etc. Composición: Ejemplo: 60% de trufas, 30% de vinagre, etc. Tipos de empaque: Ejemplo: Latas, tetrapack, etc., indicando su contenido en peso o volumen. Marca: Si tiene
Envase y codificación de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados	Cada envase de alimento de baja acidez sellado herméticamente y procesado debe estar marcado con un código identificador visible permanentemente a simple vista. Cuando el envase no permita su identificación al relieve o con tinta, podrá perforarse claramente la etiqueta o marcarla de otro modo, siempre que la etiqueta esté fijada firmemente al envase. La identificación requerida tendrá que identificar en clave el establecimiento donde se empacó el producto, contenido en el envase, el año, día y período durante el cual fue empacado. El código del período de empaque tendrá que cambiarse con la frecuencia suficiente para permitir la identificación rápida de los lotes durante su venta y distribución. Tanto el fabricante de los envases como el envasador deberán establecer planes de muestreo para asegurar mediante el proceso de inspección que los envases y sus cierres se ajusten a las especificaciones establecidas por mutuo acuerdo.



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

Al inicio del 2019, los colombianos gastaron hasta (443.100 pesos) en la canasta de alimentos, el mercado de alimentos y bebidas se encuentra en continua expansión, se proyectan ventas a 2021 por USD 24,14MM; de igual forma, a través de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA), se dispone las cifras estadísticas de este sector, que entre otros determina la producción y el rendimiento de los principales cultivos, los resultados de la encuesta más reciente (2017) permitió determinar entre otras que, el área de producción de hortalizas, verduras y legumbres correspondió al 5% del total de producción agropecuaria (254.925 ha), Entre las canastas de hortalizas, la mayor participación correspondió a las hortalizas de fruto (7,6%), del cual se incluye el pimiento y demás variedades del fruto.

Otro punto por destacar es que Bogotá es el mayor centro de consumo del país, su PIB per cápita es un 46 % más alto que el PIB per cápita nacional. A demás esta ciudad es absorbe cerca del 57 % de las importaciones colombianas, y el 39 % de las importaciones de bebidas y alimentos.

Los tres principales factores para el consumidor colombiano son:

- 14.9 % impacto en la salud.
- 14.9% Información detallada (etiquetado, instrucciones, etc.).
- 14.5% buena garantía

Asimismo, se destaca que existe una demanda interna permanente de pimentón y otras hortalizas frescas y en conserva y sus precios son bastante estables a lo largo de todo el año, esto sustentando por la oferta en el mercado y en el crecimiento de las importaciones (40% enero a octubre) valor de US\$ 551.107. estos productos

5. Estacionalidad de la producción local

El pimentón es un cultivo que se adapta bien en los climas templados y cálidos. Es más rústico que otras hortalizas ya que resiste temperaturas más bajas, épocas de sequía y alta nubosidad. Es un cultivo perenne que se cosecha anualmente.

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

En este punto destaca el ingreso por los puertos de Cartagena y Buenaventura, por lo que predomina el ingreso de forma marítima, tal como se observa en los siguientes cuadros:

Por aduana de ingreso



aduana presentación de la declaración	Valor CIF US\$	Participación
CARTAGENA (ADUANAS)	250,153.64	45.39 %
BUENAVENTURA	139,734.22	25.36 %
BARRANQUILLA (ADUANAS)	120,849.03	21.93 %
BOGOTA (ADUANAS)	25,804.68	4.68 %
MEDELLIN (ADUANAS)	10,106.26	1.83 %
CALI (ADUANAS)	2,526.41	.46 %
MAICAO	1,823.99	.33 %
SANTA MARTA	109.44	.02 %

Fuente: CVN

Por medio de transporte

modo de transporte	Valor CIF US\$	Participación
MARITIMO	512,886.70	93.06 %
AEREO	27,562.14	5.00 %
TERRESTRE	10,658.83	1.93 %

Fuente: CVN

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado.

La coordinación con la que se ejecuten las actividades comerciales determina en parte la eficiencia que logre el sistema de distribución y comercialización elegida, en este sentido cabe destacar que los productos en los que se posee interés en ingresar al mercado son comercializados en el canal moderno compuesto por cadenas de hipermercados, supermercados, hard discount y autoservicios.

En tal sentido resaltan cadena como Éxito, Olímpica, La 14, Carulla, Comfandi, Megatiendas así como en tiendas especializadas en la comercialización de productos saludables (Gastronomy Market) y en tiendas virtuales (de cada uno de estos supermercados y tiendas especializadas).

