

Perfil de mercado  
**-Frijol de Palo-**  
**(Guandú)**



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



## Índice

<b>01. Mercado</b>	4
<b>02. Condiciones de acceso</b>	12
<b>03. Distribución y canales de comercialización</b>	15
<b>04. Datos de contacto de importadores</b>	19
<b>05. Fuentes de información</b>	20



## 01

## Mercado

## 1.1 Tamaño de mercado (demanda del producto específico)

El guandú o frijol de palo es un producto altamente demandado y valorado por el mercado panameño, tanto en la capital como en las demás provincias del país. Como acompañamiento del principal grano de consumo del panameño (el arroz), el guandú es un producto cotizado especialmente para actividades festivas, cuando su consumo se incrementa (festividades culturales, Navidad y fin de año). En los últimos años la libra de grano fresco de guandú cosechado ha llegado a venderse hasta en USD 10<sup>1</sup> entre los vendedores ambulantes, ya que en los supermercados y abarroterías se ofrece el producto enlatado que, en opinión del consumidor local, no ofrece la misma sensación de degustación que el consumirlo fresco ya que el aroma y sabor de este es más intenso; sin embargo, opta por comprarlo.

El guandú de lata, como comúnmente se le conoce, presenta una ventaja para quienes no disponen de tiempo para cocinar y desean consumirlo como

menestra ya que viene precocido y en conserva, además de que su precio es menor, lo cual lo hace mucho más accesible que el guandú fresco.

Para tener una idea del costo promedio se tomó distintas marcas que se venden en los supermercados del país, a partir de lo cual se determinó que el precio promedio del guandú sin valor agregado (coco y otro sabor) de marcas específicas (Goya, Rey, Amapola, Del Monte, Mi Familia, El Machetazo y Extra) para los envases de 425 gramos es de USD 1,34. Para aquellas temporadas festivas donde su costo es mucho mayor (según estimaciones, a diciembre de 2014 la libra de guandú fresco se cree que alcanzará los USD 10,00<sup>2</sup>, valor que se incrementará a medida que se aproxime la Navidad y el fin de año ante la escasez de producción nacional), el guandú de lata se vislumbra como un excelente sustituto para aquellos consumidores que no cuentan con el dinero suficiente para pagar por el grano fresco.

La población de Panamá asciende a 3,5 millones de habitantes, según los datos del último Censo de Población

y Vivienda elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República en el 2010. Por otro lado, de enero a octubre de 2014 a territorio panameño ingresaron 2 272 472 millones de personas, ya sea para hacer turismo o para establecer residencia<sup>3</sup>.

Las principales cadenas de supermercados panameños tienen múltiples puntos de ventas. Así encontramos que el Super 99 registra 40 tiendas, el Grupo Rey (Super Rey, Mr. Precio, Romero y Metro Plus), unas 50; El Machetazo, unas 12 tiendas; Super Xtra, 10 tiendas y Riba Smith, 6 tiendas. Todas ellas se presentan en diversos formatos con el fin de abarcar los distintos segmentos socioeconómicos.

## 1.1.1 Producción Local

En las provincias del interior (Chiriquí, Bocas del Toro, Veraguas, Los Santos y Herrera), este grano es tenido mayormente como un cultivo de subsistencia. Es decir, prospera entre aquellos habitantes que cuentan con espacio de terreno en sus casas, donde es muy frecuente hallar varias plantas de este grano que, como se detalló en la introducción, tiene la virtud de crecer en diversos tipos de suelo.

Según los datos estadísticos del Departamento de Información Comercial del Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA), se presenta a continuación un cuadro que se enfoca en los precios generales del guandú desgranado por libra durante el año 2013, en donde el precio promedio para ese año alcanzó los USD 3,68 por libra<sup>4</sup>.

Tabla 1. Precio del guandú por libras en el mercado nacional (valores en USD). Años 2012-2013.

Años	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nou	Dic	Prom
2013	1,80	1,53	2,21	2,87	n/d	n/d	n/d	n/d	5,00	8,20	4,25	3,54	3,68
2012	1,77	1,50	1,91	2,88	n/d	n/d	n/d	n/d	4,00	4,00	3,55	4,09	2,96
PROM	1,50	1,19	1,83	2,26	2,34	2,46	2,76	2,71	2,72	2,73	2,96	3,58	2,43

Fuente: Instituto de Mercadeo Agropecuario de Panamá.

