

**Estudio de mercado para alimentos procesados con énfasis en alimentos preparados en República Dominicana, Panamá y Costa Rica**



**PROMPERÚ, 2025**

**Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo**

**Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial**

**Departamento de Inteligencia de Mercados**

**Coordinador:** Franck Pucutay

**Supervisión:** Lucelly Sánchez

**Elaborado por:** Red Global de Exportación - RGX

**Diseño de portada y contraportada:** PROMPERÚ

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos

## **ÍNDICE GENERAL**

### **I. Resumen Ejecutivo**

### **II. Alcance del Estudio Especializado:**

### **III. Análisis del Producto(s)**

#### **3.1 Descripción del producto(s)**

#### **3.2 Partida arancelaria**

#### **3.3 Oferta Exportable Perú**

##### **3.3.1 Producción nacional Perú**

##### **3.3.2 Estacionalidad en Perú**

##### **3.3.3 Exportaciones de Perú**

### **IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino**

#### **4.1 Producción del producto (s) en el mercado destino**

#### **4.2 Exportaciones del producto(s) del país de destino**

#### **4.3 Importaciones del país de destino del producto(s)**

#### **4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino**

#### **4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú**

#### **4.6 Análisis de la Competencia.**

##### **4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado destino**

##### **4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras al mercado destino**

### **V. Análisis de la Demanda**

#### **5.1 Perfil del Consumidor**

#### **5.2 Análisis de Tendencias**

#### **5.3 Variedades.**

#### **5.4 Presentaciones y precios al consumidor final**

#### **5.5 Percepción del Producto(s) peruano**

### **VI. Requisitos de Acceso al Mercado**

#### **6.1 Medidas Arancelarias**

#### **6.2 Medidas No Arancelarias**

##### **6.2.1 Medidas Técnicas**

##### **6.2.2 Medidas No Técnicas**

#### **6.3 Normas Privadas**

### **VII. Logística**

#### **7.1 Canales de Distribución**

##### **7.1.1 Rutas de Acceso**

##### **7.1.2 Costos Logísticos**

##### **7.1.3 Principales Agencias de Transporte**

#### **7.2 Canales de Comercialización**

### **VIII. Actividades de Promoción Comercial**

#### **8.1 Ferias**

#### **8.2 Exhibiciones**

#### **8.3 Publicaciones Especializadas**

### **IX. Contactos de Interés**

#### **9.1 Institucionales**

#### **9.2 Comerciales**

### **X. Conclusiones y Recomendaciones**

### **XI. Perfil de Compradores**

### **XII. Bibliografía**

### **XIII. Anexos**

## I. Resumen Ejecutivo

El estudio de mercado se enfoca en alimentos procesados con énfasis en la línea de alimentos preparados en República Dominicana, Panamá y Costa Rica. Entre los productos analizados se encuentra una variedad de salsas, como pasta de ají amarillo, ají panca, ají mirasol, mayonesa y ketchup así como harinas y hojuelas de cereales andinos como la quinua, cañihua y kiwicha, harinas de máchica y hojuelas de avena, cereales inflados o tostados como la quinua pop. También se incluyen snacks de papas nativas, plátano frito (chifle) y camote, además de otros productos considerados como las mermeladas de frutas como fresa, durazno y uva.

La oferta exportable de Perú para las partidas analizadas ascendió a \$146 millones de USD en 2024, lo que representa un aumento del 31% en comparación con 2020. Las partidas más importantes en valor exportado en 2024 fueron "Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa" (partida 21.03.90), "Los demás frutas y plantas comestibles preparadas" (partida 20.08.99) y "Las demás pimientas, capsicums" (partida 09.04.22). A nivel regional, las importaciones totales de los tres mercados sumaron \$3920 millones en 2024, con Panamá siendo el mayor importador con \$138 millones, seguido por Costa Rica con \$131 millones y República Dominicana con \$130.4 millones. El principal proveedor para los tres países es Estados Unidos, lo que indica una fuerte competencia internacional, mientras que Perú tiene una baja participación como proveedor en estos mercados.

El consumo de alimentos especialmente los alimentos procesados es alto y frecuente en los tres mercados, sobre todo en áreas urbanas, donde la conveniencia es un factor clave. Factores de compra como el precio, la calidad, el valor nutricional y la marca son determinantes para los consumidores. En República Dominicana, el precio es el factor principal, y en Panamá se observa un equilibrio entre precio y calidad. En Costa Rica, los importadores valoran y conocen diversas certificaciones como ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS y HACCP, lo que subraya un perfil técnico más desarrollado en este mercado. La percepción de la oferta peruana es de baja a moderada en general, aunque Panamá y Costa Rica reconocen la variedad, puntualidad y precios. Un 73% de los entrevistados sabe que Perú es un proveedor internacional de alimentos procesados. Se identifican oportunidades en quinua pop, snacks de platanitos, hojuelas de avena, harinas de quinua y salsas picantes con ají amarillo.

Para acceder a estos mercados, los exportadores peruanos deben cumplir con una serie de requisitos arancelarios y no arancelarios. Perú tiene Tratados de Libre Comercio (TLC) vigentes con Panamá y Costa Rica, lo que permite que una gran parte de sus exportaciones gocen de arancel cero o preferencial. Sin embargo, no existe un TLC con República Dominicana, por lo que los productos peruanos enfrentan un arancel de 20% para la mayoría de las partidas analizadas, a diferencia de competidores de Centroamérica y Estados Unidos que tienen arancel 0%. Entre las medidas no arancelarias, se destaca la necesidad de obtener un registro sanitario en el Ministerio de Salud de cada país, además de cumplir con regulaciones de etiquetado en español, certificaciones de libre venta, estudios de laboratorio y fichas técnicas del producto.

Los canales de distribución y comercialización varían en cada país. En República Dominicana, el canal formal (supermercados e hipermercados) representa aproximadamente el 60% de las ventas al detalle y está en crecimiento, coexistiendo con una vasta red de minimercados y mercados populares. En Panamá, el canal es relativamente sencillo, con distribuidores que a menudo combinan roles de importador, mayorista y minorista, y con una alta centralización de la actividad económica en la región metropolitana. El canal minorista moderno, liderado por supermercados, es el preferido por los consumidores, especialmente para alimentos, donde adquieren el 67% de los productos que consumen. En Costa Rica, se distinguen tres vías principales: el importador directo, el distribuidor local y los puntos de venta como supermercados e hipermercados, que son el principal punto de compra. El canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering) es importante en los tres mercados para productos especializados y de alta calidad, con un modelo de exportador a importador mayorista que distribuye a hoteles y restaurantes.

## II. Alcance del Estudio Especializado

## **Objetivo general:**

Contar con información especializada para el adecuado desarrollo de estrategias de promoción y para identificar nuevas oportunidades comerciales que contribuyan al incremento de las exportaciones de la oferta exportable peruana de alimentos procesados con énfasis en la línea de alimentos preparados (agro) en República Dominicana, Panamá y Costa Rica.

## **Alcance:**

El presente servicio consiste en la identificación de oportunidades comerciales en República Dominicana, Panamá y Costa Rica para los productos de alimentos procesados con énfasis en la línea de alimentos preparados (agro). Incluye la entrega inicial de una base de datos de 40 compradores domiciliados en República Dominicana, Panamá y Costa Rica, la elaboración de 25 perfiles de potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ de la base de datos inicial en base a entrevistas en profundidad, así como un reporte de las características de República Dominicana, Panamá y Costa Rica para los productos de la línea de alimentos preparados (agro).

### **III. Análisis del Producto(s)**

3.1 Descripción del producto(s)

3.2 Partida arancelaria

3.3 Oferta Exportable Perú

3.3.1 Producción nacional Perú

3.3.2 Estacionalidad en Perú

3.3.3 Exportaciones de Perú

## 3.1 Descripción del producto(s): Harinas de cereales - Quinua

### Harina de quinua

La **harina de quinua** es un producto que se obtiene al moler los granos de quinua originario de sudamérica. Es un alimento muy nutritivo, versátil y libre de gluten.

#### Características

Contiene todos los aminoácidos esenciales, es rica en fibra, vitaminas B y E, y minerales como calcio, fósforo, hierro y magnesio. Es fácil de digerir y no contiene colesterol, contiene grasas saludables para el corazón.

#### Usos

Se puede usar para enriquecer guisos, bizcochos, galletas, barras y crepes. Es ideal para personas con diabetes y celiaquía, además es una buena alternativa para cubrir los requerimientos nutricionales de las personas vegetarianas.

#### Beneficios

- Ayuda a regular los niveles de glucosa y colesterol en la sangre.
- Ayuda a eliminar toxinas y residuos del organismo.
- Ayuda al crecimiento y reparación del tejido celular.
- Mejora el sistema inmune.
- Tiene acción tonificante y antiinflamatoria.



Nombre común de la Quinua	
Español	Quinua y quínoa
Quechua	Kinua y kinuwa
Aymara	Tupapa supha, jopa, jupha, jaira, ära, qallapi, vocal, linqiñique.
Inglés	Quinoa

### ¿Qué es la quinua?

La quinua, también conocida como quínoa es una planta perteneciente a la subfamilia Chenopodiaceae de las amarantáceas. Aunque técnicamente se trata de una semilla, se le conoce y se le clasifica como un grano integral. Es nativa de los Andes de Perú, país donde también tiene sus mayores volúmenes de producción.

La quinua es una especie herbácea arbustiva anual, de diversos colores, de hojas anchas, dicotiledónea y de una altura promedio de 1 a 2 m. Su tallo puede o no tener ramas, dependiendo de la variedad y/o densidad del sembrado y comprende hojas lobuladas y quebradizas. La raíz principal normalmente mide de 20 a 25 cms. de longitud y forma una densa trama de radículas que penetran en la tierra tan profundamente como la altura de la planta. Las panículas o panojas crecen generalmente en la punta de la planta y algunas veces debajo del tallo. Las flores son pequeñas, carecen de pétalos (sólo tiene sépalos), denominado perigonio sepaloide (Bhargava y Srivastava, 2013). y se caracterizan por la presencia de flores hermafroditas y flores femeninas en la misma inflorescencia (Hunziker, 1943; Simmonds, 1965; Risi y Galwey, 1984; Bhargava et al., 2007). Se han encontrado tres tipos de flores en la quinua: hermafroditas, pistiladas y androestériles. El fruto es seco y mide aproximadamente 2 mm. de diámetro (de 250 a 500 semillas por grano), circundando al cáliz, el cual es del mismo color que el de la planta. Su semilla es usualmente lisa y de color blanco, rosado, naranja, como también rojo, marrón y negro. El peso del embrión constituye el 60% del peso de la semilla, formando una especie de anillo alrededor del endospermo que se desprende cuando la semilla es cocida.(Foods.pe).

## Descripción del producto(s): Harinas de cereales - Cañihua

### Harina de cañihua/kañiwa

La **harina de cañihua** es un producto molido a partir de las semillas de cañihua, un cereal originario de los Andes peruanos. Es una harina nutritiva, libre de gluten, y con un sabor ligeramente a nuez.

#### Características

Es rica en proteínas, fibra, calcio, zinc, y hierro. Contiene antioxidantes, además es un complemento dietético valioso para personas con anemia, problemas de piel o cabello, y deportistas.

#### Usos

Se puede usar en batidos, alimentos horneados y no horneados, yogurt y cereal, platos salados y más.

Es una excelente opción para personas con sensibilidad al gluten o con enfermedades celíacas.

#### Cómo se obtiene

Las semillas de cañihua se deshidratan orgánicamente y se muelen finamente para retener su riqueza nutricional.

Se consume en una variedad de formas culinarias.



#### Nombre común de la Cañihua

Español	Cañihua, cañigua, cañahua, cañagua, kañiwa.
Quechua	kañiwa, kañawa, kañahua, kañagua, quitacañigua, ayara, cuchiquinua.
Aymara	Iswalla hupa, ahara hupa, aara, ajara, cañahua, kañawa.
Inglés	Kaniwa, canihua.

### ¿Qué es la Cañihua?

*Chenopodium pallidicaule*, de nombre común cañahua, Cañihua o kañiwa, es una especie del género *Chenopodium* similar en su composición a la quinua. La Cañihua (del quechua: qañiwa) o *Chenopodium pallidicaule* es una planta anual cuyo tamaño ronda entre los 20 y 90 cm, su tallo y hojas presentan manchas de color rojo y amarillo, incrementándose en tamaño en las partes inferiores de la planta. Cuenta con numerosas semillas de aproximadamente 1 mm de diámetro, poseen una cubierta rugosa y se presentan en varios colores, desde el marrón oscuro al negro.

Esta especie es nativa de la región andina con más de 200 variedades y se cultiva en el Altiplano andino, especialmente en Perú y Bolivia, desde hace miles de años. Entre sus características resaltan la especial tolerancia a las condiciones específicas de alta montaña, el alto contenido en proteínas y fibra dietética y rico contenido fenólico. Es especialmente resistente a sequías e inundaciones.

La Cañihua es resistente al frío, pudiendo germinar a temperaturas de 5°C y florecer a los 10°C; las semillas maduran a los 15°C y las plantas adultas son resistentes incluso al frío nocturno, pero es capaz de resistir a ambientes relativamente cálidos, alrededor de 25°C, si cuenta con la humedad necesaria. Debido a que cuenta con raíces cortas, se desarrolla en terrenos con capas delgadas y se puede cultivar en suelos con un pH que varía entre los 4.8 a 8.5, mostrando cierta tolerancia a la salinidad.

En el Perú, la zona de mayor producción de Cañihua se ubica al norte del lago Titicaca en Huancavelica, Huancayo, Cusco y Puno. También tiene gran presencia en las zonas agroecológicas de Suni y Puna, en el Altiplano y las serranías de Cochabamba, Bolivia.(Foods.pe).

## Descripción del producto(s): Harinas de cereales - Kiwicha

### Harina de kiwicha

La **harina de kiwicha** es un producto natural, libre de gluten, que se obtiene al moler los granos de kiwicha. Es rica en proteínas, fibra, vitaminas y minerales.

#### Características

Es un cereal andino, contiene calcio, fósforo, hierro, potasio, zinc, vitamina C, E y un complejo de vitamina B.

Tiene un buen balance de aminoácidos, con altos niveles de lisina, además tiene un sabor sutilmente terroso y agrega textura suave a los platillos.

#### Usos

Se puede usar en panes, galletas, batidos y papillas.

Se recomienda consumir en sustitución de la harina de trigo o en combinación con ella, además es ideal para personas que desean fortalecer su sistema inmune

#### Valor nutricional

Es una fuente abundante de nutrientes esenciales. Es especialmente reconocida por su contenido de calcio, el cual duplica la cantidad presente en la leche.

Contiene lisina, aminoácido esencial, fundamental para un adecuado desarrollo físico y mental.

#### Otros nombres

La kiwicha también es conocida como amaranto.



Nombre común de la Kiwicha	
Español	Quihuicha, Chenille, Cresta de gallo, Rabo de gato, Rabo de mono
Quechua	<b>Kiwicha</b> , inka hakatu, ataku, sankurachi, jaguarcha, hawarcha (Ecuador), millmi, quymi
Aymara	Kiwicha, amarantu, trigo inka, achis, achita, chaquilla, sangoracha, borlas
Inglés	Amaranth, love-lies-bleeding, red-hot, cattail, bush green, Inca wheat  (normalmente usado para quinua).

### ¿Qué es la Kiwicha?

La kiwicha es una planta dicotiledónea de la familia de las amarantáceas de rápido crecimiento, con hojas, tallos y flores morados, rojos y dorados. Su tallo central puede alcanzar de 2 a 2,5 metros de altura, aunque existen variedades son más bajas. Sus ramas de forma cilíndrica, pueden empezar tan abajo como la base de la planta dependiendo de su variedad. Sus llamativas flores brotan del tallo principal y en algunos casos sus inflorescencias llegan a medir 90 cm. Cada panoja tiene flores masculinas y femeninas que se autopolinizan, o también lo pueden hacer mediante el viento. Los frutos contienen una sola semilla.

La planta se adapta fácilmente a distintos ambientes, posee un tipo eficiente de fotosíntesis (C4), crece rápidamente y no requiere mucho mantenimiento. Se desarrolla a una altitud entre los 1.400 y los 2.400 msnm y, a diferencia de la quinua, no presenta saponinas amargas lo que favorece su consumo.

## Descripción del producto(s): Harinas de cereales - Machica

### Harina de máchica

La **harina de machica** es un producto que se obtiene de granos tostados y molidos, como la cebada, el maíz o el trigo. Se usa en la gastronomía de Perú.

#### Características

Se caracteriza por su color ligeramente café, sabor dulce y textura granulada. Tiene un aroma característico a grano tostado y puede consumirse cruda, hervida o asada.

#### Usos

Se utiliza como ingrediente en bebidas, sopas, panes, tortillas y postres.

Es un excelente espesante para sopas, coladas y postres.

#### Propiedades nutricionales

- Es una fuente de proteínas, fibra, vitaminas del complejo B, minerales esenciales como hierro, potasio, fósforo y calcio.
- Contiene antioxidantes como polifenoles y carotenoides.
- Contiene colina, que influye en el buen funcionamiento del cerebro y del sistema nervioso.



## Descripción del producto(s): Hojuelas de cereales

### Hojuelas de quinua

Las **hojuelas de quinua** son láminas planas que provienen de la quinua, un cereal nutritivo. Se obtienen mediante un proceso de prensado o laminado.

#### Características

- Son ricas en proteínas, fibra, vitaminas y minerales.
- Contienen los nueve aminoácidos esenciales.
- Son una buena fuente de hierro, lisina y flavonoides.
- Son aptas para veganos y celíacos.
- No contienen gluten.

#### Usos

Se pueden agregar a batidos, yogur, leche, granolas, sopas, ensaladas, panes multigrano, galletas, snacks saludables, barras de cereal. Son un buen complemento para frutas y pueden combinar con avena en el desayuno.

#### Beneficios

- Ayudan a controlar el apetito.
- Combaten el colesterol y protegen el corazón.
- Regulan los niveles de azúcar en sangre.
- Son ideales para personas con diabetes o que desean adelgazar.
- Favorecen el perfil lipídico en el organismo.
- Son un remedio natural para esguinces y torceduras.



## Descripción del producto(s): Hojuelas de avena

### Avena, hojuelas de avena precocida (granel)

La avena precocida es un cereal que ha sido procesado y cocido previamente para que sea más fácil de preparar. Las hojuelas de avena son un cereal que se obtiene al laminar el grano de avena entero.

#### Avena precocida

Se obtiene a partir de granos limpios de avena sativa L.

Se somete a un tratamiento térmico para inactivar la enzima.

Tiene una textura más suave y requiere menos tiempo para prepararse.

Se puede comer con agua o con leche.

#### Hojuelas de avena

- Se obtiene al laminar el grano de avena entero y estabilizado.
- Tiene muchas propiedades positivas para la salud.
- Se puede comer en una gran variedad de platillos.
- Se puede comer tanto cruda como cocida.



## Descripción del producto(s): Chips de de papas nativas y papas fritas al hilo

### Papas nativas

Las papas nativas son variedades de papas originarias de Perú que se cultivan en las altiplanicies andinas. Son el resultado de un proceso de selección y domesticación ancestral.

#### Características

- Se han seleccionado por su textura, forma y color.
- Se adaptan a las duras condiciones de las alturas andinas.
- Se cultivan con un uso mínimo de agroquímicos o sin usarlos en absoluto.
- Son consideradas superalimentos peruanos por su gran valor nutricional.
- Poseen propiedades antioxidantes y antiinflamatorias.

#### Variedades

Sumac Soncco, Qeqorani, Leona, Wenccos, Limeña, Peruanita, Canchán, Blanca, Amarilla, Huayro.

#### Usos

Se consumen sancochadas y bañadas en una salsa o ají peruano

### Papas al hilo

Las papas al hilo son papas fritas en tiras delgadas que se caracterizan por su sabor ligeramente salado y textura crujiente. Son un acompañamiento que va bien con muchos platos y se pueden comer solas o con salsas.



## Descripción del producto(s): Snacks de plátano frito y camote

### Plátano frito

El chifle es un bocadillo frito hecho a base de plátano verde o maduro, muy popular en Perú y en toda América Latina. Es un snack crujiente que se consume como aperitivo o acompañamiento.

#### Características

- Se prepara con rodajas o lonjas de plátano.
- Se sazona con sal al gusto.
- Dependiendo del tipo de plátano, el sabor puede ser dulce o salado.
- En la región de Piura, se fríe tradicionalmente en hornos de leña.



### Snack de camote

El snack de camote es un aperitivo hecho a base de camote frito, que se consume en Perú y en otros países. El camote es un tubérculo originario de Perú que se usa mucho en la gastronomía peruana.

#### Características

- Se puede comer como snack o como guarnición.
- Tiene un sabor ligeramente dulce.
- Se puede preparar con aceite vegetal natural.
- Se puede preparar sin conservantes, saborizantes ni endulzantes.



## Descripción del producto(s): Mayopalta

### ¿Qué es la mayopalta?

La mayopalta es una salsa o aderezo a base de palta o aguacate, que se usa en Perú y otros países. Se puede usar en muchos platos, como ensaladas, sándwiches, hamburguesas, nachos, y más.

### Características

- Es un aderezo ligero y saludable.
- Tiene un sabor suave y agradable.
- Se puede usar para acompañar tequeños, enchiladas, y otros platillos.

### Cómo se prepara

- Se puede hacer con palta, huevos, ajo, limón, aceite de oliva o girasol, sal y pimienta.
- Se licua hasta que la mezcla quede cremosa.

### Productos comerciales

- Mayopalta Walibi, una mayonesa reducida en grasas con aceite de palta
- Mayopalta salsa a base de palta aguacate, un producto de Walibi eJoyStore



# Descripción del producto(s): salsas de vegetales, salsa aceituna, condimentos, sazonadores, sopas, aderezos para comidas, mayonesa y ketchup

## Condimentos y sazonadores

Son productos que se utilizan para realzar el sabor, mejorar la textura o complementar las comidas. Pueden acompañar platos, usarse en la preparación o aportar un toque distintivo en recetas.



## Descripción del producto(s): Pasta de aji amarillo

### ¿Qué es el aji amarillo?

El aji amarillo es una variedad de Capsicum nativo del Sur y Centro América donde se ha cultivado durante más de 7.000 años. Es considerado el aji más consumido en Perú y un insumo irremplazable de la cocina nacional.

Este aji es cultivado en la costa, sierra y selva peruana hasta unos 1500 msnm en climas cálidos con temperaturas de entre 16 y 24°C. Tiene un tamaño promedio de 10 a 15 centímetros de largo, 2 a 3,5 cm de ancho y forma cónica alargada, aunque uno de sus subtipos, el aji pacaie o aji inca puede llegar hasta los 22 o 25 centímetros y tener un mayor grosor.

A pesar de su nombre, es de color anaranjado, y posee semillas de color cremoso o blanquecino.

En su proceso de maduración, inicialmente es de color verde, para pasar a una etapa intermedia donde adquiere un color amarillo-anaranjado y finalmente, después de secado, naranja oscuro.

Su carne es gruesa, su flor mide unos 22 mm. y es una planta muy aromática. Posee un nivel de picor moderado, entre 30,000 y 50,000 en la escala Scoville. El cual disminuye si se le quita las venas y desepita.



#### Nombre común del aji amarillo

Español	Ají peruano, ají amarillo
Inglés	Peruvian yellow chilli, Peruvian chili pepper or Peruvian chilli pepper.



## Descripción del producto(s): Pasta de ají panca

### ¿Qué es el ají panca?

Ají panca (*Capsicum chinense*). A pesar del nombre científico, el origen de este tipo de ají es sudamericano. El ají panca, también llamado “ají colorado”, es gran ají seco del Perú. Una vez maduro su color pasa del rojo oscuro al color chocolate. Es secado cuidadosamente al sol para posteriormente ser procesado. Posee un picor suave por lo que se le considera el sazón ideal en la cocina peruana.



### Características

- Es un pimiento grande de color rojo morado.
- Tiene pulpa gruesa y matices afrutados.
- Se seca al sol hasta que adquiere un tono rojizo oscuro.
- Es menos picante que otros tipos de ají.

### Usos

- Se puede encontrar entero, en polvo o en pasta.
- Se utiliza en aderezos o para macerar carnes.
- Se usa en muchas recetas emblemáticas del Perú, como estofados, anticuchos y carapulcra .

### Propiedades nutricionales

- Rico en vitamina C, hierro, calcio, potasio y magnesio.
- La vitamina C tiene un efecto antioxidante.
- El hierro ayuda a prevenir la anemia.
- El calcio protege los huesos.



## Descripción del producto(s): Pasta de ají mirasol

### ¿Qué es el ají mirasol?

Ají mirasol (*Capsicum baccatum* var. *Pendulum*). Así como otros miembros de la especie *Baccatum*, es nativo del Sur y Centro América y se han cultivado durante más de 7.000 años. La región de Perú y Bolivia es uno de los dos centros de origen de mayor diversidad genética del ají. El ají mirasol es llamado así porque ha sido deshidratado mirando al sol, al aire libre. Secar el ají permite conservarlos por varios meses, logrando que concentre su gusto y color. Es habitual soasarlo para que su sabor aflore.

El ají mirasol es un ají amarillo que se ha secado al sol, un ingrediente típico de la cocina peruana. Es picante, pero menos que el ají amarillo fresco.



### Características

- Es un condimento que da sabor y color a muchos platos peruanos.
- Se puede usar en guisos, sopas, embutidos, pescados, snacks, entre otros.
- Se puede comprar en polvo o hojuelas.
- Es una buena fuente de vitaminas B y C, hierro, tiamina, niacina, potasio, magnesio y riboflavina.

### Preparación

- Antes de usar, se debe rehidratar, quitar las pepitas y venas.
- Se puede tostar ligeramente en una sartén sin aceite para realzar su sabor.

### Usos

- Se usa como base de muchas comidas peruanas.
- Se usa para dar sabor y un toque de picante a todo tipo de guisos.
- Se usa como aditivo alimenticio y condimento de cocina.



## Descripción del producto(s): Cereales inflados o tostados de quinua

### Quinoa pop, quinua inflada

¿Qué beneficios tiene la quinua inflada?

La quinua inflada, también conocida como quinoa expandida, es una versión procesada y deliciosa del poderoso grano andino. Aunque su apariencia pueda ser similar a la del cereal inflado común, sus beneficios nutricionales la convierten en una opción saludable y versátil para cualquier dieta.

#### Rica en nutrientes

La quinua inflada conserva la mayoría de los nutrientes que hacen de la quinoa un superalimento. Es una excelente fuente de proteínas de alta calidad, que son esenciales para la reparación y construcción de tejidos musculares, así como para mantener una piel, cabello y uñas saludables. Además, contiene una variedad de vitaminas y minerales, incluyendo hierro, magnesio, fósforo, y vitaminas del complejo B, que son importantes para el funcionamiento adecuado del cuerpo.

#### Baja en calorías y grasa

Una de las ventajas de la quinua inflada es que es baja en calorías y grasa, lo que la convierte en un snack ideal para aquellos que están tratando de controlar su peso o mantener una dieta saludable. Es una opción ligera y satisfactoria que puede ayudar a calmar el hambre entre comidas sin agregar una cantidad significativa de calorías a tu dieta.

#### Fuente de energía sostenida

Debido a su contenido de carbohidratos complejos y proteínas, la quinua inflada es una excelente fuente de energía sostenida. A diferencia de los alimentos con alto contenido de azúcares simples, que pueden causar picos y caídas en los niveles de energía, la quinua inflada proporciona un flujo constante de energía que puede ayudarte a mantenerte alerta y enfocado durante todo el día.

Libre de gluten y alérgenos comunes:

Para aquellos con sensibilidades alimentarias o alergias, la quinua inflada es una excelente opción, ya que es naturalmente libre de gluten y no contiene alérgenos comunes como la leche, los cacahuetes o la soja. Esto la convierte en una opción segura y accesible para personas con intolerancia al gluten o alergias alimentarias.



### 3.2 Partidas arancelarias\*

A continuación se listan las posiciones arancelarias priorizadas por Promperú para el siguiente estudio de mercado e identificación de compradores alimentos procesados con énfasis en alimentos preparados en los países de República Dominicana, Panamá, y Costa Rica.

Ranking IMP	Partida	Grupo	Productos relevantes
1	21.03.90	Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazónadores, salsa mayonesa	Pasta ají panca, sazónador (ajinomoto), salsas de vegetales, salsa mayopalta, salsa aceituna, condimentos, sazónadores, sopas, aderezos para comidas, mayonesa
2	19.04.10	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	Quinoa pop, quinoa inflada
3	21.03.20	Salsa Tomate	Salsa tomate, ketchup
4	20.05.20	Papas preparadas o conservadas	Papas fritas al hilo, chips papas nativas fritas (snacks)
5	20.08.99	Los demás frutas y plantas comestibles preparadas	Plátano frito (chifle), snack de camote
6	20.07.99	Las demás confituras, jaleas y mermeladas	Mermelada de fresa, durazno (vaso y barril), jalea de uva
7	11.04.12	Granos aplastados o en conos	Avena, hojuelas de avena precocida (granel)
8	09.04.22	Las demás pimientas, capsicums	Pasta de ají amarillo, panca, mirasol
9	11.02.90	Las demás harinas de cereales	Harina de quinua, cañihua, kiwicha, machica
10	11.04.29	Los demás granos	Hojuelas de quinua, kiwicha, maíz popeado, arroz de cebada, trigo precocido

\* Es importante mencionar que no existe detalle específico para cada producto mencionado en productos relevantes, los datos mencionados en este informe cubren la totalidad de las partidas mencionadas.

### 3.3 Oferta Exportable Perú

#### 11.02.90 - Las demás harinas de cereales

Harina de quinua



##### General Information

Scientific name: Chenopodium quinoa.

Product: 100% Organic Quinoa.

Available in: Private Label and Our Brand.

##### Certificates



##### Additional Information

Gluten free.

100% quinoa.

100% organic product.

Without preservatives.

##### Recommendations

Keep in cool, dry and ventilated places.

Consume before the indicated date.

Avoid direct sun exposure.

<https://www.wiracocha.com.pe>

#### 11.02.90 - Las demás harinas de cereales

Harina de kiwicha

### Harina de Kiwicha Orgánica



Harina de suave aroma y sabor, color beige claro. Aporta una textura muy suave, apropiada para elaborar compotas, mazamoras y postres ligeros. Puede ser usada como espesante para cremas y sopas.

## 11.04.29 - Los demás granos

Hojuelas de quinua



Greta Natural Market

### HOJUELAS DE QUINUA ORGANICA 300 GR - ANDES GOLD

S/. 17.50

Impuesto Incluido.

Cantidad

- 1 +

Agregar al carrito

Comprar ahora

✓ Retiro disponible en Greta Market Saludable - Arenales

Normalmente está listo en 4 horas

[Verificar disponibilidad en otras tiendas](#)

🔗 Share



## 11.04.12 - Granos aplastados o en conos

Hojuelas de avena



AVENA INTEGRAL



Presentación:  
Pote x 900 g

AVENA INTEGRAL



Presentación:  
Bolsa x 500 g

AVENA INTEGRAL



Presentación:  
Bolsa x 5 kg

<https://www.granodeoro.com.pe/productos/avenas/index.php>

## 20.07.99 - Las demás confituras, jaleas y mermeladas:

Mermelada de fresa, durazno (vaso y barril), jalea de uva



## 20.05.20 - Papas preparadas o conservadas:

Papas fritas al hilo, chips papas nativas fritas (snacks)

**TIYAPUY**  
SEED OF THE WORLD



Papas Nativas Mixtas Tiyapuy fritas con sal de maras 40 gr  
S/. 2.50



Papas Nativas Mixtas fritas con Sal de Maras 142 gr  
S/. 8.50



Papas Nativas Amarillas Tiyapuy con sal de Maras (40 gr)  
S/. 2.50



Papas Nativas Mixtas Sabor Jalapeño Tiyapuy (142 g)  
S/. 9.00



Papas Nativas Amarillas Tiyapuy con sal de maras 142 gr  
S/. 8.50



Tubo Papas Nativas Mixtas fritas con Sal de Maras 100 gr  
S/. 11.00



Pack Papa Lover Papas Nativas Mixtas  
~~S/. 51.00~~ S/. 43.36



Papas Nativas Amarillas Picantes Tiyapuy (142 g)  
S/. 8.50

## 20.05.20 - Papas preparadas o conservadas:

Papas fritas al hilo, chips papas nativas fritas (snacks)

Nota Promperu:  
Papas preparadas y  
conservas: trabajan  
con marca propia;  
natural, orgánico,  
saludable, **libre de  
octógonos**. Esto  
aplica a los snacks



<https://inkachips.com/peru/>



## 20.08.99 - Los demás frutas y plantas comestibles preparadas:

Plátano frito (chifle), snack de camote



<https://www.inkacrops.com/en>

## 21.03.90 - Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonadores, salsa mayonesa:

Pasta ají panca, sazonador (ajinomoto), salsas de vegetales, salsa mayopalta, salsa aceituna, condimentos, sazonadores, sopas, aderezos para comidas, mayonesa



Mayopalta Receta con Aceite de Palta Walibi Doypack 1 kg caja 12 UND  
S/. 0.00



Aceitunosa Walibi 200 gr Doypack caja x 12 UND  
S/. 0.00



Aceitunosa Walibi 1 Kg Doypack caja x 12 UND  
S/. 0.00



Mayonesa Libby's 380 gr Doypack caja x 24 UND  
S/. 0.00



Mayonesa Libby's 850 gr Doypack caja x 12 UND  
S/. 0.00



Mayonesa Premium Walibi Doypack 950 gr caja 12 UND  
S/. 0.00



Mayonesa Premium Walibi Doypack 200 gr caja 12 UND  
S/. 0.00



Mayonesa Premium Walibi Doypack 100 gr caja 12 UND  
S/. 0.00

<https://aliexperu.com/collections/mayonesas>

## 09.04.22 - Las demás pimientas, capsicums:

Pasta de ají amarillo, panca, mirasol



<https://www.belmontfoodsperu.com/pages/salsas-y-pastas>



Pasta de Aji Amarillo Walibi Doypack 380 gr caja 12 UND  
S/. 0.00

<https://aliexperu.com/collections/pastas/products/pasta-de-aji-amarillo-walibi-doypack-85gr-caja-12und>

## 09.04.22 - Las demás pimientas, capsicums:

Pasta de ají amarillo, panca, mirasol



Pasta de Aji Panca Walibi Doy-pack 85 gr caja 12 UND

S/. 0.00

Pasta de Aji Panca Walibi Doy-pack 380 gr caja 12 UND

S/. 0.00

[https://aliexperu.com/search?type=product&options\[prefix\]=last&q=panca\\*](https://aliexperu.com/search?type=product&options[prefix]=last&q=panca*)



<https://www.belmontfoodsperu.com/pages/salsas-y-pastas>



<https://www.wong.pe/aji-panca-en-pasta-cuisine-co-200g/p>

## 21.03.20 - Salsa Tomate:

Salsa tomate, ketchup

**TRESA**

*AlaCena*



### Ketchup

Salsa elaborada a base de tomate. Tiene un sabor agridulce. Usualmente acompaña platos como hamburguesas, nuggets, papas fritas; pero también va bien con una gran variedad de platos, como lomo saltado, causa peruana, entre otros.

▲ [Ver presentaciones](#)

- Balde 4 kg.
- Bolsa 1 kg.
- Sachet 10 g.
- FrascoPET 370 g.



Ketchup AlaCena 380g

Precio Online **S/ 9.70**

AGREGAR



Ketchup AlaCena 200g

Precio Online **S/ 4.90**

AGREGAR



Ketchup AlaCena 100g

Precio Online **S/ 4.20**

AGREGAR



Pack AlaCena: Mayonesa 475g + Ketchup 380g

Precio Online **S/ 22.80**

AGREGAR

## 19.04.10 - Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado

Quinoa pop, quinoa inflada



<https://www.e-incasur.com/>

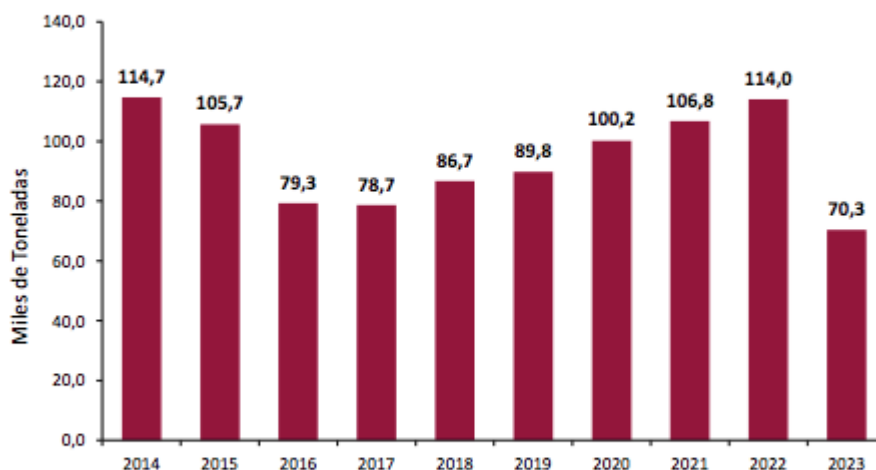


### 3.3.1 Producción nacional Perú

#### Producción de quinua en Perú

La producción de quinua en la década 2013-2022 pasó de 52 mil toneladas a 114,2 mil toneladas, registrando una tasa de crecimiento interanual positiva de 9,1%, como resultado, principalmente, del incremento de áreas cosechadas (4,9%) y en menor magnitud por la mejora de rendimientos por ha (3,9%). No obstante, si tomamos en cuenta la producción del año 2023, resulta que durante la última década (2014-2023), la tasa de crecimiento interanual se tornó negativa, de -5,3%.

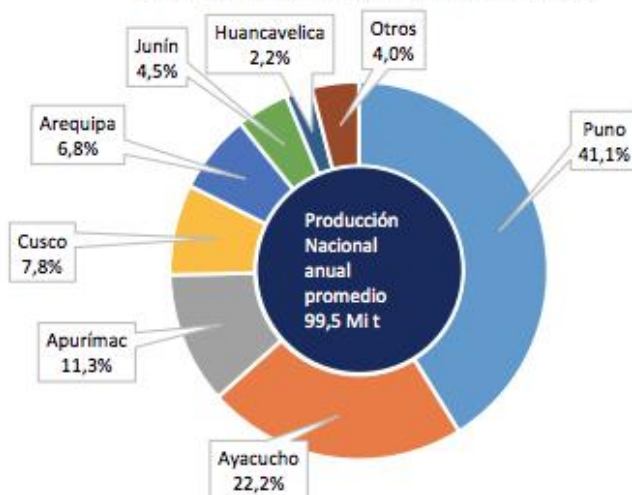
**Gráfico N.º 3**  
**PERÚ: COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE QUINUA, 2014-2023**



Fuente: SIEA-DGESEP-MIDAGRI  
Elaboración: DGPA-Dirección de Estudios Económicos

En la actualidad, la quinua se cultiva en 17 de los 24 departamentos del país; sin embargo, de acuerdo con el promedio del último quinquenio, el 93,7% de la producción anual, se concentra en los siguientes siete departamentos, Puno, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Arequipa y Junín, tal como se puede advertir en el Gráfico que sigue:

**Gráfico N.º 4**  
**PERÚ: PRINCIPALES DEPARTAMENTOS PRODUCTORES DE QUINUA (PROMEDIO DEL QUINQUENIO 2018-2022)**



Fuente: Midagri - Sistema Integrado de Estadística Agraria  
Elaboración: Midagri - Dirección de Estudios Económicos

## Producción de papa

El cultivo de la papa es el producto de mayor importancia en términos de su aporte al valor bruto de producción de la actividad agrícola, con una participación de 15,0%, a precios corrientes del año 2023, que equivale a S/ 9 680 millones. En el año 2019, previo a la pandemia de la COVID-19, la producción de papa, a precios corrientes de 2019, fue de S/ 7 245 millones, que representó el 17,9% del valor bruto de producción agrícola. Asimismo, la papa genera más de 110 mil puestos de trabajo fijos o permanentes y 34 millones de jornales temporales. Estos últimos hacen referencia a la cantidad de trabajo temporal invertido en las etapas de producción de la papa: siembra, mantenimiento, cosecha y post cosecha (Midagri, 2021).

En el ámbito de los departamentos, la participación de la papa en la producción agrícola puede ser muy superior al promedio nacional. Así, por ejemplo, más del 40% de la actividad agrícola de Ayacucho y Puno se sostiene en la producción de papa. En el caso de Apurímac, Huánuco, Cusco y Huancavelica, la participación de la papa en la actividad agrícola fue mayor al 30%, tal como se observa en el cuadro N.º 1. Por lo tanto, la papa es una fuente importante para la generación de ingresos agrícolas en los departamentos referidos anteriormente.

