



Perfil de mercado -Granos andinos-



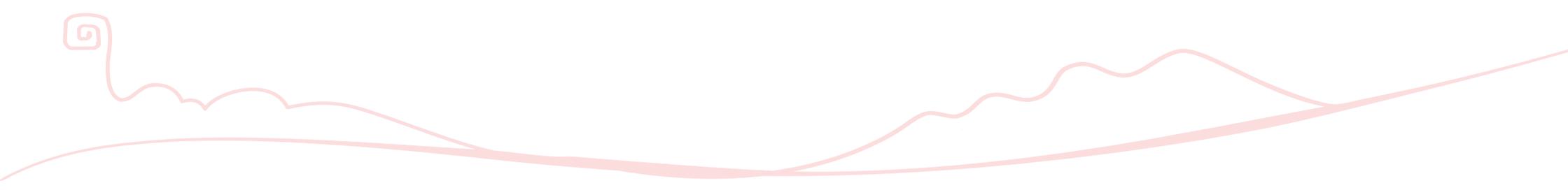
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Mercado	4
02. Condiciones de acceso	23
03. Distribución y canales de comercialización	29
04. Directorio de importadores con potencial	30
05. Fuentes de información	31



01

Mercado

1.1 Tamaño de mercado (demanda del producto específico)

La quinua, la maca, kiwicha y la chía son productos no conocidos por el consumidor promedio panameño. Por ende, solamente quienes tienen hábitos y/o costumbres de consumir productos naturistas tienen el conocimiento de estos, como también quienes han tenido contacto con ellos en otros países. Durante los últimos diez años en Panamá han surgido nuevos negocios en torno a la venta de productos naturistas en tiendas especializadas y a partir del año 2013 productos como la quinua y la chía han ingresado a los supermercados panameños; algunos de ellos son originarios de Perú mientras que otros son empacados en Estados Unidos u otro país pero fueron elaborados con materia prima de Perú o Ecuador.

El último censo realizado en el año 2014 refleja una población total de 3,4 millones de habitantes en la cual la distribución por sexos es bastante uniforme: el 50,3% son hombres y el 49,7% corresponde a mujeres. Panamá es un país con una población relativamente joven, donde el 81% de ella es menor de 50 años.

1.1.1 Producción local (exportaciones del mercado)

Este es un producto netamente importado. No existen cultivos ni producción de granos andinos tales como quinua, la maca y la kiwicha.

1.1.2 Importaciones

Partidas arancelarias:

Los granos andinos como la maca y kiwicha, al ser poco conocidos y consumidos en el mercado panameño, no están descritos con aranceles que hagan referencia a ellos; por lo tanto, son categorizados dentro de la partida "Los demás", número 1008.90.00. Por su parte, la quinua sí tiene un arancel específico el cual es 1008.50.00, aunque se ha observado que para importaciones de producto a granel la quinua se importa bajo el arancel 1008.90.00 (los demás).

Tabla 1. Estructura por edad de la población panameña según censo del año 2010.

Rango de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
0-4 años	165 327	158 464	323 791
5-9 años	169 100	161 780	330 880
10-14 años	173 247	166 161	339 408
15-19 años	149 938	146 052	295 990
20-24 años	141 563	139 661	281 224
25-29 años	134 629	135 059	269 688
30-34 años	125 910	126 630	252 540
35-39 años	121 789	122 108	243 897
40-44 años	112 136	110 922	223 058
45-49 años	97 807	96 943	194 750
50-54 años	79 165	79 669	158 834
55-59 años	65 411	64 978	130 389
60-64 años	55 244	54 579	109 823
65-69 años	41 268	41 399	82 667
70-74 años	32 012	32 702	64 714
75-79 años	21 565	23 215	44 780
80-84 años	13 994	16 231	30 225
85-89 años	7 696	9 809	17 505
90-94 años	3 248	4 685	7 933
95-98 años	926	1 406	2 332
99 y más años	296	537	833
No declarada	313	239	552
Total	1 712 584	1 693 229	3 405 813

Fuente: Censos Nacionales 2010 Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá.

Tabla 2. Número de partida arancelaria en Panamá para la quinua y demás cereales (maca, kiwicha, chía).

Partidas (Panamá)	Descripción
1008.50.00	Quinua (quinoa).
1008.90.00	Los demás cereales
1212.99.00	Semillas de otras especies utilizadas principalmente en la alimentación humana, no expresadas ni comprendidas en otra parte (lo cual incluye: semillas de chía (Salvia hispanica L) secas).

Fuente: Autoridad Nacional de Aduanas de Panamá.

Importaciones de Panamá por valor y peso:

Como hemos indicado en párrafos anteriores, Panamá registra las importaciones de quinua regularmente bajo las partidas 1008.50.00 y 1008.90.00. A continuación se detalla la información que refleja la Contraloría de Panamá sobre las importaciones de los granos andinos sujetos a este estudio.

1.1.3 Exportaciones peruanas a Panamá

Con respecto a la quinua, según Info-trade de Promperú la partida que refleja las exportaciones peruanas de quinua

a Panamá es la 1008.50.90.00. Sin embargo, el ingreso de dicha mercancía a Panamá todo indica que es registrado en otras partidas que no corresponden a la 1008.50.00 y a la 1008.90.00. Si tomamos en cuenta los valores podemos considerar que parte de este producto exportado a Panamá desde Perú es reexportado por medio de las zonas francas a otros países.