<sup>1</sup> <http://www.panamaamerica.com.pa/content/guand%C3%BA-registra-alzas-m%C3%A1s-importantes-entre-los-productos-criollos>

<sup>2</sup> <http://www.critica.com.pa/notas/1660861-guandu-podria-costar-mas->

<sup>3</sup> <http://www.migracion.gob.pa/images/Noticias/Fotos%20e%20imagenes/PUBLICAR%20MOVIMIENTO%20MIGRATORIO%202014.pdf>

<sup>4</sup> [http://www.ima.gob.pa/ima/uploads/userfiles/file/Mac%20Anual/2013/Mac%202013\(1\).pdf](http://www.ima.gob.pa/ima/uploads/userfiles/file/Mac%20Anual/2013/Mac%202013(1).pdf)

La producción para la comercialización nacional está liderada exclusivamente por la empresa Nestlé la cual, a través de su marca Maggi, compra la producción a la Asociación de Productores Agropecuarios Cañaveral de San Francisco, en Veraguas, gremio que encabeza la siembra grupal. En el país se cultivan 206 hectáreas de guandú, de las que la provincia de Panamá concentra la mayor cantidad de plantaciones, seguida por Chiriquí y Veraguas<sup>5</sup>.

Existe empresas locales como Supermercados Rey, El Machetazo y Súper Extra que venden guandú bajo la marca de sus respectivos supermercados; sin embargo, el producto ya viene enlatado.

### 1.1.2 Importaciones

Las importaciones de guandú (frijol de palo) se hacen mediante tres partidas arancelarias. Las relacionadas a guandú enlatado no están afectadas por el impuesto de importación a diferencia del guandú de palo (0713.60.90), el cual debe pagar un 15% por su introducción a Panamá.

Partida arancelaria	Producto
2005.99.93	Guandú enlatado (preparaciones).
2005.99.61	Guandú de palo.
0713.60.90 <sup>1</sup>	Los demás (guandú de palo).

Fuente: Autoridad Nacional de Aduanas de Panamá.  
(1) Los montos registrados son referenciales.

**Tabla 2. Importaciones por valor 2013 (USD).**

Año	Guandú enlatado	Frijol de palo (seco)
2013	USD 1 289 691	USD 32 611

Fuente: Contraloría General de la República; Instituto Nacional de Estadística.

**Tabla 3. Importaciones por volumen 2013 (Peso neto en kilogramos).**

Año	Guandú Enlatado	Frijol de palo
2013	1 001 485	25 556

Fuente: Contraloría General de la República; Instituto Nacional de Estadística.

### Importaciones por país (año 2013):

A continuación se muestra las tablas de las importaciones de guandú enlatado y frijol de palo en Panamá según sus países de origen, donde se comprueba que Perú es uno de los grandes proveedores de estas partidas; de hecho, el primer y más importante proveedor de frijol de palo.

Como se puede observar, Perú es el principal proveedor para el mercado panameño, tanto de guandú enlatado como de frijol de palo, al ocupar en el total de importaciones una cuota más que considerable.

**Tabla 4. Importaciones panameñas de guandú enlatado por países. Fracción arancelaria 2005.99.93 y 2005.99.61. Año 2013.**

	Peso bruto (kg)	Peso neto (Kg)	Valor USD	Participación
Perú	582 530	581 510	749 207	58%
Ecuador	410 124	410 124	522 650	41%
Estados Unidos	2 126	2 126	5 173	0%
México	2 290	2 290	2 031	0%
República Dominicana	5 435	5 435	10 630	1%

Fuente: Contraloría General de la República; Instituto Nacional de Estadística.

**Tabla 5. Importación por país de frijol de palo (guandú seco), por países. Fracción arancelaria 0713.60.90. Año 2013.**

	Peso bruto (kg)	Peso neto (Kg)	Valor USD	Participación
Perú	25 311	25 183	31 876	98%
USA	373	373	735	2%

Fuente: Contraloría General de la República; Instituto Nacional de Estadística.

<sup>5</sup> <http://www.prensa.com/impreso/economia/ingrediente-supremo/398577>

### 1.1.3 Exportaciones peruanas a Panamá

En el año 2013, Perú exportó a Panamá la suma de USD 1 091 238,84 (según el portal Infotrade de PROMPERÚ), a diferencia de la información suministrada por la Contraloría General de la República de Panamá, la cual refleja una cifra menor en sus importaciones.