A nivel nacional, la producción de papa ascendió a 6,1 millones de toneladas al mes de noviembre de 2024. En comparación con el periodo de enero a noviembre de 2023, la tasa de variación fue de 18,5%, como consecuencia de la mayor instalación de siembras y el incremento del rendimiento.

La producción de papa tiene un marcado comportamiento estacional en virtud del cual la mayor producción se obtiene en el primer semestre. En términos interanuales, la producción de papa, durante el primer semestre de 2024, se incrementó en 25,3% a 5,0 millones de toneladas en respuesta a las favorables condiciones climáticas que impulsaron las siembras y mejoraron el rendimiento productivo. En cambio, entre los años 2023 y 2024, de julio a noviembre, la producción de papa disminuyó en 4,7% a 1,1 millones de toneladas. A pesar de ello, al mes de noviembre de 2024, la producción de papa fue superior en 18,5% con respecto al periodo de enero a noviembre de 2023.

**Cuadro N.º 1**

**PERÚ: IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA PAPA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2023**

Departamento	VBP Agrícola (Miles de soles)	VBP papa (Miles de soles)	Participación de papa (%)
Ayacucho	1 976 036	890 187	45,0
Puno	4 052 737	1 642 945	40,5
Apurímac	2 809 278	1 107 967	39,4
Huánuco	2 831 791	964 582	34,1
Cusco	3 236 174	1 077 236	33,3
Huancavelica	967 962	302 957	31,3
Cajamarca	7 174 609	1 250 957	17,4
Pasco	1 083 595	176 684	16,3
Ancash	1 719 759	217 496	12,6
Arequipa	3 234 843	393 859	12,2
Junín	3 427 962	412 634	12,0
La Libertad	6 674 218	736 879	11,0
Moquegua	235 195	17 572	7,5
Lima	3 964 302	177 626	4,5
Amazonas	2 418 909	105 788	4,4
Ica	4 626 552	135 882	2,9
Tacna	1 110 297	22 740	2,0
Piura	3 715 650	40 836	1,1
Lambayeque	2 232 540	5 477	0,2

Fuente: Midagri - Dirección de Estadística e Información Agraria  
Elaboración: Midagri - Dirección de Estudios Económicos

**Cuadro N.º 6**

**PERÚ: PRODUCCIÓN DE PAPA, SEGÚN REGIÓN GEOGRÁFICA, 2023 y 2024**

Región geográfica	Ene - Nov 2023 (Toneladas)	Ene - Nov 2024 (Toneladas)	Variación porcentual (%)
<b>SIERRA SUR</b>	<b>2 347 934</b>	<b>3 153 444</b>	<b>34,3</b>
Apurímac	389 310	505 013	29,7
Arequipa	307 000	303 680	-1,1
Ayacucho	631 548	708 388	12,2
Cusco	433 227	438 255	1,2
Moquegua	6 545	8 958	36,9
Puno	571 875	1 182 850	106,8
Tacna	8 429	6 300	-25,3
<b>SIERRA CENTRO</b>	<b>1 504 274</b>	<b>1 632 455</b>	<b>8,5</b>
Huancavelica	285 380	352 756	23,6
Huánuco	666 530	645 135	-3,2
Junín	409 236	483 584	18,2
Pasco	143 129	150 981	5,5
<b>SIERRA NORTE</b>	<b>1 072 085</b>	<b>1 108 127</b>	<b>3,4</b>
Amazonas	74 903	66 140	-11,7
Ancash	127 573	132 117	3,6
Cajamarca	284 254	302 432	6,4
La Libertad	559 602	579 084	3,5
Lambayeque	3 178	1 932	-39,2
Piura	22 575	26 421	17,0
<b>COSTA CENTRO</b>	<b>254 261</b>	<b>240 126</b>	<b>-5,6</b>
Ica	135 450	144 110	6,4
Lima	118 811	96 016	-19,2
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>5 178 553</b>	<b>6 134 152</b>	<b>18,5</b>

Fuente: Midagri - Dirección de Estadística e Información Agraria  
Elaboración: Midagri - Dirección de Estudios Económicos

# 01 | Papas y derivados - Perú

## Mercado de exportación

Segmento	Valor FOB US\$					Volumen en kilos				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
PAPA AMARILLA FRESCA	582,685	2,181,157	2,483,974	3,789,854	3,783,896	234,464	16,698,360	9,914,466	9,518,085	9,857,756
SNACKS	3,176,183	2,709,272	2,833,961	2,511,677	2,514,655	508,289	473,384	448,909	368,546	434,186
PAPA SECA	284,973	457,014	499,912	352,093	539,317	169,828	334,330	409,326	302,809	269,425
CHUÑO DE PAPA	44,585	34,445	25,891	40,575	129,224	21,170	14,416	23,329	34,012	82,750
PAPA VARIEDAD UNICA FRESCA					109,827					373,990
PAPA HUAYRO FRESCA	21,636	52,595	47,663	90,275	89,773	10,005	25,602	24,925	51,508	33,572
PAPA CONGELADA	10,213	6,925	3,851	3,374	28,622	4,005	2,825	3,369	6,267	71,115
PAPA CANCHAN FRESCA					28,391					86,800
PAPA CONGELADA PREFRITA	8,639	108,238	61,108	25,519	8,938	4,340	71,842	31,466	13,433	4,704
PAPA NATIVA FRESCA	51,912	6,450	3,894	900	2,283	24,629	1,420	1,443	200	500
PAPA PRECOCIDA	12,776		13		160	5,010		28		100
VODKA DE PAPA					74					11
PURÉ DE PAPA	8,661	8	4,562	197	23	935	2	1,077	26	2
PAPA PERUANITA FRESCA				65					18	
PAPA COCTEL FRESCA			1,355					560		
PAPA AMBO FRESCA		418					120			
HARINA DE PAPA	215	1,263	10,631	925		100	175	3,007	211	
PAPA CRIOLLA FRESCA	1,778		5,000			851		1,014		
PAPA DESHIDRATADA (TUNTA)		185,660	206,626	29,608			680,070	738,540	116,900	
<b>Total general</b>	<b>4,204,257</b>	<b>5,743,444</b>	<b>6,188,441</b>	<b>6,845,062</b>	<b>7,235,182</b>	<b>983,626</b>	<b>18,302,546</b>	<b>11,601,458</b>	<b>10,412,016</b>	<b>11,214,911</b>

## CAPSICUM

Ají amarillo, panca, mirasol

Perú cuenta con más de 350 variedades de ajíes, rocotos y pimientos registradas y cultivadas a lo largo de las 24 regiones. El Perú es el tercer país del mundo en cuanto a producción y exportación de frutos del género Capsicum, después de China e India. Sin duda, el auge de la gastronomía peruana ha permitido que la canasta agroexportadora de los frutos del género Capsicum se diversifique, sumándose productos como el ají amarillo, ají panca y rocoto, así como salsas, conservas y frutos frescos. Las variedades más utilizadas son el ají amarillo, panca, limo, charapita, montaña, y el rocoto, entre otros.

Existen alrededor de 11 mil productores agrarios dedicados al cultivo de ajíes, pimientos y rocotos en nuestro país y conducen alrededor de 14 mil hectáreas. Con respecto a la producción por regiones, Lima encabeza la producción de ají, con el 33%, seguido de Tacna (23%), destacando la producción de ají amarillo; mientras la producción de rocoto se concentra en la región Pasco (83%), destacando la provincia de Oxapampa como la principal zona. Asimismo, un 36% de la producción nacional de los ajíes corresponde a la paprika, que va al mercado de exportación, como es un 34% de ají amarillo u otros ajíes, mientras un 15% es rocoto, un 8% es pimiento piquillo y 7% pimiento morrón, sumando 184 mil toneladas la producción nacional.

### **3.3.2 Estacionalidad en Perú**

Para los productos del presente estudio no aplica estacionalidad.

### 3.3.3 Exportaciones de Perú de USD

Perú exportó 146 MM\$ de USD en 2024 de la partidas seleccionadas, esto representa un aumento del 31% en el periodo de 2020-2024 en valor exportado. Las partidas más relevante son la 21.03.90 demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa con el 36.6%, seguido de la 20.08.99 los demás frutas y plantas comestibles preparadas con el 30.5% y la 09.04.22 las demás pimientas, capsicums con el 12.5% en 2024. Este crecimiento se explica por el aumento de las partidas 21.03.90, 20.08.99, y 09.04.22. Si analizamos 24 vs 23 vemos que el valor disminuyó ligeramente en 2% siendo las partidas, 21.03.90 demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa y 20.05.20 papas preparadas o conservadas las que mayor crecimiento tuvieron.

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
21.03.90	35.060	43.344	49.665	47.832	53.674	53%	12%
20.08.99	35.896	35.180	46.441	49.895	44.662	24%	-10%
09.04.22	11.984	14.846	17.087	21.203	18.266	52%	-14%
19.04.10	10.265	11.936	12.198	12.087	11.421	11%	-6%
20.07.99	7.263	3.694	7.836	8.072	8.282	14%	3%
20.05.20	2.591	2.652	2.797	2.544	2.839	10%	12%
11.04.29	3.526	2.399	2.077	2.136	2.350	-33%	10%
11.02.90	1.246	1.435	1.343	961	983	-21%	2%
21.03.20	976	811	1.521	1.025	628	-36%	-39%
11.04.12	902	691	921	511	156	-83%	-69%
<b>Total</b>	<b>109.709</b>	<b>116.988</b>	<b>141.886</b>	<b>146.266</b>	<b>143.261</b>	<b>31%</b>	<b>-2%</b>

Cuadro EXPP20-24 \$\$ USD 000s - Fuente: Trademap - elaboración propia

Podemos observar que la partida 21.03.90 demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa aumentó su participación en 5pts y la 09.04.22 las demás pimientas, capsicums en 2pts en el periodo analizado.

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
21.03.90	31,3%	36,3%	34,4%	32,1%	36,6%	5,3%	4,5%
20.08.99	32,1%	29,5%	32,2%	33,5%	30,5%	-1,6%	-3,0%
09.04.22	10,7%	12,4%	11,8%	14,2%	12,5%	1,8%	-1,8%
19.04.10	9,2%	10,0%	8,4%	8,1%	7,8%	-1,4%	-0,3%
20.07.99	6,5%	3,1%	5,4%	5,4%	5,6%	-0,8%	0,2%
20.05.20	2,3%	2,2%	1,9%	1,7%	1,9%	-0,4%	0,2%
11.04.29	3,1%	2,0%	1,4%	1,4%	1,6%	-1,5%	0,2%
11.02.90	1,1%	1,2%	0,9%	0,6%	0,7%	-0,4%	0,0%
21.03.20	0,9%	0,7%	1,1%	0,7%	0,4%	-0,4%	-0,3%
11.04.12	0,8%	0,6%	0,6%	0,3%	0,1%	-0,7%	-0,2%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>

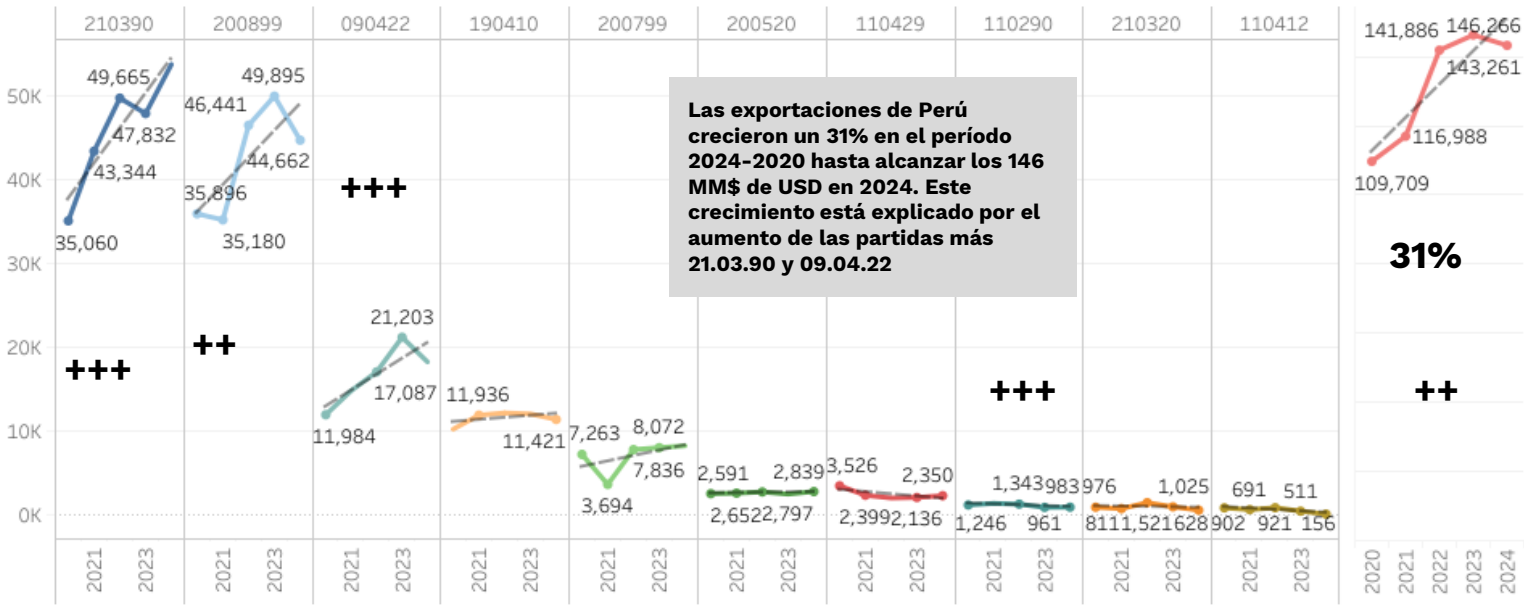
Cuadro EXPP20-24 %% USD 000s - Fuente: Trademap - elaboración propia

El 80% de las exportaciones de Perú se concentran en 4 destinos: USA es el mercado más importante con un 45% en 2024 (66 MM\$), seguido de Chile (28 MM\$) con 19%, Bolivia con 10% y Ecuador con 4%. Los mercados analizados en este estudio sumaron el 1% de las exportaciones del Perú en 2024.

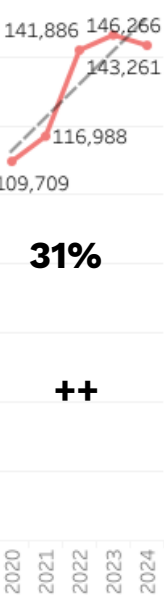
# Exportaciones de Perú

Periodo 2024-2020 en 000s USD

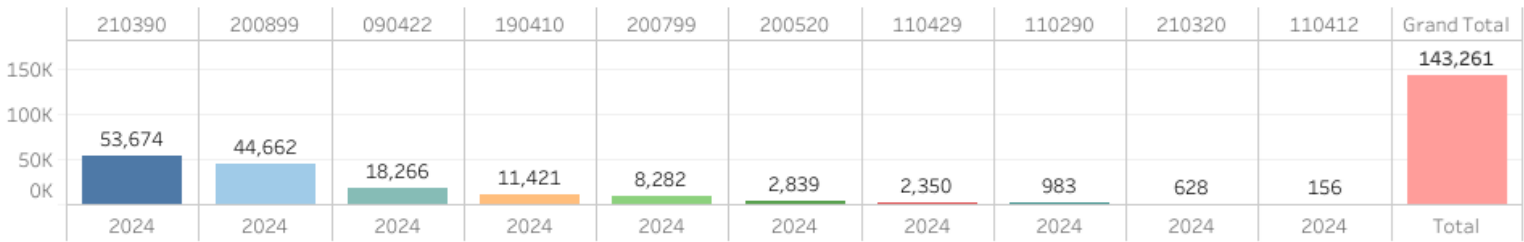
EXP Peru - Albania, Alemania, Anguila and 121 more



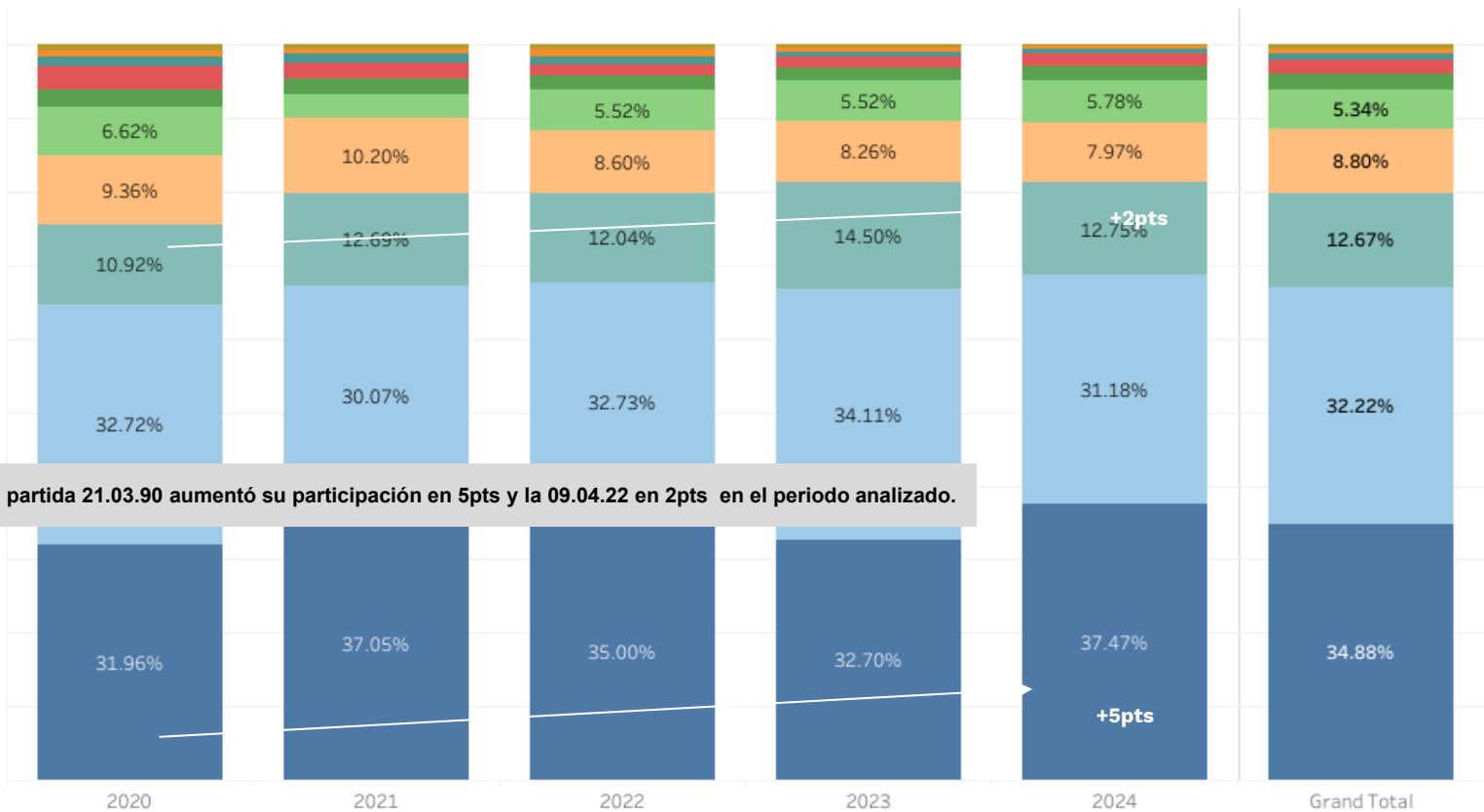
EXP Total



EXP Peru 2024 USD 000s - Albania, Alemania, Anguila and 121 more



EXP Peru - Albania, Alemania, Anguila and 121 more



Las partida 21.03.90 aumentó su participación en 5pts y la 09.04.22 en 2pts en el periodo analizado.

Cuadro EXPPA-Fuente: Trademap - elaboración propia

# Exportaciones de Perú

%% Ranking mercados 2024 en 000s USD

EL 80% de las exportaciones de Perú se concentran en 4 destinos: USA es el mercado más importante con un 45% en 2024, seguido de Chile y Bolivia con 19% y 10% y Ecuador con 4%.

Peru - EXP 2024

80%

Mercado	Partida										Grand Total
	090422	110290	110412	110429	190410	200520	200799	200899	210320	210390	
Estados Unidos de América	60.66%	48.63%		44.09%	45.48%	15.01%	87.32%	52.41%	1.27%	32.01%	46.10%
Chile	1.93%	6.51%	1.92%	3.23%	20.84%	47.13%	2.55%	20.32%	3.50%	25.18%	18.87%
Bolivia, Estado Plurinacio..			94.87%		7.38%	12.26%	1.81%		44.43%	22.56%	9.69%
Ecuador	0.12%				13.49%		2.29%	1.60%	48.73%	6.55%	4.39%
Canadá	0.37%	17.80%		9.49%	1.71%	0.18%		9.94%		0.99%	3.94%
España	6.35%	2.44%		6.47%	0.17%	1.20%	0.01%	0.88%	2.07%	2.77%	2.29%
Países Bajos	0.02%	8.44%		0.47%	0.08%	0.04%	2.78%	4.95%		0.73%	2.05%
Brasil	9.63%	2.03%		7.02%	0.21%	3.70%		0.07%		1.29%	1.95%
México	7.24%	2.64%	0.64%	24.81%	1.76%	1.44%	0.40%	0.15%		0.73%	1.86%
Colombia	0.50%	1.53%		0.55%	1.37%			2.85%		2.03%	1.84%
Rusia, Federación de	6.79%									0.01%	0.87%
Italia	0.73%		2.56%	0.64%	0.39%	1.09%		0.58%		0.91%	0.68%
Cuba										1.46%	0.55%
Australia		3.26%		0.47%	0.06%	0.18%		1.30%		0.07%	0.47%
Japón	0.70%				0.01%			0.90%		0.21%	0.45%
República Dominicana					0.50%	0.92%		0.30%		0.80%	0.45%
Costa Rica	0.59%			0.09%	2.01%			0.37%		0.19%	0.42%
Francia	0.20%	0.41%								0.30%	0.41%
Argentina	2.68%	2.85%									0.38%
Alemania	0.21%					6.13%	1.06%	0.36%		0.10%	0.36%
Panamá	0.06%				1.65%		0.60%	0.03%		0.17%	0.25%
Bélgica	0.19%	0.10%		0.26%	0.01%			0.31%		0.18%	0.19%
Guatemala		0.71%			0.48%			0.44%		0.02%	0.19%
Reino Unido	0.05%	0.31%			0.04%	1.06%		0.33%		0.07%	0.16%
El Salvador						1.97%				0.29%	0.15%
Uruguay	0.11%	0.61%			0.60%	1.51%		0.13%		0.01%	0.14%
Corea, República de		0.10%			1.19%			0.12%			0.13%
Nueva Zelandia		0.20%		0.38%	0.02%		0.68%	0.16%			0.10%
Irlanda								0.23%		0.03%	0.08%
Filipinas						3.80%					0.08%
Türkiye					0.25%		0.43%	0.07%			0.07%
Israel						0.77%		0.12%		0.01%	0.06%
Polonia				0.04%				0.16%			0.05%
Suiza	0.01%							0.08%		0.06%	0.05%
Honduras	0.33%				0.04%						0.05%
Trinidad y Tobago	0.22%										0.03%
Emiratos Árabes Unidos	0.11%	0.20%		0.13%						0.01%	0.02%
Aruba										0.06%	0.02%
Qatar										0.05%	0.02%
Haití	0.09%				0.07%						0.02%
China								0.05%			0.02%
Arabia Saudita		0.20%		0.04%						0.03%	0.01%
Austria										0.03%	0.01%
Hong Kong, China	0.01%			0.55%	0.03%						0.01%
Dinamarca									0.03%		0.01%
Taipei Chino				0.68%							0.01%
Paraguay	0.08%										0.01%
Bahamas										0.02%	0.01%
Singapur							0.01%			0.02%	0.01%
Tailandia		0.71%		0.09%							0.01%
Rancho de naves y aeron..						0.21%		0.00%			0.01%
India										0.01%	0.00%
Suecia								0.01%			0.00%
Venezuela, República Bol..	0.00%									0.00%	0.00%

Los mercados analizados suman 1% de las exportaciones de Perú en 2024.

Cuadro EXPP% -Fuente: Trademap - elaboración propia

# Exportaciones de Perú \$\$

Ranking mercados 2024 en 000s USD

Perú exportó 146 MM\$ de USD en 2024 de la partidas seleccionadas, USA es el principal destino con 66 MM\$, seguido de Chile con 28 MM\$ y Bolivia con 14.8MM\$.

Peru - EXP 2024

Mercado	Partida										Grand Total
	090422	110290	110412	110429	190410	200520	200799	200899	210320	210390	
Estados Unidos de América	11,081	478		1,036	5,194	426	7,232	23,407	8	17,181	66,043
Chile	352	64	3	76	2,380	1,338	211	9,074	22	13,516	27,036
Bolivia, Estado Plurinacio..			148		843	348	150		279	12,110	13,878
Ecuador	22				1,541		190	713	306	3,516	6,288
Canadá	68	175		223	195	5		4,441		531	5,638
España	1,159	24		152	19	34	1	393	13	1,488	3,283
Países Bajos	3	83		11	9	1	230	2,209		392	2,938
Brasil	1,759	20		165	24	105		30		691	2,794
México	1,322	26	1	583	201	41	33	65		393	2,665
Colombia	91	15		13	157			1,273		1,090	2,639
Rusia, Federación de	1,241									3	1,244
Italia	134		4	15	45	31		259		491	979
Cuba										783	783
Australia		32		11	7	5		582		38	675
Japón	128				1			404		113	646
República Dominicana					57	26		132		428	643
Costa Rica	108			2	230			167		100	607
Francia	37	4				40	3	346		163	593
Argentina	490	28		12	17						547
Alemania	38					174	88	163		52	515
Panamá	11				189		50	15		92	357
Bélgica	34	1		6	1			138		94	274
Guatemala		7			55			196		10	268
Reino Unido	9	3			5	30		149		36	232
El Salvador						56				155	211
Uruguay	21	6			69	43		57		7	203
Corea, República de		1			136			53			190
Nueva Zelanda		2		9	2		56	70			139
Irlanda								102		14	116
Filipinas						108					108
Türkiye					29		36	30			95
Israel						22		55		6	83
Polonia				1				72			73
Suiza	1							35		30	66
Honduras	61				4						65
Trinidad y Tobago	40										40
Emiratos Árabes Unidos	20	2		3						7	32
Aruba										30	30
Qatar										28	28
Haití	17				8						25
China								22			22
Arabia Saudita		2		1						17	20
Austria										18	18
Hong Kong, China	1			13	3						17
Dinamarca										16	16
Taipei Chino				16							16
Paraguay	15										15
Bahamas										13	13
Singapur							1			11	12
Tailandia		7		2							9
Rancho de naves y aeron..						6		2			8
India										5	5
Suecia								5			5
Venezuela, República Boli..											5

Cuadro EXPP\$\$-Fuente: Trademap - elaboración propia

## **IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino**

4.1 Producción del producto (s) en el mercado destino

4.2 Exportaciones del producto(s) del país de destino

4.3 Importaciones del país de destino del producto(s)

4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino

4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú

4.6 Análisis de la Competencia.

4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado destino

4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras al mercado destino

## 4.1 Producción del país de destino

### República Dominicana: panorama general

El crecimiento económico de República Dominicana triplicó el promedio regional en las últimas dos décadas y se tradujo en la salida de la pobreza de 2,8 millones de personas, una clase media que ahora supera a la población pobre y una mejora en la calidad de vida en cuanto a acceso a servicios básicos, vivienda y educación.

Para mantener ese crecimiento dinámico y ampliar sus beneficios para más hogares y zonas en pobreza será clave un aumento de la productividad, a través de la implementación de reformas para fortalecer el capital humano, la competitividad, la innovación, la prestación de servicios, la eficiencia en el gasto público y la resiliencia frente a eventos climáticos.

En 2024, se espera que la economía crezca un 5.1%, gracias a la flexibilización monetaria, el aumento de la inversión pública y la llegada récord de turistas. A mediano plazo, el crecimiento estará impulsado por un consumo y una inversión fuerte, apoyados por reformas como la fiscal, energía, agua y empleos, además de iniciativas para mejorar la educación y atraer inversión extranjera.

El gobierno ha mostrado un fuerte compromiso para abordar los desafíos de larga data que plantea el sector eléctrico a través de un paquete integral de reformas, con miras a ampliar la transparencia, la rendición de cuentas y la eficiencia en el sector y continuar con la diversificación de la matriz energética, incluyendo fuentes de energía menos contaminantes; y aumentar el acceso a energía confiable y asequible.

La ocurrencia de eventos climáticos adversos pone cada vez más en relieve la necesidad crítica de contar con una acción acelerada que fortalezca la resiliencia y la adaptación del país de una manera inclusiva.

Aprovechar nuevas oportunidades de negocio y soluciones del sector privado, y desarrollar sus activos en sectores clave como la logística y los servicios financieros, aumentaría la atracción de inversionistas competitivos hacia la República Dominicana, al tiempo que disminuiría gradualmente la dependencia del país de los incentivos fiscales.

La producción de ciertos cultivos en República Dominicana se ve restringida por las condiciones agroclimáticas inherentes a su ubicación tropical. La quinoa, un pseudocereal que prospera en altitudes elevadas y climas frescos, no encuentra en el territorio dominicano las características ambientales necesarias para su cultivo a gran escala. De manera similar, la avena, un cereal típicamente de climas templados, presenta limitaciones para su desarrollo en las zonas bajas y cálidas del país, resultando en una producción marginal o inexistente. El consumo interno de estos productos se suple, por ende, a través de la importación.

En cuanto a la industria de las papas fritas, si bien existe un mercado de consumo y se identifican instalaciones de procesamiento para satisfacer la demanda local, la base agrícola para esta industria no radica en una producción robusta de papa a nivel nacional. El cultivo de papa en República Dominicana se concentra en ciertas regiones de mayor altitud con climas más frescos, pero la producción no es suficiente para abastecer una industria de papas fritas a gran escala. Una parte importante de la papa utilizada para el procesamiento se importa.

El plátano, conocido localmente como guineo en algunas variedades, es un cultivo de gran importancia en la República Dominicana, tanto para el consumo interno como para la exportación. Su producción se extiende por diversas regiones del país, aprovechando la variedad de microclimas y suelos.

Las principales zonas de producción incluyen las regiones del **Cibao Central** (provincias de La Vega, Santiago, Espaillat), la **Línea Noroeste** (provincias de Monte Cristi, Valverde), la región **Sur** (provincias de Barahona, Azua) y la región **Este** (provincias de Hato Mayor, El Seibo). Cada una de estas regiones puede especializarse en diferentes variedades de plátano, tanto para el consumo local (como el plátano barahonero) como para la exportación (principalmente el Cavendish).

República Dominicana es un productor significativo de plátanos a nivel mundial. Las cifras de producción varían anualmente, pero se estiman en 43.19 millones de quintales. Una parte importante de esta producción se destina al consumo interno, siendo un alimento básico en la dieta dominicana, mientras que otra porción se exporta, principalmente a mercados como Estados Unidos y Europa.

El cultivo de plátano tiene un impacto socioeconómico considerable en República Dominicana. Genera una gran cantidad de **empleo** en las zonas rurales, desde la siembra y el cuidado de las plantaciones hasta la cosecha, el procesamiento y el transporte. Para muchas familias rurales, el plátano representa su principal fuente de ingresos. Además, las exportaciones de plátano contribuyen a la generación de **divisas** para el país y fortalecen su posición en el mercado internacional de frutas.

El **ají** o **pimiento** se cultiva en diversas variedades a lo largo de República Dominicana. Los datos proporcionados revelan una producción total de ajíes que ha mostrado una tendencia al aumento en los últimos años, alcanzando **78,016 toneladas en 2023**. La producción de ajíes se encuentra dispersa en varias regiones agrícolas, incluyendo zonas del **Cibao Central**, la **Línea Noroeste** y algunas áreas del **Sur**. Se cultivan diferentes tipos, como el **Ají Morrón**, **Ají Cubanela**, **Ají Picante (Hot Pepper)** y **Ají Cachucha (Gustoso)**.

El cultivo de ají contribuye significativamente a la **diversificación de la producción agrícola** y genera **ingresos para los agricultores**. El aumento en la producción total subraya la creciente importancia de este sector. La exportación de variedades específicas de ajíes dominicanos genera divisas y abre nuevos mercados.

La producción de tomate en la República Dominicana abarca diversas variedades, con volúmenes importantes destinados tanto al consumo interno como a la exportación. Los datos proporcionados incluyen información sobre el **Tomate Cherry**, el **Tomate Clúster (Ensalada)** y el **Tomate Bugalú**. La producción total combinada de estas tres variedades alcanzó **39,797 toneladas en 2023**.

El cultivo de tomate se extiende por varias regiones agrícolas, incluyendo el **Cibao Central**, la región **Sur** y otras áreas con condiciones favorables para su desarrollo. La producción de tomate es crucial para el abastecimiento del mercado interno y genera **empleo** en las fincas. El aumento en la producción de variedades como el Tomate Clúster indica un fortalecimiento del sector y su capacidad para satisfacer la demanda y potencialmente expandirse a mercados de exportación.

Año	Total	Ají (pimiento) Morrón	Ají Cubanela	Ají Picante (Hot Pepper)	Ají Cachucha (Gustoso)	Tomate Cherry	Tomate Clúster (Ensalada)	Tomate Bugalu
2015	39.631	17.867	3.942	1.379	n/d	2.400	13.091	953
2016	51.947	19.563	5.949	1.041	n/d	1.917	17.609	5.869
2017	54.501	19.110	2.642	2.290	n/d	2.378	25.129	2.952
2018	54.725	15.542	2.205	1.077	n/d	4.161	26.524	5.216
2019	53.968	19.858	3.363	575	13	6.110	18.834	5.214
2020	53.473	16.674	2.772	471	0	9.959	18.279	5.318
2021	64.970	23.130	4.321	370	755	12.090	16.305	8.000
2022	69.216	23.522	4.269	420	1.197	10.677	22.176	6.956
2023	78.016	31.859	4.986	349	1.426	9.156	23.874	6.367

\*Cifras sujetas a rectificación

Nota: Una tonelada métrica es equivalente a 22.046 quintales

t: Toneladas Métricas

n/d : Información no disponible

Fuente: Registros Administrativos, Programa de Mercados, Frigoríficos e Invernaderos (PROMEFRIN) del Ministerio de Agricultura

# Producción del país de destino

## Panamá: panorama general

Desde 2021, Panamá ha fortalecido su posición como uno de los primeros países con carbono negativo en el mundo, con sus bosques capturando más carbono del que el país emite. Este logro subraya el compromiso de Panamá con la sostenibilidad ambiental. Además, Panamá se destaca como un centro logístico y financiero clave en la región. El desarrollo ha sido impulsado por el comercio y los servicios, con el Canal desempeñando un papel fundamental en estos sectores. A pesar de estos avances, Panamá sigue siendo uno de los países más desiguales del mundo, con una pobreza significativa entre los pueblos indígenas y los afro-panameños, así como un acceso limitado y baja calidad de los servicios públicos esenciales.

En los últimos treinta años, el crecimiento económico ha generado empleo y reducido significativamente la pobreza, que ha disminuido del 48.2 % en 1991 al 12.9 % en 2023, con un ingreso per cápita de \$6.85 por día, según la medición de Paridad de Poder Adquisitivo (PPA) de 2017. El PIB creció un 7.3 por ciento en 2023, impulsado por los sectores de construcción, transporte y almacenamiento, comercio mayorista y minorista, servicios públicos, servicios empresariales y hospitalidad, empleando colectivamente al 45 por ciento de la fuerza laboral. Sin embargo, el progreso en la reducción de la pobreza se ha visto afectado por la eliminación de las transferencias de emergencia del gobierno (Nuevo Programa Panamá Solidario – NPPS).

Durante el cuarto trimestre de 2023, Panamá logró salir de la lista de países de alto riesgo y no cooperantes del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) en la lucha contra el lavado de dinero y la financiación del terrorismo, tras implementar acciones que fortalecieron su régimen en el combate a estos delitos. Esto traerá beneficios económicos positivos para el país a mediano y largo plazo.

A pesar del fuerte crecimiento y los avances en reformas, han surgido nuevos desafíos. Tras la prolongada sequía que duró de julio de 2023 a abril de 2024, el Canal de Panamá tuvo que restringir el tránsito de embarcaciones. Además, la decisión de la Corte Suprema de declarar inconstitucional el contrato con la empresa Cobre Panamá tendrá importantes impactos económicos en el país.

Se espera que el crecimiento se desacelere al 2.4 por ciento en 2024, tras la paralización de una de las actividades mineras más importantes del país. Sin embargo, el dinamismo en el sector de servicios debería ayudar a mejorar gradualmente el crecimiento. A partir de 2025, se espera un crecimiento acelerado si Panamá mantiene su atractivo como destino para la inversión extranjera, lo que debería iniciar una modesta reducción de la pobreza a medida que la economía se recupere y el mercado laboral recobre su impulso.

Se proyecta que el déficit fiscal se amplíe al 4.6 por ciento del PIB en 2024, debido a menores ingresos y mayores gastos. Sin embargo, se espera que disminuya gradualmente a alrededor del 3 por ciento para 2026, a medida que entren en vigor las medidas de consolidación fiscal, lo que señala una trayectoria positiva hacia la estabilidad a largo plazo. Aunque Fitch rebajó la calificación de riesgo soberano de Panamá de BBB- a BB+ el 28 de marzo de 2024, el país mantiene un buen acceso a los mercados de capital.

En mayo de 2024, los panameños eligieron a José Raúl Mulino para liderar el país, y un nuevo gobierno asumió el cargo el 1 de julio de 2024. La nueva administración se ha propuesto abordar los desafíos estructurales de Panamá para restaurar altas tasas de crecimiento, garantizar la sostenibilidad fiscal y mejorar la resiliencia ante choques climáticos. Abordar estos problemas requerirá mejorar la movilización de ingresos mediante la alineación de las tasas impositivas, abordar las ineficiencias en la administración tributaria y reducir las presiones de gasto, especialmente las relacionadas con el sistema de pensiones y los subsidios no focalizados. Estos esfuerzos enviarán señales positivas a los inversionistas y restaurarán la confianza.

En otro aspecto, la producción de ciertos cultivos en Panamá se ve restringida por las condiciones agroclimáticas inherentes a su ubicación tropical. La **quinua** que prospera en altitudes elevadas y climas frescos, no encuentra en el territorio panameño las características ambientales necesarias para su cultivo a gran escala. De manera similar, la **avena**, un cereal típicamente de climas templados, presenta limitaciones para su desarrollo en las zonas bajas y cálidas de Panamá, resultando en una producción marginal o inexistente. El consumo interno de estos productos se suple, por ende, a través de la importación.

En cuanto a la industria de las **papas fritas**, si bien se identifica la presencia de plantas de procesamiento que atienden la demanda interna y posiblemente regional, la base agrícola para esta industria no radica en una producción robusta de papa a nivel nacional. El cultivo de papa en Panamá se enfrenta a desafíos significativos en las tierras bajas tropicales, lo que implica que la materia prima para la fabricación de papas fritas se obtiene, en su mayor parte, de mercados externos. Por lo tanto, la actividad industrial se centra en el valor agregado del procesamiento más que en una cadena productiva agrícola primaria significativa.

Por su parte, la producción de banano constituye un sector estratégico dentro de la economía panameña, con una concentración geográfica bien definida en la provincia de Bocas del Toro, en la vertiente atlántica, y en la provincia de Chiriquí, en la región occidental. Estas zonas se benefician de un régimen de lluvias abundante, temperaturas elevadas y suelos fértiles de origen volcánico, condiciones ideales para el cultivo de la variedad Cavendish, predominante para la exportación.

Históricamente, los volúmenes de exportación de banano han sido considerables, situándose en un rango de 30 a 40 millones de cajas anuales, lo que representa una masa productiva de aproximadamente 600,000 a 800,000 toneladas métricas por año. Esta actividad genera un flujo sustancial de divisas para el país y ejerce un impacto significativo en el mercado laboral, proporcionando empleo directo e indirecto a decenas de miles de trabajadores en las fases de cultivo, cosecha, empaque, logística y administración. La industria bananera no solo impulsa la economía local de las regiones productoras, sino que también ha sido un factor en el desarrollo de infraestructura y servicios asociados. A pesar de la diversificación económica de Panamá en las últimas décadas, el banano sigue siendo un componente esencial de su sector agropecuario y un actor relevante en el comercio internacional de frutas.

La producción de mermeladas en Panamá se caracteriza por una estructura más descentralizada, con una presencia notable de pequeñas empresas familiares y emprendedores artesanales ubicados principalmente en provincias con una activa producción frutícola, como Chiriquí, Coclé y Panamá Oeste. Estos productores aprovechan la rica variedad de frutas tropicales del país, incluyendo mango, piña, maracuyá, guayaba y otras, para elaborar conservas que atienden tanto al mercado interno como a nichos específicos, como el turismo.