Para fines de exportación, el Perú suele utilizar las siguientes partidas para la quinua, las cuales han sido consideradas como referencia para conocer el valor de las exportaciones de dicho producto a Panamá según información de Perú.

Tabla 2. Importaciones panameñas de granos para las partidas 1008.50.00 y 1008.90.00. Años 2012 y 2013.

	Importación (P)					
	Peso (en kilos)				Valor en USD	
	Bruto		Neto		CIF	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Partida: 1008.50.00						
Quinua (quinoa) (chenopodium)						
Almacenes de depósito (Panamá)		70		70		633,00
España		122		122		484,00
Estados Unidos de América	222	912	222	912	1 015,00	4 494,00
Perú		907		907		3 542,00
Zona Libre de Colón (Panamá)		48		48		177,00
TOTAL	222	2 059	222	2 059	1 015,00	9 330,00
Partida: 1008.90.00						
Los demás cereales, excepto alforfón, mijo, alpiste, fonio, quinua y triticale.						
Perú	241	288	241	288	776,00	1 145,00
TOTAL	241	288	241	288	776,00	1 145,00
Partida: 1212.99.00						
Semillas de otras especies utilizadas principalmente en la alimentación humana, no expresadas ni comprendidas en otra parte (lo cual incluye:						
Alemania		95		95		283,00
China (Continental)	3 847		3 847		7 694,00	
Colombia	1 400		1 400		4 160,00	
España	581		581		1 742,00	
Estados Unidos de América	8 169	5 621	8 169	5 621	18 918,00	17 299,00
Italia		92		92		279,00
Japón	168	5 851	168	5 851	295,00	23
Perú	5 990		5 990		25	
TOTAL	20 155	11 659	20 155	11 659	58	40

Fuente: Sistema Integrado de Comercio Exterior Consultas. Contraloría de Panamá.

Tabla 3. Número de partida arancelaria en Perú para la quinua.

Partida	Descripción
1008.50.90.00	Los demás quinua (quinoa) (Chenopodium quinoa) excepto para siembra.

Fuente: Infotrade. Promperú.

Tabla 4. Exportaciones de Perú a Panamá bajo la partida 1008.50.90.00 para la quinua. Años 2012 a 2014. Según empresa exportadora peruana.

	Peso neto (kg)			Valor FOB (USD)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Vínculos Agrícolas E. I. R. L.	18 200,70			48 695,00		
Distribuidora Latinoandina	156,60			739,56		
Food Export Norte S. A. C.		907			3 460,97	
Distribuidora Latinoandina		205			1 061,00	
Grupo Orgánico Nacional S. A.			19 957,96			130 726,66
Interamsa Agroindustrial S. A. C.			16 073,00			98 500,00
Grupo Orgánico Nacional S. A.			20 000,00			109 000,00
Vínculos Agrícolas E. I. R. L.			1 420,84			9 866,00
TOTAL	18 357,30	1 112	57 451,80	49 434,56	4 521,97	348 092,66

Fuente: Infotrade. Promperú.

Maca

Tabla 5. Número de partida arancelaria en Perú para la maca.

Partida	Descripción
1106.20.10.00	Harina, sémola y polvo de maca (Lepidium meyenii)
0714.90.10.00	Maca (Lepidium meyenii), frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en pellets

Fuente: Infotrade. Promperú.

Tabla 6. Exportaciones de Perú a Panamá bajo la partida 1008.50.90.00 para la maca. Años 2011 a 2014. Según empresa exportadora peruana.

	Peso neto (kg)				Valor FOB (USD)			
	2011	2012*	2013	2014	2011	2012*	2013	2014
Comercial Reichi E. I. R. L.								
Pakeal's Arte Peruano S. R. L.								
Reprs. Señor de Quinuapata	799,24				3 223,00			
Corporación EL Águila E. I. R. L.			22,12				72	
Creaciones e Inversiones Cristina E. I. R.				71,07				600
Tello Sandoval Zoila Irma				123,32				554
Total	799,24	0,00	22,12	194,39	3 223,00	0,00	72,00	1 154,00

Fuente: Infotrade. Promperú.

(*) El año 2012 no reflejó exportaciones de Perú a Panamá.

Tabla 7. Exportaciones de Perú a Panamá bajo la partida 0714.90.10.00 para la maca. Años 2010 a 2014. Según empresa exportadora peruana.

	Peso neto (kg)	Valor FOB (USD)
	2010	2010
Reprs. Señor de Quinuapata	25	70,00
Total	25	70,00

Fuente: Infotrade. Promperú.

La partida 0714.90.10.00 solo reflejó exportaciones de maca para el año 2010.

Kiwicha

Tabla 8. Número de partida arancelaria en Perú para la kiwicha.

Código	Partida
1008.90.20.00	Kiwicha (<i>Amaranthus caudatus</i>)

Fuente: Infotrade. Promperú.

La partida 1008.90.20.00, perteneciente a la kiwicha, no refleja las exportaciones con destino a Panamá.

Chía

Tabla 9. Número de partida arancelaria en Perú para la Chía.

Código	Partida
1207.99.99.00	Los demás las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados excepto semillas de karite y para siembra

Fuente: Infotrade. Promperú.

La partida 1207.99.99.00, perteneciente a la chía, no refleja las exportaciones con destino a Panamá.

1.2 Características generales del producto

La quinua (*Chenopodium quinoa*): quinoa (en Panamá y Centroamérica) o kinwa es un pseudocereal perteneciente a la subfamilia Chenopodioideae de la familia de las amarantáceas. Es un cultivo que se produce en los Andes de Perú, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia y Ecuador, además de en los Estados Unidos¹. Aunque es considerado un pseudocereal porque no pertenece a la familia de las gramíneas donde se hallan los cereales “tradicionales”, debido a su alto contenido de almidón su uso es el de un cereal.