En términos generales, la exportación de frijol en conserva (frijol de palo) de Perú al mundo disminuyó en el año 2013 un 53%

con exportaciones por el valor de USD 7,2 millones en comparación con los USD 15,2 millones logrados en el año 2012. La empresa Vínculos Agrícolas exportó USD 3,2 millones (44% del total), seguida por Procesadora Perú con USD 2,9 millones (40%). Por su parte, VeF se retiró del mercado luego de haber exportado en el 2012 USD 4,3 millones<sup>6</sup>.

Las empresas peruanas que reportaron ventas considerables al mercado panameño en el año 2013 fueron:

**Tabla 6. Empresas con ventas importantes al mercado panameño. Partida 2005510000<sup>7</sup>.**

RUC	Empresa	Peso neto (kg)	Valor FOB (USD)
20504065121	Vínculos Agrícolas E. I. R. L.	841 936,00	1 065 163,30
20479735892	Alpes Chiclayo S. A. C.	18 250,00	22 872,54
20480319860	VeF S. A. C.	2 652,00	3 203,00
<b>TOTAL</b>		<b>862 838,00</b>	<b>1 091 238,84</b>

Fuente: Infotrade, Perú.

<sup>6</sup> <http://www.agrodataperu.com/2014/01/frejol-conservas-frejol-de-palo-peru-exportacion-diciembre-2013.html>

<sup>7</sup> No se ha considerado la partida 071306, debido a que ésta no existe en Panamá, la más cercana es la 07131090; pero es para siembra.

**Tabla 7. Exportación de frijoles de Perú a los distintos países. 2013.**

Cód. país	Nombre del país	Peso neto (kg)	Valor FOB (USD)
US	Estados Unidos	3 302 653,83	4 547 786,93
PA	Panamá	862 838,00	1 091 238,84
PR	Puerto Rico	664 076,97	809 719,32
TT	Trinidad y Tobago	260 711,00	333 056,11
BS	Bahamas	209 329,21	292 048,08
CA	Canadá	227 681,00	291 570,80
ES	España	104 558,00	136 225,40
PT	Portugal	72 571,50	95 312,25
NL	Países Bajos (Holanda)	53 176,00	79 037,00
DO	República Dominicana	50 796,00	74 980,80
IT	Italia	48 954,00	66 087,09
JM	Jamaica	36 320,00	48 840,50
CV	Cabo Verde	36 210,00	47 025,00
CO	Colombia	18 338,00	25 573,00
MY	Malasia	23 000,00	25 490,00
AN	Antillas Holandesas	18 644,00	24 620,00

Fuente: Infotrade, Perú.

## 1.2 Características generales

El guandul, gandul, guandú o, como es conocido en muchas regiones, frijol de palo (*Cajanus cajan*) es una planta leguminosa arbustiva de hojas alternadas trifolioladas. Las vainas contienen de 5 a 7 granos, de color verde durante los primeros estadios y amarillento o crema al pasar a la maduración (según la variedad). Crece en suelos pobres y de textura arenoso-franca a arcillosa, aunque algunas de sus variedades toleran la salinidad.

### Principales variedades y sus usos

El origen de la especie se remonta a la India y al África. No existe diversos tipos de frijol de palo, por lo que la denominación científica de su referencia de su única especie es *Cajanus cajan*.

Nutricionalmente, las semillas, utilizadas en la alimentación humana, tienen un alto contenido de lisina y metionina. La utilidad culinaria de las semillas maduras varía entre la preparación de sopas, papillas y harina, mientras que las vainas y semillas sin madurar se usan para la preparación de ensaladas y conservas.

El uso del frijol se ha extendido significativamente en la culinaria del Caribe en países como Colombia (Costa Caribe), República Dominicana, Venezuela, Cuba y en especial en Puerto Rico y Panamá, países en los cuales el arroz con gandules (como se conoce en Puerto Rico) o con guandú (como se le denomina en Panamá, donde incluso se prepara con coco) es considerado un plato nacional.

### 1.2.1 Denominación en el país destino

En la capital panameña el fruto de *Cajanus cajan* es conocido como guandú. En las otras provincias del país o en las zonas rurales se le conoce además como frijol de palo.