Si bien no se dispone de estadísticas agregadas precisas sobre el volumen total de producción de mermeladas, la actividad representa una importante vía para añadir valor a la producción agrícola local, reduciendo pérdidas post-cosecha y generando ingresos adicionales para los agricultores. Además, fomenta el desarrollo de micro y pequeñas empresas, promoviendo el autoempleo y la diversificación económica a nivel regional. Las mermeladas elaboradas con frutas autóctonas ofrecen un producto diferenciado que puede atraer a consumidores locales y extranjeros, contribuyendo a la identidad gastronómica del país.

La producción de salsa de tomate en Panamá se desarrolla en dos niveles: una producción artesanal, llevada a cabo por pequeños productores en diversas regiones agrícolas, y una producción industrial, concentrada principalmente en zonas cercanas a los centros de población y distribución, como la provincia de Panamá y Panamá Oeste. Esta última busca satisfacer la demanda masiva del mercado interno, ofreciendo un producto básico en la canasta familiar.

Aunque no se cuenta con cifras detalladas y centralizadas sobre el volumen total de producción de salsa de tomate, la existencia de una industria local contribuye a la seguridad alimentaria y a la reducción de la dependencia de importaciones en este rubro. Además, genera empleo en las plantas de procesamiento y en las pequeñas empresas artesanales. Panamá ha demostrado tener potencial exportador en el sector de salsas y preparaciones, lo que indica que la producción de salsa de tomate podría expandirse para atender mercados regionales, generando así nuevas oportunidades económicas y divisas para el país. Esta actividad también establece vínculos con el sector agrícola, creando demanda para los productores de tomate y otros ingredientes utilizados en la elaboración de la salsa.

## Producción del país de destino

### Costa Rica: panorama general

Costa Rica ha sido, en muchos aspectos, un caso exitoso en términos de desarrollo. Es un país miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) desde 2021, que presenta una trayectoria única sostenida por una larga tradición de estabilidad democrática e institucionalidad, con una reputación destacada como líder en desarrollo sostenible, siendo el primer país tropical del mundo en lograr revertir la deforestación. Estos logros se dan mientras el país trabaja para fortalecer su coyuntura macroeconómica, con un crecimiento promedio de más del 3% en la última década, alcanzando un 5,1% en 2023, lo que superó las expectativas. Este crecimiento se ha anclado en un modelo orientado hacia el exterior que ha dirigido con éxito la inversión extranjera y promovido la liberalización gradual del comercio.

A pesar de estas sólidas bases, el modelo de desarrollo enfrenta amenazas significativas. La desigualdad es alta; con un coeficiente de GINI de 46,7 en 2023, Costa Rica se encuentra entre los países miembros de la OCDE con mayor desigualdad. Además, aunque los niveles de pobreza han disminuido tras la pandemia de la COVID-19, alcanzando el 22% de los hogares en 2023 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), este proceso ha sido lento a pesar del crecimiento económico continuo del país. La pandemia también ha exacerbado los desafíos al pacto social; a pesar de las inversiones continuas en educación, por ejemplo, los déficits en los resultados de aprendizaje han empeorado, lo que ha acentuado las inequidades existentes.

Finalmente, a pesar de los esfuerzos encomiables en cuanto a la deforestación, las emisiones del país han aumentado rápidamente en las últimas dos décadas y podrían seguir creciendo en ausencia de reformas para reducirlas. Costa Rica también sigue siendo vulnerable ante los desastres naturales, con el 78% de la población en alto riesgo debido a múltiples peligros.

Estos desafíos se dan en un contexto más amplio de consideraciones globales, incluyendo un reciente aumento en los niveles de migración. El país también enfrenta percepciones de mayores niveles de criminalidad vinculados al narcotráfico. Sin embargo, esto presenta una oportunidad para que los costarricenses preserven y consoliden algunos logros ejemplares, mientras se abordan las amenazas subyacentes a su modelo de desarrollo.

Será crucial que Costa Rica adopte medidas para promover un crecimiento inclusivo mientras continúa sus esfuerzos por consolidar una estrategia de gestión fiscal efectiva. El país necesita establecer las condiciones para que el crecimiento sea amplio y alcance plenamente a su fuerza laboral y a todo su territorio. Mejorar la movilización de ingresos y la eficiencia del gasto, especialmente en los sectores de infraestructura y social, será esencial para abordar la pobreza y la desigualdad, al tiempo que se fortalece la resiliencia climática, se reducen las emisiones y se consolida la sostenibilidad de su modelo.

En otro aspecto, de los productos analizados en el presente estudio (**quinoa, avena y papas fritas**), **no se registra una producción o fabricación de trascendencia económica en Costa Rica**. La quinoa y la avena son cultivos que requieren condiciones climáticas específicas que no se encuentran de forma óptima en el país, lo que limita su producción a escalas muy pequeñas o nulas.

En cuanto a las papas fritas, si bien podría existir algún procesamiento industrial, es probable que la materia prima (la papa) se importe en gran medida, por lo que la fabricación no representa una actividad económica significativa basada en la producción local.

En contraposición, Costa Rica se erige como un actor de gran relevancia en el escenario mundial gracias a su producción y exportación de banano, una variedad específica de plátano (Cavendish) destinada principalmente a los mercados internacionales. La región caribeña, y particularmente la provincia de Limón, concentra la mayor parte de esta actividad, beneficiándose de un clima cálido y húmedo y de suelos notablemente fértiles. Históricamente, la industria bananera ha moldeado profundamente la economía y la cultura de esta zona. Si bien en menor escala, también se registra producción en la zona del Pacífico Sur, alrededor de Golfito. Es importante destacar la producción de banano criollo, diversas variedades de plátano destinadas al consumo interno e industrial, con una presencia significativa de pequeños productores en el cantón de Talamanca (Limón) y áreas cercanas a Turrialba.

La productividad bananera de Costa Rica se sitúa entre las más altas a nivel global, alcanzando alrededor de 51.6 toneladas métricas por hectárea en 2021, y las exportaciones anuales han superado consistentemente los mil millones de dólares desde 2016, con la excepción de 2022. El banano constituye una fuente de ingresos fundamental para la economía costarricense, erigiéndose como uno de sus principales productos de exportación. Esta industria genera una considerable cantidad de empleos, especialmente en la región del Caribe, siendo un pilar esencial para su desarrollo económico e identidad.

La posición de Costa Rica como uno de los tres mayores exportadores de banano a nivel mundial subraya su importancia en el mercado internacional. El país ha ganado reconocimiento por la calidad de su fruta y por sus esfuerzos en la producción sostenible, en armonía con el medio ambiente y los trabajadores, llegando incluso a obtener una Denominación de Origen.

En cuanto a la producción de mermeladas en Costa Rica, la información agregada a nivel nacional es menos abundante. No obstante, se presume la existencia de pequeñas y medianas empresas dedicadas a esta actividad a lo largo del territorio, especialmente en regiones con una producción frutícola activa. Iniciativas de agricultores y emprendedores locales se han enfocado en la elaboración de mermeladas artesanales, utilizando a menudo frutas autóctonas. Se han identificado empresas productoras en diversas zonas como Cartago, Heredia, Alajuela, Santa Ana y Puriscal, aunque no se especifican los volúmenes de producción. El mercado costarricense de mermeladas muestra dinamismo, evidenciado por un aumento en las importaciones en años recientes, lo que sugiere una demanda interna. Existe un interés creciente en el desarrollo de mermeladas a partir de frutas exóticas y tropicales, vislumbrando un nicho de mercado con potencial, incluso para la exportación. La producción de mermeladas puede añadir valor a la producción agrícola local, brindando oportunidades para el emprendimiento y la generación de empleo a nivel regional. Un mayor impulso a la producción local con estándares de calidad podría fortalecer su impacto económico, permitiendo competir con las importaciones y explorar mercados internacionales.

Respecto a la producción de salsa de tomate en Costa Rica, al igual que con las mermeladas, la información detallada a nivel industrial es limitada. Sin embargo, se constata la presencia de agricultores y pequeñas empresas que elaboran salsa de tomate artesanal y otros derivados del tomate en regiones como Cartago, Heredia, Alajuela, Santa Ana y Puriscal.

No se disponen de cifras agregadas sobre la producción total de salsa de tomate en el país, no obstante, Costa Rica se posiciona como un exportador neto de "Ketchup de tomate y otras salsas de tomate", alcanzando exportaciones por valor de \$60.2 millones de dólares en 2023. Los principales destinos de estas exportaciones son los países centroamericanos y Estados Unidos. Paralelamente, se registran importaciones de estas salsas, principalmente desde Estados Unidos y Guatemala, lo que refleja un mercado interno con demanda tanto de productos locales como foráneos. La producción de salsa de tomate, tanto a nivel artesanal como industrial, contribuye a la generación de empleo y al incremento del valor añadido en el sector agrícola. El crecimiento de las exportaciones en este rubro señala un potencial para una mayor expansión de esta actividad y su contribución a la economía nacional.

## Exportaciones e importaciones del producto(s) del país de destino

Comparativa de valores y participación relativa IMP y EXP para mercado destino 2024 en USD 000s

Si analizamos la importancia relativa del sector externo para el mercado potencial para todas las partidas seleccionadas en 2024 vemos que las **EXP** tienen mayor valor que las **IMP** con **466 MM\$ de USD** para el periodo. vs **399 MM\$** de las IMP Ambos sectores muestran crecimiento para el periodo.

Costa Rica es el país con mayores EXP con un **74%** del share del mercado potencial, seguido por Rep. Dominicana con el 25% y Panamá con apenas el 1%. En cambio las IMP son parejas para los tres mercados individualmente, con Panamá con un valor ligeramente mayor de casi 7MM\$ de USD.



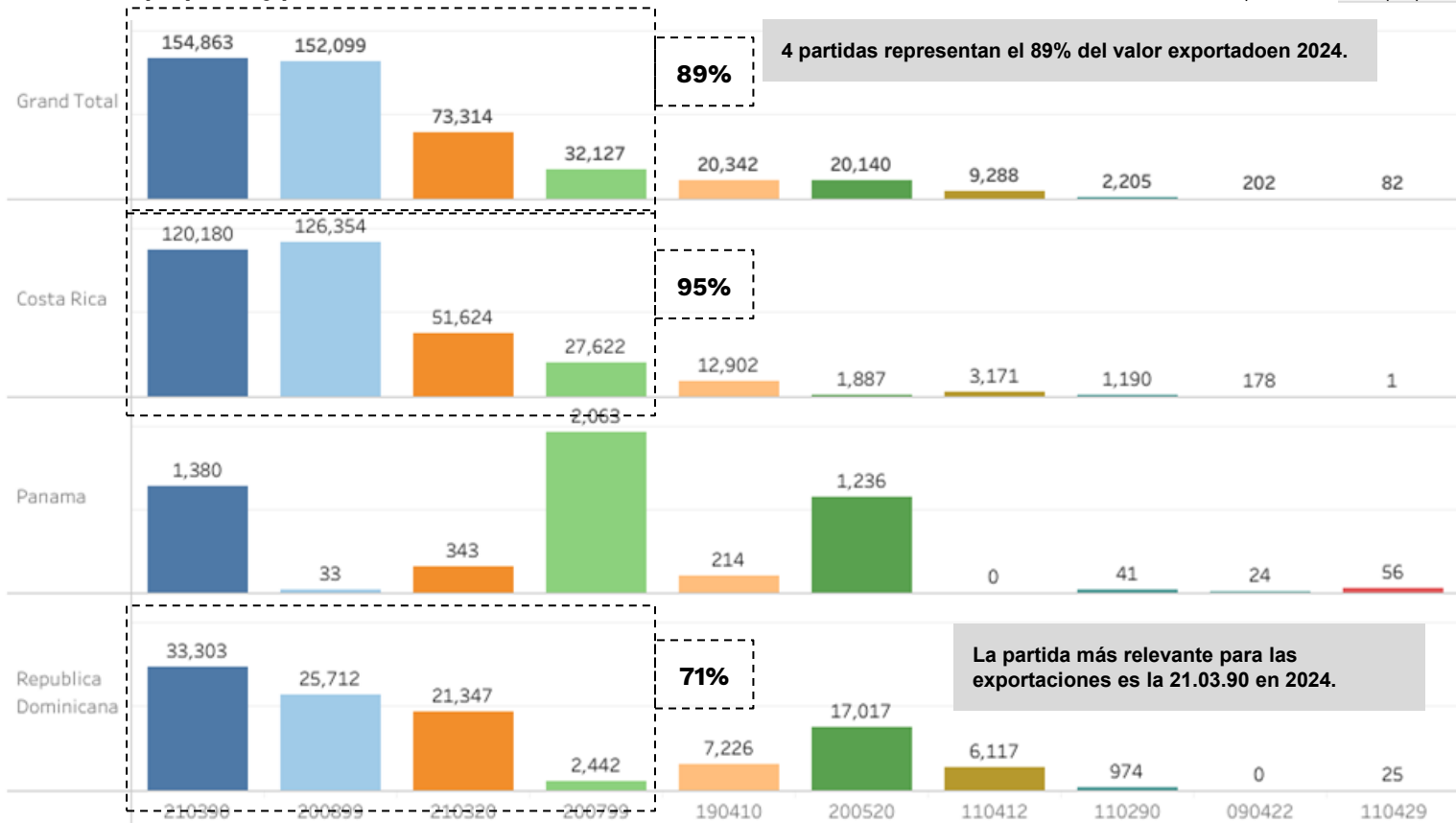
Cuadro EXPA3 -Fuente: Trademap - elaboración propia

# Exportaciones del producto(s) del país de destino por partida(s)

Evolución valores y participación relativa EXP para mercado destino 2024 en USD 000s

EXP - Valor por partida y país 2024 USD 000s

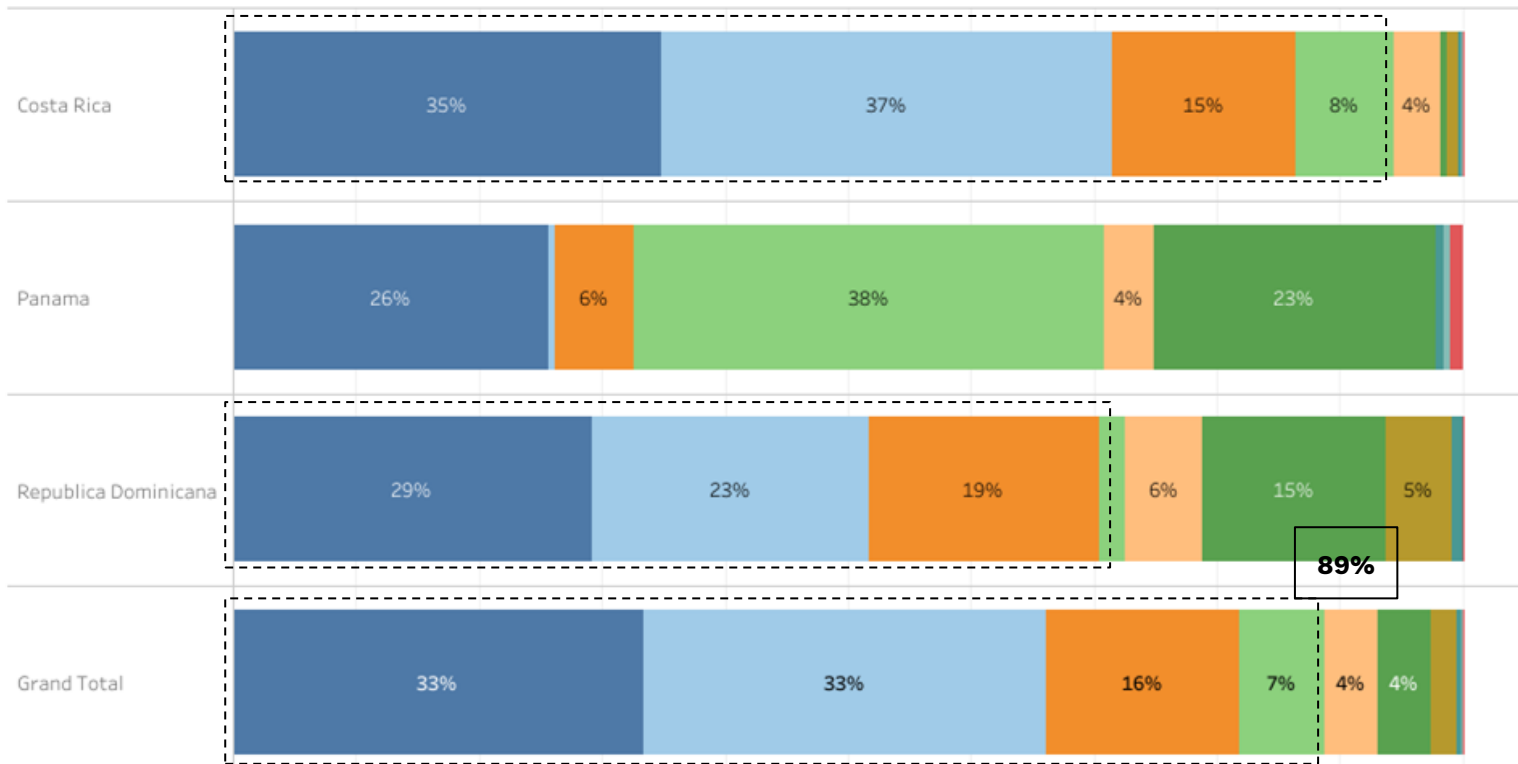
Cuadro EXP4- Fuente: Trademap - elaboración propia



La importancia relativa de las distintas partidas es diferente en cada mercado para las EXP, en promedio las primeras 4 partidas en términos de valor representan el 89% de las EXP para el 2024. Costa Rica tiene mayor concentración de partidas en sus exportaciones con 4 partidas totalizando el 95%, mientras que República Dominicana llega al 71% con las primeras 4. La principal partida es la **21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazónadores, salsa mayonesa** en 2024 mientras que en Costa Rica es la **20.08.99 Los demás frutas y plantas comestibles preparadas**.

EXP - Valor por partida y país 2024 USD 000s

Cuadro EXP5- Fuente: Trademap - elaboración propia



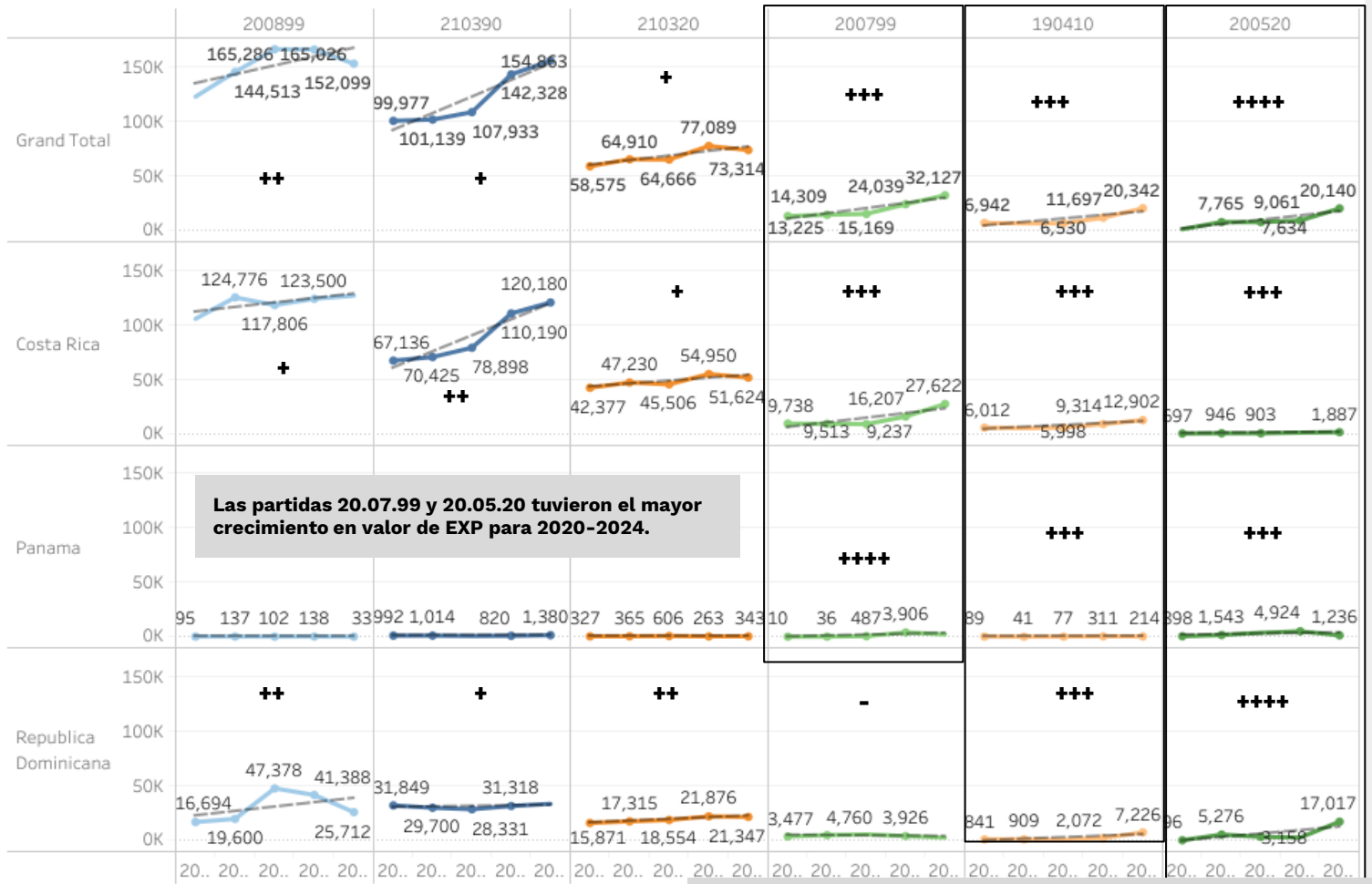
Fuente: Trademap - elaboración propia

# Exportaciones del producto(s) del país de destino por partida(s)

Evolución valores y participación relativa EXP para mercado destino periodo 2020-2024 en USD 000s

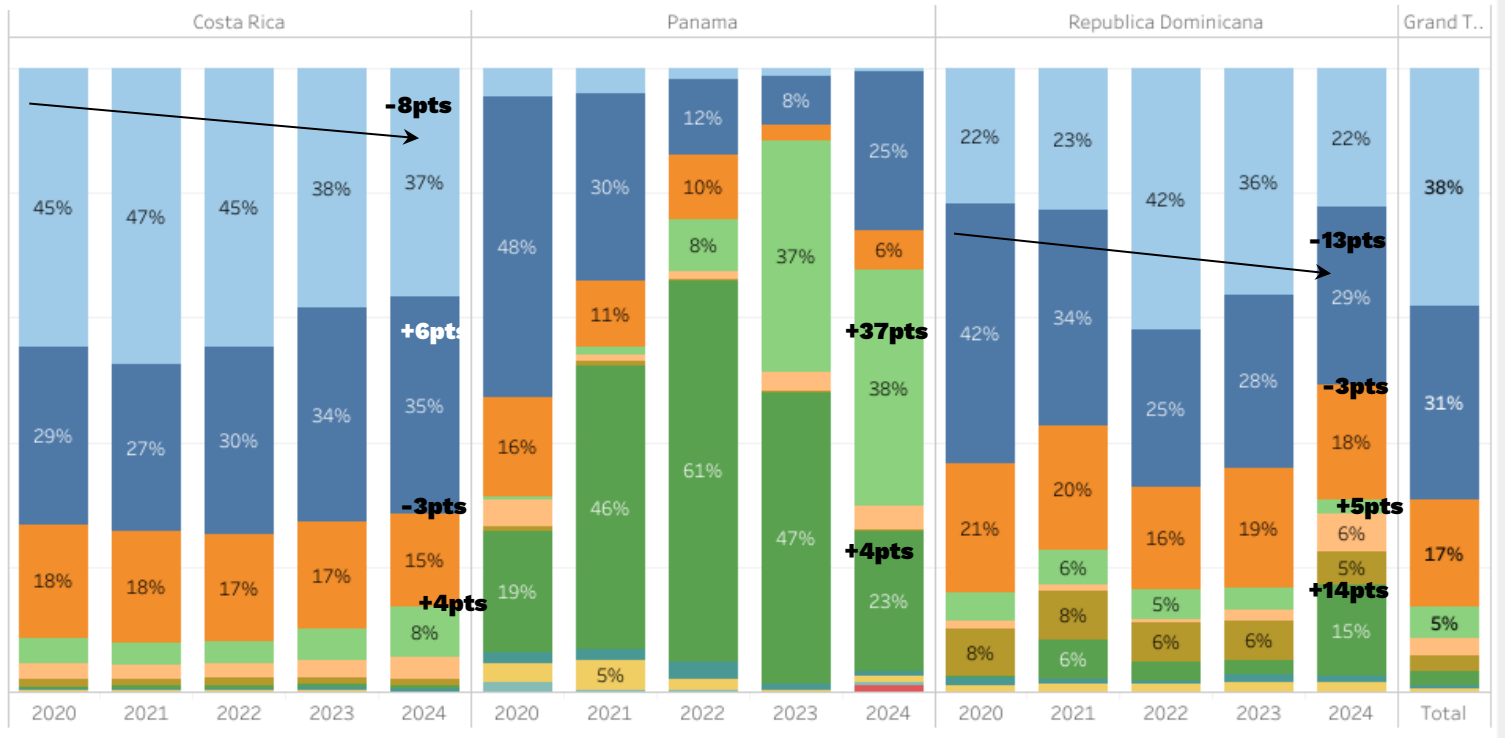
EXP - Valor por partida y país 2024 USD 000s

Cuadro EXPAG6- Fuente: Trademap - elaboración propia



EXP - Evolución participación partidas periodo 2024-2020 USD 000s

Las participaciones relativas cambiaron en los mercados de EXP.

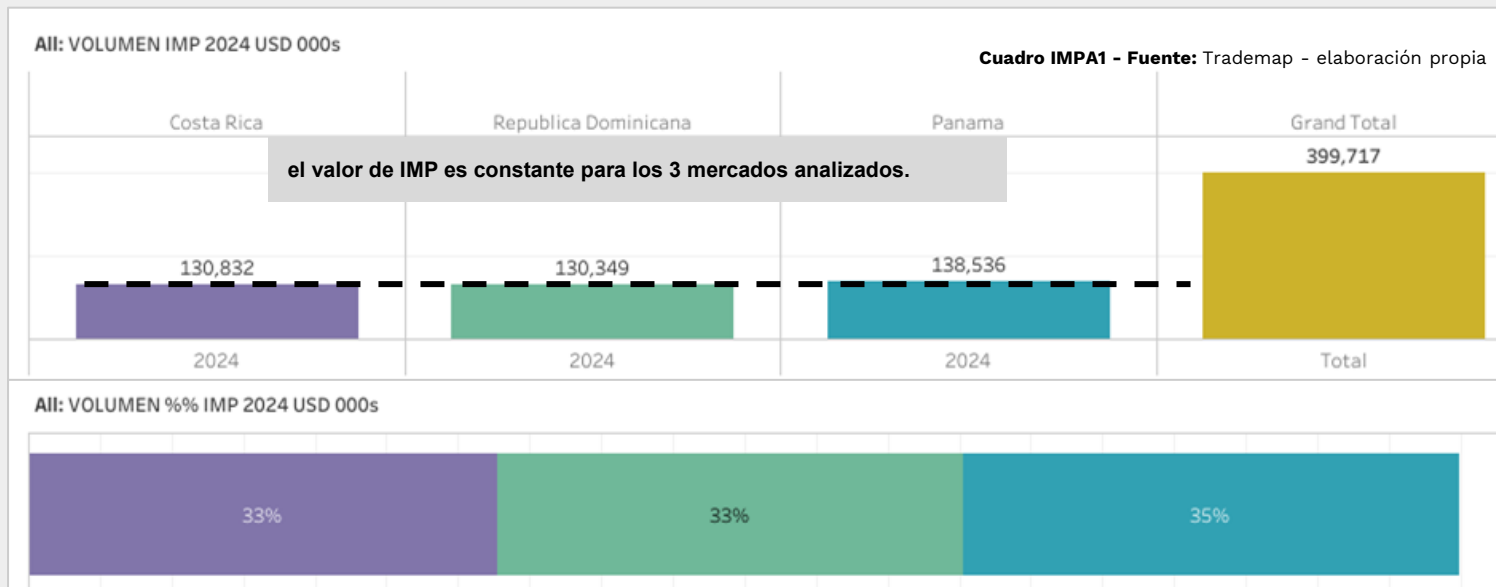


Las principales partidas de exportaciones de los mercados potenciales mostraron crecimiento para el periodo 2020-2024. El mayor crecimiento fue para la partidas **20.07.99 Las demás confituras, jaleas y mermeladas**, **19.04.10 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado** y **20.05.20 Papas preparadas o conservadas** explicado por crecimiento de exportaciones en Costa Rica y Panamá para la primera, todos los mercados para la segunda y en República Dominicana para la tercera. Este crecimiento afecto la importancia relativa de las mismas en el total de exportaciones con 4pts en Costa Rica y 37pts en Panamá para **20.07.99**, 5pts para **19.04.10** en República Dominicana y 14pts para República Dominicana y 4pts para Panamá para la partida **20.05.20**.

## 4.3 Importaciones del producto(s) del país de destino

Comparativa de valores y participación relativa IMP para mercado destino 2024 en USD 000s

El valor de importaciones es parejo para los 3 mercados analizados, el mercado más grande es Panamá con 138 MM\$ de USD en 2024, 131 MM\$ para Costa Rica y 130.4 MM\$ para República dominicana. En total los tres mercados importaron 400 MM\$ de USD en 2024 de las partidas seleccionadas en este estudio.



Las 5 partidas representan el 89% del valor importado, lo que es constante en los tres mercados. La partida más relevante para las importaciones es la **21.03.90 Demás preparaciones para salsas...** con un valor de 139 MM\$ de USD en 2024 para el mercado total potencial. **(Cuadro IMPA2)**

Las principales partidas de importaciones de los mercados potenciales mostraron crecimiento para el periodo 2020-2024. El mayor crecimiento fue para la partidas 20.05.20 Papas preparadas o conservadas y 21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa explicado por crecimiento de importaciones en Costa Rica para la primera y en República Dominicana para la segunda. Este crecimiento afecto la importancia relativa de las mismas en el total de exportaciones con 4pts en Costa Rica y 14pts para República dominicana y 7pts en República Dominicana. **(Cuadro IMPA3)**

El principal mercado de origen de las importaciones es USA para los 3 mercados, con el 36.4% para Costa Rica, 46.3% para República Dominicana y 33.7% para Panamá. Seguidos de Costa Rica para Panamá, Guatemala para Costa Rica y Honduras para República Dominicana.

**(Cuadros IMP00-IMP11, ver páginas siguientes y anexo para todas las partidas)**

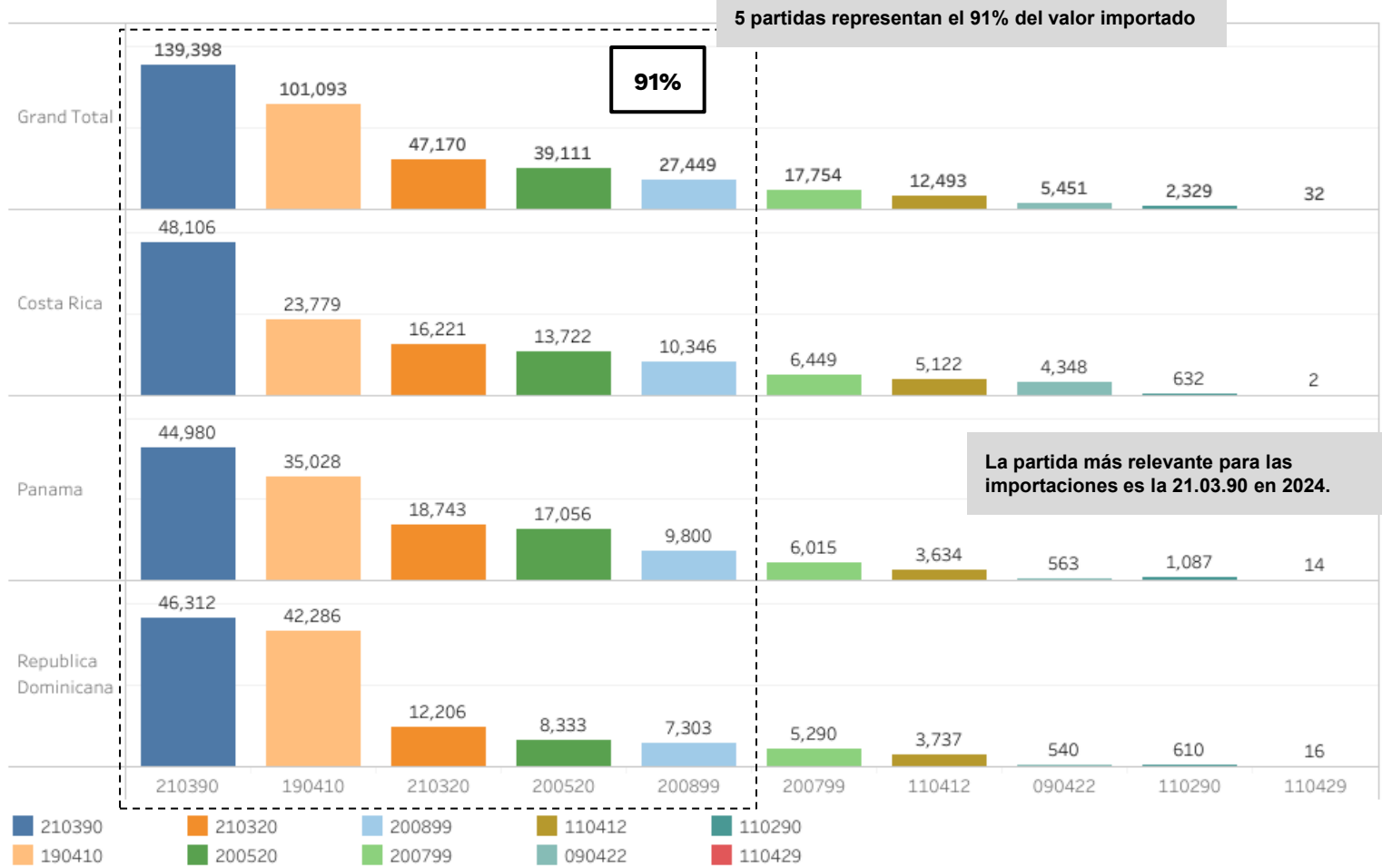
### Ranking origen importaciones

Partida	Descripción	Panamá Top 3 IMP	Costa Rica Top 3 IMP	Rep. Dom Top 3 IMP
<b>Total partidas</b>	Todas	USA, Costa Rica y Guatemala	USA, Guatemala, México	USA, Honduras y Guatemala
<b>21.03.90</b>	Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa	USA, Costa Rica, Guatemala	USA, Guatemala, El Salvador	USA, México, Costa Rica
<b>1904.10</b>	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	Guatemala, USA, México	México, El Salvador, USA	Trinidad y Tobago, Honduras, Guatemala
<b>21.03.20</b>	Salsa Tomate	USA, Costa Rica, Guatemala	USA, Guatemala, EL Salvador	USA, El Salvador, Chile
<b>20.05.20</b>	Papas preparadas o conservadas	Panamá, USA, Guatemala	Honduras, USA, Guatemala	USA, Honduras, España
<b>20.08.99</b>	Los demás frutas y plantas comestibles preparadas	Costa Rica, Colombia, Panamá	USA, Honduras, México	Honduras, Colombia, Costa Rica

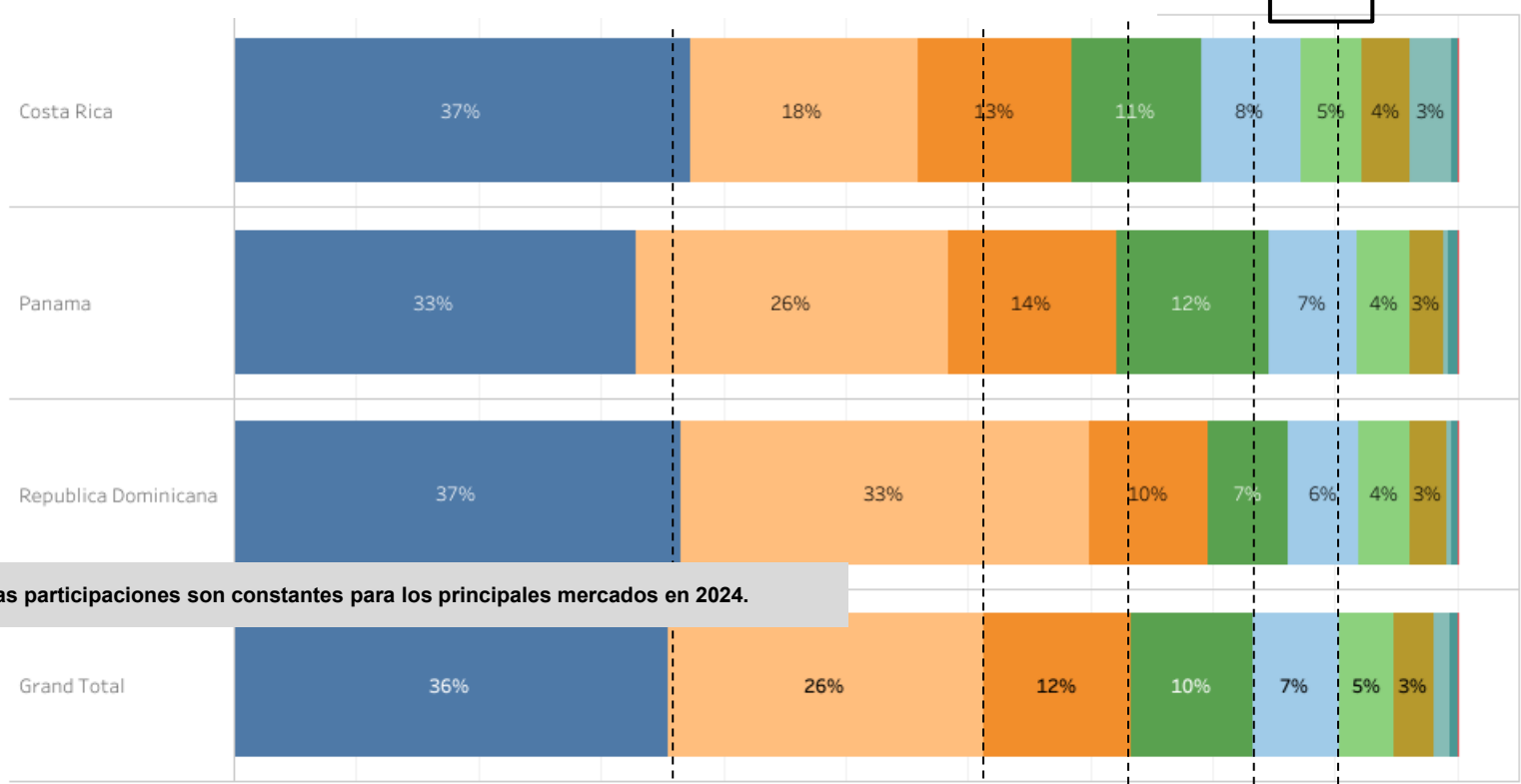
# Importaciones del producto(s) del país de destino por partida(s)

Evolución valores y participación relativa IMP para mercado destino 2024 en USD 000s