Maca (*Lepidium meyenii*): es una planta perennemente cultivada en lo alto de las montañas andinas a una altitud de entre los 3 800 y los 4 200 m. s. n. m. Es el alimento con más alta tolerancia a las heladas, granizadas, sequías y vientos fuertes que cualquier otro, de allí su fortaleza.

La parte usada es la raíz tuberosa que tiene forma de pera, tiene alrededor de 7 cm de diámetro y de color blanco pálido. Aunque es una planta que continuamente crece como un anuario, se exige de 7 a 9 meses para plantar y producir la cosecha.

Kiwicha (*Amaranthus caudatus*): comúnmente llamada kiwicha (su nombre original del quechua), quihuicha o amaranto, proviene de la familia de las plantas amarantáceas de rápido crecimiento; presenta hojas, tallos y flores morados, rojos y dorados. Es un producto originario de Perú, fue domesticado por los incas y es cultivado desde entonces principalmente en el Valle Sagrado de los Incas en Cusco.

Chía (*Salvia hispanica* L): es una planta herbácea de la familia de las lamiáceas; junto con el lino (*Linum usitatissimum*), es una de las especies vegetales con la mayor concentración de ácido graso alfa-linolénico omega-3 conocidas hasta 2006. Por ello se cultiva para aprovechar sus semillas que, una vez molidas, se utilizan como alimento. Es una herbácea anual que alcanza hasta 1 m de altura, presenta hojas opuestas de 4 a 8 cm de largo y de 3 a 5 cm de ancho, sus flores son hermafroditas, entre purpúreas y blancas, y brotan en ramilletes terminales. La planta florece entre julio y agosto en el hemisferio norte; al cabo del verano, las flores dan lugar a un fruto ovalado cuya semilla es rica en mucílago, fécula y aceite; tiene unos 2 mm de largo por 1,5 mm de ancho, y es ovalada y lustrosa, de color pardo-grisáceo a rojizo².

¹ ¿Dónde se cultiva la quinua hoy en día?: <http://www.fao.org/quinoa-2013/faqs/es/>

² <http://agritradecentralamerica.org/wp-content/uploads/2014/FICHA-TECNICA-CHIA.pdf>

1.3 Usos, formas de consumo, presentaciones, precios y competencia

Quinua:

Propiedades:

A nivel nutricional, la quinua posee los 8 aminoácidos esenciales para el humano, lo cual la hace un alimento muy completo, además de ser de fácil digestión. La quinua es una fuente vegetal de proteínas, no tanto debido a su cantidad sino a su calidad, lo cual le otorga un alto valor biológico. La calidad de las proteínas depende de la composición de los aminoácidos, especialmente de la cantidad de aminoácidos esenciales; así, la lisina, uno de los aminoácidos esenciales más escasos en los alimentos de origen vegetal, está presente en la quinua en proporciones que prácticamente duplican las existentes en los otros cereales. Asimismo, contiene un porcentaje relativamente alto de minerales, entre los que destacan el

potasio y el fósforo, y es apta para el consumo de los celíacos al no contener gluten.

Beneficios:

Considerada ancestralmente como una planta medicinal por la mayor parte de los pueblos tradicionales andinos, entre sus usos más frecuentes se pueden mencionar el tratamiento de abscesos, hemorragias, luxaciones y la elaboración de cosméticos (mascarillas faciales, tratamientos para el cabello). La quinua también contiene altas cantidades de magnesio, que ayuda a relajar los vasos sanguíneos, y es utilizada para el tratamiento de la ansiedad, diabetes, osteoporosis y migraña, entre otras enfermedades.

Maca:

Propiedades:

Debido a su alto valor nutritivo, este tubérculo ancestral es considerado un complemento básico, importante

y esencial en la alimentación de todo tipo de personas. Por ello es considerado un suplemento nutricional natural completo, que está dirigido a: a) niños y adolescentes que necesitan de todas las proteínas y minerales para crecer fuertes y sanos; b) jóvenes y adultos, para mantenerse llenos de energía todo el día; c) personas de la tercera edad, que necesitan de los nutrientes para evitar la descalcificación de huesos además de estimular el organismo con energía natural y; d) atletas o personas con actividades deportivas, que necesitan de todos los aminoácidos esenciales para mantenerse en forma.

Beneficios:

Se han realizado varios estudios a la raíz de la maca para comprender científicamente el efecto y beneficios en los humanos. Efectos que empíricamente son conocidos por las comunidades nativas andinas desde hace siglos. Entre los estudios sobre la actividad fertilizante de la maca destacan:

* Estudio: Efecto del *Lepidium meyenii* (maca) en los parámetros seminales responsables de la fertilidad humana. (Dr. González, 2001, Universidad Peruana de Medicina Cayetano Heredia). Asimismo, en este estudio se consiguió un incremento del volumen seminal, cantidad de espermatozoides, movilidad espermática, con un tratamiento con maca durante un período de 3 meses.

En este estudio, del grupo tratado con maca, en la 4.ª semana, 24,4% de los hombres manifestaron que el tratamiento había incrementado la activación sexual, mientras que en la semana 8 y 12 del tratamiento, la prevalencia de los hombres que manifestaron incremento en su impulso sexual fue de 40,0% y 42,2%, respectivamente. De manera similar, otros estudios llegaron a determinar los siguientes efectos en el ser humano:

- Vigorizante, reconstituyente, rejuvenecedor. Restablece la capacidad y equilibrio corporal.