### 1.2.2 Precios y márgenes de la competencia

A continuación se presenta los principales productos que ofrece la competencia en Panamá con sus respectivos precios, para lo cual se usó como referencia los precios de un supermercado aleatoriamente visitado en noviembre de 2014.

Producto	Marca	Precio USD	Tamaño	Origen
Guandú Bien Panameño regular	Maggi	1,70	312 gramos	Nacional
Guandú Bien Panameño con coco	Maggi	2,10	312 gramos	Nacional
Guandú en lata regular	Amapola	1,34	425 gramos	Perú
Guandú con coco	Amapola	1,44	425 gramos	Perú
Guandú en lata regular	Kitchen Maid	1,46	425 gramos	Rep. Dominicana
Guandú en lata con coco	Kitchen Maid	1,89	425 gramos	Rep. Dominicana
Guandú en lata regular	Del Monte	1,58	425 gramos	Ecuador
Guandú en lata con coco	Del Monte	1,68	425 gramos	Ecuador

Fuente: Principales supermercados de Panamá.

## 02

## Condiciones de acceso

## 2.1 Aranceles

El guandú o frijol de palo (tanto enlatado como seco) tiene la siguiente tarifa arancelaria de acuerdo a la quinta enmienda arancelaria aprobada mediante la Ley N.o 26 del 17 de abril de 2013<sup>8</sup>.

La única barrera de mercado existente es la arancelaria que representa una tarifa fija del 15% al frijol de palo (guandú seco), representado en la partida arancelaria 0713.60.90 (los demás); aunque aplicando los términos del Tratado de Libre Comercio Panamá-Perú se está pagando una tarifa preferencial de 3% hasta el año 2015, a partir del cual el arancel será 0%. En contraposición, para los Estados Unidos de América y para

Ecuador no hay aranceles preferenciales a este producto, motivo por el que se someten a lo establecido en la Enmienda Arancelaria de amortizar la tarifa regular de 15%.

## 2.2 Requisitos del comprador específicos

Todo el marco legal para introducir un producto alimenticio lo administra la AUPSA. Respecto a estos productos véase la normativa legal requerida en el siguiente punto.

## 2.3 Barreras/estándares/normas (resúmenes y enlaces)

Todo producto alimenticio que ingrese a

Panamá tiene que ser inspeccionado por la Autoridad de Seguridad de Alimentos de Panamá (AUPSA) y cumplir sus requisitos. Estos difieren en función de si el producto conlleva una transformación o proceso industrial como es el caso del guandú enlatado, a diferencia del guandú seco.

## Requisitos y procedimientos para inscribir alimentos importados para todos los países exceptuando Estados Unidos:

- Cumplir con el **Decreto Ley N.o 11 del 22 de febrero de 2006**, publicado en **Gaceta Oficial 25493 del 24 de febrero de 2006**.

Enlace:

<http://faolex.fao.org/docs/pdf/pan62174.pdf>

## Requisito sanitario y/o fitosanitario para importar frijol de palo procedente de Perú bajo el código arancelario 0713.31.90:

- Cumplir con el **Resuelto AUPSA-DINAN-127-2007 del 20 de marzo de 2007**, el cual puede verificarse a través de la página web de la AUPSA.

Enlace:

<http://200.46.196.147/aupsa/requisitos/RSF-DINAN-No217frijolesperu.pdf>

## Requisito sanitario y/o fitosanitario para la importación de alimentos industrializados y/o procesados destinados al consumo humano, uso directo o transformación (guandú enlatado):

- Cumplir con el **Resuelto AUPSA-DINAN-002-2012 del 16 de enero de 2012**, el cual puede verificarse a través de la página web de la AUPSA.