IMP - Valor 2024 USD 000s por mercado potencial



IMP - Valor 2024 USD 000s por mercado potencial - %

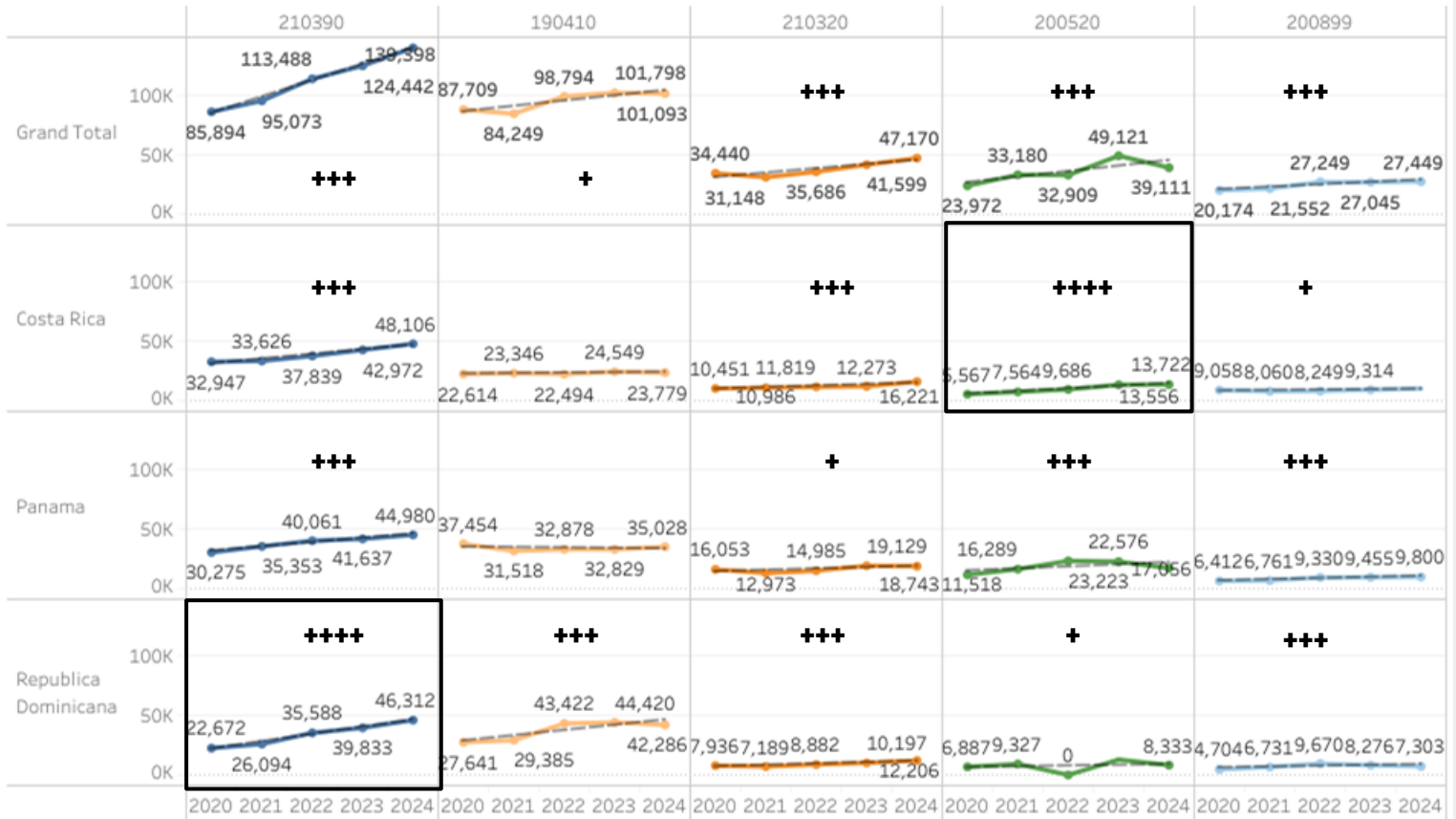


Cuadro IMPA2 - Fuente: Trademap - elaboración propia

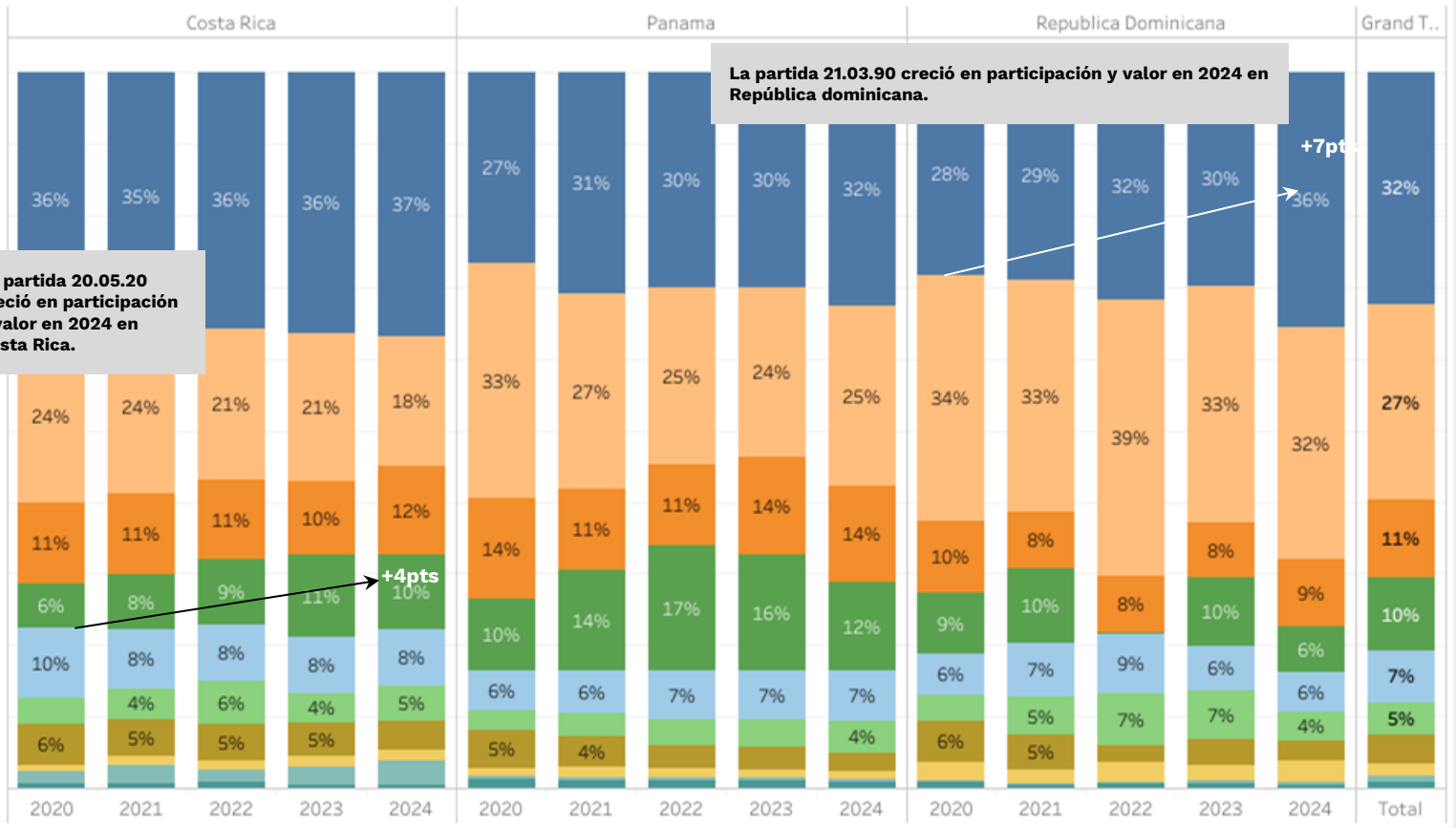
# Importaciones del producto(s) del país de destino por partida(s)

Evolución valores y participación relativa IMP para mercado destino periodo 2020-2024 en USD 000s

IMP - Volumen por partida y país 2024 USD 000s



IMP - Evolución participación partidas 2020-2024 USD 000s



Cuadro IMPA3 - Fuente: Trademap - elaboración propia

# Importaciones del país de destino del producto(s)

Total partidas seleccionadas - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

\* - Ranking países - 2024 000s USD

## Costa Rica - IMP - All

Grand Total	130,832
Estados Unidos de América	47,627
Guatemala	22,552
México	19,568
El Salvador	10,552
Honduras	10,083
Chile	6,841
España	2,594
Italia	1,765
China	1,418
Francia	1,117
Alemania	988
Colombia	935
Trinidad y Tobago	770
República Dominicana	757
Perú	736
Grecia	447
Brasil	434
India	308
Países Bajos	186
Reino Unido	120
Tailandia	110
Israel	90
Bulgaria	87
Taipei Chino	81
Malasia	77

## Republica Dominicana - IMP - All

Grand Total	130,349
Estados Unidos de América	60,383
Honduras	15,905
Guatemala	11,521
Trinidad y Tobago	11,362
México	7,150
Chile	5,207
Costa Rica	4,154
España	3,619
Italia	2,616
China	1,496
Colombia	1,487
Alemania	1,367
El Salvador	683
Perú	607
Francia	584
Argentina	416
Brasil	402
Canadá	279
Tailandia	232
Polonia	178
India	167
Corea, República de	98
Ecuador	89
Países Bajos	87
Reino Unido	81
Malasia	77

## Panama - IMP - All

Grand Total	138,536
Estados Unidos de América	46,579
Costa Rica	22,250
Guatemala	21,267
México	9,206
Panamá	8,552
Colombia	5,213
El Salvador	4,693
Chile	3,938
China	2,518
España	2,151
República Dominicana	1,367
Trinidad y Tobago	1,357
Ecuador	1,189
Italia	1,031
Canadá	854
Argentina	628
Zona franca	561
Hong Kong, China	559
Türkiye	492
Alemania	451
Francia	376
Malasia	372
Perú	332
Países Bajos	293
Reino Unido	291

**El principal proveedor de los tres mercados potencial es USA.**

## Costa Rica - IMP - All

Estados Unidos de América	36.40%
Guatemala	17.24%
México	14.96%
El Salvador	8.07%
Honduras	7.71%
Chile	5.23%
España	1.98%
Italia	1.35%
China	1.08%
Francia	0.85%
Alemania	0.76%
Colombia	0.71%
Trinidad y Tobago	0.59%
República Dominicana	0.58%
Perú	0.56%
Grecia	0.34%
Brasil	0.33%
India	0.24%
Países Bajos	0.18%
Reino Unido	0.09%
Tailandia	0.08%
Israel	0.07%
Bulgaria	0.07%
Taipei Chino	0.06%
Malasia	0.06%
Canadá	0.06%

## Republica Dominicana - IMP - All

Estados Unidos de América	46.32%
Honduras	12.20%
Guatemala	8.84%
Trinidad y Tobago	8.72%
México	5.49%
Chile	3.99%
Costa Rica	3.19%
España	2.78%
Italia	2.01%
China	1.15%
Colombia	1.14%
Alemania	1.05%
El Salvador	0.52%
Perú	0.47%
Francia	0.45%
Argentina	0.32%
Brasil	0.31%
Canadá	0.21%
Polonia	0.14%
India	0.13%
Corea, República de	0.08%
Ecuador	0.07%
Malasia	0.05%
Reino Unido	0.04%
Japón	0.04%

## Panama - IMP - All

Estados Unidos de América	33.62%
Costa Rica	16.06%
Guatemala	15.35%
México	6.65%
Panamá	6.17%
Colombia	3.76%
El Salvador	3.39%
Chile	2.84%
China	1.82%
España	1.55%
República Dominicana	0.99%
Trinidad y Tobago	0.98%
Ecuador	0.86%
Italia	0.74%
Canadá	0.62%
Argentina	0.45%
Zona franca	0.40%
Hong Kong, China	0.40%
Alemania	0.33%
Francia	0.27%
Malasia	0.27%
Perú	0.24%
Países Bajos	0.21%
India	0.21%
Brasil	0.16%

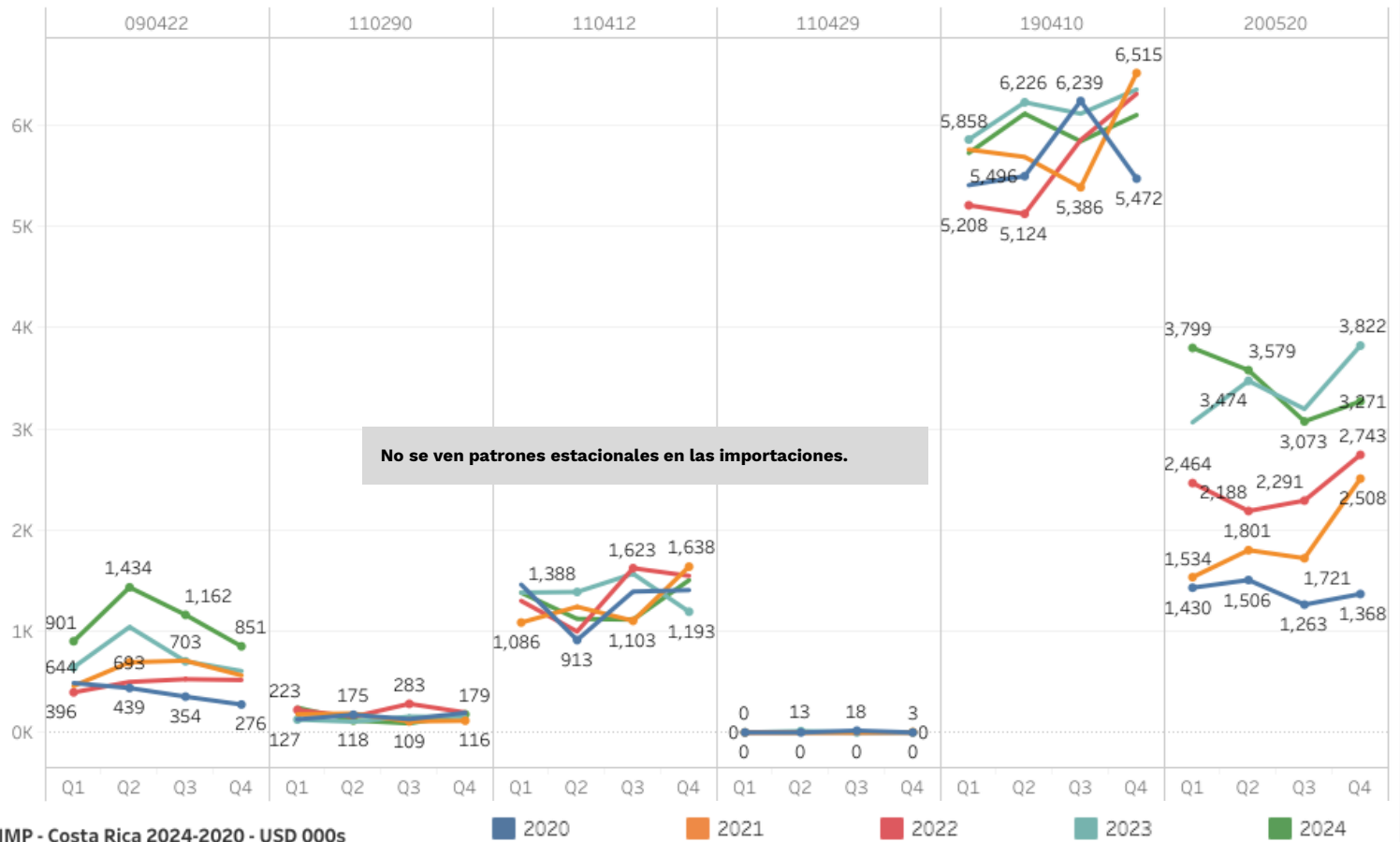
**Perú tiene un muy baja participación como proveedor para las partidas seleccionadas.**

Cuadro IMP00 - Fuente: Trademap - elaboración propia

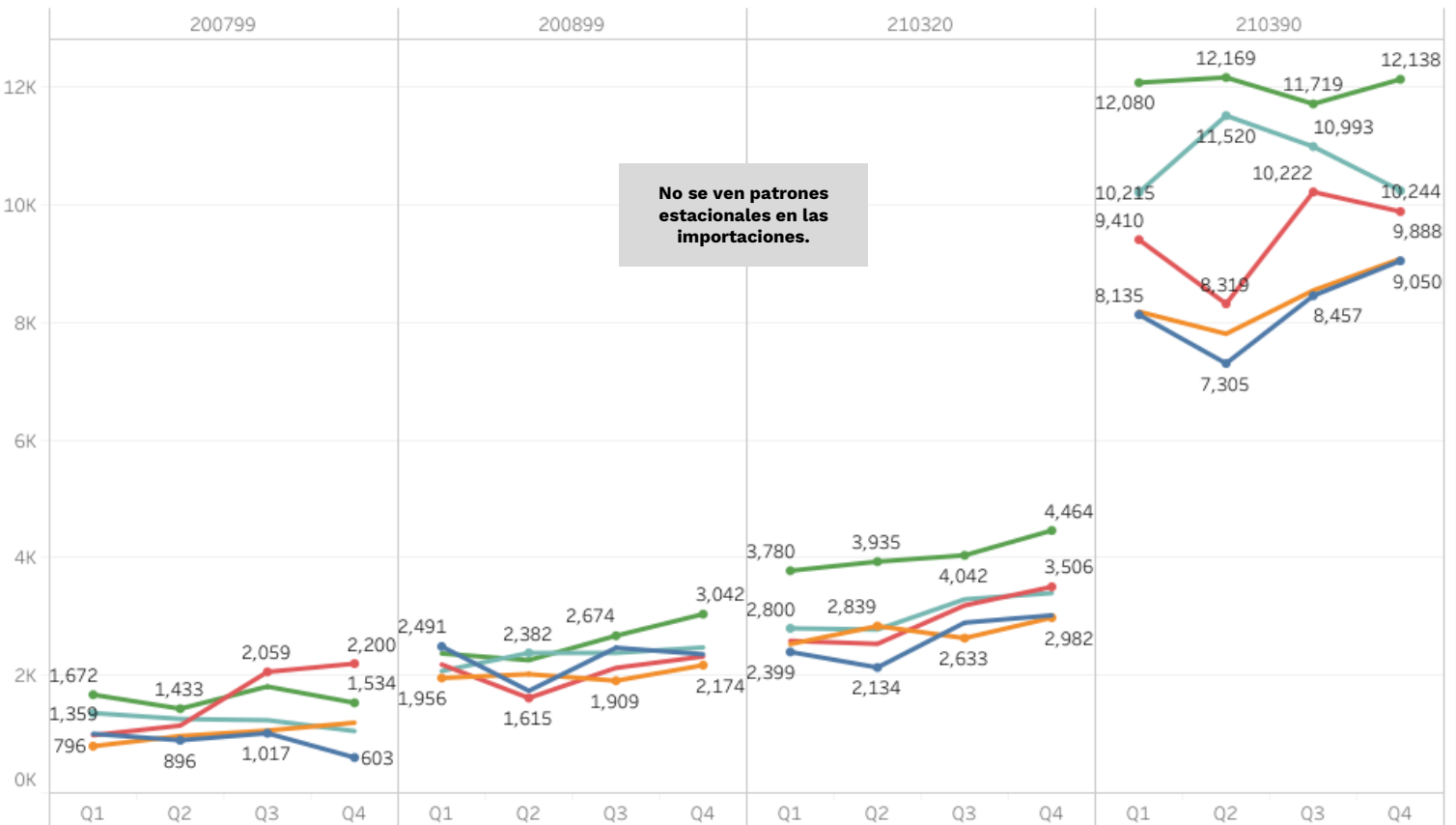
## 4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino

Costa Rica

IMP - Costa Rica 2024-2020 - USD 000s



IMP - Costa Rica 2024-2020 - USD 000s

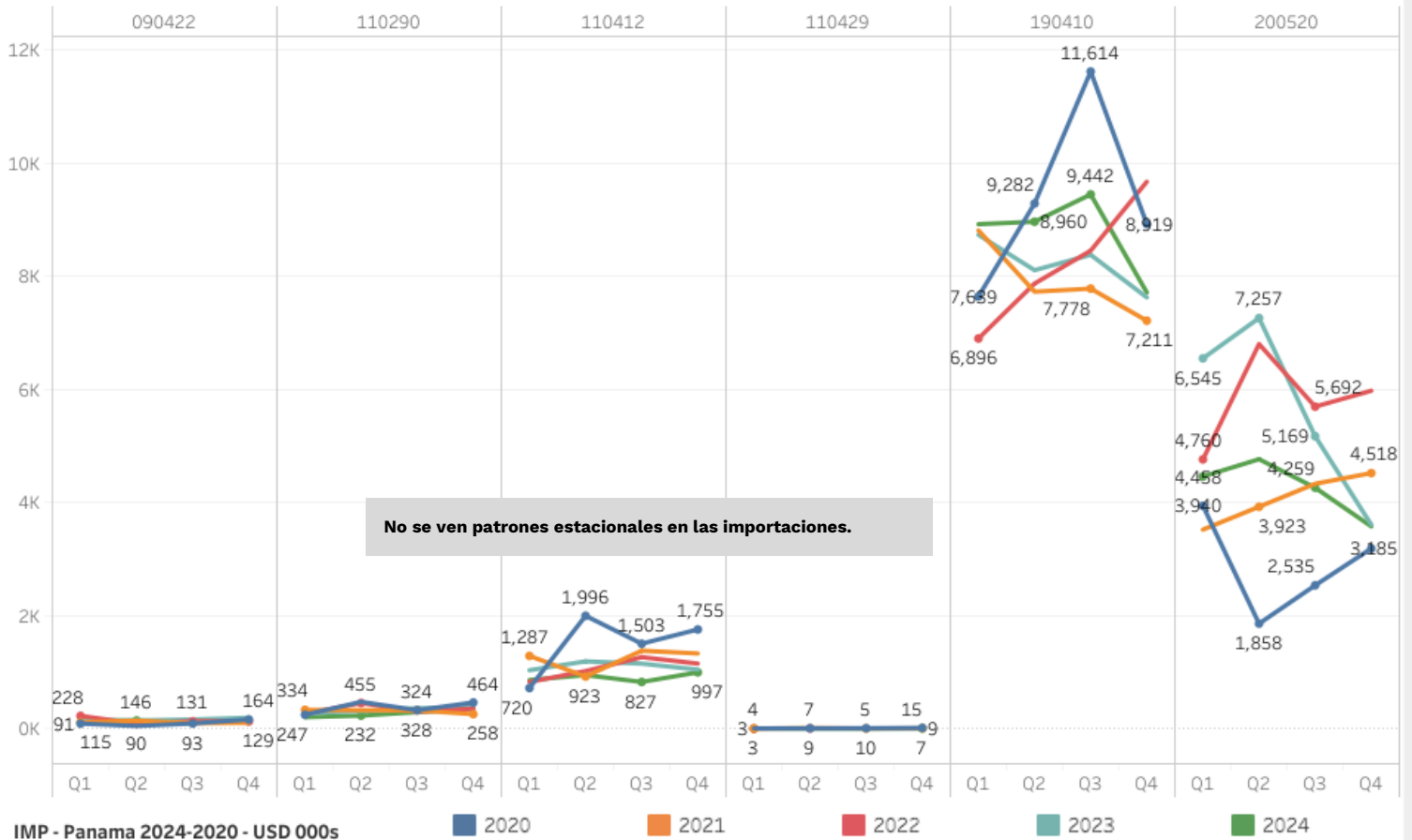


Cuadro EST01 - Fuente: Trademap - elaboración propia

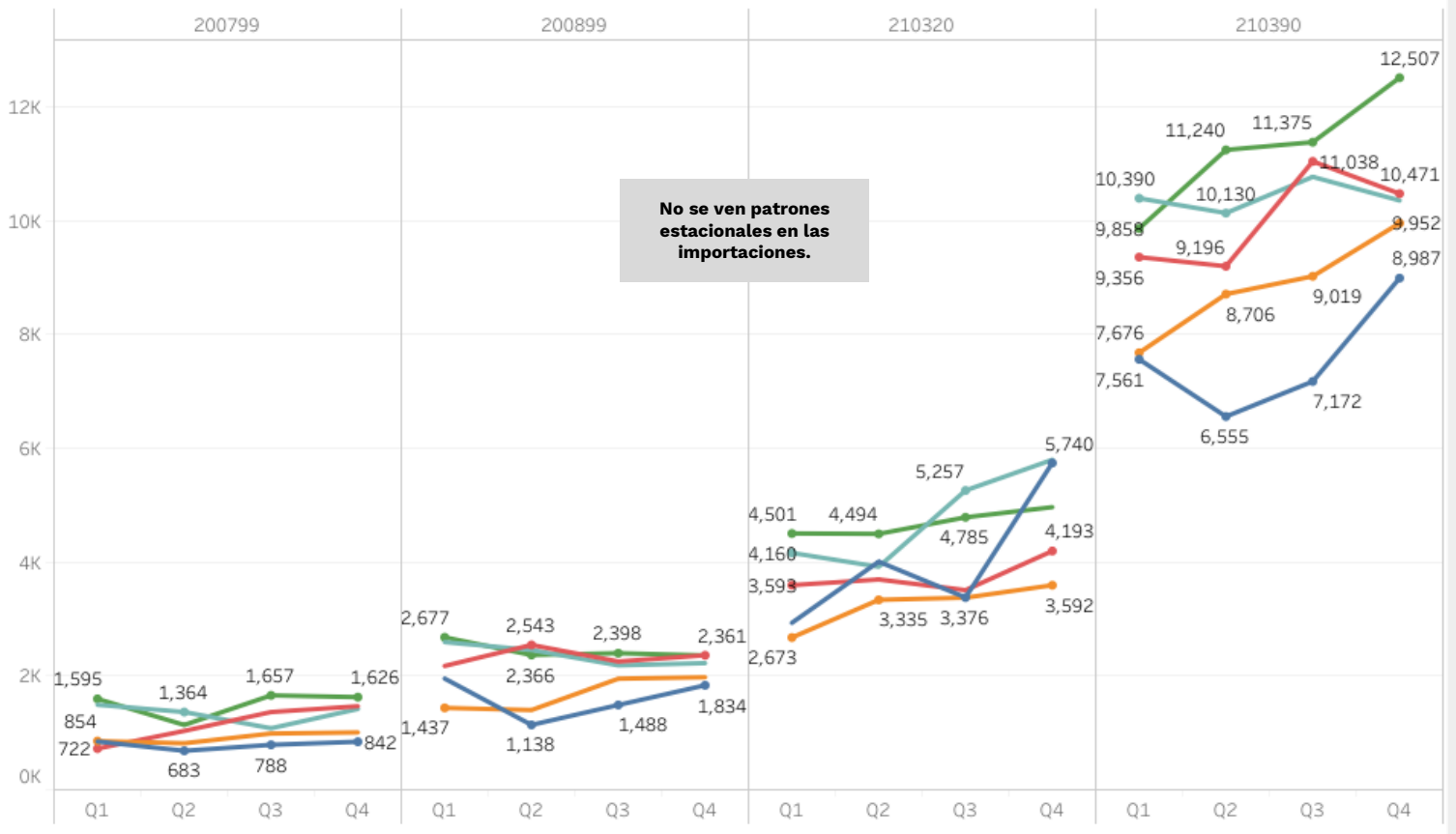
## 4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino

Panamá

IMP - Panama 2024-2020 - USD 000s



IMP - Panama 2024-2020 - USD 000s

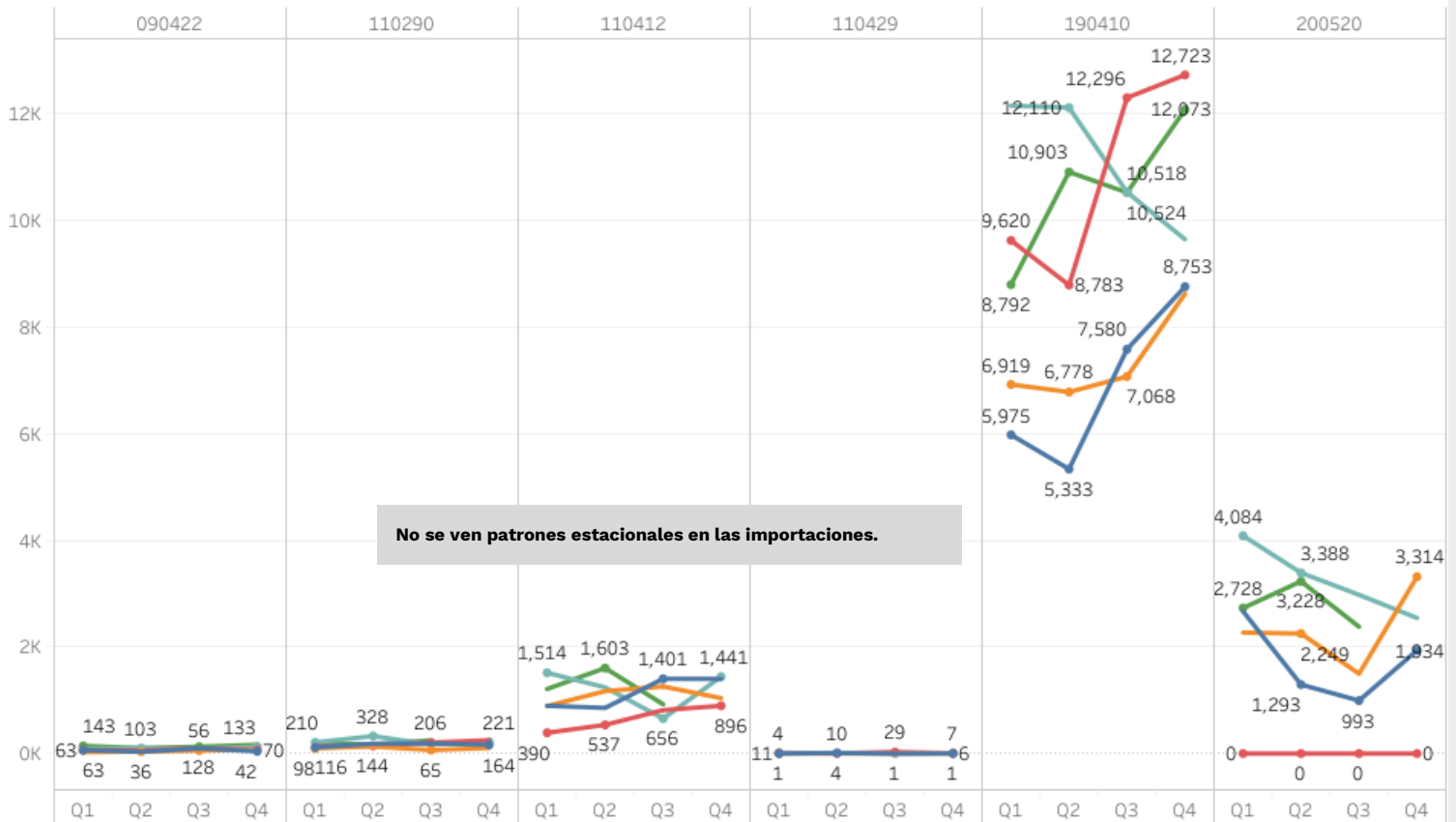


Cuadro EST02- Fuente: Trademap - elaboración propia

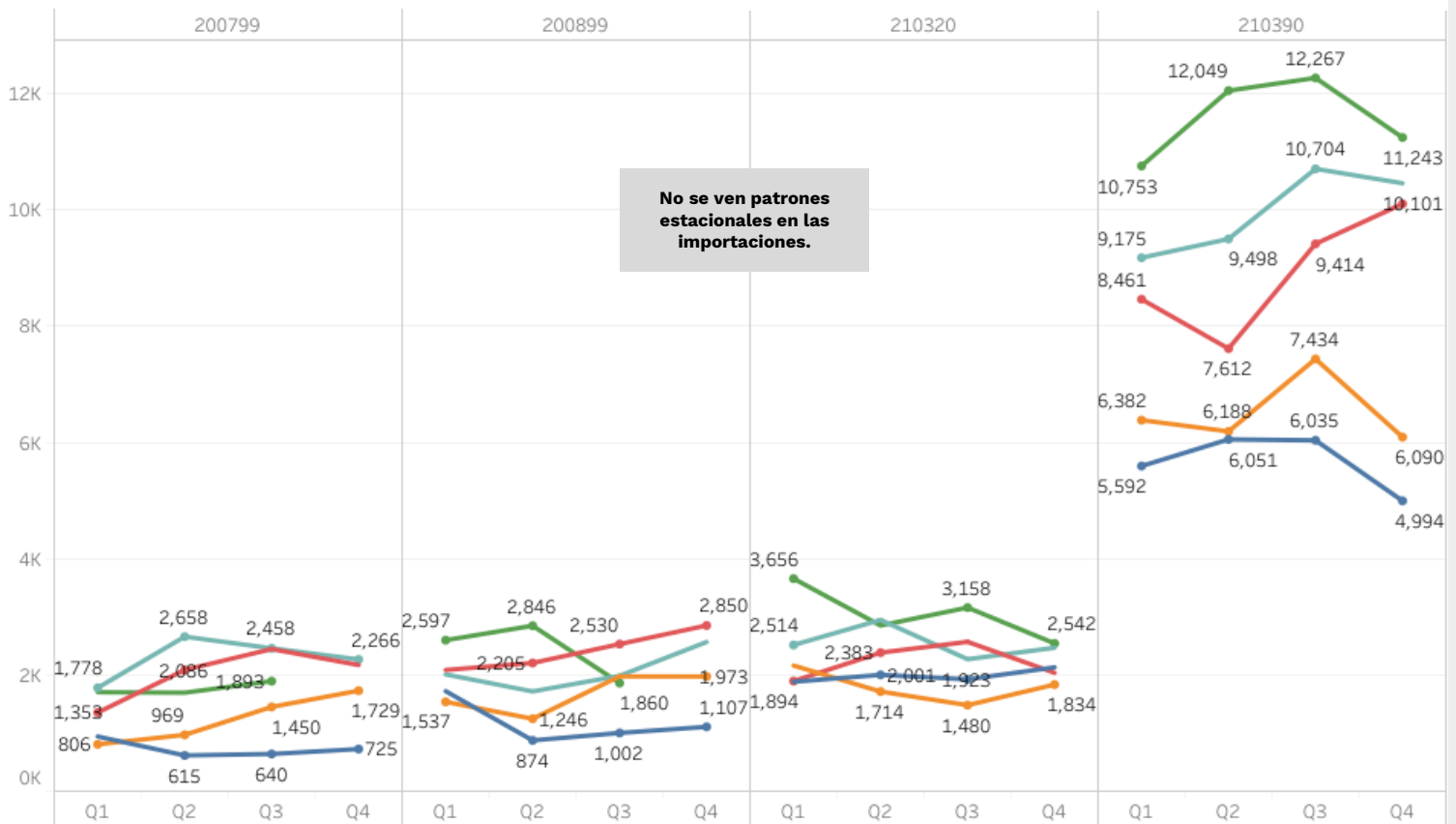
## 4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino

República Dominicana

IMP - Republica Dominicana 2024-2020 - USD 000s



IMP - Republica Dominicana 2024-2020 - USD 000s



Cuadro EST03 - Fuente: Trademap - elaboración propia

## 4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú

Periodo 2020-2024 en MM\$ de USD

Las IMP desde Perú alcanzaron 1.7 MM\$ USD en 2024 en los mercados seleccionados, siendo Costa Rica es el mercado más grande con 736.000 USD en 2024, república Dominicana con 607.000 y Panamá con 332.000 respectivamente. Las importaciones crecieron un 1372% en el periodo analizado y en un 302% del 2024 al 2023.

El mercado de importaciones se concentra en 4 partidas con el 96% del valor de importaciones en los tres mercados, **21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazoadores, salsa mayonesa, 20.08.99 Los demás frutas y plantas comestibles preparadas, 19.04.10 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado** y la **09.04.22. Las demás pimientas, capsicums**. Costa Rica presenta el mercado más diversificado para los productos del Perú con valor en 5 partidas mientras que el segundo mercado en importancia Rep.Dom. solamente importa 2. (Ver Cuadro IMPP01)

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
<b>21.03.90</b>	40	29	15	49	107	<b>167,5%</b>	<b>118,4%</b>
<b>20.08.99</b>			3		167		
<b>21.03.20</b>	0	0	0	0	0		
<b>19.04.10</b>	4	7	17	38	229	<b>5625,0%</b>	<b>502,6%</b>
<b>20.05.20</b>							
<b>20.07.99</b>	0	0	0	0	33		
<b>11.04.12</b>							
<b>11.02.90</b>	1	0	0	1	1	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>09.04.22</b>	5	31	8	95	183	<b>3560,0%</b>	<b>92,6%</b>
<b>11.04.29</b>	0	0	0	0	2		
<b>Total</b>	50	67	40	183	736	<b>1372,0%</b>	<b>302,2%</b>

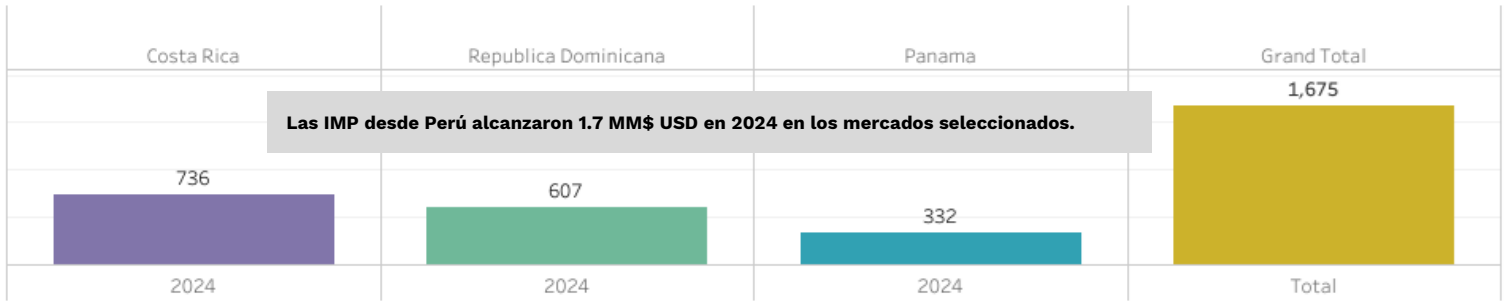
Cuadro IMPP24-20 \$\$ USD 000s - Fuente: Trademap - elaboración propia

Los tres mercados presentan tasas de crecimiento positivas para el periodo analizado. Las importaciones de Costa Rica de Perú crecieron en un 1372% en el periodo 2020-2024, en República Dominicana un 3095% y en Panamá un 24,3%. Estos valores son altos por el bajo valor importado desde Perú.