- Aumenta la fertilidad.
- Reduce el estrés.
- Suplemento en actividades deportivas.
- Evita la caída del cabello.
- No engorda por lo que es recomendable para las dietas.
- Reduce el colesterol.
- Aumenta la capacidad inmunológica del organismo.
- Alivia y regula el ciclo menstrual.
- Regula el funcionamiento hormonal.
- Regula los efectos de la menopausia.

Kiwicha (amaranto):

Propiedades:

- Entre sus principales componentes se encuentra la lisina, elemento necesario para la construcción de todas las proteínas del organismo.
- Es la principal responsable de la absorción de calcio, ayuda enormemente en la recuperación posterior a las intervenciones quirúrgicas y

lesiones deportivas, además de favorecer la producción de hormonas, enzimas y anticuerpos.

- Ayuda a disminuir notablemente los niveles de colesterol en la sangre.
- Favorece el desarrollo mental y estimula la liberación de la hormona del crecimiento, por lo que es recomendable consumirla desde niño.
- Tiene más proteínas de las contenidas en el maíz, el triple de las del trigo y casi igual proporción a las que se hallan en la leche.
- El amaranto ha destronado a la reina del calcio por excelencia: la leche. Esto se debe a que 100 gramos de kiwicha contienen el doble de calcio que el mismo volumen de leche. Recuérdese que la ausencia de dicho componente en la alimentación produce raquitismo y osteoporosis; además, niveles muy bajos de este en la sangre aumentan la irritabilidad de las fibras y los

centros nerviosos, lo cual produce calambres.

- El fósforo, otro de sus componentes principales, interviene en las funciones vitales de las personas y está considerado como un elemento indispensable para el ser humano, pues es el encargado de almacenar y transportar la energía en nuestro organismo. Su ausencia o poca ingesta puede producir cansancio y pérdida de concentración.
- Entre otros de sus elementos se hallan el hierro y las vitaminas A y C, los cuales hacen de la kiwicha uno de los alimentos con mayor contenido nutritivo.

Beneficios:

Son diversas las investigaciones, entre ellas la que se llevó a cabo de manera coordinada entre el Functional Foods Center de Dallas (EE. UU.), la Universidad Estatal de Voronezh, en Rusia, y el Instituto Estatal de Nutrición de la

Academia Rusa de Ciencias Médicas, en Moscú, que indican el valor preventivo y terapéutico del aceite de amaranto para el sistema cardiovascular. Los resultados más relevantes fueron que el consumo de aceite de amaranto disminuyó la cantidad de colesterol total, de triglicéridos y de LDL colesterol (malo) significativamente. Por tanto, y aunque son precisas más investigaciones, los resultados indican que el aceite de amaranto podría ser considerado como un complemento eficaz para la protección cardiovascular.

En el campo de la cosmética, según el investigador Manuel Soriano, del Instituto de Química de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con sede en la capital del país, confirma en una de sus investigaciones que un 7% de la semilla de amaranto (kiwicha) está conformado por aceite con alto contenido de ácidos grasos esenciales (linolénico y linoleico) los cuales se utilizan para elaborar productos auxiliares para

mantener la suavidad de la piel³. La planta de kiwicha puede utilizarse prácticamente en su totalidad por lo que tiene diversos usos para la gastronomía. Así, por ejemplo, los tallos se consumen como verdura y sus hojas se pueden añadir a diferentes guisos o emplear para la elaboración de sopas, cremas o tortillas; además, con sus semillas se elaboran galletas entre otros alimentos. Su principal ventaja consiste en que al carecer de gluten este alimento puede formar parte de la dieta de celíacos.

Chía:

Propiedades:

- No posee gluten en su composición química, por lo que es ideal para la alimentación de personas celíacas.
- Nutricionalmente es una fuente de omega-3 y posee un balance entre sus ácidos linoleicos (omega-3 y omega-6).
- Contienen calcio, hierro, fósforo, vitamina A, potasio, magnesio, niacina y zinc.
- Contiene fibras solubles, antioxidantes naturales.
- Utilizado para la pérdida de peso y obesidad.

- Antiagregante plaquetario.
- Antiinflamatorio.
- Laxante.
- Hipotensor.
- Ayuda a controlar los niveles de colesterol.
- Reduce los niveles de los triglicéridos.
- Usado como hipoglucemiante en casos de diabetes.
- Refuerza el sistema inmunológico.
- Tónico cardíaco y nervioso, previene enfermedades psiquiátricas (depresión, Alzheimer, déficit de atención, esquizofrenia, autismo, estrés).
- Ayuda a combatir los problemas gastrointestinales.
- Ayuda en afecciones cardiovasculares, pulmonares y arteriosclerosis.
- Ayuda a tratar la anemia.
- Ayuda al desarrollo visual y neurológico del feto durante la gestación y la lactancia.
- Disminuye la dermatitis.
- Analgésico por vía tópica (uso de la hoja).
- Actúa como un potente repelente de insectos, evitando la necesidad de usar químicos para proteger los cultivos⁴.

Beneficios:

Aceite y ácidos grasos:

La chía contiene entre un 29 y un 33% de aceite, el cual contiene el mayor porcentaje conocido (62-64%) de ácido graso alfa-linolénico, de la familia de los omega-3. Se ha demostrado científicamente que las grasas omega-3 juegan un rol fundamental en la prevención de las enfermedades cardiovasculares, en el desarrollo y mantenimiento de nuestro sistema nervioso, en la regulación de los procesos inflamatorios y en la prevención de ciertos tipos de cáncer.