Enlace:

<http://200.46.196.147/aupsa/requisitos/Fe%20Errata%20de%20057-2008.pdf>

## 2.4 Requisitos del consumidor: tendencias del consumidor / perspectivas del mercado / ventajas del producto

Existe una amplia variedad de marcas en el mercado panameño en diversos formatos de presentación, de los cuales los principales para las latas de guandú importadas son los de 312 y 425 gramos. Sus principales puntos de venta son cadenas de supermer-

Código arancelario	Producto	Tarifa
0713.60.90	Los demás (Guisantes (arvejas, chícharos) de palo, gandú o gandul (Cajanus cajan)	15%
2005.99.61	Guisantes (arvejas chícharos) de palo, gandu o gandul (Cajanus cajan).*	0%
2005.99.93	Preparaciones de gandú o gandul (cajanus cajan) con o sin coco.	0%*

<sup>8</sup> [http://www.ana.gob.pa/images/PDF/arancel/arancel\\_nacional\\_aplicado.pdf](http://www.ana.gob.pa/images/PDF/arancel/arancel_nacional_aplicado.pdf)

## 03

## Distribución y canales de comercialización

cados (Súper 99, Rey, Riba Smith, Casa de la Carne) tiendas y abarroterías a lo largo del territorio nacional. En otras provincias del país suele encontrarse tamaños menores a 425 gramos debido al consumidor de la zona rural, quien busca un producto más económico para no tener que comprar latas grandes.

Los estándares de preferencia del panameño a la hora de adquirir un guandú son, por un lado, que su sabor sea lo más semejante al guandú fresco y, por otro lado, el aroma que le aporte al arroz. Como se mencionó anteriormente, este tipo de producto, a pesar de ser enlatado, representa la mayor oferta existente en el mercado ya que el guandú fresco se vende por temporadas y es mucho más costoso que el producto enlatado, por lo que el consumidor puede verse persuadido para comprar este último por la accesibilidad del producto sin tener que ir a mercados públicos o acudir a vendedores ambulantes que vendan el grano fresco.

El guandú con coco es muy gustado especialmente en la provincia de Colón la cual tiene gran influencia caribeña en su cocina pero la población en general también es consumidora del producto.

### Estrategias de promoción generales

Dada la amplia variedad de guandú enlatado existente en el mercado, se sugiere que toda estrategia de promoción vaya necesariamente asociada a un producto que

supere las expectativas del consumidor. La mayoría de las marcas de guandú ofrecen el tradicional y el saborizado con coco, por lo que se recomienda estudiar el desarrollo de nuevos sabores o acompañamientos al guandú. Actualmente, el único atractivo en el mercado panameño es el precio, aunque uno de los factores de compra más importantes consiste en que el sabor sea lo más natural posible. Otro elemento diferenciador y atractivo es el envase con tapa abrefácil inicialmente desarrollado por Nestlé, marca Suiza que tiene sus oficinas corporativas en Panamá y desde donde coordina todas sus operaciones en Centroamérica. Con respecto al guandú, esta empresa posee en Panamá grandes hectáreas de cultivo y fábricas para llevar a cabo el proceso de empaquetamiento.

Toda nueva marca en el mercado requiere exposición ya sea en punto de venta como mediáticamente y más en un país donde el panameño tradicional no suele experimentar con productos o marcas desconocidas. Para lograrlo, se recomienda dar a conocer el producto en revistas locales de cocina así como en los principales diarios de la localidad. Por ejemplo, si se desea captar la atención del ama de casa podría publicarse en diarios como La Prensa, El Siglo o Día a Día, e incluso buscar un espacio en los programas matutinos de televisión donde se prepare recetas culinarias.

### 3.1 Canales de comercialización

En el ámbito de la comercialización, el canal Horeca es fundamental para este tipo de producto debido a que el número de restaurantes en la ciudad de Panamá está creciendo y diversificando su oferta. El guandú es un grano reconocido en toda América Latina, por lo cual la variedad de platos y recetas que lo incluyen es bastante amplia. Los Hoteles y Resorts, por su parte, ofrecen en muchos casos paquetes turísticos "todo incluido", razón por la cual demandan una producción de alimentos masiva y constante.

Por su parte, el canal detallista (retail) dispone de gran cobertura aunque es considerado el más competitivo debido a que

quien les vende suele estar sujeto a las políticas de la cadena de supermercados, las cuales requieren en muchos casos altas inversiones por aprobación de producto, participación en promociones institucionales, entre otros. Tal es así que las cadenas han optado por la creación de marcas propias para productos como el guandú el cual es producido en su totalidad en el extranjero a solicitud de las propias cadenas.