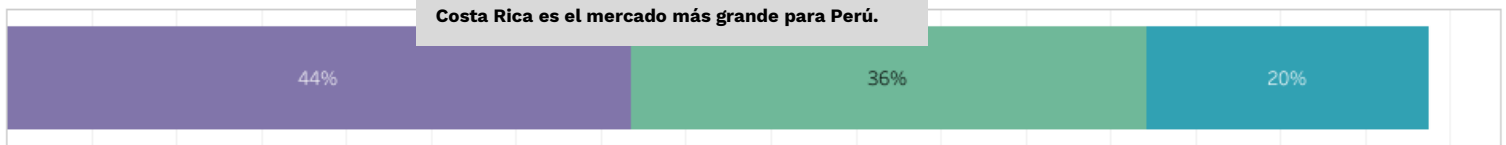
# Importaciones del mercado destino desde Perú

Comparativa de valores y participación relativa IMP para mercado destino 2024 en USD 000s

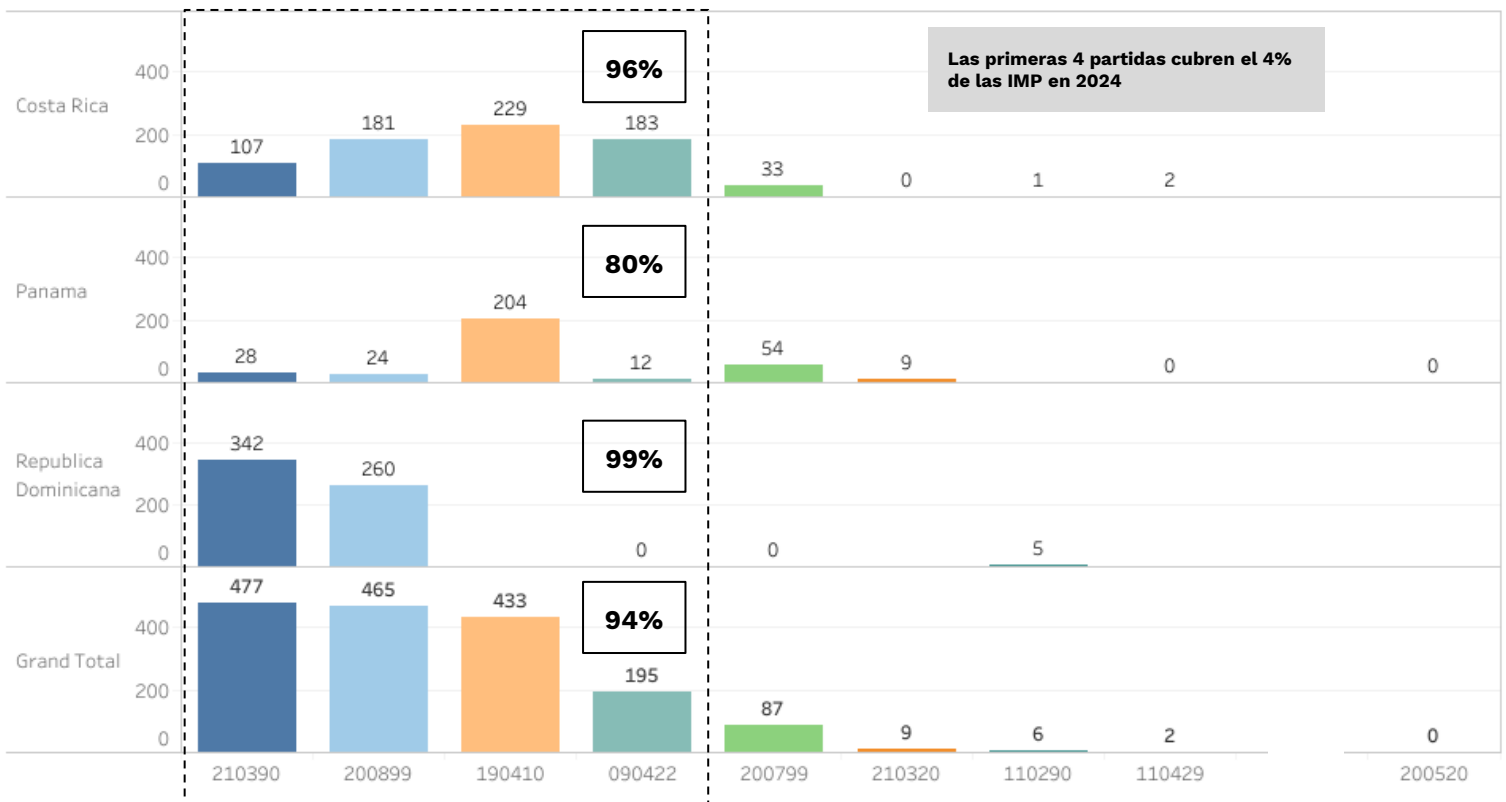
AI: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



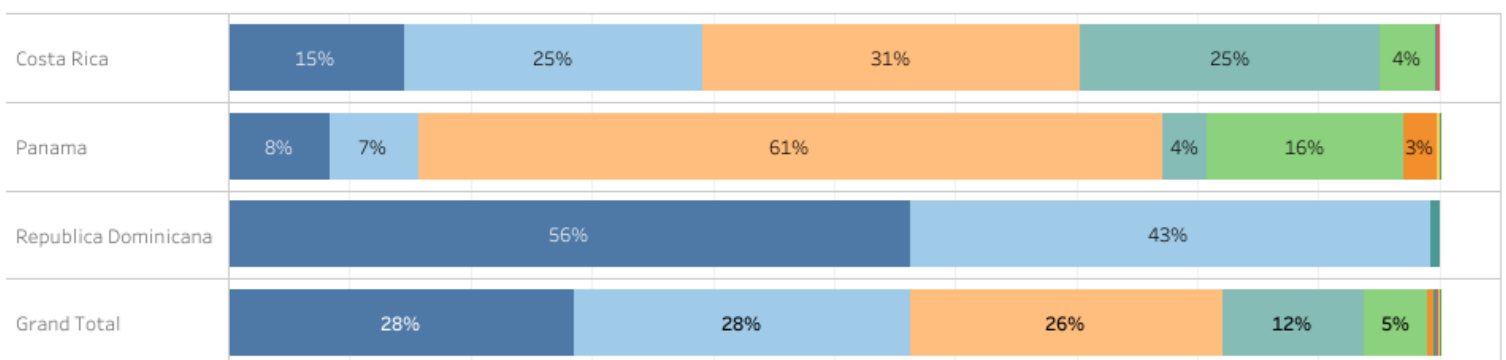
AI: VOLUMEN %% IMP 2024 USD 000s



IMP - Perú 2024 USD 000s



IMP - %% Perú 2024 USD 000s

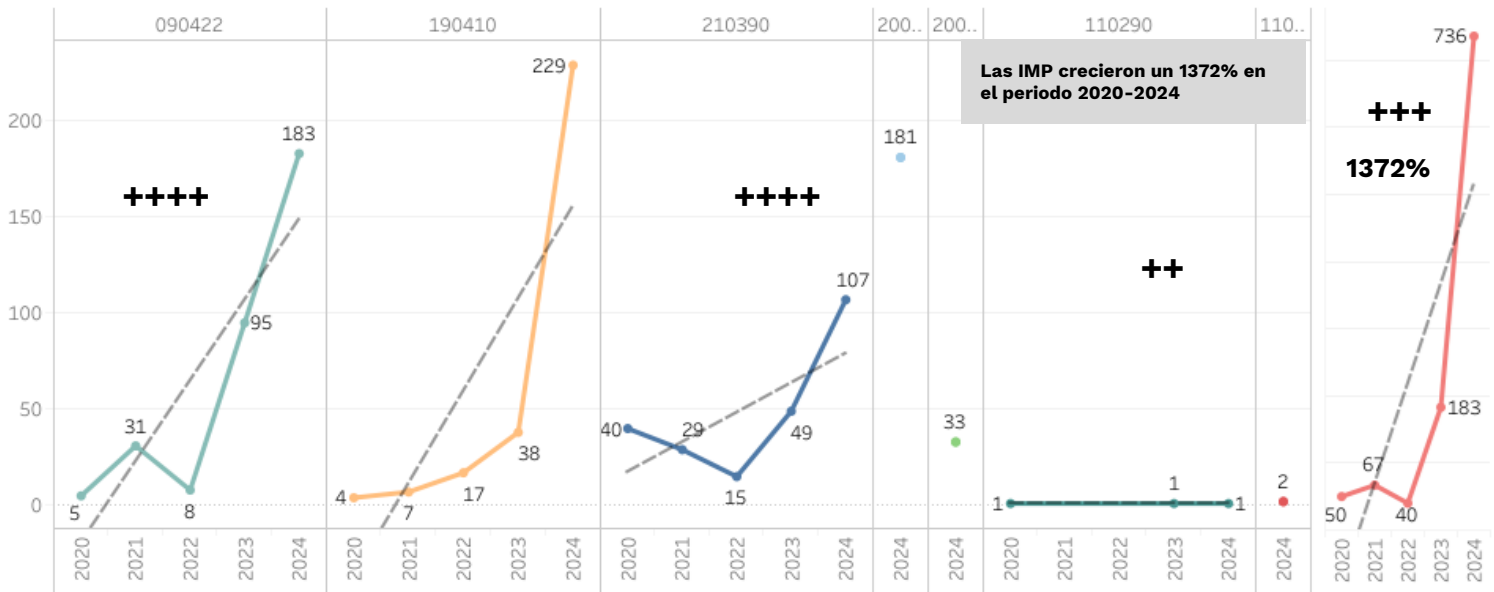


Cuadro IMPP01- Fuente: Trademap - elaboración propia

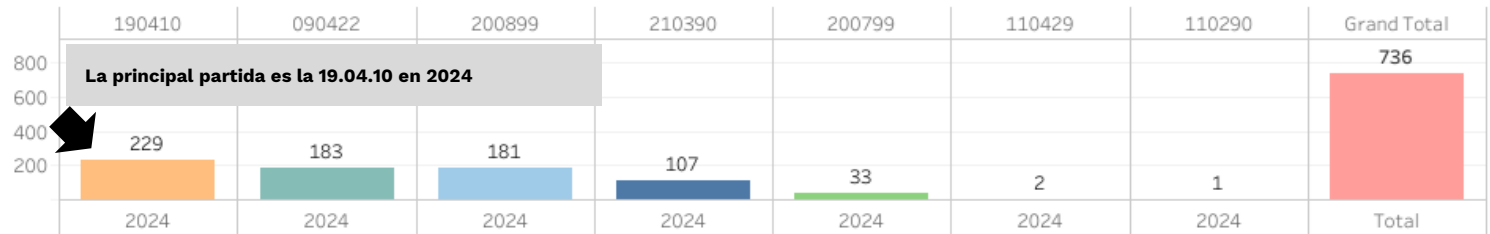
# Importaciones del mercado destino desde Perú

IMP desde Costa Rica - Periodo 2020-2024 USD 000s

IMP Costa Rica - Perú

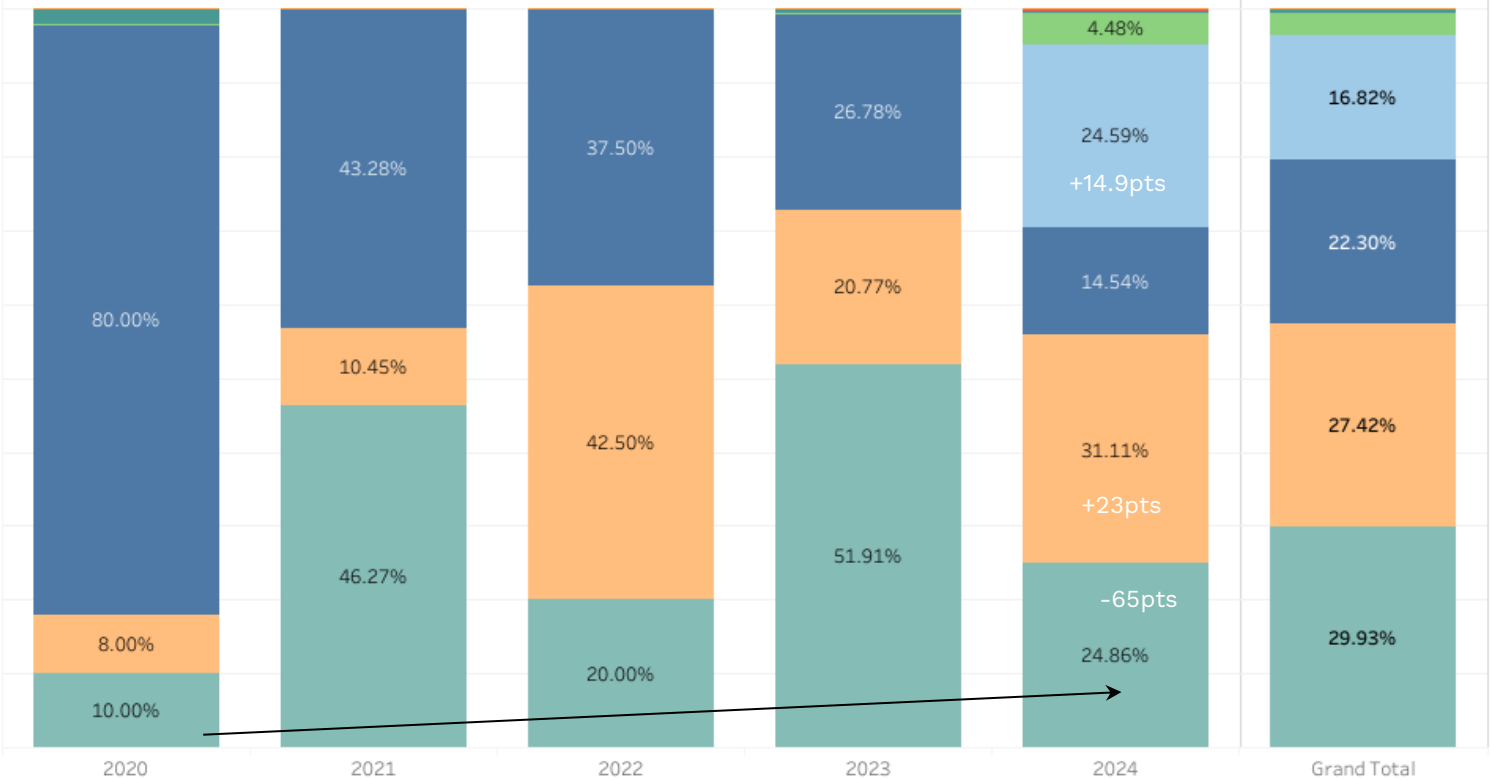


IMP Costa Rica 2024 USD 000s - Perú



IMP Costa Rica - Perú

La partida 20.08.99 y la 09.04.22 ganaron participación relativa en el periodo analizado.

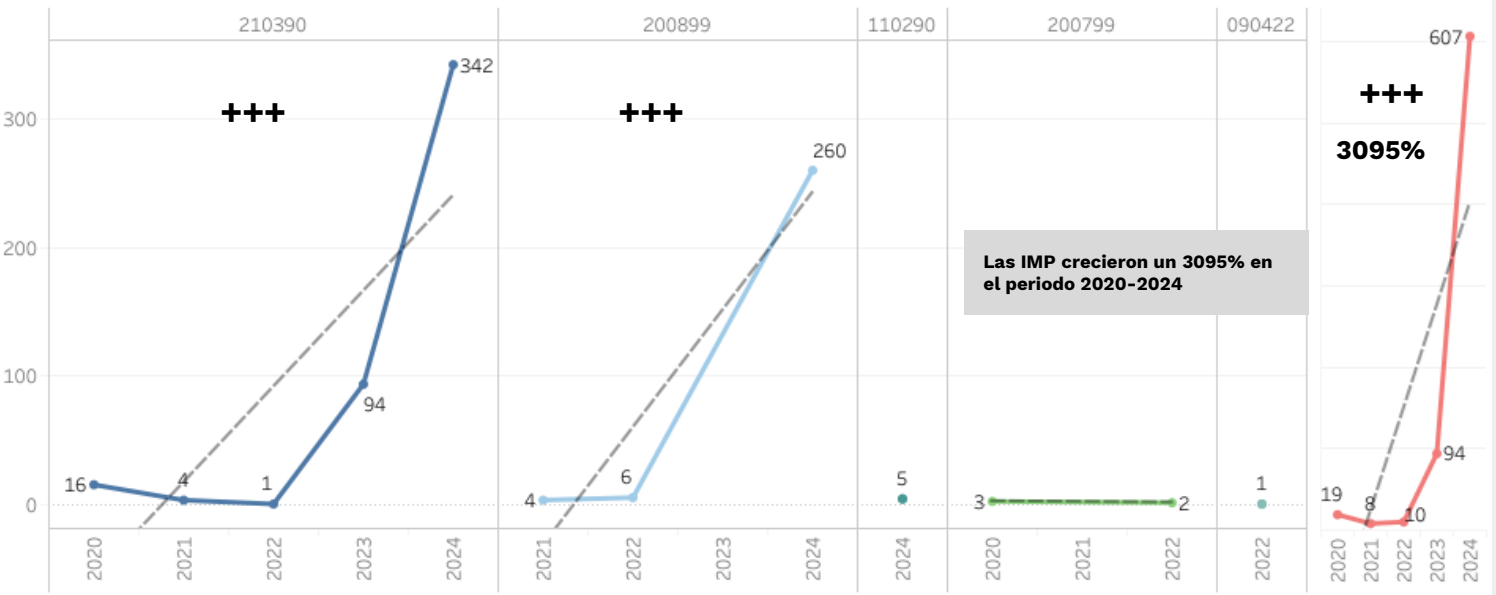


Cuadro IMPP02- Fuente: Trademap - elaboración propia

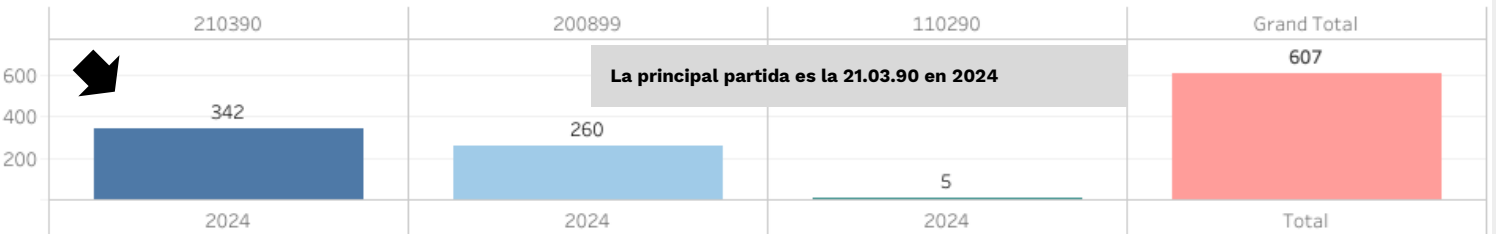
# Importaciones del mercado destino desde Perú

IMP desde República Dominicana - Periodo 2020-2024 USD 000s

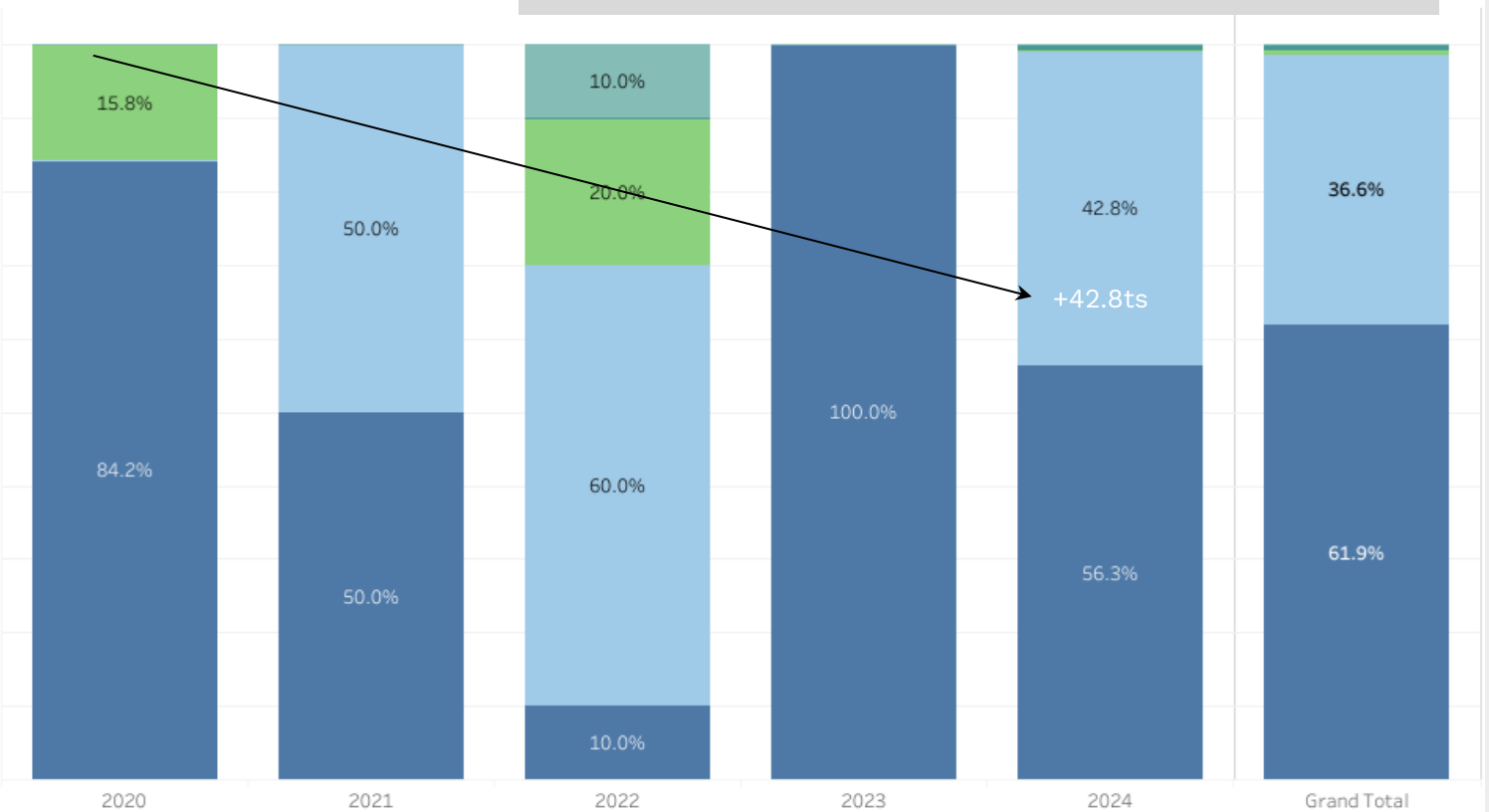
IMP Republica Dominicana - Perú



IMP Republica Dominicana 2024 USD 000s - Perú



IMP Republica Dominicana - Perú

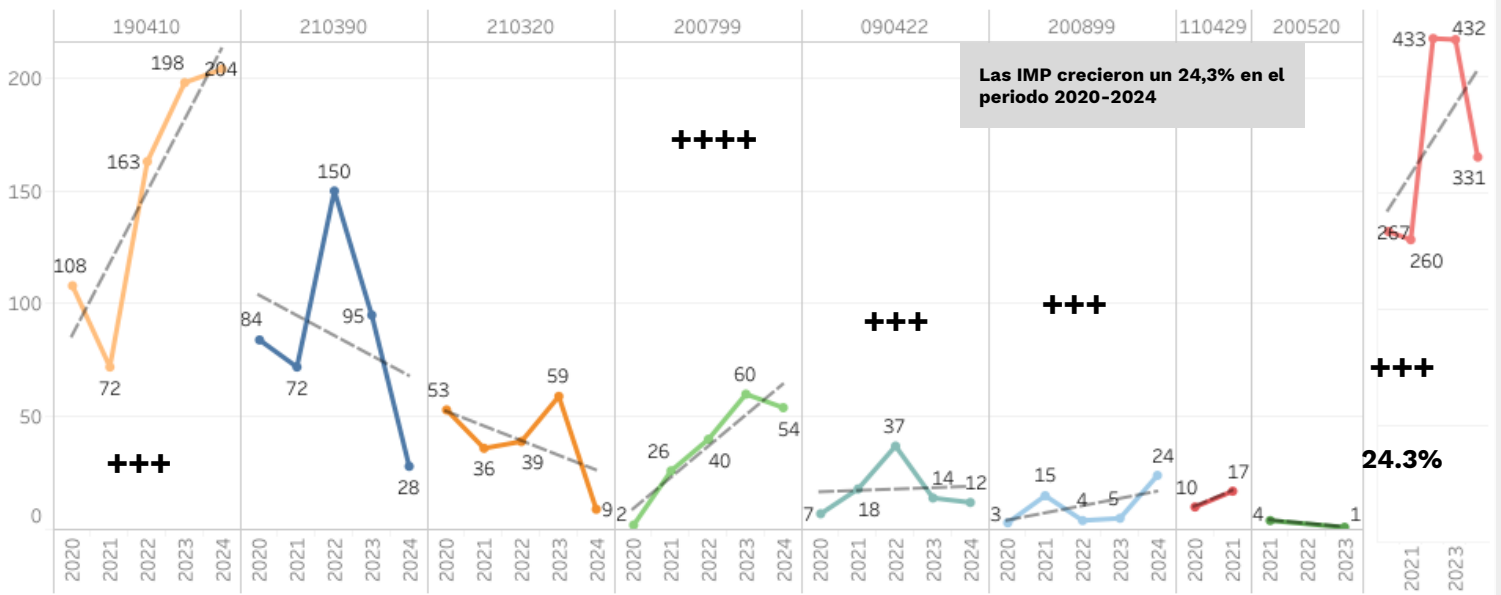


Cuadro IMPP03- Fuente: Trademap - elaboración propia

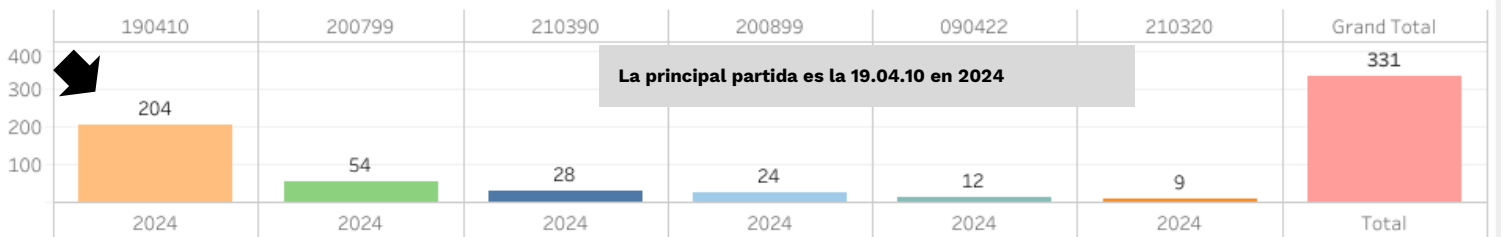
# Importaciones del mercado destino desde Perú

IMP desde Panamá - Periodo 2020-2024 USD 000s

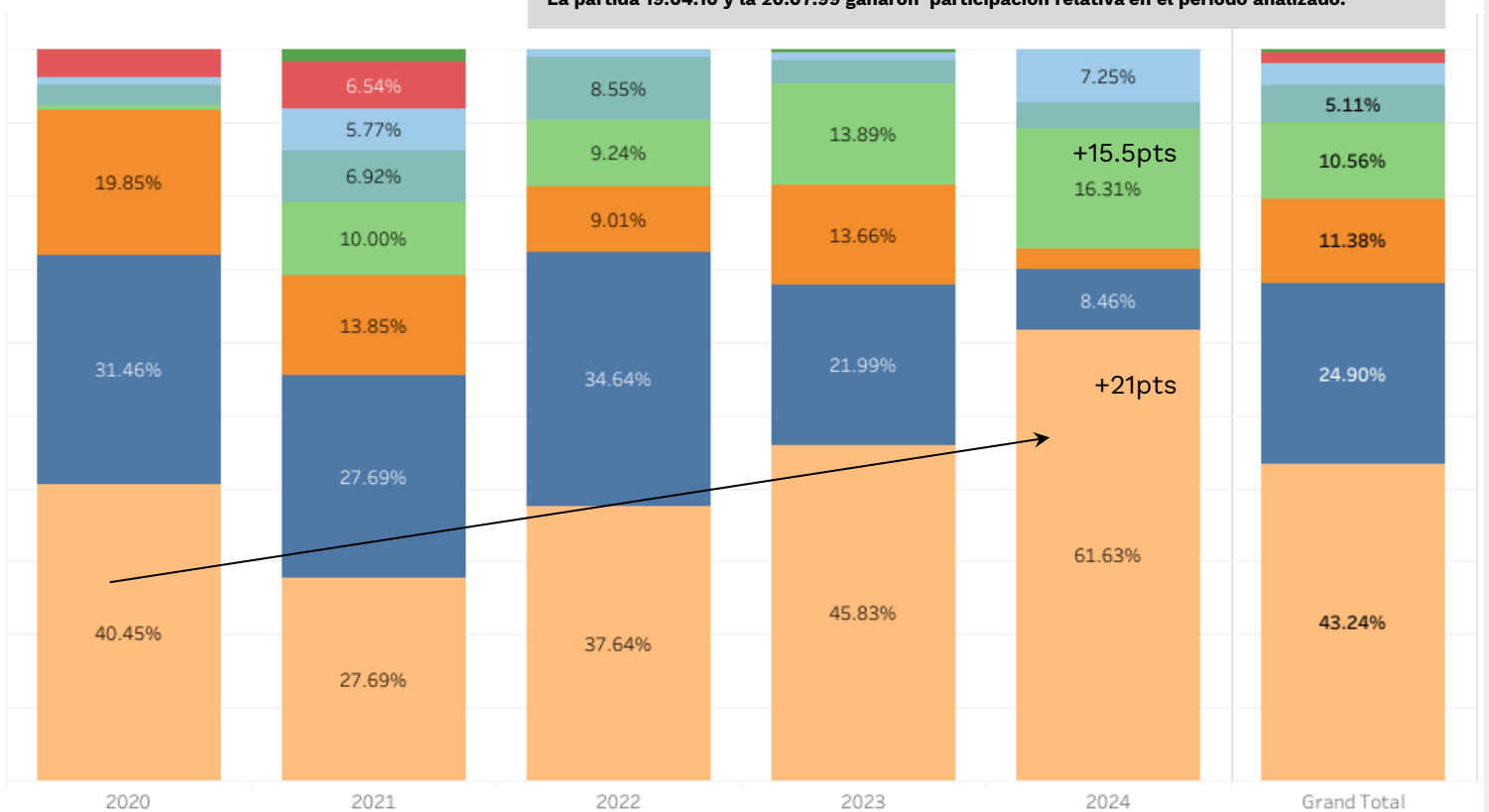
IMP Panama - Perú



IMP Panama 2024 USD 000s - Perú



IMP Panama - Perú



Cuadro IMPP04- Fuente: Trademap - elaboración propia

# Ranking mercados y partidas

Matriz de selectividad

Luego de este análisis podemos seleccionar los mercados y las partidas más relevantes para este estudio. Elaboramos una matriz(ver anexo) analizando los distintos comportamientos de los mercados y partidas siguiendo los siguientes criterios y exponemos los resultados a continuación:

## Criterios de análisis:

### Var\$\$

Variación valor 2024 vs 2020 IMP totales de la partida en el país seleccionado - 1-5 pts.  
Variación valor 2024 vs 2023 IMP totales de la partida en el país seleccionado - 1-5 pts.

### Var%%

Variación participación relativa (share) 2024 vs 2020 IMP totales de la partidas en el país seleccionado - 1-5 pts.  
Variación participación relativa (share) 2024 vs 2023 IMP totales de la partidas en el país seleccionado - 1-5 pts.

### Share %%

Participación partida 2024 % IMP totales en el país seleccionado - 1-4 pts.

### PE?

Si la partida está siendo importada desde Perú - SI=1, NO=0

### Perú Var\$\$

Variación valor 2024 vs 2020 IMP totales de la partida en el país seleccionado - 1-5 pts.  
Variación valor 2024 vs 2023 IMP totales de la partida en el país seleccionado - 1-5 pts.

### Perú Var%%

Variación participación relativa (share) 2024 vs 2020 IMP de Perú de la partidas en el país seleccionado - 1-5 pts.  
Variación participación relativa (share) 2024 vs 2023 IMP de Perú de la partidas en el país seleccionado - 1-5 pts.

### Perú share %%

Participación partida 2024 % IMP de Perú en el país seleccionado - 1-5 pts.

CR	28
RD	16
PA	11

### Tarifas

Tarifas 0 = 5pts, tarifas preferenciales = 3 pts, resto 0 pts.

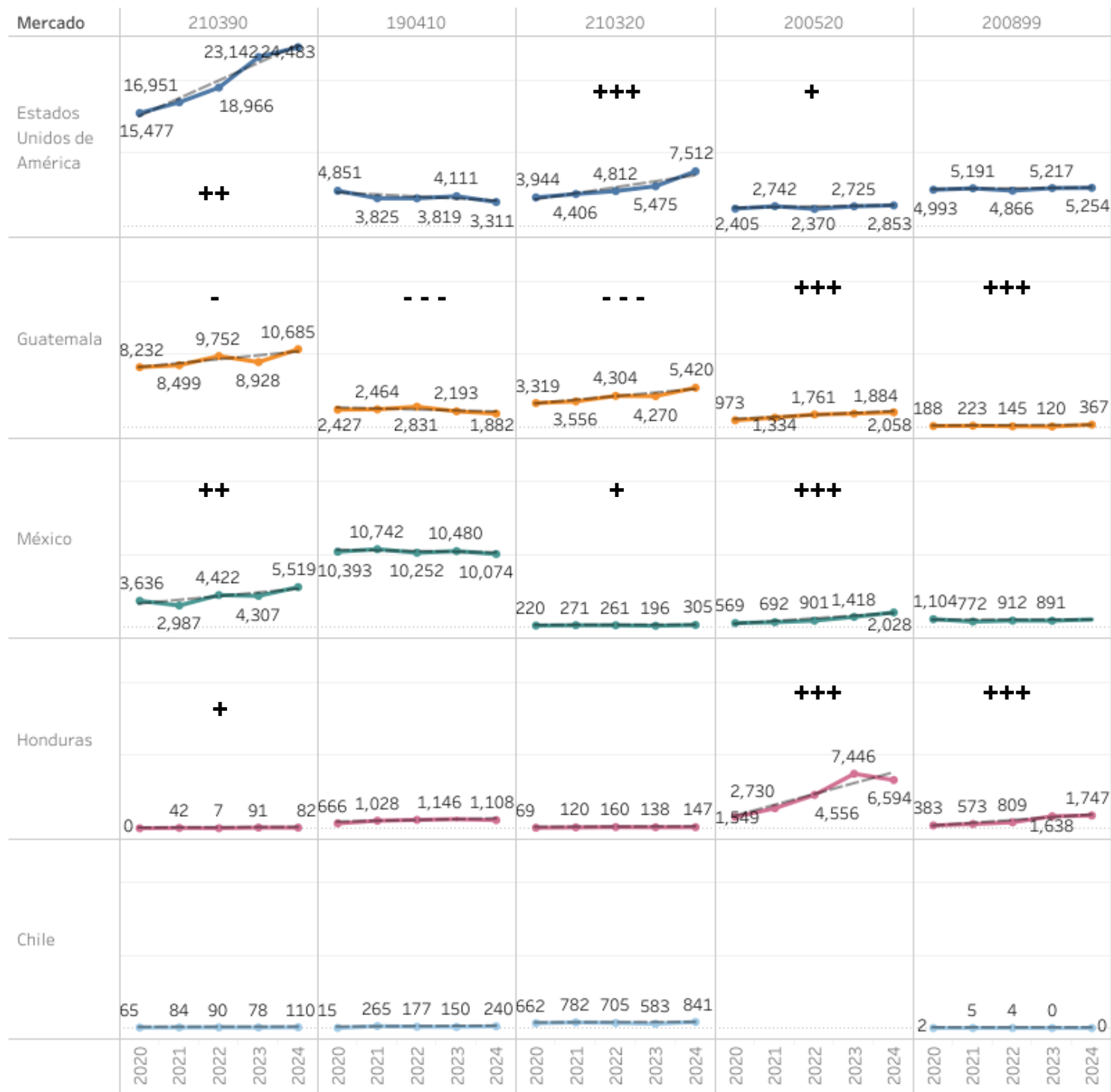
Como resultado obtuvimos que **Costa Rica 28 pts.** es el mercado más interesante seguido por República Dominicana con 16 pts y Panamá con 11. A nivel partidas la **09.04.22 Las demás pimientas capsicums** es la partida mejor posicionada para los tres mercados seguida por **21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazónadores, salsa mayonesas y 20.07.99 Mermelada de fresa, durazno (vaso y barril), jalea de uva.**

1 CR		2 RD		3 PA		Partida	Pts.
CR	Tot	RD	Tot	PA	Tot		
090422	25	200899	18	200899	21	200899	55
190410	24	090422	12	200799	20	090422	46
200799	18	210390	11	190410	15	190410	43
210390	17	190410	4	090422	9	200799	38
200899	16	210320	2	110412	2	210390	27
210320	13	110429	2	110429	0	110429	6
200520	13	110290	1	210390	-1	210320	5
110412	5	200799	0	200520	-2	110412	5
110290	5	110412	-2	110290	-2	110290	4
110429	4	200520	-8	210320	-10	200520	3

## 4.6 Análisis de la competencia

Costa Rica - evolución de importaciones de los 5 principales proveedores

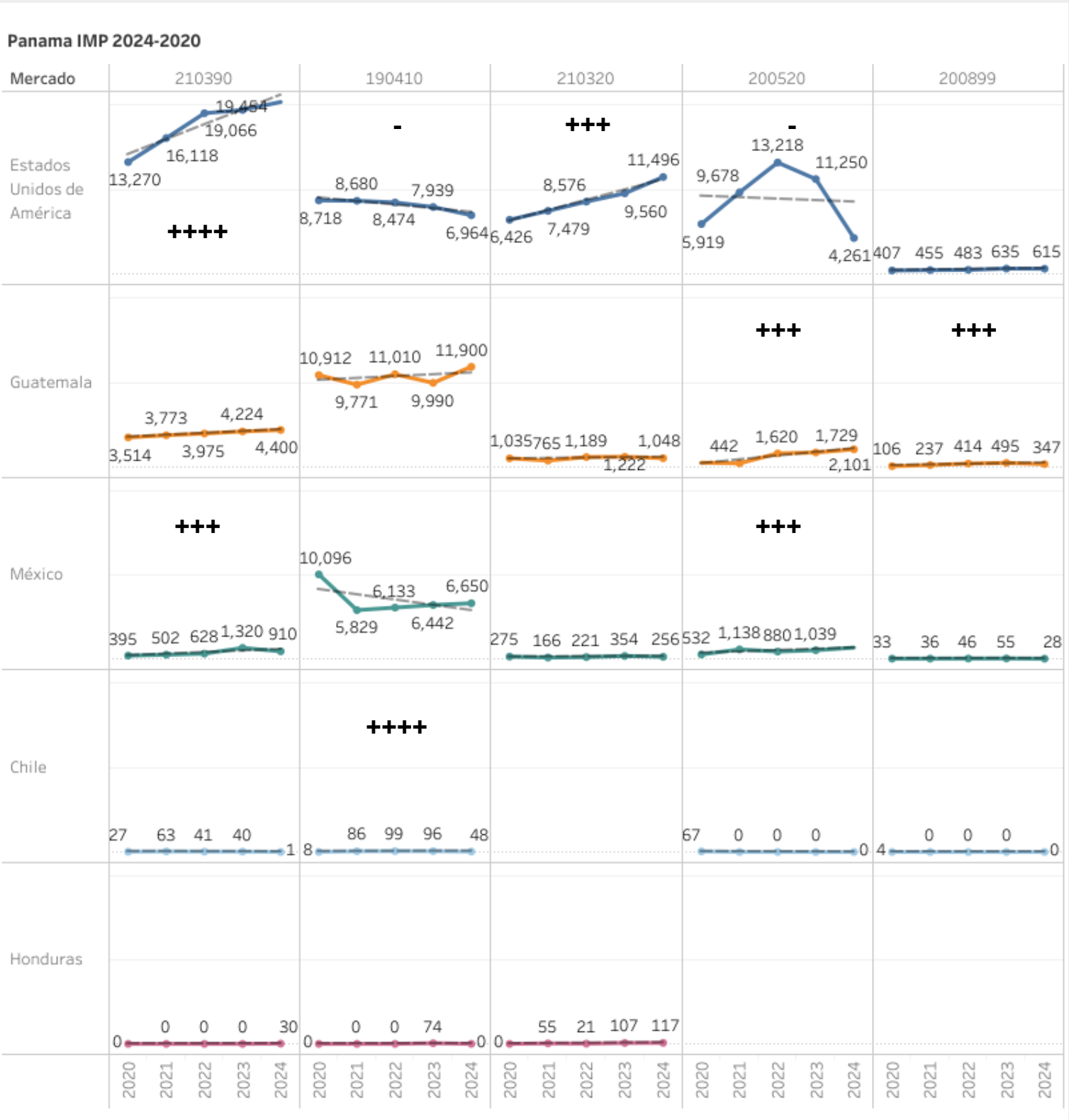
Costa Rica IMP 2024-2020



Fuente: Trademap - elaboración propia

# Análisis de la competencia

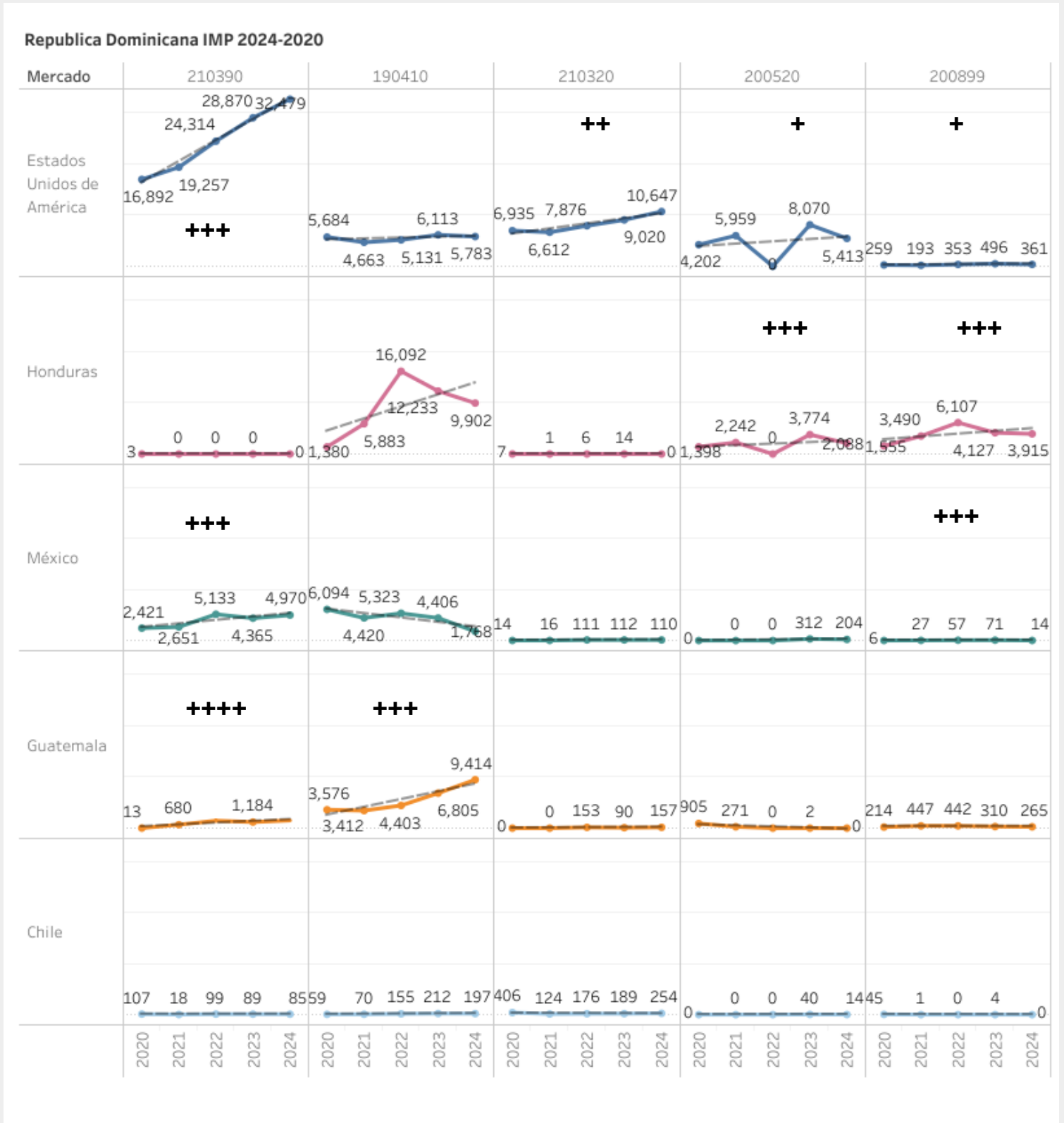
Panamá- evolución de importaciones de los 5 principales proveedores