Fibra dietética:

La semilla de chía contiene un alto porcentaje de fibra dietética (38%), del cual un 5% está constituido por fibra soluble. Su consumo trae consigo los siguientes beneficios: mejoramiento del tránsito intestinal, regulación de la glucemia posprandial, disminución de la absorción de colesterol y de sustancias cancerígenas, además del desarrollo de una buena flora bacteriana.

Antioxidantes:

La chía tiene un elevado contenido

en antioxidantes. Los más importantes son el ácido clorogénico, ácido cafeico, quercetin y kaempferol. Se ha demostrado que los flavonoles tienen actividades antioxidantes, antiinflamatorias, anticarcinógenas, antivirales, antimutagénicas y de agregado antiplaquetario.

Proteínas:

Esta semilla posee alrededor del 20% de proteínas. Los aminoácidos de la chía no tienen factores limitantes en una dieta para adultos, lo que significa que ésta puede ser incorporada a la dieta humana y mezclada con otros granos con el fin de producir una fuente equilibrada en proteínas. Las proteínas de la semilla de chía, a diferencia del trigo, avena, cebada y centeno, no contienen gluten.

Vitaminas y minerales:

La semilla de chía es una buena fuente de vitaminas del complejo B (niacina, tiamina y ácido fólico) y vitamina A, además de contener calcio, fósforo, magnesio, potasio, hierro, zinc y cobre. Otra ventaja es el muy bajo contenido de sodio que tiene esta semilla.

³ <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=amaranto>

⁴ <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=semillas-chia#1>

1.3.1 Consumo:

El mercado para este tipo de producto no es amplio e inciden tres factores para el consumo del mismo:

- Nivel de ingresos.
- Estilo de vida.
- Conocimiento e interés por productos naturales.

Según estimaciones de la Contraloría General de la República de Panamá, en el 2013 la población del país fue de 3 864 170 personas⁵, lo que supone un incremento de 61 889 habitantes respecto a 2012, cuando la población ascendía a 3 802 281 personas. La mayor parte de la población es masculina, con 1 951 231 hombres, lo que supone el 50,49% del total, frente a las 1 912 939 mujeres que conforman el 49,50%.

El 46% de la población tiene salarios menores a USD 499,99; motivo por el que este sector económicamente bajo busca precios bajos y sus compras están enfocadas en abastecer la canasta básica. En un nivel intermedio se ubican las personas que tienen ingresos entre los USD 500,00 y USD 999,99, las cuales buscan productos de calidad a buen precio y representan el 36% de la población; entre este grupo están aquellas que impulsadas por la moda o un cierto estilo de vida están en la búsqueda de productos saludables. Un 18% lo representan quienes tienen ingresos superiores a USD 1 000,00, los cuales son sujetos potenciales para los productos de este estudio y quienes también incluyen en su dieta productos saludables como consecuencia de sus estilos de vida y el entorno en el que se desarrollan.

Gráfico 6. Rango de nivel de ingresos de los empleados de empresas privadas, según datos de agosto de 2012.

Sueldo mensual en USD	Empleados y monto de sueldos de empresas particulares (privadas)		
	Número		
	Total	Hombres	Mujeres
TOTAL	687 505	442 797	244 708
100,00 - 124,99	23 983	15 574	8 409
125,00 - 149,99	4 064	2 848	1 216
150,00 - 174,99	3 618	2 524	1 094
175,00 - 199,99	4 033	2 746	1 287
200,00 - 249,99	40 072	22 062	18 010
250,00 - 299,99	22 428	15 594	6 834
300,00 - 399,99	64 632	41 210	23 422
400,00 - 499,99	153 068	93 388	59 680
500,00 - 599,99	97 549	62 249	35 300
600,00 - 699,99	60 676	41 112	19 564
700,00 - 799,99	40 130	26 834	13 296
800,00 - 899,99	31 781	21 341	10 440
900,00 - 999,99	19 968	13 699	6 269
1 000,00 - 1 499,99	57 558	38 736	18 822
1 500,00 - 1 999,99	25 505	16 914	8 591
2 000,00 y más	38 440	25 966	12 474

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

⁵ <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/panama>

Adicionalmente a la población panameña, se debe considerar que Panamá es realmente un crisol de razas ya que está compuesta en gran parte de migraciones extranjeras de países de todo el mundo. De América sobresalen la comunidad colombiana, venezolana y los pertenecientes a República Dominicana, entre otras. De Europa, los españoles y los franceses son quienes tienen gran presencia. De Asia, los chinos, los pertenecientes a Israel y los procedentes de India tienen comunidades muy bien representadas y organizadas. Todos ellos, sumados a los americanos y canadienses quienes optan como destino de retiro y turismo Panamá, forman parte del mercado panameño de consumidores.

1.3.2 Presentaciones y precios:

Quinua: suele venderse en supermercados de cadena localizados en estratos altos y tiendas naturistas, donde sobresalen las presentaciones en bolsa y cajeta, aunque los productos tienen poco espacio asignado en las estanterías. El tamaño de la presentación del producto suele ser entre 12 onzas y 14 onzas. Gran parte del

producto ofrecido en Panamá es procedente de Estados Unidos y comercializado como quinua. Diversas marcas norteamericanas suelen empacar productos procedentes de Perú y Ecuador el cual venden como producto “empacado en Estados Unidos” pero haciendo en muchos casos la aclaración que el contenido es originario de Perú o Ecuador.