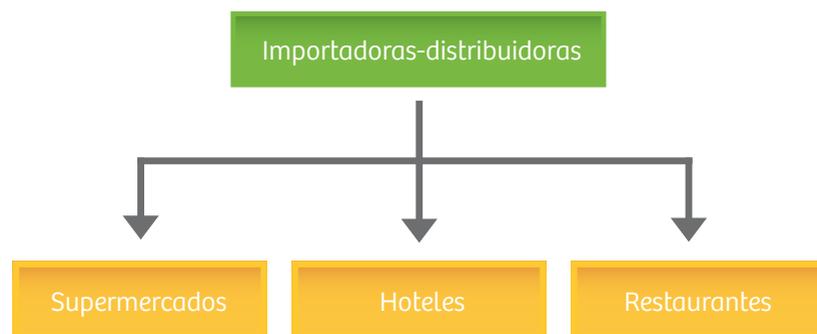
### 3.2 Principales importadores de guandú

Las principales empresas importadoras de guandú enlatado en el año 2013 según estadísticas de Aduanas (SICE) fueron las siguientes:

Empresa importadora local	Valor CIF – USD	% del total en 2013
H. Tzanetatos, Inc.	416 192,13	32%
Prover Alimentos	295 076,77	23%
Del Monte	270 081,26	21%
Global Star International, Inc.	252 392,89	19%
Importadora Ricamar	28 238,17	2%
Representaciones J. Tejeira	24 122,85	2%
Grupo Barsash	10 630,36	1%
Manico	3 043,55	0%
<b>TOTAL</b>	<b>1 299 777,98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoridad Nacional de Aduanas de Panamá.

Gráfico 1. Mapa de la cadena de distribución.



Las grandes cadenas importadoras son las encargadas de distribuir a los supermercados, hoteles y restaurantes de la localidad. Entre las principales importadoras de alimentos podemos destacar a H. Tzanetatos, Global Star International, Del Monte, entre otros.

### 3.3 Vías de acceso al cliente / mercado

La entrada al país de este tipo de producto se hace principalmente a través de la red portuaria de transporte marítimo. Panamá cuenta con modernas infraestructuras portuarias en ambos mares y, en cuanto a la conectividad, dispone tanto del canal de Panamá como del ferrocarril (el cual es catalogado como una zona franca sobre ruedas ya que en él se puede transportar mercadería de un extremo a otro del país sin tocar territorio fiscal).

De acuerdo a la importancia de los principales países importadores de guandú (frijol de palo), Perú es el octavo usuario del canal de Panamá, Ecuador ocupa la séptima posición y Estados Unidos la primera posición.

La principal vía de acceso a Panamá de las importaciones provenientes del Perú es a través del Puerto de Balboa en la costa Pacífica.

### 3.4 Centros de distribución

La Zona Libre de Colón es la zona franca más grande del Hemisferio Occidental. Desde 1948 ha ido consolidándose como el principal centro de distribución de América Latina y el Caribe, ya que a través de Panamá se tiene acceso a un mercado de más de 3,5 billones de personas. Cuenta con empresas que administran amplias bodegas y la Zona Libre en sí ofrece una serie de beneficios para los empresarios

que en ella se encuentran instalados. Al día de hoy son más de 3 094 las empresas allí instaladas y en 2013 generó un movimiento comercial mayor a los USD 27 421,20 millones<sup>9</sup>.

#### Contrato de arrendamiento de lote:

La Zona Libre de Colón alquila lotes de terreno a sociedades locales para construir depósitos y espacios de oficinas para su propio uso o para alquilar a terceras personas.

#### Permiso de operación:

Los edificios privados son alquilados previa autorización de la Administración de la Zona Libre de Colón.

#### Contrato de representación:

Las regulaciones de la Zona Libre permiten que las sociedades sean representadas por otras sociedades que se encuentran ya establecidas en el área.

#### Contrato de depósito público:

Se ofrece el servicio de depósito público a aquellas corporaciones que deseen abrir operaciones dentro de la Zona Libre, pero que no desean alquilar lotes, terrenos o espacios físicos en los edificios o ser representadas por alguna otra empresa.

Temas	Detalles
Depósito de garantía	USD 5 560 (un solo pago), para los casos de permiso de operación.
	Para los casos de arrendamiento será el equivalente a tres meses de alquiler.
	Servicios notariales y timbres fiscales.
Permisos de operación	USD 2 400 de costo anual.
	Subarriendos en edificios privados o de propiedad de Zona Libre de Colón.
Clave de operación	Usuarios USD 5 000 (anual).
	Representado USD 5 000 (anual).
	Depósito público USD 2 500 (anual).