Fuente: Trademap - elaboración propia

# Análisis de la competencia

República Dominicana - evolución de importaciones de los 5 principales proveedores



Fuente: Trademap - elaboración propia

# Análisis de la competencia

21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazónadores, salsa mayonesa

Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 210390 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 210390

Grand Total	48,106
Estados Unidos de América	24,483
Guatemala	10,685
México	5,519
El Salvador	3,341
Italia	1,410
España	1,119
Colombia	195
China	193
Países Bajos	128
Alemania	113
Chile	110
Perú	107
Israel	90
Trinidad y Tobago	89
Honduras	82
Malasia	73
Taipei Chino	65
Tailandia	59
Austria	38
Japón	28
Corea, República de	28
Brasil	28
Canadá	26
Panamá	24
Reino Unido	23

### Republica Dominicana - IMP - 210390

Grand Total	46,312
Estados Unidos de América	32,479
México	4,970
Costa Rica	1,803
Italia	1,799
Guatemala	1,498
España	1,340
China	795
Perú	342
Canadá	274
Francia	250
Tailandia	180
Trinidad y Tobago	150
Corea, República de	94
Chile	85
Malasia	67
Japón	51
Uruguay	29
Colombia	27
El Salvador	17
Panamá	16
India	7
Brasil	7
Alemania	7
Noruega	5
Venezuela, República Boli..	4

### Panamá - IMP - 210390

Grand Total	44,980
Estados Unidos de América	20,396
Costa Rica	9,594
Guatemala	4,400
El Salvador	3,867
Colombia	1,065
España	1,046
Panamá	1,024
México	910
Hong Kong, China	490
China	489
Italia	361
Zona franca	339
Países Bajos	154
Corea, República de	147
India	112
Canadá	96
Japón	74
Tailandia	57
Líbano	56
Türkiye	47
Brasil	41
Jordania	36
Honduras	30
Perú	28
Nigeria	25

### Costa Rica - IMP - 210390

Estados Unidos de América	50.89%
Guatemala	22.21%
México	11.47%
El Salvador	6.95%
Italia	2.93%
España	2.33%
Colombia	0.41%
China	0.40%
Países Bajos	0.27%
Alemania	0.23%
Chile	0.23%
Perú	0.22%
Israel	0.19%
Trinidad y Tobago	0.19%
Honduras	0.17%
Malasia	0.15%
Taipei Chino	0.14%
Tailandia	0.12%
Austria	0.08%
Japón	0.06%
Corea, República de	0.06%
Brasil	0.06%
Canadá	0.05%
Panamá	0.05%
Reino Unido	0.05%
Argentina	0.04%

### Republica Dominicana - IMP - 210390

Estados Unidos de América	70.13%
México	10.73%
Costa Rica	3.89%
Italia	3.88%
Guatemala	3.23%
España	2.89%
China	1.72%
Perú	0.74%
Canadá	0.59%
Francia	0.54%
Tailandia	0.39%
Trinidad y Tobago	0.32%
Corea, República de	0.20%
Chile	0.18%
Malasia	0.14%
Japón	0.11%
Uruguay	0.06%
Colombia	0.06%
El Salvador	0.04%
Panamá	0.03%
India	0.02%
Brasil	0.02%
Alemania	0.02%
Noruega	0.01%
Venezuela, República Boli..	0.01%
Reino Unido	0.01%

### Panamá - IMP - 210390

Estados Unidos de América	45.34%
Costa Rica	21.33%
Guatemala	9.78%
El Salvador	8.60%
Colombia	2.37%
España	2.33%
Panamá	2.28%
México	2.02%
Hong Kong, China	1.09%
China	1.09%
Italia	0.80%
Zona franca	0.75%
Países Bajos	0.34%
Corea, República de	0.33%
India	0.25%
Canadá	0.21%
Japón	0.16%
Tailandia	0.13%
Líbano	0.12%
Türkiye	0.10%
Brasil	0.09%
Jordania	0.08%
Honduras	0.07%
Perú	0.06%
Nigeria	0.06%
Ecuador	0.05%

Cuadro IMP11 - Fuente: Trademap - elaboración propia

# Análisis de la competencia

19.04.10 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado

Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 190410 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 190410

Grand Total	23,779
México	10,074
El Salvador	4,682
Estados Unidos de América	3,311
Guatemala	1,882
Honduras	1,108
Alemania	770
Trinidad y Tobago	681
Chile	240
Perú	229
España	228
Brasil	137
Bulgaria	87
Colombia	84
India	81
Reino Unido	41
Países Bajos	34
República Checa	30
Lituania	30
Canadá	25
Viet Nam	13
Polonia	12
Taipei Chino	0
Rumania	0
República Dominicana	0
Papua Nueva Guinea	0

### Republica Dominicana - IMP - 190410

Grand Total	42,286
Trinidad y Tobago	11,055
Honduras	9,902
Guatemala	9,414
Estados Unidos de América	5,783
México	1,768
Alemania	1,234
España	931
Costa Rica	861
Italia	533
Chile	197
Polonia	178
Argentina	152
Colombia	119
El Salvador	74
República Checa	50
Reino Unido	34
Canadá	1
Türkiye	0
Tailandia	0
Suiza	0
Sri Lanka	0
Portugal	0
Francia	0
Corea, República de	0
China	0

### Panamá - IMP - 190410

Grand Total	35,028
Guatemala	11,900
Estados Unidos de América	6,964
México	6,650
Costa Rica	5,626
Trinidad y Tobago	1,342
Colombia	561
Argentina	413
Alemania	319
Perú	204
Panamá	179
Ecuador	110
Türkiye	99
India	83
Bulgaria	70
Polonia	62
Belice	52
Chile	48
Corea, República de	44
Portugal	40
Canadá	40
Países Bajos	35
Zona franca	33
China	29
Brasil	26
España	25

### Costa Rica - IMP - 190410

México	42.37%
El Salvador	19.69%
Estados Unidos de América	13.92%
Guatemala	7.91%
Honduras	4.66%
Alemania	3.24%
Trinidad y Tobago	2.86%
Chile	1.01%
Perú	0.96%
España	0.96%
Brasil	0.58%
Bulgaria	0.37%
Colombia	0.35%
India	0.34%
Reino Unido	0.17%
Países Bajos	0.14%
República Checa	0.13%
Lituania	0.13%
Canadá	0.11%
Viet Nam	0.05%
Polonia	0.05%
Taipei Chino	0.00%
Rumania	0.00%
República Dominicana	0.00%
Papua Nueva Guinea	0.00%
Panamá	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 190410

Trinidad y Tobago	26.14%
Honduras	23.42%
Guatemala	22.26%
Estados Unidos de América	13.68%
México	4.18%
Alemania	2.92%
España	2.20%
Costa Rica	2.04%
Italia	1.26%
Chile	0.47%
Polonia	0.42%
Argentina	0.36%
Colombia	0.28%
El Salvador	0.17%
República Checa	0.12%
Reino Unido	0.08%
Canadá	0.00%
Türkiye	0.00%
Tailandia	0.00%
Suiza	0.00%
Sri Lanka	0.00%
Portugal	0.00%
Francia	0.00%
Corea, República de	0.00%
China	0.00%
Brasil	0.00%

### Panamá - IMP - 190410

Guatemala	33.97%
Estados Unidos de América	19.88%
México	18.98%
Costa Rica	16.06%
Trinidad y Tobago	3.83%
Colombia	1.60%
Argentina	1.18%
Alemania	0.91%
Perú	0.58%
Panamá	0.51%
Ecuador	0.31%
Türkiye	0.28%
India	0.24%
Bulgaria	0.20%
Polonia	0.18%
Belice	0.15%
Chile	0.14%
Corea, República de	0.13%
Portugal	0.11%
Canadá	0.11%
Países Bajos	0.10%
Zona franca	0.09%
China	0.08%
Brasil	0.07%
España	0.07%
Lituania	0.06%

Cuadro IMP05 - Fuente: Trademap - elaboración propia

# Análisis de la competencia

21.03.20 Salsa Tomate - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 210320 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 210320

Grand Total	16,221
Estados Unidos de América	7,512
Guatemala	5,420
El Salvador	1,552
Chile	841
Italia	341
México	305
Honduras	147
España	60
Colombia	24
Nicaragua	6
Brasil	6
China	4
Países Bajos	2
Reino Unido	1
Zona Nep	0
Túnez	0
Taipei Chino	0
Rumania	0
República Dominicana	0
Perú	0
Panamá	0
Japón	0
Bélgica	0
Alemania	0

### Republica Dominicana - IMP - 210320

Grand Total	12,206
Estados Unidos de América	10,647
El Salvador	590
Chile	254
Costa Rica	211
Guatemala	157
México	110
España	102
Italia	95
Brasil	16
Francia	10
Suecia	7
Türkiye	6
Reino Unido	1
República Dominicana	0
Honduras	0
China	0
Alemania	0

### Panamá - IMP - 210320

Grand Total	18,743
Estados Unidos de América	11,496
Costa Rica	3,215
Guatemala	1,048
El Salvador	821
China	722
Italia	425
Türkiye	256
México	256
Honduras	117
Colombia	81
España	71
Brasil	48
Países Bajos	42
Marruecos	29
Panamá	25
Corea, República de	19
Libano	14
Zona franca	10
Perú	9
India	8
Reino Unido	7
Egipto	7
Ecuador	6
Canadá	4
Tailandia	2

### Costa Rica - IMP - 210320

Estados Unidos de América	46.31%
Guatemala	33.41%
El Salvador	9.57%
Chile	5.18%
Italia	2.10%
México	1.88%
Honduras	0.91%
España	0.37%
Colombia	0.15%
Nicaragua	0.04%
Brasil	0.04%
China	0.02%
Países Bajos	0.01%
Reino Unido	0.01%
Zona Nep	0.00%
Túnez	0.00%
Taipei Chino	0.00%
Rumania	0.00%
República Dominicana	0.00%
Perú	0.00%
Panamá	0.00%
Japón	0.00%
Bélgica	0.00%
Alemania	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 210320

Estados Unidos de América	87.23%
El Salvador	4.83%
Chile	2.08%
Costa Rica	1.73%
Guatemala	1.29%
México	0.90%
España	0.84%
Italia	0.78%
Brasil	0.13%
Francia	0.08%
Suecia	0.06%
Türkiye	0.05%
Reino Unido	0.01%
República Dominicana	0.00%
Honduras	0.00%
China	0.00%
Alemania	0.00%

### Panamá - IMP - 210320

Estados Unidos de América	61.33%
Costa Rica	17.15%
Guatemala	5.59%
El Salvador	4.38%
China	3.85%
Italia	2.27%
Türkiye	1.37%
México	1.37%
Honduras	0.62%
Colombia	0.43%
España	0.38%
Brasil	0.26%
Países Bajos	0.22%
Marruecos	0.15%
Panamá	0.13%
Corea, República de	0.10%
Libano	0.07%
Zona franca	0.05%
Perú	0.05%
India	0.04%
Reino Unido	0.04%
Egipto	0.04%
Ecuador	0.03%
Canadá	0.02%
Tailandia	0.01%
Argentina	0.01%

Cuadro IMP10 - Fuente: Trademap - elaboración propia



# Análisis de la competencia

20.08.99 Los demás frutas y plantas comestibles preparadas

Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 200899 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 200899

Grand Total	10,346
Estados Unidos de América	5,254
Honduras	1,747
México	1,061
El Salvador	947
China	400
Guatemala	367
Perú	181
Brasil	168
Türkiye	60
Tailandia	51
Grecia	26
Panamá	25
Nicaragua	18
Nueva Zelanda	14
Colombia	9
Taipei Chino	5
España	5
Países Bajos	3
Italia	2
Hong Kong, China	2
Japón	1
Zona Nep	0
Túnez	0
Trinidad y Tobago	0
Suiza	0

### Republica Dominicana - IMP - 200899

Grand Total	7,303
Honduras	3,915
Colombia	1,158
Costa Rica	662
Estados Unidos de América	361
China	304
Guatemala	265
Perú	260
Ecuador	89
Trinidad y Tobago	82
Brasil	76
Tailandia	51
España	37
México	14
Dinamarca	10
Italia	7
Filipinas	6
Bulgaria	4
Türkiye	2
Zona Nep	0
República Dominicana	0
Polonia	0
Indonesia	0
India	0
Grecia	0
Francia	0

### Panamá - IMP - 200899

Grand Total	9,800
Costa Rica	2,801
Colombia	2,081
Panamá	2,076
Ecuador	763
República Dominicana	670
Estados Unidos de América	615
Guatemala	347
China	152
Taipei Chino	81
Tailandia	60
Bélgica	35
Italia	31
México	28
Perú	24
Zona franca	21
Países Bajos	5
España	5
Francia	3
Túnez	1
Canadá	1
Türkiye	0
Trinidad y Tobago	0
Polonia	0
Israel	0
Hong Kong, China	0

### Costa Rica - IMP - 200899

Estados Unidos de América	50.78%
Honduras	16.89%
México	10.26%
El Salvador	9.15%
China	3.87%
Guatemala	3.55%
Perú	1.75%
Brasil	1.62%
Türkiye	0.58%
Tailandia	0.49%
Grecia	0.25%
Panamá	0.24%
Nicaragua	0.17%
Nueva Zelanda	0.14%
Colombia	0.09%
Taipei Chino	0.05%
España	0.05%
Países Bajos	0.03%
Italia	0.02%
Hong Kong, China	0.02%
Japón	0.01%
Zona Nep	0.00%
Túnez	0.00%
Trinidad y Tobago	0.00%
Suiza	0.00%
Santa Lucía	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 200899

Honduras	53.61%
Colombia	15.86%
Costa Rica	9.06%
Estados Unidos de América	4.94%
China	4.16%
Guatemala	3.63%
Perú	3.56%
Ecuador	1.22%
Trinidad y Tobago	1.12%
Brasil	1.04%
Tailandia	0.70%
España	0.51%
México	0.19%
Dinamarca	0.14%
Italia	0.10%
Filipinas	0.08%
Bulgaria	0.05%
Türkiye	0.03%
Zona Nep	0.00%
República Dominicana	0.00%
Polonia	0.00%
Indonesia	0.00%
India	0.00%
Grecia	0.00%
Francia	0.00%
Egipto	0.00%

### Panamá - IMP - 200899

Costa Rica	28.58%
Colombia	21.23%
Panamá	21.18%
Ecuador	7.79%
República Dominicana	6.84%
Estados Unidos de América	6.28%
Guatemala	3.54%
China	1.55%
Taipei Chino	0.83%
Tailandia	0.61%
Bélgica	0.36%
Italia	0.32%
México	0.29%
Perú	0.24%
Zona franca	0.21%
Países Bajos	0.05%
España	0.05%
Francia	0.03%
Túnez	0.01%
Canadá	0.01%
Türkiye	0.00%
Trinidad y Tobago	0.00%
Polonia	0.00%
Israel	0.00%
Hong Kong, China	0.00%
Grecia	0.00%

Cuadro IMP08 - Fuente: Trademap - elaboración propia

## 4.6.1 Principales empresas importadoras en mercado destino

Costa Rica - 21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazónadores, salsa mayonesa

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 21.03.90	Empleados	Ciudad
Cooperativa Agrícola Industrial Victoria RL - Coopevictoria RL	6	600	Alajuela, Costa Rica
Ingenio Taboga Sa - Ingenio Taboga	6	600	Heredia, Costa Rica
Schmidt & Cia Ltda, Hermann	6	7	San Jose, Costa Rica
Molinos de Costa Rica SA	6	184	Alajuela, Costa Rica
Cooperativa De Caficultores Y Servicios Múltiples De Palmares RL - Coopepalmares RL	6	100	Palmares, Costa Rica
El Plata Exportacion E Importacion Sa - El Plata	5	20	San Jose, Costa Rica
Productora La Florida - Cervecería Costa Rica	5	445	Alajuela, Costa Rica
Productos Columbia S.A. - Productos Columbia	5	90	San Jose De Pavas
Cetebedi Sa - Cetebedi	5	150	Alajuela, Costa Rica
Negocios Internacionales Neinsa, S.A.	5	100	San Jose, Costa Rica
Grupo Pampa CRC SA	4	6	Santa Ana, Costa Rica
Irex de Costa Rica SA	4	750	Tres Rios, Costa Rica
El Plata Exportacion E Importacion, S.A. - El Plata S.A.	4	110	San Jose, Costa Rica
Cooperativa De Caficultores De Heredia Libertad RL - Coopelibertad	4	84	Heredia, Costa Rica
Hugnu, Moreno	4		San Jose, Costa Rica
Cafe Britt Costa Rica Sa - Cafe Britt Costa Rica	4	500	Heredia, Costa Rica
Asesoría En Alimentos Alfa Sa - Aseal	4	20	Heredia, Costa Rica
Mayca Distribuidores SA	4	130	Heredia, Costa Rica
Florida Bebidas Sa - Florida Bebidas	4	150	Alajuela, Costa Rica
Grupo Aga Sa - Grupo Aga	4	8	Heredia, Costa Rica
Distribuidora Lucema Sa - Distribuidora Lucema	4	200	San Jose, Costa Rica
Cooperativa De Productores Independientes De Liberia RL - Coopeliberia RL	3	50	Liberia, Costa Rica
Coopellanobonito RL	3	16	San Jose, Costa Rica
Corporacion Agroindustrial Peters S. A.	3	25	Heredia, Costa Rica
Dinca Branding Sa - Dinca Branding	3	51	San Jose, Costa Rica

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## Principales empresas importadoras en mercado destino

República Dominicana - 21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazoadores, salsa mayonesa

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 21.03.90	Número de empleados	País	Ciudad
Agencias Internacionales C Por A - Aica	4	110	República Dominicana	Santo Domingo
Lacteos Dominicanos Sa - Ladom	4	542	República Dominicana	Santo Domingo
Anacaona y Lonjeff S A	3	75	República Dominicana	Santo Domingo
Distribuidora Triple SA	3	20	República Dominicana	Santo Domingo
Prodex International C Por A - Prodex	3	53	República Dominicana	Santo Domingo
Idanvi S A	3	5	República Dominicana	Puerto Plata
Agua Planeta Azul C por A	3	370	República Dominicana	Santo Domingo
Aeroboutique La Americana, S.A.	3	5	República Dominicana	Santo Domingo
Euro Group S.A.	3	36	República Dominicana	Santo Domingo
Planta De Leche Sa - Planlesa	3	130	República Dominicana	Monte Plata
Exportadora de Productos Tradicionales S.A.	3		República Dominicana	Santo Domingo
Impo-Export Lugano, S.A.	3	12	República Dominicana	Santo Domingo
Font Gamundi SA	3	200	República Dominicana	Santo Domingo
Pementel Hermanos C. por A.	3	30	República Dominicana	Santiago De Los Cabellero
Almacenes Jissel S.A. - Jissel	3	20	República Dominicana	Santo Domingo
Peravia Industrial, Sa - La Famosa	3	400	República Dominicana	Bani
Supermercado Princesa C por A	3	45	República Dominicana	Santo Domingo
Tenedora Gaulden, S.A.	3	15	República Dominicana	Santo Domingo
Master Prises Sa - Cgs Dominicana	3	15	República Dominicana	Santo Domingo
Ativa Materia Primas S R L	3	10	República Dominicana	Santo Domingo
Groshevskiy Khachatryan Organics SRL	3	15	República Dominicana	Bavaro
Inversiones Monte Palma SRL	2	18	República Dominicana	Independencia
Promarketing SRL	2	15	República Dominicana	Santo Domingo
Mercafood SRL	2	20	República Dominicana	Santo Domingo
Trisan Dominicana SRL	2	8	República Dominicana	Santo Domingo

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## Principales Empresas importadoras en mercado destino

Panamá - 21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazoadores, salsa mayonesa

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 21.03.90	Número de empleados	País	Ciudad
Ofertas S.A.	5		Panamá	Panama City
Virca S.A. - Virca Sa	4	60	Panamá	Panama City
Marvil S.A.	4	59	Panamá	Panama City
Productos de Prestigio S.A.	4	400	Panamá	Panama City
Feduro International SA	3	10	Panamá	Panama City
Oro Del Norte S.A. - Harinera Oro Del Norte Sa	3	75	Panamá	Santiago De Veraguas
Sociedad Productora De Alimentos Sa - Cafe Duran	3	700	Panamá	Ciudad De Panama
Citricos S.A. - Citricos	3	200	Panamá	Panama City
Fabrica de Productos Borden SA	3	90	Panamá	Panama City
Silver Star Corporation, S.A.	3	9	Panamá	Colon
Productos Alimenticios Pascual S.A. - Papsa	3		Panamá	Panama City
Isaac Brandon & Bros Inc - Brandon & Bros Inc	3	30	Panamá	Ciudad De Panama
Azucarera Nacional S.A. - Ansa	3	2000	Panamá	Panama City
Agencias Escoffery S.A.	3	350	Panamá	Panama City
Agencias Feduro S.A.	3		Panamá	Panama City
Donald W. Dickerson Inc.	3	350	Panamá	Panama City
Tagaropulos S.A.	3	716	Panamá	Panama City
Chr. Hansen Centroamerica, S.A.	3	6	Panamá	Panama City
Unilever de Centroamerica S.A.	3	55	Panamá	Panama City
Animal and Pets S.A.	3	20	Panamá	Panama City
Uniser S.A. - Uniser	3	70	Panamá	Panama City
Importadora y Exportadora Hermanos Gago S.A.	3	23	Panamá	Panama City
Top Brands International S.A.	3		Panamá	Panama City
M.B. Business S.A. - Mb Business	3	5	Panamá	Panama City
Comercial Tricolor Sa - Comercial Tricolor	3	19	Panamá	Panama City

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## Principales Empresas importadoras en mercado destino

Panamá y República Dominicana - 11.02.90 Las demás harinas de cereales

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.02.90	Número de empleados	País	Ciudad
Agro Industrias Alimenticias de Veraguas S.A.	3	50	Panamá	Santiago
Compania Chiricana De Alimentos, Sa - Productos Premier	3		Panamá	David
Gold Mills de Panama, S.A.	1	250	Panamá	Panama City
Harinas Del Istmo SA	2	175	Panamá	Panama City
Harinas Panama S.A.	1	132	Panamá	Panama City
Manufactura Lopez S.A.	3	16	Panamá	Panama City
Molino Veraguas, S.A. - Molino Veraguas - Hermanos Athanasiadis	3	37	Panamá	Santiago
Nutricereales De Panama S.A	2	30	Panamá	Panama City
Oro Del Norte S.A. - Harinera Oro Del Norte Sa	3	75	Panamá	Santiago De Veraguas
Panama Trade Bureau Inc	1	9	Panamá	Panama City
Premezclas Mill Agro Sa - Premezclas	2	6	Panamá	Panama City
Semolas de Panama SA	1	30	Panamá	Panama City

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.02.90	Número de empleados	País	Ciudad
Caribbean Grain Company, S.A. - Carigrain	3	15	República Dominicana	Santo Domingo
Grupo Malla, S.A. - Malla & Cia. C. Por A.	2	1500	República Dominicana	Santo Domingo
Molinos del Ozama S.A.	1	247	República Dominicana	Santo Domingo
Molinos Valle del Cibao S.A.	1	897	República Dominicana	Santiago De Los Caballeros
Effie Business Corporacion Sa - Molinos Del Higuamo	1	115	República Dominicana	Santo Domingo
Molinos del Norte C. por A.	1	103	República Dominicana	Puerto Plata
Maicera Dominicana, C por A	1	165	República Dominicana	Santo Domingo

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## Principales empresas importadoras en mercado destino

Costa Rica - 11.02.90 Las demás harinas de cereales

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.02.90	Número de empleados	País	Ciudad
Molinos de Costa Rica SA	6	184	Costa Rica	Alajuela
Derivados De Maiz Alimenticio S.A. - Demasa	4	2000	Costa Rica	San Jose
Instamasa Sa - Instamasa	2	31	Costa Rica	Alajuela
Procesadora Tierra Fertil Jc Sa - Procesadora Tierra Fertil	2	40	Costa Rica	Alajuela
Premezclas Industriales para Panadería, S.A.	1	50	Costa Rica	La Uruca
Derivados De Maiz Alimenticio S.A. - Demasa/Div. Molino	1		Costa Rica	Pavas
Fabrica De Harinas De Centroamerica Sa - Fhacasa	1	130	Costa Rica	Heredia

## Principales Empresas Importadoras en mercado destino

Costa Rica y Panamá - 11.04.29 Los demás granos

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.04.29	Número de empleados	País	Ciudad
Alimentos Cook Sa - Cook Foods	1	70	Costa Rica	Cartago
Alimentos Jack's De Centroamerica Sa - Alimentos Jack's	4	700	Costa Rica	San Jose
Productos Florida Sa - Florida Products	3	300	Costa Rica	Heredia

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.04.29	Número de empleados	País	Ciudad
Agro Industrias Alimenticias de Veraguas S.A.	3	50	Panamá	Santiago
Canimar Import Export Sa - Canimar	3	14	Panamá	Ciudad De Panama
Compania Chiricana De Alimentos, Sa - Productos Premier	3		Panamá	David
Manufactura Lopez S.A.	3	16	Panamá	Panama City
Nutricereales De Panama S.A	2	30	Panamá	Panama City
Productos La Dona S.A - La Dona	3	420	Panamá	Panama City

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## Principales empresas importadoras en mercado destino

Costa Rica - 11.04.29 Los demás granos

Nombre de la empresa	Prods. en categoría 11.04.90	Número de empleados	País	Ciudad
Alimentos Cook Sa - Cook Foods	1	70	Costa Rica	Cartago
Alimentos Jack's De Centroamerica Sa - Alimentos Jack's	4	700	Costa Rica	San Jose
Productos Florida Sa - Florida Products	3	300	Costa Rica	Heredia

Fuente: Dun & Bradstreet - elaboración propia

## 4.6.2 Principales empresas peruanas exportadoras al mercado destino

Perú - partidas varias

Partida	RUC	NOMBRE/RAZON SOCIAL	WEB	Región	FOB 2022 US\$	FOB 2023 US\$	FOB 2024 US\$
090422	20601628687	EXPORTABLES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - EXPORTABLES S.A.C.	ND	SAN MARTÍN		72,078	107,912
090422	20501433501	OLIVOS DEL SUR S.A.C.	<a href="https://olivosedelur.com/">https://olivosedelur.com/</a>	LIMA METROPOLITANA		265	
090422	20607149292	HOCHLAND PERU LATAM S.A.C.	ND	LIMA METROPOLITANA		2,124	9,093
090422	20600322878	NATURAL ANDINO E.I.R.L.	ND	LIMA REGIÓN	50		
090422	20382970404	VALLE FERTIL S.A.C.	<a href="http://www.vallefertil.com/">http://www.vallefertil.com/</a>	LIMA METROPOLITANA			968
090422	20602384323	COMERCIALIZADORA VERDE DE ALIMENTOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMVER ALIMENTOS S.A.C.	<a href="https://www.comver.pe/">https://www.comver.pe/</a>	TACNA	367		429
090422	10465866441	SIPIÓN RAMÍREZ JHONATAN DANIEL	ND	LIMA METROPOLITANA	2		
090422	20532966451	AROMÁTICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	<a href="http://aromaticoperu.com/">http://aromaticoperu.com/</a>	TACNA	0		
090422	20552256647	AGRO FERGI S.A.C.	<a href="http://www.agrofergi.com.pe/">http://www.agrofergi.com.pe/</a>	LIMA METROPOLITANA	3,122		
110290	20607426385	CORPORACION BIOLIFE E.I.R.L.	ND	LIMA METROPOLITANA			451
110290	20537575701	BIO-AURORA EIRL	<a href="http://bioauroraperu.com.pe/">http://bioauroraperu.com.pe/</a>	LIMA METROPOLITANA	151	39	348
110412	20547984588	AGRO MI PERU FOODS S.A.C.	<a href="http://www.alimentos.com.pe">www.alimentos.com.pe</a>	LIMA METROPOLITANA	2,19		
110429	20552256647	AGRO FERGI S.A.C.	<a href="http://www.agrofergi.com.pe/">http://www.agrofergi.com.pe/</a>	LIMA METROPOLITANA	2,75	1,983	1,784
190410	20291939083	INKA CROPS S.A.	<a href="http://www.inkacrops.com">http://www.inkacrops.com</a>	LIMA METROPOLITANA		68,775	296,888
190410	20600855809	NADALCO S.A.C.	<a href="https://www.instagram.com/trumunchperu?igsh=mwjgex">https://www.instagram.com/trumunchperu?igsh=mwjgex</a>	LIMA METROPOLITANA		9,901	
190410	20515405900	VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO EN LIQUIDACION	<a href="https://www.villaandina.com/">https://www.villaandina.com/</a>	LIMA METROPOLITANA	1,578		
190410	20500985322	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	<a href="http://www.mpf.com.pe/">http://www.mpf.com.pe/</a>	LIMA METROPOLITANA	29,063	30,022	
190410	10465866441	SIPIÓN RAMÍREZ JHONATAN DANIEL	ND	LIMA METROPOLITANA	22		
190410	20100035121	MOLITALIA S.A	<a href="http://www.molitalia.com.pe">www.molitalia.com.pe</a>	LIMA METROPOLITANA	105,778	159,715	179,955
200520	20291939083	INKA CROPS S.A.	<a href="http://www.inkacrops.com">http://www.inkacrops.com</a>	LIMA METROPOLITANA		626	25,92
200799	20102154046	INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	<a href="http://www.iamb.pe/inicio">http://www.iamb.pe/inicio</a>	LIMA METROPOLITANA	12,318	42,454	50,005

Fuente: Promperu - elaboración propia

## **V. Análisis de la Demanda**

5.1 Perfil del Consumidor

5.2 Análisis de Tendencias

5.3 Variedades.

5.4 Presentaciones y precios al consumidor final

5.5 Percepción del Producto(s) peruano



## 5.1 Perfil del consumidor en República Dominicana

### Frecuencia de consumo:

El consumo de alimentos procesados es alto y frecuente, especialmente en zonas urbanas, formando parte de la dieta diaria o semanal de muchos hogares debido a su conveniencia. Según un análisis realizado por Pedro Juan del Rosario, investigador titular del Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (IDIAF), en 2020, el 57.8% del gasto en alimentos fue en procesados (cereales, harinas, aceites, salsas, snacks, comidas listas), con una proyección de aumento al 65% para 2030.

- **Harina:** Dada su naturaleza de commodity y producto básico, el precio es el factor más influyente. Los consumidores buscan la mejor relación cantidad-precio. Se prefieren los empaques grandes o las presentaciones económicas, especialmente en hogares.
- **Mermeladas:** Los sabores tradicionales como fresa, piña y guayaba son los más populares. Existe un interés creciente en sabores tropicales locales o combinaciones únicas. La textura (con o sin trozos de fruta) es un factor importante para la preferencia personal.
- **Snacks:** El sabor es el factor más importante. Los consumidores dominicanos tienen preferencias marcadas por sabores intensos, picantes o tradicionales. La fresca y la "crunchness" (textura crujiente) son altamente valoradas. Se busca diversidad de opciones y formatos para diferentes ocasiones de consumo. Son productos de impulso, por lo que un precio accesible es clave, especialmente en los formatos individuales.
- **Las salsas** (ketchup, mayonesa, mostaza, salsas picantes, salsas de tomate para pasta/guisos) son esenciales en la cocina dominicana. El precio es muy importante, ya que son productos de consumo regular. Se buscan envases grandes que ofrecen buen rendimiento. Las promociones pueden influir en la decisión de compra. La consistencia adecuada (ni muy líquida ni muy espesa) es valorada. Aunque las salsas básicas dominan, hay un nicho para salsas más "gourmet" o especializadas (ej. salsas barbacoa, aderezos especiales) que se adaptan a gustos más sofisticados o a la influencia de otras cocinas.
- **Condimentos:** Los condimentos (especias secas, mezclas, sazones líquidos, cubitos, etc.) son la base de la cocina dominicana, conocida por sus sabores intensos. Las mezclas listas para usar ("sazón completo") son populares. Son productos de uso diario, por lo que el precio por gramo o la cantidad que rinde el producto son muy importantes. Los envases grandes o los paquetes de varias unidades suelen ser preferidos. Cada vez hay más conciencia sobre los ingredientes y aunque las mezclas son comunes, hay un creciente interés por opciones con menos sodio, sin conservantes artificiales o con ingredientes "naturales".

El consumidor dominicano valora una combinación de precio accesible, sabor intenso y auténtico, y la confianza en marcas establecidas. La conveniencia y la disponibilidad son fundamentales, y hay una creciente, aunque todavía no dominante, preocupación por los aspectos de salud en todas las categorías, especialmente entre segmentos con mayor poder adquisitivo.

### Factores de compra

El precio es el factor principal, especialmente para consumidores de bajos ingresos. Según el reporte "State of Grocery" de McKinsey & Company, un 55% de los consumidores busca de manera activa promociones para ahorrar dinero, y un 35% opta por productos menos costosos con el mismo fin. Existe un 70% de intención neta entre los dominicanos de centrarse en una alimentación y nutrición saludable. Sin embargo, solo un 15% pagaría un precio más alto por un producto más saludable, un 30% compraría productos alimenticios de alta calidad/premium, y un 9% pagaría un precio más alto por un producto más amigable con el medio ambiente.



## Motivaciones de compra

La principal motivación para comprar alimentos, incluyendo los procesados, suele ser el ahorro de dinero. Las condiciones económicas juegan un papel crucial en la configuración de las tendencias en el consumo de alimentos procesados, y los consumidores ajustan su comportamiento de compra en función de la asequibilidad. Asimismo, el marketing y las promociones también juegan un papel preponderante para impulsar las compras.

## Lugares y formas de consumo

Una parte significativa del gasto en alimentos, un 80%, se realiza en establecimientos informales como colmados y comedores. El consumo también ocurre en hogares, como parte de comidas o snacks.

El consumo "sobre la marcha" es común en tiendas de conveniencia. También se consumen en restaurantes y cadenas de comida rápida. Las formas de consumo varían desde snacks individuales hasta ingredientes en comidas caseras y comidas listas para comer.

## Canales de compra

Los colmados (pequeñas tiendas de barrio) son fundamentales, representando el 53.4% de las compras de alimentos. Según ICEX, los supermercados, hipermercados y clubes de membresía están ganando importancia, alcanzando aproximadamente el 60% de las ventas minoristas de alimentos. Asimismo, la penetración del comercio electrónico es notablemente alta, alcanzando el 73.2%.

### 1. Supermercados

Los supermercados son cadenas de gran importancia, con un surtido amplio de productos de consumo masivo, incluyendo una fuerte presencia de alimentos procesados.

- **Supermercados Nacional:** Parte del Centro Cuesta Nacional (CCN), es una de las cadenas de supermercados más establecidas y con mayor cobertura en el país, ofreciendo una experiencia de compra completa y una amplia variedad de productos.
- **Supermercados Bravo:** Han tenido un crecimiento muy significativo en los últimos años. Se distinguen por ser modernos, con buena variedad de productos y un enfoque en precios competitivos y ofertas, a menudo incluyendo marcas propias.
- **La Sirena:** Parte del Grupo Ramos, es una cadena que combina el formato de supermercado con el de tienda por departamentos, ofreciendo tanto alimentos como productos para el hogar, ropa, etc. Tienen una presencia muy fuerte a nivel nacional.
- **Supermercados Pola:** También parte del Grupo Ramos, se enfocan en un surtido más básico y precios atractivos, con un formato de supermercado tradicional.
- **Apresio:** Otra marca del Grupo Ramos, orientada a un formato de tienda más pequeña y económica, buscando cercanía con el consumidor en zonas urbanas más densas.
- **La Cadena:** Cuenta con varios puntos de venta y ofrece una buena variedad de productos, incluyendo algunas marcas exclusivas.



## 2. Hipermercados

Los hipermercados son formatos más grandes que los supermercados, ofreciendo no solo alimentos, sino también una vasta gama de productos no alimenticios (electrónica, ropa, hogar, ferretería).

- **Jumbo:** Operado por el Centro Cuesta Nacional (CCN), son los principales hipermercados del país. Se caracterizan por su gran tamaño, una variedad enorme de productos y ofertas constantes. También cuentan con formatos más pequeños como **Jumbo Express**.
- **Hipermercados Olé:** Una cadena de hipermercados con un fuerte enfoque en precios bajos, lo que los hace muy populares para compras de volumen. Tienen una presencia significativa en Santo Domingo y otras provincias.
- **Plaza Lama:** Aunque tradicionalmente es una tienda por departamentos, sus sucursales más grandes funcionan como hipermercados, con secciones extensas de alimentos, además de electrodomésticos, muebles y más.

## 3. Clubes de membresía (Wholesale Clubs)

Estos clubes operan bajo un modelo de membresía, donde los clientes pagan una cuota anual para acceder a precios mayoristas o especiales, especialmente para compras de volumen.

- **PriceSmart:** Es el operador más grande de clubes de compra por membresía en América Central y el Caribe, incluyendo la República Dominicana. Son muy populares para familias grandes, pequeños negocios y para quienes buscan productos importados o de gran formato. Cuentan con varias tiendas en Santo Domingo y Santiago.

## Crecimiento de las marcas privadas

Se menciona la creciente introducción y prominencia de las marcas privadas en los supermercados, atendiendo a los consumidores que buscan un equilibrio entre calidad y precio. Las marcas privadas están ganando terreno, ofreciendo a los consumidores alternativas más asequibles dentro del mercado de alimentos procesados.

## Influencia del turismo y lazos Extranjeros

El mercado dominicano es cosmopolita debido al turismo y los lazos familiares con Estados Unidos y España, lo que lleva a una mezcla de preferencias alimentarias locales y americanizadas. La exposición a culturas y cocinas internacionales a través del turismo y la migración influye en la demanda y la aceptación de diversos productos alimenticios procesados.

## Alimentos tradicionales y alternativas procesadas

Las alternativas procesadas a los alimentos básicos tradicionales (por ejemplo, café instantáneo versus café preparado tradicionalmente, snacks envasados versus golosinas caseras) son cada vez más comunes. La conveniencia y la vida útil de las alternativas procesadas pueden hacerlas sustitutos atractivos para los alimentos tradicionales, especialmente en hogares con personas ocupadas.

## Celebraciones culturales y alimentos

Eventos culturales como la Semana Santa influyen en el consumo de alimentos, con platos tradicionales específicos que adquieren protagonismo. Incluso dentro de las celebraciones tradicionales, se pueden consumir alternativas procesadas o versiones producidas comercialmente de artículos tradicionales. Las tradiciones culturales aún juegan un papel en la configuración del consumo de alimentos, pero la influencia de los alimentos procesados también es evidente incluso durante las ocasiones gastronómicas tradicionales.

## 5.1 Perfil del consumidor en Panamá

Previo a la pandemia de COVID-19, la dinámica acelerada de la vida moderna llevaba al consumidor panameño a centrarse en las exigencias laborales por encima de otras prioridades esenciales, lo que tuvo un impacto negativo en la salud y favoreció el aumento de enfermedades vinculadas al estrés y al sobrepeso.

Actualmente, los consumidores muestran un marcado interés en adoptar una alimentación más saludable, impulsado en parte por las secuelas del confinamiento. Se observa una creciente tendencia a fusionar la gastronomía con la tradición, lo que les brinda mayor confianza en sus elecciones alimentarias

Panamá cuenta con aproximadamente un 10% de población inmigrante, integrada principalmente por personas de origen latino, chino, norteamericano y español. Los dos últimos grupos, en particular, representan un segmento de consumidores con un alto interés en productos saludables y de perfil gourmet.

El Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá realizó en 2023 un estudio de mercado sobre alimentos procesados, en el que se identificaron diversos patrones de consumo.