Los principales supermercados como Éxito, Olímpica, Carulla son importadores directos para la mayoría de productos. Estos supermercados tienen bien desarrollado sus departamentos de comercio exterior, participan en ferias internacionales para conocer nuevos productos y hacen el proceso de forma directa para la mayoría de las líneas de alimentos. Para algunos casos particulares, el supermercado puede estar interesados en un producto pero los costos de hacer la importación directa pueden ser altos y restarle rentabilidad al productos por lo que pueden solicitar al proveedor internacional hacer el proceso con un importador especializado. Tiendas especializadas como Gastronomy Market o supermercados de tamaño mediano como Comfandi actúan como comercializadores del producto, pero la importación suele realizarse a través de terceros que son empresas especializadas en importación y distribución como Almacén J&R o Globalim.

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

- Distribución geográfica y acceso al producto.

**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
- Calidad del Producto
- Marca

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Las cifras de comercio exterior demuestran que, de enero a octubre de 2019, Perú fue el séptimo proveedor de estos productos, teniendo una participación del 3.39%. A lo largo del año se presentaron importaciones en enero, marzo y septiembre, siendo enero y septiembre los meses de mayor valor importado.

país origen	Valor CIF US\$	Participación
MEXICO	149,566.04	27.14 %
ESPAÑA	130,518.06	23.68 %
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	117,517.33	21.32 %
PAISES BAJOS (HOLANDA)	47,236.72	8.57 %
TURQUIA	46,763.49	8.49 %
GRECIA	31,248.91	5.67 %
PERU	18,666.53	3.39 %
ALEMANIA	6,556.44	1.19 %
MARRUECOS	1,349.58	.24 %
ITALIA	495.56	.09 %

Fuente: CVN

Mientras que, en el 2018 Perú fue el 8 proveedor teniendo una participación del 1.74%. predominando las importaciones en julio.

Al tratarse de un producto en conserva su comercialización se da durante todo el año.

A cerca de la oferta peruana hallada en el mercado se comercializa a través de la gran superficie, específicamente en las tiendas Cencosud.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

☞ **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.

Enlace de la feria: <https://feriaalimentec.com/>



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

☞ **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. Agroexpo 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.

Enlace de la feria: <https://agroexpo.com/?i=1>

☞ **EXPO IALIMENTOS:** 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.

Enlace de la feria: <https://expoialimentos.com/>

☞ **Expo Agrofuturo:** 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.

Enlace de la feria: <https://expoagrofuturo.com/>

Fuentes:

<https://www.revistaialimentos.com/ediciones/ed-78-cacao-hunters-chocolate-cuenta-a-colombia/tendencias-de-consumo-en-colombia-entre-la-salud-y-la-confianza/>

<https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota>

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2017/boletin_ena_2017.pdf




<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2019/tendencias-del-consumo-en-colombia-febrero-2019/>

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-121126>

<https://www.revistaialimentos.com/ediciones/edicion-30/la-distribucion-de-los-alimentos/>

**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 (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Tiendas Jumbo	500gr	7,20	Colombia	13 Enero de 2020	Empaque en vidrio, Pimentón pelado y al carbón, conservado en aceite, aderezado con ajo y finas hierbas cortado en tiras	
Tiendas Jumbo	240gr	3,66	Colombia	13 Enero de 2020	Empaque en vidrio, Pimentón pelado y al carbón, conservado en aceite, aderezado con ajo y finas hierbas cortado en tiras	
Tiendas Jumbo	250gr	5,37	Colombia	13 Enero de 2020	Pimentones tiernos, asados, marinados y conservados en aceite de oliva y girasol.	



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

Tiendas Éxito Y Carulla	350	4,20	Colombia	13 Enero de 2020	Pimenton En Aceite De Oliva en envase de vidrio	
Tiendas Éxito	240gr	1,62	Colombia	13 Enero de 2020	Jalapeño en rodajas marca Éxito	
Tiendas Jumbo	200gr	1,70	Colombia	13 Enero de 2020	Empaque hermético, jalapeño en rodajas	




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

Tiendas Carulla	340gr	7,7	Estados Unidos	16 Enero 2020	Envase de vidrio	
-----------------	-------	-----	----------------	---------------	------------------	---

* Tasa de Cambio: COP 3.272,62