<sup>9</sup> [http://www.zolicol.gob.pa/imagenes/pdf/compendio\\_2009\\_2013\\_corregido.pdf](http://www.zolicol.gob.pa/imagenes/pdf/compendio_2009_2013_corregido.pdf)

## 04

## Datos de contacto de importadores

Temas	Detalles
Arrendamiento tierra (pago mensual)	Colón USD 1,40 x m2.
	France Field USD 0,80 x m2.
	Coco Solo USD 0,80 x m2.
	Coco Solito USD 0,50 x m2.
	Davis USD 0,50 x m2.
Servicio de almacenaje	Entrada de carga marítima y terrestre USD 50.
Recolección de basura (pago mensual)	USD 30 a USD 120 dependiendo del m2.
Tasa de seguridad (pago mensual)	USD 100,00 hasta 834 m2, de 834 m2 en adelante pagarán USD 0,12 por metro cuadrado arrendado.
	Los permisos de operación pagan una tasa de USD 100.
Formularios digitales del DMCE	USD 15.
Derechos y obligaciones	Emplear un mínimo de cinco (5) trabajadores panameños.
	Reexportar un mínimo de 60% de la mercancía importada.
	Pago del alquiler los 5 primeros días del mes.
	Reportar todo movimiento comercial a la Administración de la Zona Libre de Colón.
	Las empresas establecidas están obligadas a suministrar a la Unidad de Análisis Financiero las declaraciones sobre transacciones de efectivo y cuasi efectivo superior a los USD 10 000.

**H. Tzaneatos / VeF S. A. C.**

- Dirección: casa matriz, Vía Tocumen.
- Teléfono: (507) 220-1977.
- Página web: <http://www.htzaneatos.com/>
- Principales productos: guandú con coco y guandú.

**VeF S. A. C.**

- Dirección: carretera Panamericana norte.
- Teléfono: (507) 074-281611.
- Página web: N.D.
- Principales productos: guandú hervido con sal y agua.

**Representaciones Tejera**

- Dirección: av. 13 E Norte Altos de Betania Local 52, Panamá.
- Teléfono: (507) 261-3057.
- Página web: <http://www.tejera.com/>
- Principales productos: guandú en agua y sal.

**Vegyfrut**

- Dirección: Panamá, Balboa Ancón.
- Teléfono: (507) 6924-7403
- Página web: <http://www.vegyfrut.com/>
- Principales productos: guandúes hervidos con sal y agua.

**Supermercados Xtra**

- Dirección: Juan Díaz, urbanización de Ciudad Radial, calle 7.a, a 500 m de la entrada, Panamá.
- Teléfono: (507) 290-9000 / 290-9077.
- Página web: <http://www.superextra.com/>
- Principales productos: guandúes hervidos con sal y agua.

**Otros importadores**

- Importadora y Exportadora LIA: empresa familiar panameña fundada en el año 2006; dedicada a la importación, exportación, comercialización y distribución al por mayor de productos alimenticios.
- Supermercado 99: cadena de supermercados. Página web: <http://www.super99.com/>
- Riba Smith: cadena de supermercados. Página web: <http://ribasmith.com/>
- Supermercados Rey: cadena de supermercados. Página web: <http://www.smrey.com/>

# 05

## Fuentes de información

### 5.1 Instituciones y entidades

- Ministerio de Desarrollo Agropecuario  
<http://www.panamatramita.gob.pa/institucion/ministerio-de-desarrollo-agropecuario>
- Registro Público  
<http://www.registro-publico.gob.pa/>
- Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Panamá  
<http://www.ampyme.gob.pa/>
- Autoridad de Turismo en Panamá  
<http://www.atp.gob.pa/>
- Contraloría General de La República  
<http://www.contraloria.gob.pa/inec>
- Instituto de Investigaciones Agropecuarias de Panamá  
<http://www.idiap.gob.pa/>
- Asociación de Panameña de Agricultura Orgánica  
<http://fundacionapae.blogspot.com/>
- Estudio previo realizado por Opera Global Business para Mincetur, Perú.
- Instituto de Mercadeo Agropecuario  
<http://www.ima.gob.pa/>

### 5.2 Ferias comerciales

#### 5.2.1 Panamá Gastronómica. Feria internacional.

Constituye la feria gastronómica más importante en Panamá. Cuenta con la presencia de importantes marcas del sector gastronómico, reconocidos chefs nacionales e internacionales y destacados restaurantes de la ciudad, todo ello acompañado de exquisitos vinos gracias al evento denominado “la Ruta del vino”.