### Composición de la muestra

El estudio contó con una muestra representativa de consumidores, con una distribución demográfica definida:

- **Rango de edad:** La mayoría de los encuestados tienen entre 25 y 35 años, representando el 36 % del total.
- **Género:** El 60 % de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 40 % fueron hombres.
- **Residencia:** Las respuestas se concentraron principalmente en Ciudad de Panamá (52 %), seguida por Ciudad de David (10 %), San Miguelito y Santiago (ambos con 5 %).

### Frecuencia de consumo

- La mayoría de los panameños consumen alimentos procesados entre 2 y 3 veces por semana.
- **Harinas:** El 44 % las consume con esa frecuencia, el 14 % diariamente y el 13 % al menos una o dos veces por semana.
- **Mermeladas:** El 41 % las consume entre 2 y 3 veces por semana, mientras que un 16 % no las consume nunca. Un 11 % las consume una vez por semana y un 10 % diariamente. El resto de respuestas se distribuye equitativamente (7 % cada una) entre quienes las consumen dos veces al mes, una vez al mes o rara vez.
- **Las salsas y condimentos** son una parte fundamental de la cocina panameña. Se observa que los condimentos naturales como ajo, cebolla, cilantro, perejil, cebollina, orégano y ají son recomendados para uso diario en las guías alimentarias de Panamá, lo que sugiere un consumo diario y frecuente de estos productos en general.
- **Los snacks** son una categoría de alimentos procesados con un consumo significativo en Panamá y su consumo es mayormente para golosinas y productos de copetín (snacks salados) siendo una frecuencia de consumo de de 1 a 3 veces por semana.



## Factores de compra

- **Harinas:** Los principales criterios de selección son el precio (36 %), la calidad (33 %) y el valor nutricional (14 %), seguidos por el sabor (10 %) y el origen del producto (7 %).
- **Comparativa calidad-precio:** La decisión de compra se distribuye de manera equilibrada entre calidad y precio (30 % cada uno), mientras que la marca es determinante para un 14 % de los consumidores. Solo un 6 % prioriza el valor nutricional.
- **Mermeladas:** La calidad es el factor más valorado (32 %), seguida del precio (22 %) y la marca (12 %). Además, un 10 % de los consumidores considera relevante que el producto sea orgánico o ecológico.
- **Salsas:** Los consumidores buscan salsas que ofrezcan una buena relación calidad-precio. Además, las promociones en supermercados y la venta de "packs" o tamaños más grandes con descuento pueden influir significativamente en la decisión de compra.
- **Los condimentos** suelen ser productos que duran un tiempo, por lo que el precio por unidad o la cantidad que rinden por compra son factores importantes. Las promociones y los tamaños "económicos" pueden ser atractivos, especialmente para condimentos de uso frecuente.
- **Snacks:** Son a menudo compras impulsivas o de bajo costo, por lo que un precio accesible es fundamental. La disponibilidad de diferentes tamaños (individual, para compartir) influye en la decisión de compra, especialmente para adaptarse a diferentes momentos de consumo o presupuestos. Asimismo, las promociones son efectivas en esta categoría.

## 5.1 Perfil del consumidor en Panamá

### Gasto y preferencias de compra

- Considerando que la mayoría de los panameños destina entre el 1% y el 5% de su presupuesto mensual en alimentos procesados, y con un gasto promedio en alimentos básicos que ronda entre USD 300 y USD 350, se estima que el monto en dólares dedicado a alimentos procesados estaría entre USD 5.00 y USD 17.50 al mes.
- El 17 % de los consumidores elige los supermercados principalmente por el precio, el 16 % por la calidad y el 12 % por la comodidad de realizar todas sus compras en un mismo establecimiento. Otros factores clave incluyen la variedad de productos (11%), la cercanía (10%), la higiene y la posibilidad de pago con tarjeta (7%), así como la accesibilidad, ofertas y promociones (5%).
- **Canales de compra:**
  - **Supermercados:** Son el espacio de compra preferido, con un 75% de los consumidores realizándolas entre 1 y 3 veces a la semana. Un 15% prefiere hacer compras más grandes dos veces al mes, y un porcentaje menor lo hace en una única visita mensual.
  - **Tiendas online:** Un 32% nunca realiza compras alimentarias a través de canales digitales, mientras que un 25% lo hace al menos una vez al mes. Solo un 21% compra en línea una vez por semana, y la frecuencia disminuye aún más entre quienes compran 2-3 veces por semana (9%) o a diario (3%).
  - **Abarroterías y tiendas especializadas:** Un 54 % de los consumidores acude a estos establecimientos tres veces por semana, mientras que un 12% lo hace dos veces al mes y un 9 % diariamente.
  - **Mercados locales:** Un 34% de los consumidores compra en mercados locales al menos una vez a la semana, el 32% solo una vez al mes y el 13% dos veces al mes. La frecuencia de visitas a estos mercados depende de factores como el calendario y los horarios de apertura según la época del año.

### Nombres de cadenas de supermercados populares:

- Super 99: Una de las cadenas de supermercados más grandes y con mayor presencia a nivel nacional. Ofrecen una gran variedad de productos y suelen tener precios competitivos.
- Super Xtra: Otra cadena importante, conocida por sus precios bajos y una amplia gama de productos.
- Supermercados Rey (Grupo Rey): Una cadena de supermercados muy reconocida, parte de un grupo empresarial más grande. Suelen enfocarse en una experiencia de compra de calidad y buena variedad.
- Riba Smith: Considerado por muchos como un supermercado de mayor gama, con una oferta de productos más exclusivos, importados y de alta calidad, incluyendo secciones gourmet y orgánicas.
- El Machetazo: Un híbrido entre supermercado e hipermercado, donde además de alimentos, se pueden encontrar productos para el hogar, tecnología, ferretería, etc. Es una opción muy popular por su variedad.
- PriceSmart: Aunque es un formato de club de precios al por mayor (requiere membresía), es muy utilizado por familias y pequeños negocios para compras grandes de alimentos y otros productos, incluyendo muchos importados.

### Ejemplos de plataformas y servicios de supermercados con entrega a domicilio:

- Superunico.com: Una de las plataformas de supermercado online más conocidas en Panamá, que ofrece entrega rápida y una amplia gama de productos.
- Servicios de Supermercados Grandes: La mayoría de las grandes cadenas como Super 99, Super Xtra, Rey y Riba Smith tienen sus propias plataformas de venta online y/o aplicaciones para pedidos con entrega a domicilio o retiro en tienda.
- Servicios de Delivery de Terceros: Plataformas como Glovo o PedidosYa también permiten pedir productos de supermercados y tiendas de conveniencia.



## Abarroterías y tiendas especializadas

Estos establecimientos son muy frecuentados, especialmente las abarroterías (o minisúpers), con el 54% de los consumidores acudiendo a ellos tres veces por semana para compras rápidas o específicas. Las tiendas especializadas, por su parte, se enfocan en nichos.

### Nombres y tipos de ejemplos:

- Abarroterías / Mini Supers (Nombres comunes/genéricos o locales): No suelen ser grandes cadenas con nombres unificados, sino más bien negocios familiares o locales. Puedes encontrar nombres como:
  - Mini Super [Nombre del Dueño/Barrio]: Ej. "Mini Super Angela", "MiniMarket Emily", "Mini Super Emi".
  - "La Esquinita", "Todo al Paso", "La Despensa", "El Gran Bodegón".
  - Suelen vender productos básicos de la canasta familiar, bebidas, snacks y algunos productos de limpieza y aseo personal.
- Tiendas Especializadas (Ejemplos de conceptos):
  - Tiendas Orgánicas/Saludables: Como Orgánica Store o tiendas que ofrecen productos "sin aditivos", "naturales", "gluten-free", etc.
  - Tiendas de Carnes/Pescados (Carnicerías/Pescaderías Especializadas): Como "The Butcher's Cut" o "Meat and Fish Market".
  - Delicatessen / Tiendas Gourmet: Ofrecen productos importados, quesos finos, embutidos especiales, vinos, etc. (Ej. La Bottega, Gourmeats).
  - Mercados de Productores Locales: Aunque también pueden caer en "Mercados Locales", algunas operan como tiendas especializadas que venden directamente del productor.
  - Tiendas de Conveniencia: Aunque no mencionadas explícitamente, suelen caer en esta categoría para compras rápidas. Ejemplos de cadenas incluyen Super 7 o las tiendas de gasolineras.

## 4. Mercados locales

Los mercados locales son importantes para el 34% que compra semanalmente y el 32% que lo hace mensualmente, y son claves para productos frescos.

Nombres de Mercados Locales Principales en Ciudad de Panamá:

- Mercado de Abastos: Es el principal mercado mayorista y minorista de frutas, verduras, hortalizas y otros productos agrícolas en la Ciudad de Panamá. Es un centro vital para la distribución de alimentos frescos.
- Mercado de Mariscos: Famoso por su oferta de pescados y mariscos frescos, directamente del mar. También cuenta con puestos donde se preparan platillos.
- Mercado de San Felipe Neri: Un mercado público tradicional que ofrece una variedad de productos básicos, incluyendo frutas, verduras, carnes y abarrotes a precios económicos.
- Mercados Periféricos: Existen mercados más pequeños y locales en diferentes corregimientos, como el Mercado Periférico de Pacora o el Mercado Periférico de Alcalde Díaz, que buscan acercar los productos frescos a las comunidades.



Por otra parte, se observa una mayor preocupación por la alimentación saludable, impulsando la demanda de productos con atributos nutricionales específicos.

La preferencia por alimentos que combinan tradición con innovación ha cobrado fuerza, con un creciente interés por productos gourmet y artesanales.

- Ciudad de Panamá: Mayor concentración de consumidores con poder adquisitivo medio-alto. La tendencia gourmet y los productos saludables han crecido aquí, impulsados por la accesibilidad a supermercados premium y tiendas especializadas.
- David (Chiriquí): Fuerte orientación hacia productos frescos y locales, con una mayor preferencia por mercados tradicionales. Aquí el cambio post-pandemia ha incentivado el consumo de productos con menor procesamiento y más enfoque en calidad.
- San Miguelito y Santiago: Consumo más influenciado por precio y accesibilidad. La adaptación post-pandemia ha estado ligada al interés por opciones saludables dentro de rangos de costo moderado, con supermercados como principal canal de compra.
- Colón: Alberga la Zona Libre de Colón, un centro logístico clave para el comercio internacional. Su población y el alto tránsito de personas (comerciantes, marinos) generan una demanda constante de alimentos procesados variados.
- La Chorrera: Forma parte del área metropolitana de la Ciudad de Panamá y es una de las ciudades de mayor crecimiento poblacional. Esto se traduce en una alta densidad de consumidores que buscan conveniencia y accesibilidad en su compra de alimentos procesados.
- Bocas de Toro: Es un destino turístico internacional muy popular. Esto genera una demanda de alimentos procesados para los turistas (que pueden buscar productos específicos de sus países) y para los residentes de la industria turística, que valoran la conveniencia.

Vale mencionar que la Ciudad de Panamá es, por mucho, la ciudad más importante de Panamá, David es un pilar fundamental en el oeste del país y San Miguelito es un centro poblacional y comercial de gran relevancia dentro del área metropolitana de la capital.

El perfil de consumo varía según factores como la edad y los ingresos. Los adultos jóvenes con ingresos medios y altos han incorporado con mayor facilidad productos más sofisticados, optando por alternativas orgánicas, ecológicas y libres de aditivos. En contraste, los consumidores con ingresos más bajos mantienen una preferencia por productos accesibles, priorizando estabilidad de precios y promociones.

La ubicación geográfica también influye en estos hábitos: en áreas urbanas como Ciudad de Panamá, el acceso a supermercados y tiendas especializadas ha facilitado la incorporación de productos premium, mientras que en otras regiones los mercados tradicionales siguen siendo un pilar clave en la compra de alimentos. Estos cambios demuestran una transformación en la mentalidad del consumidor panameño, con una creciente orientación hacia opciones más saludables, la valorización de la tradición y la conveniencia de compra



## Perfil del consumidor en Costa Rica

**Frecuencia de consumo:** Según datos recabados de la Asociación de Tecnología Alimentaria de Costa Rica (ASCOTA) y la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) se ha podido caracterizar que el consumo de alimentos procesados en Costa Rica varía según el grupo demográfico y el nivel socioeconómico. En general, los productos procesados forman parte de la dieta cotidiana, aunque hay una creciente preocupación por reducir su ingesta en favor de opciones más saludables. Los adultos jóvenes y familias con niños suelen consumir estos productos con mayor frecuencia debido a su practicidad, mientras que los consumidores de mayor edad tienden a optar por alimentos frescos y menos procesados.

### Factores de compra

Los costarricenses priorizan distintos factores al momento de elegir alimentos procesados:

- **Precio:** La estabilidad económica influye en la selección de productos accesibles, con una tendencia a buscar promociones y descuentos.
- **Calidad y valor nutricional:** Existe una mayor conciencia sobre los ingredientes y el impacto en la salud, lo que ha impulsado la demanda de productos con menos aditivos y opciones más naturales.
- **Marca y confianza:** Las marcas reconocidas siguen teniendo un peso importante en la decisión de compra, especialmente aquellas que han construido una reputación de calidad.
- **Sostenibilidad:** Un segmento creciente de consumidores busca productos con empaques ecológicos y procesos de producción responsables con el medio ambiente.

Asimismo, los factores de compra por cada producto priorizado se enuncia a continuación:

- **Harinas:** Especialmente de trigo y maíz, es un alimento básico, usada para pan, tortillas, repostería y comidas tradicionales. El precio es un factor muy importante, dada la naturaleza de la harina como producto de primera necesidad. Los consumidores buscan la mejor relación calidad-precio. Son muy valorados los precios bajos y las presentaciones en formatos grandes para el hogar. Interés creciente en harinas alternativas (yuca, arroz, avena, etc.) para dietas específicas o por búsqueda de nuevas texturas y sabores.
- **Mermeladas:** Las mermeladas son un complemento para desayunos y meriendas, y su consumo se ve influenciado por tendencias de salud. Los sabores clásicos (fresa, piña, guayaba) siguen siendo los favoritos. Sin embargo, hay un creciente interés por mermeladas de frutas tropicales locales o combinaciones innovadoras. Hay una fuerte tendencia hacia mermeladas con bajo contenido de azúcar o sin azúcar añadido, debido a la creciente conciencia sobre la salud y la prevención de enfermedades crónicas. Se valora la percepción de ingredientes naturales y la ausencia de conservantes artificiales.
- **Snacks:** Los snacks salados (papas, plátanos, tortillas, galletas) son muy populares en Costa Rica para consumo individual y social. El sabor es el factor más importante. Los consumidores costarricenses buscan sabores distintivos y una textura crujiente y fresca. Existe una demanda constante por nuevas opciones y sabores (picantes, agrídulces, locales). Hay una fuerte demanda de snacks horneados en lugar de fritos, bajos en sodio, con alto contenido de fibra o proteína, y hechos con ingredientes naturales o vegetales.
- **Las salsas** (ketchup, mayonesa, mostaza, salsas de tomate, salsas picantes) son un elemento fundamental en la cocina costarricense. El sabor debe armonizar con la gastronomía costarricense. Salsas de tomate para guisos y pastas, y condimentos como el Lizano (salsa inglesa local) son muy populares. Hay un interés creciente en salsas picantes y sabores inspirados en cocinas internacionales. Interés en salsas con menos sodio, sin azúcares añadidos o con ingredientes más naturales, impulsado por una mayor conciencia de la salud.
- **Condimentos:** Se busca que los condimentos aporten el "sazón" deseado para platos tradicionales, que a menudo son complejos en sabores. Los envases grandes o los paquetes múltiples son valorados. Interés en especias y condimentos específicos que complementen diversas cocinas o que ofrezcan beneficios adicionales (ej. cúrcuma por sus propiedades).



# Perfil del consumidor en Costa Rica

## Lugares y forma de consumo

El consumo de alimentos procesados en Costa Rica se da en distintos contextos:

- **Hogar:** La mayoría de los consumidores los incorporan en sus comidas diarias, combinándolos con ingredientes frescos.
- **Trabajo y estudio:** Los productos procesados son una opción frecuente para quienes buscan practicidad en sus almuerzos y meriendas.
- **Restaurantes y cafeterías:** Aunque los establecimientos han ampliado su oferta de opciones saludables, los alimentos procesados siguen siendo parte del menú en muchas cadenas de comida rápida.

## Canales de compra

Los supermercados siguen siendo el principal punto de adquisición de alimentos procesados, aunque otros canales han ganado relevancia:

- **Tiendas especializadas:** Han crecido en popularidad entre consumidores que buscan productos gourmet, orgánicos o con certificaciones de calidad.
- **Comercio en línea:** Aunque aún es un canal secundario, ha comenzado a consolidarse entre consumidores que buscan comodidad y acceso a productos específicos.
- **Mercados locales:** Siguen siendo una opción para quienes prefieren productos frescos y menos industrializados, aunque su participación en la compra de procesados es menor.

Ejemplos concretos de estos formatos, se muestran a continuación:

### 1. Supermercados

Los supermercados son el canal dominante y el preferido para la compra de alimentos procesados y frescos en Costa Rica. Las principales cadenas operan bajo diferentes formatos para cubrir distintos segmentos de mercado.

- **Grupo Walmart (Walmart de México y Centroamérica):** Es el grupo más grande y tiene varios formatos:
  - **Walmart:** Tiendas de gran formato (hipermercados) que ofrecen una amplia variedad de alimentos (frescos y procesados) junto con productos para el hogar, electrónica, ropa, etc. Son ideales para compras semanales o quincenales grandes.
  - **MasxMenos:** Supermercados de tamaño mediano con un surtido completo de abarrotes y productos frescos, a menudo ubicados en zonas urbanas densas para compras más frecuentes.
  - **MaxiPalí y Palí:** Son formatos de "bodega" o "despensa" con precios más bajos y un surtido más limitado, enfocados en productos básicos y marcas económicas. Muy populares para compras diarias y para quienes buscan economía.
- **Automercado:**
  - Considerado un supermercado de gama alta, se especializa en ofrecer productos gourmet, importados, orgánicos y una experiencia de compra premium. Aunque no es el lugar para "el diario" de todas las familias, es clave para productos procesados especiales o de nicho.
  - También operan **Vindi**, un formato de tienda de conveniencia de rápido crecimiento, ideal para compras rápidas y complementarias.



- **Mega Súper:**
  - Una cadena de supermercados que compite fuertemente en precios y ofertas, con un surtido amplio de productos básicos y procesados. Tienen varias sucursales en todo el país.
- **Perimercados:**
  - Otra cadena de supermercados con una presencia significativa, ofreciendo una variedad de productos para la compra diaria y semanal.

## 2. Tiendas especializadas

Estas tiendas atienden a consumidores con gustos específicos, interés en la salud, productos orgánicos o certificaciones especiales.

- **Délika:**
  - Una de las tiendas gourmet más reconocidas, especializada en la importación y distribución de productos gastronómicos gourmet, incluyendo carnes, lácteos, embutidos, vinos, quesos y abarrotos especiales. Ideal para buscar alimentos procesados de alta calidad o únicos.
- **Bottega:**
  - También es una tienda enogastronómica que ofrece una cuidada selección de vinos, licores, y alimentos exclusivos, incluyendo quesos, embutidos, aceites, pastas, salsas y condimentos gourmet. Tienen varias sucursales en zonas de alto poder adquisitivo.
- **Productores orgánicos / Tiendas de productos saludables:**
  - Existen diversas tiendas más pequeñas, a menudo de emprendedores, que se enfocan específicamente en productos orgánicos, sin gluten, veganos, o con otras certificaciones de salud. No suelen tener nombres de cadena, sino nombres locales como "Orgánica Store" o "La Feria Verde" (un concepto de mercado que también funciona como tienda especializada).
- **Turri.cr:**
  - Una plataforma que destaca productores de productos gourmet y artesanales de la zona de Turrialba, lo que es un ejemplo de especialización por origen y tipo de producto.

## 3. Comercio en línea

Aunque secundario para las compras grandes, está en consolidación y es clave para la comodidad y acceso a productos específicos.

- Plataformas de supermercados:
  - Las grandes cadenas como Walmart (y sus formatos), Automercado, Mega Súper y Perimercados ofrecen sus propias plataformas de venta en línea con entrega a domicilio o retiro en tienda. Esta es la forma más común de comprar alimentos procesados online.
- Apps de delivery de terceros:
  - Plataformas como Uber Eats, y PedidosYa permiten a los usuarios pedir productos de supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas especializadas para entrega a domicilio.
- Plataformas de productores/especializadas:
  - Existen iniciativas como Agroferia que conecta a consumidores con productores locales para la compra de alimentos, incluyendo algunos procesados artesanales.



#### 4. Mercados locales (Ferias del Agricultor)

Estos mercados son importantes para productos frescos, y aunque su participación en procesados es menor, ofrecen opciones artesanales o locales.

- Mercado Central de San José:
  - El mercado más grande y antiguo de San José, donde se encuentran no solo productos frescos, sino también algunos alimentos procesados tradicionales o artesanales (dulces, quesos, embutidos locales, especias).
- Mercado Borbón:
  - Otro mercado tradicional en San José, similar al Mercado Central, con una oferta diversa.
- Mercado Central de Cartago:
  - Un punto vibrante para productos frescos y locales en la ciudad de Cartago, donde también se pueden encontrar procesados artesanales de la zona.
- Ferias del Agricultor (a nivel cantonal):
  - Presentes en casi todos los cantones del país (ej. Feria del Agricultor de Zapote, Feria del Agricultor de Heredia). Aunque su enfoque principal es el producto fresco (frutas, verduras), muchas veces incluyen puestos de pequeños productores que venden lácteos procesados (quesos artesanales), panes caseros, mermeladas, mieles, y otros alimentos procesados de pequeña escala. La Feria Orgánica El Trueque en San José es un ejemplo específico de feria enfocada en productos orgánicos.

#### Motivaciones de compra

Las razones detrás de la compra de alimentos procesados han evolucionado en los últimos años:

- **Conveniencia:** La rapidez y facilidad de preparación siguen siendo factores clave, especialmente para familias y trabajadores con poco tiempo para cocinar.
- **Salud y bienestar:** La preocupación por la alimentación ha llevado a una mayor demanda de productos con menos azúcar, sodio y grasas saturadas.
- **Variedad y sabor:** Los consumidores buscan opciones que les permitan diversificar su dieta sin comprometer el sabor.
- **Innovación:** Aunque la adopción de productos con nuevas presentaciones o formatos es moderada, existe interés en opciones que ofrezcan beneficios adicionales.



## 5.2 Análisis de tendencias en República Dominicana

El mercado de alimentos procesados en la república dominicana está experimentando cambios significativos, influenciados por factores como la urbanización, el aumento de la conciencia sobre la salud, la conveniencia y las tendencias globales. A continuación, se detallan las principales tendencias:

### Creciente enfoque en la salud y el bienestar

- Demanda de alimentos saludables: los consumidores dominicanos están mostrando un mayor interés en productos que se perciben como más saludables, esto incluye alimentos bajos en azúcar, grasa y sodio, así como aquellos enriquecidos con vitaminas y minerales.
- Productos naturales y orgánicos: aunque todavía es un nicho de mercado, la demanda de alimentos con ingredientes naturales y de origen orgánico está en aumento, especialmente entre los consumidores de ingresos medios y altos.
- Atención a ingredientes específicos: existe una creciente conciencia sobre ciertos ingredientes, lo que impulsa la demanda de productos sin gluten, sin lactosa y con ingredientes de origen vegetal.

### Conveniencia y estilos de vida ajetreados

- Alimentos listos para consumir y fáciles de preparar: la vida urbana y los horarios laborales demandantes han aumentado la popularidad de los alimentos precocinados, congelados y aquellos que requieren una preparación mínima.
- Snacks y comidas "on-the-go": los consumidores buscan opciones de snacks saludables y convenientes para consumir fuera del hogar.

### Sostenibilidad y conciencia ambiental

- Interés en envases sostenibles: aunque la implementación aún es incipiente en comparación con otros mercados, hay una creciente conciencia sobre la importancia de los envases reciclables y biodegradables, tanto por parte de los consumidores como de algunas empresas.
- Productos de origen local y sostenible: existe un interés en apoyar la producción local y los métodos de producción sostenibles, aunque esto todavía no es un factor determinante para la mayoría de los consumidores en alimentos procesados.

### Crecimiento del e-commerce y canales digitales

- Aumento de las compras en línea: la pandemia aceleró la adopción del comercio electrónico para la compra de alimentos, incluyendo productos procesados. aunque todavía representa una porción menor del mercado total, se espera que esta tendencia continúe creciendo.
- Influencia de las redes sociales y el marketing digital: las redes sociales juegan un papel importante en la forma en que los consumidores descubren y se informan sobre los productos alimenticios.

### Nuevas presentaciones y tamaños

- Porciones individuales y familiares: las empresas están adaptando sus presentaciones a diferentes tamaños de hogares y ocasiones de consumo, ofreciendo tanto porciones individuales como empaques familiares más grandes.
- Empaques atractivos y funcionales: se busca que los empaques no solo conserven el producto, sino que también sean atractivos visualmente y fáciles de usar.



# Análisis de tendencias en Panamá

## Cambio en los hábitos de compra

Los panameños han modificado sus hábitos de compra en los últimos años, impulsados por dos factores principales: la salud y la economía familiar. Otros aspectos también han influido en sus decisiones, incluyendo:

- Mayor búsqueda de ofertas y promociones.
- Priorización de la calidad en la selección de productos.
- Diversificación de compras en distintos establecimientos.
- Interés en reducir el desperdicio de alimentos.
- Exploración de marcas alternativas.

## Consumo fuera del hogar

El comportamiento en cuanto a comidas y cenas fuera del hogar muestra una marcada preferencia por la moderación:

- La mayoría sale a comer o cenar de manera ocasional, manteniendo un equilibrio entre el consumo en restaurantes y la preparación de alimentos en casa.
- Un segmento reducido de la población opta por evitar el consumo fuera del hogar para reducir gastos o priorizar una alimentación más controlada.

## Fuentes de información y comunicación

Los consumidores panameños reciben información sobre productos y promociones a través de diferentes canales, destacándose:

- **Redes sociales:** La principal fuente de novedades y descuentos.
- **Smartphones:** Medio clave para recibir notificaciones y ofertas personalizadas.
- **Correo electrónico y establecimientos físicos:** Canales complementarios en la toma de decisiones de compra.

## Preferencias alimentarias

Los consumidores presentan distintos niveles de interés en productos especializados:

- **Alimentos libres de alérgenos:** La mayoría no los considera prioritarios, ya sea por desconocimiento o porque no los necesitan en su dieta.
- **Productos ecológicos:** Son percibidos como una opción saludable y natural, aunque el costo sigue siendo un obstáculo para una mayor adopción.
- **Productos innovadores:** Existe poco entusiasmo por opciones con nuevas presentaciones o formatos de empaque, con una preferencia por productos tradicionales.

## Compra de alimentos en línea

Si bien la percepción sobre el comercio electrónico es positiva, el establecimiento físico sigue siendo el preferido. Las principales razones por las que algunos consumidores evitan las compras online incluyen:

- Tiempos de espera prolongados para la entrega del pedido.
- Problemas técnicos en las plataformas de compra.
- Dudas sobre la calidad del producto recibido.



## Información nutricional y etiquetado

La lectura de etiquetas es una práctica común, aunque algunos consumidores solo la realizan ocasionalmente. En cuanto a la información nutricional más valorada, los aspectos clave incluyen:

- Proteínas, azúcares y grasas como elementos determinantes en la elección de productos.
- Evaluación de opciones "light", con bajo contenido en sal o sin azúcar.
- Importancia de la información nutricional en la percepción de calidad y adecuación a la dieta.

Este panorama refleja una evolución en la mentalidad del consumidor panameño, donde la salud, la economía y la accesibilidad juegan un papel fundamental en la compra de alimentos procesados.

## Mayor conciencia sobre la salud y el bienestar

Los consumidores panameños están cada vez más informados y buscan activamente opciones de alimentos procesados que se perciban como más saludables. Esto incluye una creciente demanda de productos naturales y orgánicos, así como aquellos con menor contenido de azúcar, sal y grasas. La preferencia por alimentos funcionales y fortificados, que ofrecen beneficios adicionales para la salud, también está en aumento. La pandemia intensificó esta preocupación por la salud y el fortalecimiento del sistema inmunológico.

## Interés por la conveniencia y el estilo de vida acelerado

La vida moderna en Panamá impulsa la demanda de alimentos procesados que ahorren tiempo en la cocina. Los productos listos para consumir o preparar, así como las porciones individuales y los empaques prácticos, son cada vez más valorados por los consumidores que buscan soluciones rápidas para sus comidas y snacks. La tendencia de cocinar más en casa, aunque iniciada durante la pandemia, persiste en cierto grado, manteniendo la relevancia de ingredientes y productos que facilitan la preparación.

## Productos orgánicos o sustentables

Si bien todavía no es una tendencia masiva, existe un interés creciente por productos orgánicos y aquellos producidos de manera sostenible. Estos productos se asocian con una mejor salud y responsabilidad ambiental, atrayendo especialmente a consumidores más jóvenes y con mayor poder adquisitivo. Ofrecer productos con envases reciclables o fabricados con materiales sostenibles también se alinea con una creciente conciencia ambiental.



## Análisis de tendencias en Costa Rica

En los últimos años, el mercado de alimentos procesados en Costa Rica ha experimentado una transformación significativa, impulsada por cambios en las preferencias del consumidor, una mayor conciencia sobre la salud y la sostenibilidad, y la influencia de tendencias globales y locales. A continuación, se detallan las principales tendencias identificadas:

### Fuerte énfasis en la salud y el bienestar

**Demanda de alimentos saludables:** Existe una creciente y marcada preferencia por alimentos y bebidas que contribuyan a la salud y el bienestar. Los consumidores costarricenses están activamente buscando opciones que sean:

- **Bajas en grasas, azúcares y sodio:** La preocupación por enfermedades no transmisibles como la obesidad, la diabetes y la hipertensión está impulsando la demanda de productos con perfiles nutricionales más saludables.
- **Orgánicas y naturales:** Los alimentos cultivados sin pesticidas ni químicos sintéticos y aquellos con ingredientes mínimos y reconocibles son cada vez más valorados por su percepción de ser más puros y beneficiosos para la salud.

### Auge de alimentos alternativos

**Productos veganos, vegetarianos y sin gluten:** La demanda de alternativas alimentarias ha experimentado un crecimiento sustancial. Esto se debe a:

- **Consideraciones éticas y ambientales:** Un número creciente de consumidores adopta dietas basadas en plantas por razones de bienestar animal y sostenibilidad ambiental.
- **Sensibilidades e intolerancias alimentarias:** La mayor conciencia sobre condiciones como la intolerancia al gluten y la lactosa ha impulsado la búsqueda de productos "libres de"
- **Diversificación de opciones:** Los consumidores buscan variedad en sus dietas y están abiertos a probar nuevas alternativas.

### Popularidad de snacks saludables:

**Snacks saludables como opción conveniente:** Los consumidores buscan alternativas nutritivas para consumir entre comidas, incluyendo:

- **Frutas deshidratadas:** Una opción natural y rica en fibra.
- **Nueces y semillas:** Valoradas por sus grasas saludables y proteínas.
- **Barras de granola y energéticas:** Siempre y cuando tengan perfiles nutricionales equilibrados.
- **Snacks a base de vegetales:** Chips de vegetales, palitos de zanahoria, etc.

## Análisis de tendencias en Costa Rica

### Innovación y funcionalidad en el packaging

Impacto de la tecnología en envases: la tecnología está jugando un rol crucial en la evolución del packaging:

- Impresión digital y realidad aumentada: se utilizan para crear envases más atractivos, interactivos y que brinden información adicional al consumidor.
- Envases inteligentes: tecnologías que permiten rastrear la frescura, la autenticidad y la seguridad de los productos están comenzando a aparecer.

Valoración de la conveniencia y la funcionalidad: los consumidores costarricenses priorizan la practicidad en los envases:

- Facilidad de uso: envases fáciles de abrir, cerrar y manipular.
- Tapas y cierres reutilizables: permiten conservar el producto por más tiempo y reducen el desperdicio.
- Envases individuales y porciones individuales: ideales para el consumo personal y para controlar las porciones.
- Facilidad de transporte: envases ligeros y ergonómicos.

### Creciente interés en harinas alternativas

- Aumento en la demanda de harinas diferentes a la tradicional de trigo. Estas incluyen harinas libres de gluten como la de almendra, coco, arroz, garbanzo y otras leguminosas, también se están explorando harinas de pseudocereales como la quinoa y el amaranto, así como harinas elaboradas a partir de tubérculos locales como la yuca y el camote, e incluso de frutas como el plátano verde.
- Harinas para dietas especiales: la demanda de productos sin gluten sigue en aumento, impulsada por personas con sensibilidad al gluten o enfermedad celíaca, pero también por consumidores que perciben estos productos como más saludables; esto ha llevado a una mayor disponibilidad de harinas alternativas y premezclas sin gluten en el mercado costarricense.
- Búsqueda de harinas con beneficios nutricionales: los consumidores no solo buscan alternativas por restricciones dietéticas, sino también por los beneficios nutricionales que ofrecen otras harinas. por ejemplo, la harina de garbanzo es rica en fibra y proteína, mientras que la harina de almendra aporta grasas saludables.
- Exploración de harinas locales y sostenibles: existe un interés en utilizar recursos agrícolas locales para la producción de harinas, como la yuca y el camote. esto podría reducir la dependencia de importaciones y apoyar la agricultura local. La Universidad de Costa Rica (UCR) ha propuesto sustituir harinas importadas por harinas hechas con tubérculos ticos.
- Innovación en panificación: la panificación es un área donde se están viendo muchas innovaciones con el uso de harinas alternativas, desde panes sin gluten hasta productos horneados con harinas ancestrales o locales.
- Fortificación de harinas: aunque no es una tendencia nueva, la fortificación de la harina de trigo con ácido fólico ha sido una política en costa rica para mejorar la salud pública.

## 5.3 Variedades

Se presentarán imágenes de productos similares y equivalentes a los contemplados en este estudio, con el propósito de evaluar cómo la competencia local e internacional los exhibe en el mercado. Al observar las imágenes, es importante enfocarse en los siguientes aspectos:

- Presentación del producto: Diseño, formato y elementos visuales que destacan.
- Tipos de envases y capacidad: Tamaño y presentación.
- Colores del envase: Paleta cromática utilizada y su impacto en la percepción del consumidor.
- Embalaje: Materiales empleados para protección y presentación del producto.
- Mensaje y valor agregado: Información comunicada en el empaque y diferenciación del producto.
- Certificaciones de calidad: Sellos, normas y certificaciones visibles en el producto.
- Información nutricional: Datos proporcionados en la etiqueta y nivel de detalle.
- Precios en moneda local: Cifras de referencia y posicionamiento en relación con otros productos.

La observación de estos elementos permitirá entender las estrategias de presentación y variedades de productos utilizadas en distintos mercados y servirá como referencia para futuras decisiones comerciales.

### Variedades

República Dominicana - Ají amarillo y ají panca



★★★★★ 5 (4)

**Divina Peruvian Pepper Jam**

8.5 oz • \$0.70/oz

Details

Ingredients



# Variedades

República Dominicana - Plátano frito (chifle), snack de camote



<https://primeplanet.net/es/nuestros-productos>

PRODUCTOR USA



# Nacional

<https://supermercadosnacional.com/despensa/picaderas/chips-de-tostones-origen-nacional-170-gr>



## Variedades

República Dominicana - Ají amarillo y ají panca



Roland®  
EST 1934



## SOFRITO WITH AJI PANCA

Roland® | #87790

Roland® Sofrito with Ají Panca is a versatile and time-saving ingredient. Made from a blend of cooked down aromatics and the Ají Panca Pepper, our sofrito has a robust and smoky flavor with a moderate to high spice level. Try our Sofrito with Ají Panca mixed into dips and spreads, topped on tacos and nachos, or shaken into a spicy cocktail. Roland® Sofrito with Ají Panca can be used directly from the jar to top tacos and sandwiches or as a dip for tortilla chips.

INTERESTED? GET IN TOUCH



## SOFRITO WITH AJI AMARILLO

Roland® | #87782

Roland® Sofrito with Ají Amarillo is a versatile and time-saving ingredient. Made from a blend of cooked down aromatics and the Ají Amarillo Pepper, our sofrito has a bright and fruity flavor and moderate spice level. Try our Sofrito with Ají Amarillo blended into a sauce, as a protein marinade, the base for classic ceviche, or topped on tacos and nachos.

INTERESTED? GET IN TOUCH



## AJI AMARILLO PEPPER PURÉE

Roland® | #45752

This smooth yellow paste is made from Ají Amarillo peppers, a typical ingredient of Peruvian cuisine. It features a medium heat level tempered by a distinct fruitiness.

INTERESTED? GET IN TOUCH




La marca internacional **McCormick**, líder en la industria de condimentos, ha nombrado al ají amarillo como el **Sabor del Año 2025**. Este condimento, que combina dulzura y picante, ha ganado popularidad como uno de los ingredientes más destacados en la cocina global. Su elección subraya la creciente tendencia hacia los sabores picantes y exóticos que dominan las mesas internacionales, reflejando la influencia creciente de la gastronomía peruana en el mundo.



# Variedades

República Dominicana - Chips premium


TENDENCIAS



**EL VALLE**  
**Papitas Fritas Con Trufa Negra**  
**El Valle 150 Gr**

**\$284.95**

No disponible



**POPCORNERS**  
**Tortillas Chips Kettle Corn Popcorners 5 Onz**

**\$224.95**

- 1 + **Agregar**



**KETTLE**  
**Papitas Con Pepperoncini**  
**Kettle 5 Onz**

**\$289.95**

No disponible



**KETTLE**  
**Papitas Con Jalapeño Kettle 5 Onz**

**\$279.95**

- 1 + **Agregar**



**KETTLE**  
**Papitas Fritas Con Sal Marina**  
**Kettle 5 Oz**

**\$324.95**

- 1 + **Agregar**



**KETTLE**  
**Papitas Con Crema Agria y Cebolla Kettle 5 Onz**

**\$279.95**

- 1 + **Agregar**

<https://aliexperu.com/collections/mayonesas>



# Variedades

Panamá - Plátano frito (chifle), snack de camote

<https://luluplantainchips.com/>



PRODUCTOR USA



# LULÚ PLANTAIN CHIPS



★★★★★ (1)  
SWEET PLANTAIN CHIPS  
30 PACKS 2.5OZ

\$33.00

SHOP NOW

\$33.00



★★★★★ (2)  
LEMON PLANTAIN CHIPS  
30 PACKS 2.5OZ

SHOP NOW

\$33.00



★★★★★ (2)  
SALTED PLANTAIN CHIPS  
30 PACKS 2.5OZ

SHOP NOW

\$33.00



★★★★★ (2)  
VARIETY BOX PLANTAIN CHIPS  
30 PACKS 2.5OZ

SHOP NOW



## Sazonadores y Avena



<https://www.grupoalza.com/escazu>



+ Agregar

₺1.200

Ajino tico Doña Alicia resaltador de sabor - 200 g

## Avena



+ Agregar

₺860

Avena Sabemas en hojuelas - 1000 g



+ Agregar

₺980

Avena Quaker mosh hojuelas - 300 g



Agotado

Avena Suli en hojuela - 300 g

PRODUCTOR LOCAL



# Variedades

Costa Rica - Plátano frito (chifle), snack de camote



PRODUCTOR LOCAL

Contamos con certificación en seguridad alimentaria.