Al inspeccionar diversos puntos de venta en Panamá podemos indicar de manera referencial que el precio de la quinua puede partir desde USD 5,83 por un empaque de 12 onzas hasta USD 8,25 por un empaque de 14 onzas, ambos procedentes de Estados Unidos; vale mencionar que se percibe un alza de precio para estos productos. En las tiendas naturistas el precio suele ser mayor.

Maca: se comercializa en Panamá en frascos con capacidad para 60, 100 o 250 cápsulas, sus precios son dispersos y pueden oscilar entre USD 20.00 y USD 80.00. Por un lado, este producto se promociona en tiendas naturistas como potenciador sexual. Por otro lado, suele

venderse informalmente por personas quienes ingresan el producto a Panamá como equipaje.

Kiwicha: este grano andino no es comercializado formalmente en Panamá. No tiene presencia en supermercados, restaurantes de origen peruano y tiendas naturistas.

Chia: es mucho más costosa que la quinua, pero al igual que esta suele venderse en paquetes con pesos de entre 12 y 14 onzas. Está disponible en el mercado panameño en algunos supermercados de sectores socialmente altos así como en tiendas naturistas. Como referencia, según investigación en punto de ventas, un paquete de 16 onzas puede costar USD 11,75.

1.3.3 Competencia:

Son diversos los productos que se promocionan con fines benéficos para la salud. La uña de gato, el omega-3, el aloe vera, el noni y muchos más tienen presencia en el mercado panameño, donde son ofrecidos por diversas tiendas naturistas,

farmacias, gimnasios, estéticas, nutricionistas y personas independientes.

La promoción, en la cual suelen utilizar productos similares, está enfocada en resaltar las propiedades, usos y beneficios del producto para lo cual apela a resaltar su carácter natural, una estrategia adecuada puesto que, en el caso de los granos andinos, se debe divulgar el hecho de que los productos procedentes de Perú son superiores a los demás fortaleciendo sus atributos. El gran público panameño desconoce la existencia de estos productos ya que los mismos no sobresalen en las estanterías de los supermercados y porque solo aquel interesado en temas de salud y bienestar corporal se ha autoinstruido y adquirido finalmente el producto.

El panameño responde a las tendencias y la relacionada a los temas de salud está siendo por fin adoptada por los diversos niveles socioeconómicos, quienes gracias a la publicidad en medios televisivos, revistas y periódicos así como también a las referencias de amigos, doctores y otros grupos de influencia está adquiriendo

02

Condiciones de acceso

estilos de vida sanos que incluyen el hacer ejercicio y consumir productos saludables. Toda esta ventana de proyección es la oportunidad que ahora puede iniciarse con la quinua, la maca y la kiwicha, emulando la metodología que siguieron sus antecesores.

En el segmento de adultos, los estudios y publicaciones de los beneficios es un factor muy convincente que puede incidir en la toma de decisión de consumir quinua. Por su parte, los nutricionistas y los gimnasios pueden ser amigos comerciales estratégicos para ingresar al mercado con mayor rapidez.

2.1 Requisitos específicos para los importadores

2.1.1 Aranceles: por TLC

Gracias al tratado de Libre Comercio entre Perú y Panamá desde mayo del año 2012 los productos objetos del presente estudio gozan de cero arancel de importación.

Gráfico 6. Arancel para productos peruanos de las partidas 1008.50.00 y 1008.90.00 para los años 2015 al 2020.

Código arancelario	Descripción	Arancel base						
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1008.50.00	Quinua (quinoa)* (Chenopodium quinoa)	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1008.90.00	Los demás cereales	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1212.99.00	Los demás (incluye La Chia)	15%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Autoridad Nacional de Aduanas.

2.1.2 Requisitos sanitarios

Registro sanitario

Los alimentos importados envasados, embotellados o empacados, con nombre determinado y marca de fábrica, deberán tramitar un registro sanitario en la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA), previo a su importación. Este trámite no requiere abogado, suele ser realizado por el importador o empresa panameña vía web ingresando a <http://www.aupsa.gob.pa> para presentar la solicitud y la documentación requerida para el registro de alimentos preenvasados. La aprobación se otorga en un periodo igual o menor a 15 días.

Documentos para el trámite de registro de alimentos preenvasados

Para el trámite de registro de alimentos preenvasados para consumo humano y animal debe presentar una solicitud mediante memorial petitorio redac-

tado en papel legal 8½" x 13", 8½" x 14" con USD 8,00 (ocho dólares con 00/100) franqueados, detallando la siguiente información:

- Nombre del producto (marca y nombre) según etiqueta.
- Descripción del producto (breve explicación del alimento: bebida, néctar, cereal, etc.) según etiqueta.
- Nombre del fabricante/embalador/distribuidor (según etiqueta) y número de planta de fabricación (aplica para lácteos y cárnicos).
- País de origen (provincia/estado, departamento, ciudad).
- Lugar de procedencia: cuando sea sometido a elaboración en un segundo país que cambie su naturaleza, este deberá considerarse como país de origen para fines de etiquetado.
- Nombre del solicitante, registro único del contribuyente (RUC), dígito verificador (DV) de la empresa, dirección y teléfono.
- Nombre del importador, RUC, DV de la empresa, dirección y teléfono.

- Número de fracción arancelaria.