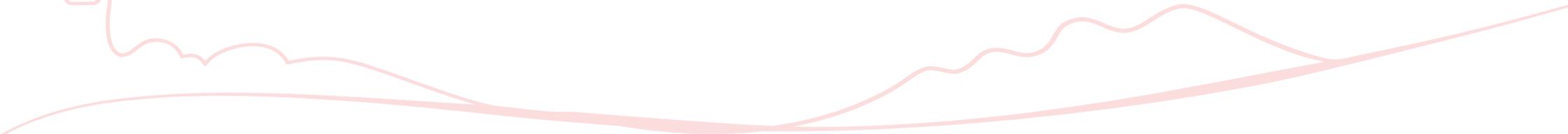
Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, hostelería, libros, turismo, vino, alimentos, delicatessen, enología, equipamiento de cocina.
- Periodicidad: anual.
- Público: privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 28 al 30 de agosto de 2015.

- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web:  
<http://panamagastronomica.com>
- Organizador: Panamá Gastronómica.
- Contacto:  
Tel.: (507) 396-0375.  
Correo electrónico:  
[info@panamagastronomica.com](mailto:info@panamagastronomica.com)

#### 5.2.2 Expo Gourmet Panamá

La alta gastronomía es la protagonista de **Expo Gourmet Panamá**, un evento que reúne a **profesionales, académicos y estudiantes de cocina de toda Latinoamérica** para acercarles las últimas novedades y tendencias del sector y potenciar el intercambio de conocimientos y experiencias entre ellos.



Este encuentro, constituido por una exposición comercial y por el Congreso Internacional de Alta Cocina Panamá (CIAC Panamá), cuenta con la presencia de chefs de renombre internacional.

Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, vino, comida gourmet, delicatessen, gastronomía, restaurantes.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: no hay fijada ninguna fecha prevista.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://www.expogourmetpanama.com/>
- Organizador: Eventgroup Panamá.
- Contacto: Tel.: (507) 394-1027.  
Correo electrónico: [info@expogourmetpanama.com](mailto:info@expogourmetpanama.com)

### 5.2.3 Expocomer

Expocomer es una exposición comercial multisectorial que agrupa diversas categorías, entre las cuales las más destacadas son: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios.

Este es el sitio ideal para dar a conocer sus líneas de productos a nivel local y regional y lanzar nuevos productos al mercado, así como para evaluar la competencia. Es también un certamen clave para obtener la representación de productos extranjeros en Panamá y utilizar la Zona Libre de Colón como puente para la reexportación de estos.

Datos de la feria:

- Sectores: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 11 al 14 de marzo 2015.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.

- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://expocomer.com/es/>
- Organizador: CCIAP (Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá).
- Contacto: Tel.: (507) 207-3434.  
Correo electrónico: [expocomer@panacamara.org](mailto:expocomer@panacamara.org)

### 5.2.4 Panama Food Expo Show

Panama Food Expo Show es una feria internacional dedicada a brindar al sector agroalimentario la posibilidad de exponer sus productos y realizar contactos comerciales sumamente provechosos con potenciales compradores.

En esta feria encontrará exhibiciones de frutas y vegetales frescos, alimentos y bebidas; proveedores de materias primas, maquinarias, equipos, y servicios relacionados al sector alimentario.

Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, gastronomía.
- Periodicidad: anual.
- Público: privado, profesional.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 18 al 20 de julio de 2013 (aún no hay fecha fijada para 2014).
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://panamafoodexpo.com/>
- Organizador: Ingenieros de Alimentos-Consultores.
- Contacto: Tel.: (507) 222-2221 / (507) 6488-3754.  
Correo electrónico: [tnieves@ingenieriadealimentos.com](mailto:tnieves@ingenieriadealimentos.com)  
[info@panamafoodexpo.com](mailto:info@panamafoodexpo.com)

# Plan de Desarrollo de Mercado Panamá



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

