

**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
QUINUA****1. Nomenclatura arancelaria**

1008.50

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Quinua

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

Posición Arancelaria	1008.50
Producto	Quinua
Arancel General	10%
Arancel para Perú	0% por Alianza del Pacífico y Comunidad Andina
IVA	5%
Vistos buenos	INVIMA-ICA
Registro Sanitario	Dadas las diferencias de criterio del Invima entre el Decreto 4725 de 2005 y la Circular 37 de 2016, se incluye en todas las subpartidas del Arancel Electrónico Legis la siguiente nota de carácter general señalando que cualquier producto puede requerir Registro Sanitario del Invima y que lo recomendable sería consultar directamente con dicha entidad.
Registro Fitosanitario	El envío debe venir libre de: suelo y semillas de otra clase. El producto estará contenido en envases nuevos (en caso de no venir a granel) Inspección Fitosanitaria en el lugar de entrada. Para ingreso de vegetales, productos vegetales y otros artículos reglamentados al territorio Colombiano, debe solicitar el documento de requisitos fitosanitarios para importación a través de solicitud DRFI. Documento de requisitos fitosanitarios para importación - DRFI: Documento oficial que autoriza la importación de un producto básico de conformidad con requisitos fitosanitarios de importación especificados. Requisitos fitosanitarios de importación: Medidas fitosanitarias específicas establecidas por el ICA concerniente a los envíos que se movilizan hacia el territorio Colombiano
Registro de Importación	Un cambio a esta subpartida desde cualquier otro capítulo. Cosechada o recolectada en territorio de cualquier país miembro <ul style="list-style-type: none">• Inspección fitosanitaria al ingreso al país• Certificado fitosanitario de exportación
Descripción Mínima	Producto: Ejemplo: trigo, avena, maíz, arroz, 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

	Variedad: Ejemplo: trigo duro, maíz amarillo, etc. Proceso a que ha sido sometido: Si aplica. Ejemplo: descascarillado, blanqueado, etc. Usos: Ejemplo: para siembra, para consumo, etc. Marca: Si tiene.
Seriales, Marcado y Etiquetas	Decreto Único Reglamentario Número 1074 De 2015, Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo Artículo 2.2.3.3.1.1 Y Ss. Resolución Número 333 De 2011, Ministerio De La Protección Social Resolución Número 2016028087 De 2016, Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos Resolución Número 5109 De 2005, Ministerio De La Protección Social Circular Conjunta Número 37 De 2011, Dirección De Impuestos Y Aduanas Nacionales — Instituto Nacional Para La Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos

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 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. 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 los colombianos cada vez consumen más productos saludables lo que significa una oportunidad de crecimiento para los fabricantes de este producto. 4 de cada 10 colombianos están cambiando a la versión saludable de su producto preferido, en este caso, se reemplaza el arroz, la harina y snacks por el consumo de la quinua en sus diferentes presentaciones. Se tiene estimado que al menos lo incluyen una vez a la semana en sus compras.



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



Fuente: Nielsen Company

Ahora bien, a la quinua peruana se le han abierto las puertas al mercado colombiano tras acuerdo mundial lo que le permitirá posicionarse rápidamente con este grano andino en un mercado donde cada vez se consumen más productos con alto valor alimenticio, según indicó Senasa.

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 59,21% y los principales sitios de entrada son: Buenaventura, Bogotá e Ipiales. El medio de transporte terrestre tiene una participación significativa pero el aéreo tiene muy poca participación (10,8%)

Transporte	Valor CIF USD	Participación
Marítimo	122.552,34	59,21%
Terrestre	63.105,01	30%
Aéreo	22.709,69	10,80%

Fuente: Dane-Dian

6. Estacionalidad de la producción local



QUINUA

Colombia cuenta con un área sembrada de 2.550 hectáreas, cuya producción es de 4.781 toneladas al año. Las principales zonas productoras en Colombia, se concentran en los departamentos del Cauca, Nariño, Boyacá y Cundinamarca. A nivel interno, está siendo comercializada en grano, harina, leche, coladas y snacks. (FINAGRO). La disponibilidad del producto es de Abril a Julio.



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

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 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.

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. Tienen 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. En 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

- **E-commerce:**



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

Debido a la coyuntura actual este puede ser un canal de fácil distribución, ya hay plataformas como Super Fresh Market, que se dedican a la comercialización de productos saludables como la quinua, lo que permite llegar a todas las personas interesadas en llevar buenos hábitos alimenticios incluso durante el Covid-19.

- **Importadores o distribuidores:**

Este canal es utilizado generalmente para las dos presentaciones a granel y retail, estas organizaciones hacen parte de la cadena de suministro, ellos se encargan de obtener el producto para poder llevarlo a diferentes empresas ya sea como materia prima para la elaboración de productos finales o el producto final para llevarlo a canales que no importen directamente.

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

Requisitos:

Para el caso de supermercados 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 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 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:

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



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

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 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

Pais de origen	Valor CIF USD	Participación
Bolivia	210.367,13	100%

Fuente: DANE-DIAN

Para el año 2019 la empresa peruana Andean Valley tuvo una participación del 100% de las importaciones realizadas por Colombia provenientes de Bolivia. Perú no tiene presencia en el mercado colombiano, cabe aclarar que esto se da debido a que solo hasta octubre 2020 se establecieron los protocolos para el ingreso de quinua en grano proveniente del Perú.

**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

Exportador	Valor CIF USD	Participación
Andean Valley Colombia SAS	210.367,13	100%

Mes	Valor CIF USD	Participación
Enero	22.709,69	10,80%
Febrero	33.081,02	15,73%
Marzo	7.390,78	3,51%
Mayo	61.303,57	29,14%
Junio	24.237,37	11,52%
Agosto	30.167,75	14,34%
Octubre	31.476,95	14,96%

Fuente: DANE-DIAN

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.



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

- **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

Puntos de venta	Unidad	Precio en US\$	Forma de presentación	Foto
Supermercados	300 g	1,98	Zip pak	
	300 g	4,47	Caja	
	250 g	1,35	Zip pak	
Mercados especializados	500 g	2,74	Zip pak	
		5,22	Zip pak	
Tienda naturista	250 gr	1,54	Zip Pak	
	300 gr	3,64	Caja	
Ecommerce	300 gr	4,69	Caja	

Nota: Tasa de cambio: 3.830,48

Fecha: 29-10-2020