Documentos que se adjuntan a la solicitud:

- Certificado de Libre Venta (CLV) del país de origen del producto. Debe tener apostilla, la cual se obtiene en el Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú. (Convención de La Haya).
- Fórmula cualitativa-cuantitativa del producto (se deben listar los ingredientes en proporción a su porcentaje de forma decreciente).
- Descripción del método de fabricación del producto (flujograma o monografía).
- Información referente a la conservación y estabilidad biológica del producto. (vida útil del producto y el método utilizado para determinarla).
- Fecha de producción y vencimiento. Se debe explicar cómo está compuesta (rotulada) la fecha. Ejemplo: día / mes / año.
- Cuatro etiquetas del producto.
- Una ilustración gráfica del envase (foto o imagen digital).

Certificado fitosanitario del país de origen del producto

Quien importe quinua, maca o kiwicha a granel o en empaques los cuales serán posteriormente fraccionados deberán adjuntar con su importación el certificado fitosanitario emitido por Senasa (Perú) en donde se haga constancia que el producto ha sido cultivado y embalado en Perú y que el producto se encuentra libre de plagas como la Cadra cautella.

La quinua peruana a granel tiene requisito fitosanitario mediante el Resuelto de la Autoridad de Alimentos de Panamá denominado AUPSA-DINAN-117-2008 del 4 de julio de 2008⁶ el cual permite ingresar dicho producto a territorio panameño.

La chía peruana tiene también su respectivo requisito sanitario para su importación a granel. Nos referimos al resuelto AUPSA-DINAN-042-2014 del 30 de septiembre de 2014 que permite el ingreso de dicho producto bajo esas características al territorio panameño.

⁶ http://200.46.196.147/aupsa/requisitos/Resuelto%20117_2008.pdf

Si bien para la maca y kiwicha a granel no existen requisitos fitosanitarios, lo tanto se recomienda inicialmente importarla envasada o empacada desde el Perú.

2.1.3 Barreras de ingreso

Barreras de mercado:

No existe una barrera de mercado definida para la entrada de este producto a Panamá, siempre y cuando el exportador peruano cumpla con la obtención de su registro sanitario de su producto en el país. No existe barrera sanitaria que impida o dificulte la entrada de estos productos si están envasados o empacados. Para los productos exportados a granel solamente la quinua y chía tienen resuelto sanitario. Para la maca y kiwicha actualmente no existen resueltos sanitarios por lo que no se recomienda exportarla bajo esta presentación, pero si se recomienda previamente hacer consultas, ya que se está trabajando en la obtención de los requisitos.

Se considera una barrera silenciosa del mercado el desconocimiento tanto del producto como del origen del mismo. Se requiere la ejecución de un plan estructurado de promoción que divulgue la existencia, bondades y usos de los granos andinos, especialmente la maca y la

kiwicha. Con respecto a la quinua y chía se debe continuar fortaleciendo el producto para que el mismo continúe ingresando a nuevos sectores de la sociedad.

2.2 Requisitos del consumidor

2.2.1 Tendencias del consumidor

La tendencia de consumo de este tipo de productos toma en cuenta toda la información nutricional del producto como valor agregado. Un producto cuya etiqueta contenga las bondades y propiedades del producto, aunque sea en una presentación sencilla, será más eficiente que un envase colorido o de calidad superior. Lo importante del envase es que debe ser capaz de preservar el producto y transmitir la información que el consumidor necesita para su consumo efectivo.

La frecuencia de compra de estos productos puede variar dependiendo del consumidor al cual vaya dirigido, de modo que si el producto involucra beneficios para toda la familia, su rotación será mayor. Asimismo, si el producto es orientado a un segmento de población mayor, usualmente estos tienen una mayor disciplina en la ingesta diaria, por lo que se hace posible manejar un estimado de cuantos productos llegarán a venderse si se tiene una cartera de clientes definida.

Los nichos de mercado claramente identificados son:

Niños en edad escolar:

Se debe promocionar los beneficios que representa al niño/a el consumir este alimento como suplemento natural a su alimentación. En este caso la presentación del producto sí puede ir asociada con temáticas que atraigan a este segmento de la población. Un cliente potencial puede ser el Ministerio de Educación ya que los programas que desarrolla de comedor infantil a nivel nacional y en las escuelas imparten leche y galletas gratuitamente a los estudiantes de las escuelas públicas. Se trata de una población estudiantil entre 5 a 12 años que representó en 2011 un total de 460 947 estudiantes según estadísticas de colegios oficiales (públicos) del país. Para una información más amplia se recomienda consultar los siguientes enlaces: <http://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P4731511-01.pdf>

<http://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P4731511-02.pdf>

Personas que mantienen un régimen alimenticio con ejercicio:

Se puede llegar a este segmento a través de la venta de este producto en tiendas deportivas y gimnasios, además de las tiendas naturistas en el sector de suplementos alimenticios de beneficio al deportista.

Tercera edad:

Los beneficios de la quinua, al contar esta con 8 aminoácidos y una variada cantidad de minerales y vitaminas, pueden ser una opción de atractivo a los consumidores de la tercera edad que no quieran pastillas sino un producto natural que puedan disfrutar con sus comidas y bebidas diarias.

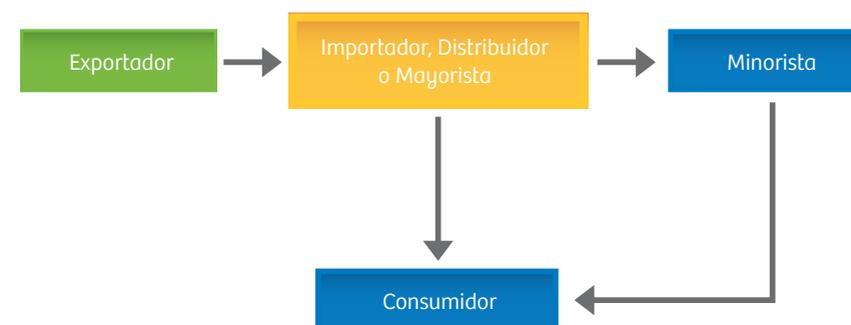
03

Distribución y canales de comercialización

Tabla 10. Estructura de la población panameña por rango de edades en la tercera edad (60 a 100 o más años) según Censo 2010.

Rango de edades	Total	Part. % del total de la pob. 2010	Hombres	Mujeres
60-64	109 823	3,2%	55 244	54 579
65-69	82 667	2,4%	41 268	41 399
70-74	64 714	1,9%	32 012	32 702
75-79	44 780	1,3%	21 565	23 215
80-84	30 225	0,9%	13 994	16 231
85-89	17 505	0,5%	7 696	9 809
90-94	7 933	0,2%	3 248	4 685
95-99	2 715	0,1%	1 079	1 636
100 y más	450	0,01%	143	307
Total tercera edad	360 812	10,6%	176 249	184 563
Total Panamá 0-100	3 405 813	100%	5,2%	5,4%

Fuente: Instituto de Estadística y Censo de Panamá.



Exportador a importador o distribuidor - consumidor o minorista o minorista a consumidor: Este modelo es el aplicable para atender el mercado de ventas al público que concurre a las tiendas de productos naturistas.

Vías de acceso al cliente / mercado:

En el caso del Perú, convienen más los puertos del Pacífico, ruta más corta y rápida pues solo toma de 4 a 5 días en barco, según estadísticas del área de Gerencia de Mercadeo de la Autoridad del Canal de Panamá, al año fiscal 2012.

04

Directorio de importadores con potencial

Bienestar y Nutrición

- Dirección: Boulevard El Dorado, Edif. Don Manuel local #1, Planta Baja.
- Teléfono: (507) 831-6800.
- Página web: <http://www.herbalife.com.pa/>

Sí, es natural

- Dirección: calle Transversal, entre calle Décima y calle 11, parque Lefeuve, a 100 m del colegio episcopal San Cristóbal, Panamá.
- Teléfono: (507) 278-0835.
- Página web: <http://www.siesnaturalpanama.com>

Orgánica

- Dirección: Calle Ramón Jurado, edificio Paitilla Mall, Panamá.
- Teléfono: (507) 390-2000.
- Página web: <http://www.organicastore.com>

Centro de Productos Naturales

- Dirección: calle G-1 el cangrejo, Edificio de Mar, Local N.º 1 Entrando por Rest. El Trapiche, Vía Argentina - El Cangrejo, Panamá.
- Teléfono: (507) 265-4432.

Natures Sunshine Products de Panamá

- Dirección: Vía España, galerías Obarrio, local 62, Panamá.
- Teléfono: (507) 269-2108.
- Página web: <http://www.nspcentroamerica.com/>

Salutex

- Dirección: cl. 68 San Francisco 126, Panamá, Panamá.
- Teléfono: (507) 6617-6358 / (507) 226-4694

Farmacias El Javillo

- Dirección: av. Cincuentenario.
- Teléfono: (507) 301-4095.
- Página web: <http://www.farmaciaseljavillo.com/>

05

Fuentes de información

5.1 Ferias comerciales

5.1.1 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. Es "el lugar donde te encuentras exquisitos olores y sabores que deleitan todos los sentidos", como la fabricación de pan artesanal, un exquisito Parmigiano-Reggiano directo de Italia, el jamón serrano español, salmón, delicados dulces, espectaculares cake y los deliciosos menús de lo más reconocidos restaurantes, todo ello acompañado de exquisitos vinos de la mano de "la Ruta del vino".

Datos de la feria:

- Sectores: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 9 al 12 de marzo de 2015.

- Recinto: Centro de convenciones Atlapa.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://panamagastronomica.com>
- Organizador: CCIAP (Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá).
- Contacto: Tel: (507) 222-2221 / (507) 6488-3754
Correo electrónico: tnieves@ingenieriadealimentos.com
info@panamafoodexposhow.com

5.1.2 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 acercarlos 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
Email: info@expogourmetpanama.com

5.1.3 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, lanzar nuevos productos al

mercado y evaluar la competencia. Es también un certamen clave para obtener la representación de sus productos 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 9 al 12 de marzo de 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

5.1.4 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: fecha por definir.
- 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 /
info@panamafoodexposhow.com

5.2 Fuentes de información adicional

- Autoridad de Seguridad de Alimentos de Panamá.
www.auspa.gob.pa
- Autoridad Nacional de Aduanas.
www.ana.gob.pa/siceconsultas
- Contraloría General de la República;
www.contraloria.gob.pa; INEC
- Estudios previos realizados por Opera Global Business Panamá para la oficina comercial del Perú en Panamá.
- 5.ª Enmienda a la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, conforme a la Recomendación de la Organización Mundial de Aduanas, 26 de junio de 2009. Gaceta Oficial 26,942-B, buscar en www.asamblea.gob.pa, colección de gacetas.
- www.expocomer.com
- www.panamafoodexposhow.com

Plan de Desarrollo de Mercado Panamá



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