Licencia de uso de Marca País



## PLATANOS



Platano con Chicharrón



Plátano Maduro



Plátano Miel De Abeja



Plátano Verde Ajo Pro



Plátano Verde con Chile



Plátano Verde Limón Y Sal Pro



Plátano Verde Sal Pro



Plátano Tira



Loncherita Saludable



Plátano Verde Queso Jalapeño



Platanito Sabor A Salsa Lizano



Platanito Maduro con Chile

<https://prosnacks.com/categorias/>

## 5.4 Presentaciones y precios al consumidor

<https://supermercadosnacional.com/>



AMERICANA  
**Avena Instantanea Avena Americana 590G**  
**\$88.95**



QUAKER  
**Avena Original Quaker 45 Gr**  
**\$54.95**



QUAKER  
**Avena Instantanea Quaker 18 Oz**  
**\$274.95**



AMERICANA  
**Avena Integral Americana 360 Gr**  
**\$67.95**



WELCHS  
**Mermelada Jelly Uva Welchs 180z**  
**\$314.95**



LIDER  
**Mermelada De Melocoton Lider 340 Gr**  
**\$109.95**



LIDER  
**Mermelada De Fresa Lider 340 Gr**  
**\$109.95**



BON  
**Mermelada De Fresa Bon 340 Gr**  
**\$178.95**



THE GOOD CRISP COMPANY  
**Papas Fritas Sin Gluten The Good Crisp Company 16 Onz**  
**\$369.95**



THE GOOD CRISP COMPANY  
**Papitas Fritas Sour Cream Sin Gluten The Good Crisp Company 16 Onz**  
**\$369.95**



INKA  
**Snack de Plátano Frito Salado Inka 100 Gr**

🔗 Compartir

\$79.95

- 1 +

<https://supermercadosnacional.com/>



HUNTS  
Salsa De Tomate Hunts 8 Onz  
**\$68.95**



MILANO  
Salsa de Tomate Para Pasta Mi-  
lano 200 Gr  
**\$69.95**



HUNTS  
Salsa de Tomate y Albahaca  
Hunts 680 Gr  
**\$322.95** ~~626.06~~



MUTTI  
Salsa De Tomate Para Pizza  
Mutti 400 Gr  
**\$179.95**



**\$239.95**   
VALENTINA  
Salsa Picante Valentina 12.5  
Onz



~~\$389.95~~ **\$329.95**   
ROLAND  
Salsa Chili Sriracha Roland 17  
Onz



VICTORINA  
Ketchup Victorina 1 Kg  
**\$141.95**



VICTORINA  
Ketchup Victorina 18 Oz  
**\$117.95**



**\$ 2.10**  
Avena Multisemillas Enlinea Cranberries 600 G



**\$ 2.97**  
Avena Instantánea Sin Azúcar TOSH Con Fresa & Canela 250G



**\$ 1.73**  
Avena Integral Prosalud 454G



**\$ 2.10**  
Avena Multisemillas Enlinea Manzana & Pasas 600 G



**\$ 2.97**  
Avena TOSH instantanea ManzanaCanela 250G



**\$ 2.96**  
Mermelada Strawberry Preservers



**\$ 2.28**  
Mermelada Sanjorge De Fresa 400 G



**\$ 2.00**  
Mermelada Tricopilia 350 gr Piña



**\$ 1.87**  
Mermelada Guayaba Tricopilia Doypack 300g



**\$ 2.96**  
Mermelada Jam SmuckerS Uva 12 OZ



**\$ 1.02**  
Platano Verde Salado 75 G



**\$ 1.74**  
PLATANO CON CHICHARRON 90 G



**\$ 1.75** ~~\$3.50~~  
Mix Pack De Papaps Platanos Y Tocineta 250Gr Pascual



**\$ 1.50**  
Papas Fritas Clasicas Lays Original 80 G



**\$ 8.30**  
Papas Fritas Shoestring Aviko 2500 GR Congelada



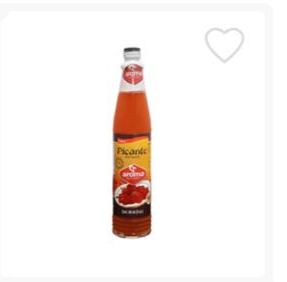
**\$ 1.27**  
Picante Congo 177 MI Antillano



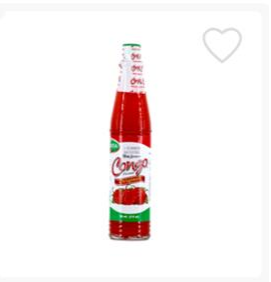
**\$ 0.68**  
Picante Congo 90 MI Antillano



**\$ 0.73**  
Picante Congo 163 MI Original



**\$ 0.51**  
Salsa Picante Aroma 90 MI



**\$ 0.52**  
Salsa Picante Original Congo 90 MI

Valores expresados en USD

<https://www.superextra.com/>

\$ 1.20	\$ 1.93	\$ 0.90	\$ 2.63	\$ 0.90
Salsa Maggi Tomate Hongos 200G	Salsa De Tomate Naturas 400 gr Ranchera	Salsa De Tomate Naturas 106 gr Con Carne	Salsa De Tomate Estilo Italiano La Parmigiana 295 G	Salsa De Tomate Naturas 106 gr Con Queso

Relevamiento realizado en Riba Smith Supermercados

<https://www.ribasmith.com/>

Valores expresados en USD

3,95 US\$	3,94 US\$	\$3.85	\$5.72
MERMELADA DE FRAMBUESA	ORANGE MARMELADE SWEET 18 OZ	PAPAS MCCAIN QUICK COOK STRAIG	PAPAS STYLE WEDGES CAVENDISH
\$3.01	\$3.01	\$3.01	
PAPAS GOURMET SAL ROSADA	PAPAS GOURMET SAL Y VINAGRE	PAPAS GOURMET BBQ DULCE	
\$1.45	\$1.95	\$5.54	\$1.14
CHIP DE PLATANO FRITO	CHIP DE PLATANO FRITO	CHIP AVO OIL CCHDR SR CREM	PLATANO MADURO TOH MADURO



RUBI AJI PANCA EN  
PASTA MOLIDA 215 GR  
**2,23 US\$**



RUBI AJI AMARILLO EN  
PASTA MOLIDA 215 GR  
**2,23 US\$**



RUBI AJI AMARILLO EN  
PASTA 1 KG  
**7,37 US\$**



RUBI AJI PANCA EN  
PASTA 1 KG  
**7,42 US\$**



CIRIO SALSA TOMATE PASSATA V 700 GR  
**\$2.81**



MAGGI SALSA TOMATE ESTILO PANAMEÑO 200 GR  
**\$1.44**



NATURAS SALSA TOMATE RANCHERA 385 GR  
**\$2.23**



SALSA DE TOMATE HONGOS  
**\$1.48**



SALSA DE TOMATE LA DONA  
**\$1.79**



SALSA MAGGI TOMATE Y ACHIOTE  
**\$0.86**



SALSA TOMATE Y PIMIENTO LVF  
**\$4.36**



+ Agregar

€960



+ Agregar

€1.050



+ Agregar

€1.200



+ Agregar

€1.150



+ Agregar

€940

Mermelada Tricopilia Sabor Guayaba Doypack - 300 G



+ Agregar

€2.760 ~~€3.540~~

-22%

Mermelada St Dalfour Arandanos Silvestres - 284g



+ Agregar

€1.500

Mermelada El Angel Fresa Doy Pack - 250gr



Agotado

Mermelada St. Dalfour Fresa - 284 G



+ Agregar

€960

Papas Fritas Ruffles Original - 49.61 G



+ Agregar

€1.470

Snack Lay's Flamin' Hot Papas Fritas Sabor Picante - 110 G



Agotado

Snacks Papas Fritas Lay's Flamin Hot - 28.35 G



+ Agregar

€890



Agotado



+ Agregar

€1.520



+ Agregar

€3.600

Salsa Cuando Me Chile Aji Amarillo Picante - 200ml



+ Agregar

Patrocinado

€770

Salsa Lizano Picante Tabasco - 62 G



+ Agregar

€1.410



+ Agregar

€610



+ Agregar

€920



+ Agregar

€1.160



400 g

+ Agregar

€1.150

Salsa Lizano Regular Sabor Original Libre De Gluten...



90 g

+ Agregar

€390

Salsa De Tomate Naturas's Con Hongos - 90 G



+ Agregar

€1.460

Salsa Tomate Ketchup Banquete Botella - 700g



180 g

+ Agregar

€760

2 x €1.100

Salsa De Tomate Natura's Ranchera - 180 G



180 g

+ Agregar

€760

2 x €1.100

Salsa De Tomate Natura's Carne - 180 G



280 ml

+ Agregar

€1.350

Salsa Lizano De Vegetales Criolla - 280ml



269 unidades

+ Agregar

€730

Salsa De Tomate Naturas Ranchera 2 Pack - 269 G



369 g

+ Agregar

€1.649

€1.940

-5%

Salsa De Tomate Heinz Ketchup Sin Azúcar Añadida ...



411 g

+ Agregar

€3.400

Salsa Prego Cuatro Quesos -



salsa de hongos

+ Agregar

€1.540

Salsa Great Value Hongos -



430 g

+ Agregar

€1.930

Salsa Naturas De Tomate



SALSA TOMATE Y ALBAHACA

+ Agregar

€1.660

Combina 2 x €2.630 Ver más

Salsa Kern's De Tomate Y Albahaca - 425 G



680 g

+ Agregar

€3.100

Salsa De Vodka Bertolli - 680 G



396 g

+ Agregar

€1.600

Salsa Ragu Pizza - 396 G



210 ml

+ Agregar

€2.260

Salsa Hello Keto Ketchup - 210 G



+ Agregar

€1.800

Salsa Tabasco Picante Jalapeño -60ml

## 5.5 Percepción del producto peruano

## 5.5 Percepción del producto peruano

- **Metodología:** Se realizaron un total de 26 entrevistas a importadores de los tres países: 8 en República Dominicana, 7 en Panamá y 11 en Costa Rica.
- **Formas de Contacto con Proveedores:** El 32% de los entrevistados contacta a proveedores en eventos presenciales. El correo electrónico es el principal medio para enterarse de actividades de promoción.
- **Operaciones de Importación:**
  - **Orígenes:** Estados Unidos es el principal proveedor de los importadores entrevistados.
  - **Frecuencia:** El 69% realiza pedidos mensuales.
  - **Estacionalidad:** El 34% reporta un aumento en las importaciones en el trimestre octubre-noviembre-diciembre.
  - **Servicios Post-Venta:** El reemplazo de producto defectuoso o dañado es el principal servicio post-venta recibido.
  - **Incoterms y Pagos:** El 52% de los Incoterms utilizados son de llegada. El 93% paga con transferencia bancaria, y el 51% lo hace a 30-60 días.
  - **Atributos del Proveedor:** El documento detalla la importancia asignada a diversos atributos al seleccionar un nuevo proveedor (calidad, precio, etc.).
- **Cadena de Suministro:** El 46% opera con un esquema Importador-Distribuidor-Retail. La calidad de los productos es la principal ventaja competitiva (30%).
- **Mercado y Ventas:** El 38% de las empresas entrevistadas tiene entre 10% y 30% de participación de mercado, y el 35% declara ventas anuales superiores a USD 7 millones.
- **Exportación:** Solo el 31% de las empresas exporta productos.
- **Conocimiento de la Oferta Peruana:** El 73% sabe que Perú es proveedor internacional de alimentos procesados, y 9 compradores de 26 ha tenido alguna experiencia importando algún producto desde Perú; a su vez, el 100% de los que desconocen la oferta peruana está abierto a recibir información.
- **Inversión en Perú:** Solo el 42% estaría dispuesto a invertir en Perú. El 56% espera que PROMPERÚ brinde información y asesoramiento estratégico.

A continuación se muestran los principales hallazgos relevados en cada uno de los mercados:

## República Dominicana

La percepción general de la oferta peruana en República Dominicana es moderada. Existe una clara oportunidad de crecimiento en este mercado. Los productos peruanos se perciben como de buena calidad, pero los importadores no están muy familiarizados con la oferta de alimentos preparados y procesados de Perú.

- La percepción sobre los productos peruanos es positiva, con un reconocimiento de la gastronomía peruana y la asociación de productos de calidad. Un comprador mostró sorpresa de que el gobierno peruano esté interesado en promover sus productos, lo que indica un mercado abierto a la exploración.
- Un importador tuvo una buena percepción de los productos, considerándolos comparables a los chilenos, pero señaló que Chile presenta un enfoque más profesional. Un comprador percibe una desventaja arancelaria para los productos peruanos.

## Panamá

En Panamá, la percepción de la oferta peruana es generalmente positiva, y se reconocen los beneficios de trabajar con proveedores peruanos.

- Los importadores consideran que los productos peruanos son de muy buena calidad. Se valora la cercanía logística y la frecuencia de los buques, lo que permite entregas inmediatas. También se destaca que la calidad de los productos naturales peruanos es muy buena, especialmente en granos andinos y sus derivados. A pesar del reconocimiento de la calidad, algunos compradores señalan que los precios peruanos pueden ser altos en comparación con otros países como Estados Unidos. También se menciona que los proveedores peruanos no siempre otorgan buenos financiamientos. Un comprador reconoce la calidad de los snacks, pero observa que los productos chinos son más competitivos en precio. Un importador ha tenido malas experiencias con proveedores peruanos en el pasado en cuanto a la calidad o disponibilidad de stock.

## Costa Rica

En Costa Rica, la percepción de la oferta peruana es de moderada a positiva, y los importadores muestran un perfil más técnico y exigente.

- La gastronomía de Perú es muy amplia y apreciada, y se considera que sus alimentos son de buena calidad. Los compradores valoran que los productos peruanos sean libres de químicos. Se valora la cercanía logística y los bajos costos de flete que ofrece Perú.
- Algunos compradores internacionales han dejado de adquirir productos peruanos debido a problemas de calidad, como el deterioro de alimentos, o por la falta de cumplimiento con certificaciones como la FSSC. Además, aunque la oferta peruana es atractiva, el transporte hacia destinos como Costa Rica se percibe como complejo y costoso, lo que afecta su competitividad.

## **VI. Requisitos de Acceso al Mercado**

6.1 Medidas Arancelarias

6.2 Medidas No Arancelarias

6.2.1 Medidas Técnicas

6.2.2 Medidas No Técnicas

6.3 Normas Privadas

## **Acuerdo de Libre Comercio Perú – Panamá**

Considerando como fuente el sitio de Acuerdos Comerciales Perú, perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Tratado de Libre Comercio Perú – Panamá se suscribió en la ciudad de Panamá el 25 de mayo de 2011, fue ratificado por el Perú mediante Decreto Supremo N° 009-2012-RE, publicado el 9 de marzo de 2012, y mediante Decreto Supremo N° 008-2012-MINCETUR publicado el 6 de abril de 2012, se dispuso la puesta en ejecución y entrada en vigencia a partir del 1° de Mayo de 2012.

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones.

En efecto, el Tratado regula temas relativos a Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio, Cooperación Aduanera, Obstáculos Técnicos al Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Defensa Comercial, Políticas de Competencia, Servicios, Inversiones, Propiedad Intelectual, Compras Públicas, Solución de Diferencias y Asuntos Institucionales.

## **Acuerdo de Libre Comercio Perú – Costa Rica**

Considerando como fuente el sitio de Acuerdos Comerciales Perú, perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Tratado de Libre Comercio Perú – Costa Rica se suscribió en la ciudad de San José de Costa Rica el 26 de mayo de 2011, fue ratificado por el Perú mediante Decreto Supremo N° 013-2012-RE, publicado el 27 de marzo de 2012, y entró en vigencia el 1° de Junio de 2013.

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones. En efecto, el Tratado regula temas relativos a Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio, Cooperación Aduanera, Obstáculos Técnicos al Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Defensa Comercial, Políticas de Competencia, Servicios, Inversiones, Propiedad Intelectual, Compras Públicas, Solución de Diferencias y Asuntos Institucionales.

En cuanto a sus beneficios, cabe señalar que aproximadamente el 75% de las exportaciones peruanas a Costa Rica ingresarán con acceso inmediato o en un máximo de 5 años. En tal sentido, productos peruanos tales como carne de pavo, sardinas, leche evaporada, alcachofas, ajos, mangos, mandarinas, limones, uvas, páprika, entre otros, gozará de un acceso inmediato al mercado costarricense.

## **Perú – República Dominicana**

Perú no tiene un TLC con República Dominicana. Aunque existen relaciones comerciales entre ambos países, no hay un tratado formal de libre comercio en vigor.

## **6.4 Medidas arancelarias**

Con base en las subpartidas arancelarias, se procederá a indicar los aranceles de importación que deben abonar cada uno de los productos de origen peruano priorizados en el presente estudio para su ingreso a los mercados de Panamá, República Dominicana y Costa Rica. Asimismo, se llevó a cabo un relevamiento de los aranceles que estos países imponen a los principales proveedores internacionales, quienes, al mismo tiempo, representan competidores directos para la oferta peruana.

# Aranceles de importación aplicados por República Dominicana



Se puede consultar aranceles vigentes en [Dirección General de Aduanas](#).

Se presentan los aranceles aplicados por República Dominicana a la importación de productos peruanos objeto de estudio, así como los tributos que República Dominicana impone a los principales competidores de Perú a nivel país:

Subpartida	Descripción	Perú	EE.UU	Guatemala	México	Costa Rica	El Salvador	Honduras
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazonadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada 1 - Los demás	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
200899	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos 1 en otra parte - Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
210320	Salsa de tomate y demás salsas de tomate	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
190410	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas de maíz); cereales pre-cocidos o preparados de otro modo	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
200520	Otras hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 2006 1 - Patatas (papas)	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante - Los demás	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
110412	Granos de cereales quebrantados, excepto de trigo - De avena	8%	0%	0%	8%	0%	0%	0%
110290	Las demás harinas de cereales, excepto de trigo o de morcajo (triticale).	8%	0%	0%	8%	0%	0%	0%
090422	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, triturados o pulverizados - De la especie Capsicum annum	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
110429	Los demás granos trabajados (excepto los de trigo) - Los demás.	8%	0%	0%	8%	0%	0%	0%

Tarifas - Fuente: ITC - elaboración propia

# Aranceles de importación aplicados por Panamá



Se puede consultar aranceles vigentes en [Autoridad Nacional de Aduanas de Panamá](#)

Se presentan los aranceles aplicados por Panamá a la importación de productos peruanos objeto de estudio, así como los tributos que Panamá impone a los principales competidores de Perú a nivel país:

Subpartida	Descripción	Perú	EE. UU	Guatemala	México	Costa Rica	El Salvador	Honduras
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazonadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada 1 - Los demás	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
200899	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos 1 en otra parte - Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
210320	Salsa de tomate y demás salsas de tomate	0%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
190410	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas de maíz); cereales pre-cocidos o preparados de otro modo	0%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
200520	Otras hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 2006 1 - Patatas (papas)	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante - Los demás	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
110412	Granos de cereales quebrantados, excepto de trigo - De avena	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
110290	Las demás harinas de cereales, excepto de trigo o de morcajo (triticale).	5%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
090422	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, triturados o pulverizados - De la especie Capsicum annum	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
110429	Los demás granos trabajados (excepto los de trigo) - Los demás.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tarifas - Fuente: ITC - elaboración propia

## Aranceles de importación aplicados por Costa Rica



Se puede consultar aranceles vigentes en [Ministerio de Hacienda de Costa Rica](#)

Se presentan los aranceles aplicados por Costa Rica a la importación de productos peruanos objeto de estudio, así como los tributos que Costa Rica impone a los principales competidores de Perú a nivel país:

Subpartida	Descripción	Perú	EE. UU	Guatemala	México	El Salvador	Honduras
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazonadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada 1 - Los demás	3%	0%	0%	0%	0%	0%
200899	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos 1 en otra parte - Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19	0%	0%	0%	0%	0%	0%
210320	Salsa de tomate y demás salsas de tomate	0%	0%	0%	0%	0%	0%
190410	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas de maíz); cereales pre-cocidos o preparados de otro modo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
200520	Otras hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 2006 1 - Patatas (papas)	0%	0%	0%	0%	0%	0%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante - Los demás	0%	0%	0%	0%	0%	0%
110412	Granos de cereales quebrantados, excepto de trigo - De avena	0%	0%	0%	0%	0%	0%
110290	Las demás harinas de cereales, excepto de trigo o de morcajo (triticale).	0%	0%	0%	0%	0%	0%
090422	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, triturados o pulverizados - De la especie Capsicum annum	0%	0%	0%	0%	0%	0%
110429	Los demás granos trabajados (excepto los de trigo) - Los demás.	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tarifas - Fuente: ITC - elaboración propia



## 6.1 Medidas no arancelarias y técnicas - República Dominicana

### Requisitos de importación de alimentos procesados

De acuerdo a la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios de la República Dominicana dentro de los requisitos previos a la importación se encuentra la obtención del Registro sanitario de productos importados, el cual exige los siguientes documentos para su tramitación:

- Formulario de solicitud impreso desde la plataforma web.
- Copia del Certificado de Registro Mercantil del representante legal del producto. En caso de que sea una persona física, anexar copia de cédula.
- Fórmula cualitativa y cuantitativa del producto (listado de ingredientes y cantidades de los mismos).
- Descripción de la elaboración del producto (línea de flujo).
- Copia del Certificado de marca emitido por la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI).
- En caso de contrato de maquila (fabricación de un producto por un tercero) debe anexar además, el contrato de fabricación.
- Poder de representación emitido por el titular del producto.
- Formato de etiqueta, que cumpla con las directrices NORDOM 53.
- Tres (3) muestras del producto tal y como se va a vender en el mercado para productos a ser analizados por el Laboratorio Nacional de Salud Pública Dr. Defilló.
- Certificado de Venta Libre del producto expedido por una autoridad sanitaria del país de origen (de fabricación o procedencia) / (Productos Importados).
- Recibo de pago de tasa.
- Certificado de exportación.
- Contrato de fabricación que avale la relación entre el titular del producto y el fabricante (si aplica).
- Certificado de análisis de LNSPDD.
- Costo aproximado: USD 70.

Es posible visitar esta página web donde se mantienen actualizados los requisitos: [Trámites de registro de importación](#)

### Documentos necesarios para liberar la mercadería

- Factura Comercial en dólares, con términos de compra (FOB, CIF, CFR o EX-WORK) y traducida al español.
- BL o AWB del medio transporte original. (Remitir BL en original a nuestras oficinas, sellado por la naviera o el consolidador de carga.).
- Remitir el recibo de pago del THC en destino de la naviera o el consolidador de carga (puede ser por correo).
- Packing list carga (opcional).
- Permisos importación administrativos.



### Requisitos de importación de Alimentos Procesados

Para la importación de alimentos procesados a Panamá, es necesario cumplir con varios requisitos establecidos por la Agencia Panameña de Alimentos (APA). A continuación, se describen los pasos y requisitos principales:

- Registro como Importador: Debes registrarte como operador de comercio internacional ante la Autoridad Nacional de Aduanas (ANA) y como importador ante la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA).
- Los alimentos preenvasados para consumo humano deben tener un registro sanitario emitido por la Agencia Panameña de Alimentos (APA). Esto se gestiona a través del Sistema de Registro de Alimentos Preenvasados.
- Asegúrese que los productos a exportar sean provenientes de plantas procesadoras que estén aprobadas por la Agencia Panameña de Alimentos (APA). Para verificar las plantas aprobadas, consulte el siguiente enlace: Listado de Plantas Aprobadas .
- Registro Sanitario de Alimentos: Los alimentos preenvasados (harinas, avena, salsas) requieren un registro sanitario de AUPSA antes de la importación. Este registro tiene una validez de 7 años.
- Etiquetado en Español: Asegurarse de que todos los productos tengan etiquetas en español con la información legalmente requerida tales como el nombre, ingredientes, fecha de vencimiento, fecha de elaboración, no obstante, este detalle se amplía en la sección de Elementos obligatorios de etiqueta.

#### Documentación Requerida

Los documentos necesarios pueden incluir, entre otros:

- Certificados de libre venta de los productos.
- Estudios de laboratorio que demuestren la calidad y seguridad de los productos.
  - a) Certificado de Análisis de Exportación o Certificación Sanitaria: Emitido por la autoridad competente del país de origen, declarando que el producto es apto para consumo humano.
  - b) Fórmula Cual-Quantitativa: Documentación detallada de la composición del producto, incluyendo todos los ingredientes y aditivos, con sus cantidades exactas. La sumatoria de los ingredientes debe ser igual al 100%.
  - c) Método de Elaboración: Descripción detallada del proceso productivo, incluyendo tiempos y temperaturas del proceso (incluso las de almacenamiento).
  - d) Estudios de Estabilidad y Vida Útil: Información referente a la conservación, estabilidad del producto y su vida útil, respaldada por análisis de laboratorio firmados por un técnico idóneo.
  - e) Fichas Técnicas: Elaboración y revisión de fichas técnicas de materias primas y producto terminado de grado alimenticio, que detallen parámetros fisicoquímicos, características organolépticas (sabor, textura, olor), y condiciones de almacenamiento.
  - f) Tablas Nutricionales: Certificación y elaboración de las tablas nutricionales del producto.
  - g) Análisis Microbiológicos y de Residuos: Aunque no se especifican todos los tipos para cada producto, se reserva el derecho de tomar muestras para análisis microbiológicos, determinación de aditivos y residuos tóxicos, especialmente para alimentos preenvasados.
- Información clara sobre el etiquetado conforme a las normativas panameñas. Consultar en el siguiente link: [Codex Alimentarius Panamá](#)
- Factura comercial.
- Lista de empaque.
- Certificado de origen.
- Conocimiento de embarque.
- Registro sanitario habilitado.
- Certificación sanitaria.
- Declaración de aduanas.



## Medidas Técnicas - Panamá (cont.)

### Etiquetado y rotulado

El etiquetado se rige por diversas resoluciones y reglamentos que detallan los requisitos específicos que deben cumplirse en las etiquetas de los alimentos procesados. Entre las normativas relevantes se incluye:

- Resolución CCTSA No. 044-09: Esta resolución especifica los lineamientos para el etiquetado de productos lácteos y otros alimentos procesados .
- Normativa de Inocuidad Alimentaria: Abarca las regulaciones sobre los datos que deben aparecer en las etiquetas para evitar confusiones o engaños al consumidor.

#### Información general:

- El etiquetado de los alimentos debe ser claro, veraz y no engañoso, facilitando al consumidor la identificación del producto.

#### Elementos obligatorios en la etiqueta:

- Nombre del producto.
- Lista de ingredientes en orden descendente de proporción.
- Información de alérgenos, si los hay (ej. gluten, lácteos, frutos secos).
- Fecha de caducidad o consumo preferente.
- Contenido neto (peso o volumen) del producto.
- Información del importador o fabricante, incluyendo su dirección.

#### Etiquetado nutricional:

- Los productos que lo requieran deben incluir un panel de información nutricional que indique la cantidad de macronutrientes (grasas, carbohidratos, proteínas) así como vitaminas y minerales relevantes.

#### Idiomas:

- La información debe estar en español, garantizando que todos los consumidores puedan entender la etiqueta.
- Si se realizan cambios en los ingredientes o la presentación del producto, es necesario actualizar las etiquetas. Para esto, se puede solicitar correcciones mediante el sistema de gestión de solicitudes de la APA.

## Medidas Técnicas - Costa Rica

### Requisitos de importación de alimentos procesados

Para proceder con la importación de cualquier producto alimentario procesado en Costa Rica, es requisito indispensable que el producto esté debidamente inscripto en el registro sanitario del Ministerio de Salud de Costa Rica. Dicho organismo es el encargado de autorizar y ejercer control sobre aquellos productos que sean manufacturados, importados, envasados o comercializados en el país.

Para llevar a cabo el proceso se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Registrarse como importador habitual ante la Dirección General de Aduanas (DGA), en el Órgano de Valoración y Verificación aduanera.
- Cumplir con la documentación requerida:
  - Conocimiento de embarque.
  - Documento original de transporte a nombre del titular o con endoso o cesión a nombre del nuevo titular, cuando procede de acuerdo al régimen.
  - Factura comercial original.
  - Permisos o autorizaciones de desalmacenaje cuando proceda.
  - Certificado de Origen.
- Documentos opcionales: Pueden facilitar el trámite de importación y la inspección de la llegada de la mercancía al territorio aduanero de destino.
  - Lista de empaque.
  - Catálogos con códigos.
  - Aclaraciones de facturas.
  - Traducciones de facturas (en caso de ser necesario).
  - Certificado de origen (para aplicar las preferencias arancelarias de un tratado de libre Comercio).

### Normas sanitarias

Para obtener el registro sanitario para exportar a Costa Rica son necesarios diferentes requisitos:

- Acreditar el producto proveniente de establecimientos autorizados y en operación aprobada por el Ministerio de Salud (permiso sanitario de funcionamiento). Todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar la autorización o permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional de Costa Rica, según sea la actividad considerando la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento.
- Certificado de libre venta consular costarricense de que el producto tiene venta, uso y consumo permitidos en el país de origen.
- Los exportadores de semillas interesados en llegar a Costa Rica deben encontrarse registrados ante la oficina Nacional de Semillas (OFINASE) para poder llevar a cabo sus importaciones.
- Todos los productos para los que se solicite el Registro Sanitario deberán cumplir con lo especificado en la reglamentación técnica. El registro tiene una validez de cinco años y después de transcurrido ese tiempo, si se desea continuar comercializando el producto, debe ser renovado el registro.

## Medidas Técnicas - Costa Rica

### Documentación a presentar:

Formulario oficial de solicitud de registro de alimentos que contiene:

- Datos del producto.
- Datos del fabricante.
- Datos del titular.
- Apartado de observaciones.
- Declaración de que la información es verídica y firma del titular.
- Copia de permiso de funcionamiento del exportador.
- Certificado de libre venta. En Costa Rica, de acuerdo con la Ley General de Salud, será el certificado del país de origen, es decir, del fabricante. Se debe indicar expresamente el nombre del producto a registrar y debe indicar que dicho producto se vende y consume libremente en el país donde fue fabricado. Debe estar firmado por la autoridad que lo emite, refrendada por la autoridad competente y autenticada por el cónsul de Costa Rica, y la firma del cónsul debe contar con el refrendo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica.

### Etiquetado y rotulado

La normativa de etiquetado de alimentos pre envasados en Costa Rica depende del Reglamento Técnico Centroamericano firmado por Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras y Costa Rica.

A continuación, se detallan los elementos más importantes de la norma:

- Nombre del alimento: El nombre deberá transmitir la misma naturaleza del alimento y, preferiblemente, específico no genérico.
- Lista de ingredientes.
- Contenido neto y peso: Deberá declararse el contenido en unidades mediante S.I (Système international), de la siguiente forma: en volumen para los líquidos, en peso para los sólidos y ambas en caso de semisólidos.
- Nombre y dirección: deberá identificarse el nombre y la dirección del fabricante, envasador, distribuidor, importador, exportador o vendedor del alimento.

### Requisitos y documentación

- Copia de la etiqueta del producto.
- El nombre comercial del producto debe coincidir con el colocado en la solicitud de registro y en el certificado de libre venta.
- Debe estar acompañada de la traducción oficial de la etiqueta completa, en caso de ser emitida en un idioma diferente al español.
- Presentar una etiqueta adicional como parte integral del etiquetado, en caso de que la etiqueta principal no cumpla completamente con la normativa aplicable.
- Presentar comprobantes de pago

## 6.3 Normas privadas

### Certificaciones de calidad y normas de sostenibilidad

En el marco del presente estudio, se realizaron entrevistas con importadores de Panamá, Costa Rica y República Dominicana para evaluar el grado de exigencia de certificaciones en productos alimenticios procesados. Los resultados indican que, si bien existe cierta presencia de certificaciones reconocidas internacionalmente, su exigencia por parte de los compradores y distribuidores aún es limitada.

Actualmente, estas certificaciones no representan un requisito obligatorio, sino más bien un valor agregado que puede influir en la percepción del producto y su posicionamiento en determinados nichos de mercado. No obstante, se ha observado un interés progresivo en este aspecto, lo que sugiere que la tendencia hacia certificaciones de calidad y sostenibilidad podría consolidarse en el futuro.

A diferencia de mercados más desarrollados, como los europeos, donde las certificaciones son un factor determinante en las decisiones de compra, en estos países latinoamericanos la adopción sigue siendo incipiente. Sin embargo, los consumidores comienzan a mostrar una mayor conciencia sobre sostenibilidad, trazabilidad y estándares de producción, lo que podría incentivar una demanda creciente de certificaciones.

Entre las certificaciones con presencia incipiente en estos mercados, se destacan:

- **ISO (International organization for standardization):** Normas internacionales que garantizan calidad, seguridad y eficiencia en productos y procesos.
- **HACCP (Hazard analysis and critical control points):** Sistema de gestión que identifica y controla riesgos en la producción de alimentos, asegurando su inocuidad.
- **Rainforest alliance:** Certificación que promueve prácticas agrícolas sostenibles y la conservación de ecosistemas.
- **Certificación orgánica:** Garantiza que el producto ha sido elaborado sin el uso de químicos sintéticos ni prácticas dañinas para el medio ambiente.

En conclusión, aunque actualmente la exigencia de certificaciones por parte de los importadores de Panamá, Costa Rica y República Dominicana es baja, el mercado muestra señales de evolución. Para las empresas interesadas en exportar a estos países, es recomendable monitorear esta tendencia y evaluar estrategias que incorporen certificaciones como un factor de diferenciación en un mercado en crecimiento.

## **VII. Logística**

### 7.1 Canales de Distribución

#### 7.1.1 Rutas de Acceso

#### 7.1.2 Costos Logísticos

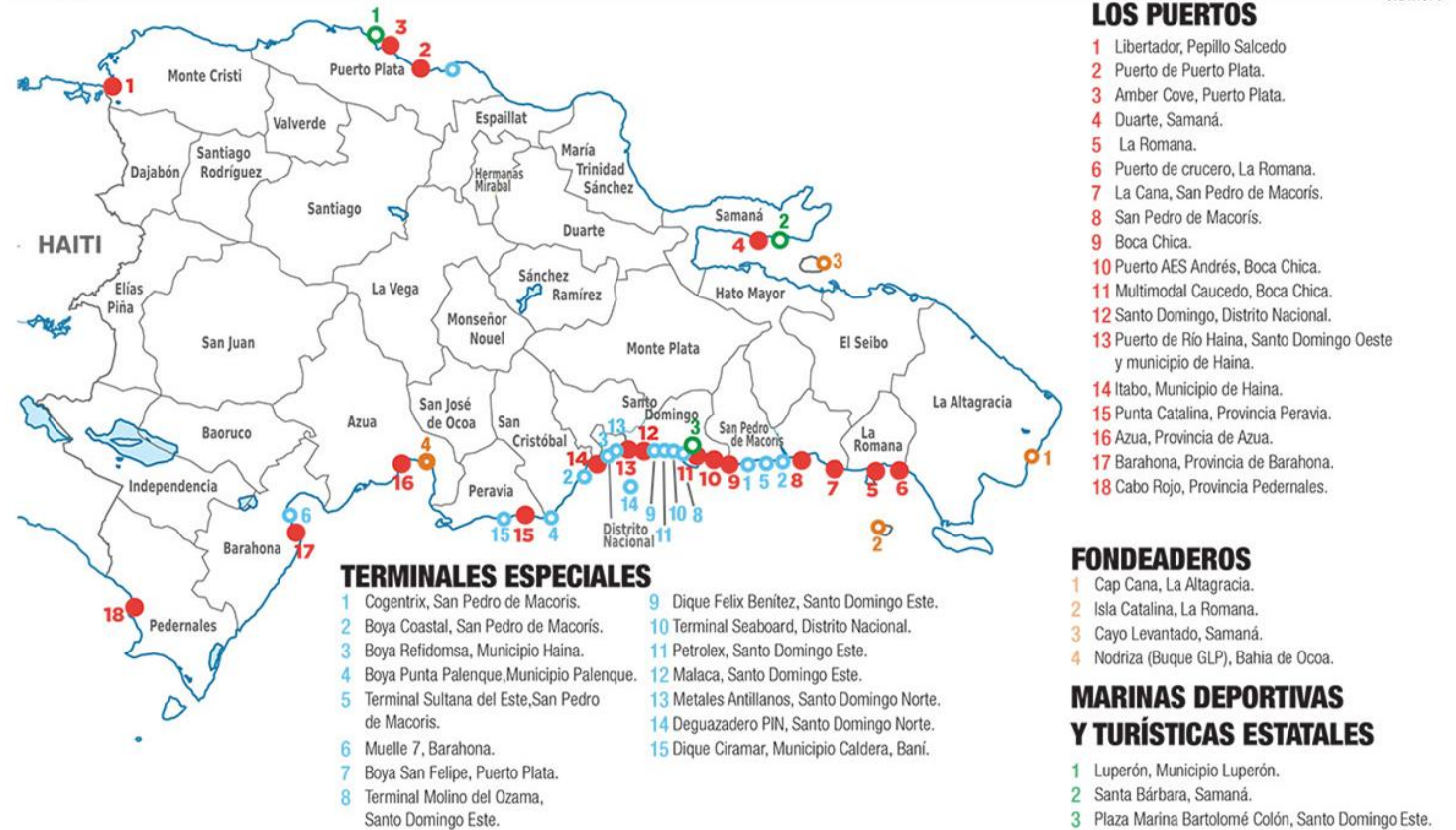
#### 7.1.3 Principales Agencias de Transporte

### 7.2 Canales de Comercialización

## 7.1 Canales de distribución

### 7.1.1 Rutas de acceso - República Dominicana

La República Dominicana cuenta con tres puertos principales que absorben el notable volumen de tráfico comercial exterior que transita por el país quedando establecido el sistema portuario de la siguiente manera:



Fuente: Autoridad Portuaria Dominicana

Luis Luis Reyes-elDinero

A continuación se enuncian los principales puertos de mayor relevancia en la plaza dominicana:

#### Puerto Santo Domingo

- Principales tráficos

Este puerto maneja una variedad de tráficos, destacándose por ser el líder en el procesamiento de vehículos del país. Recibe anualmente un gran volumen de unidades transportadas por buques Ro-Ro desde diversos puertos a nivel mundial. También es importante en el movimiento de carga contenerizada, especialmente con servicios frecuentes hacia Puerto Rico y las Antillas Menores, incluyendo contenedores de 53' hacia y desde Jacksonville, Florida. Adicionalmente, maneja cruceros turísticos (principalmente en la terminal Don Diego) y ferries, así como buques graneleros y tanqueros. Se movilizan también productos a granel y carga líquida, incluyendo derivados del petróleo, yeso, azúcares y minerales. La terminal Sans Souci se utiliza habitualmente para barcos de lujo y embarcaciones de recreo.

- Tipos de productos que mueve:

- Vehículos: Nuevos y usados para importación y trasbordo.
- Contenedores: Alimentos procesados, carga general, refrigerada y carga suelta.
- Graneles: Granos (café, etc.), cemento, fertilizantes, minerales.
- Líquidos: Combustibles, productos químicos, aceites.
- Perecederos: Frutas (como el banano), otros productos agrícolas.



## Rutas de Acceso - República Dominicana

- Aspectos logísticos

El puerto cuenta con una infraestructura que incluye múltiples muelles con una considerable línea de atraque. Ofrece servicios de almacenamiento, incluyendo un almacén vehicular exclusivo con trazabilidad de la carga. Su ubicación estratégica en la capital facilita la conexión con importantes centros de consumo a través de carreteras principales y acceso a zonas francas cercanas. La eficiencia operativa lo convierte en un punto clave para operaciones de trasbordo, especialmente de vehículos.

- Conexiones con principales centros de consumo

Su ubicación en Santo Domingo le brinda acceso directo a la mayor área metropolitana del país, que concentra una parte significativa de la población y la actividad económica. Está conectado a través de autopistas y carreteras principales que irradian hacia otras importantes ciudades y regiones productivas de República Dominicana.

### Puerto Río Haina

- Principales tráficos

Este puerto se destaca por ser el de mayor tránsito de buques en República Dominicana y es considerado el puerto multipropósito más importante para el comercio internacional del país. Maneja un alto volumen de carga contenerizada (tanto importación como exportación), carga general suelta, graneles sólidos (maíz, soya, fertilizantes), graneles líquidos (petróleo, productos químicos, aceites vegetales) y vehículos (importación).

- Tipos de productos que mueven:

- Contenedores: Carga general y refrigerada.
- Graneles Sólidos: Granos, madera, acero, fertilizantes, minerales, carbón.
- Graneles Líquidos: Combustibles, productos químicos, gases.
- Vehículos: Nuevos y usados para importación.
- Carga General Suelta: Diversos tipos de mercancías no contenerizadas.

- Aspectos logísticos

Posee una extensa línea de atraque distribuida en márgenes oriental y occidental, amplios patios de carga y capacidad para el estacionamiento de un gran número de vehículos. Cuenta con silos para el almacenamiento de granos y productos químicos, así como almacenes fiscales cercanos al puerto. Dispone de equipos modernos para el manejo de contenedores y carga general. Es el primer puerto del país con una cámara de inspección de productos perecederos en atmósfera controlada, lo que facilita el manejo de este tipo de carga.

- Conexiones con principales centros de consumo:

Ubicado estratégicamente cerca de Santo Domingo, tiene buenas conexiones por carretera hacia la capital y otras regiones del país. Su eficiencia en el manejo de carga a granel y contenerizada lo convierte en un punto vital para el abastecimiento de materias primas y productos terminados a los principales centros industriales y de consumo de la República Dominicana.



## Rutas de Acceso - República Dominicana

### Puerto Caucedo (DP World Caucedo)

- Principales tráficos

Este puerto es uno de los más modernos de la región y se especializa principalmente en el manejo de carga contenerizada. Se ha consolidado como un importante hub logístico regional en el Caribe, facilitando el transbordo de mercancías. También maneja carga general suelta, como clinker y carbón mineral para importación, y contenedores refrigerados para la exportación de productos perecederos (bananos y otras frutas).

- Tipos de productos que mueven:

- Contenedores: Principalmente carga general y refrigerada para importación, exportación y transbordo.
- Graneles: Clinker, carbón mineral (importación).
- Perecederos: Bananos, frutas menores (exportación en contenedores refrigerados).

- Aspectos logísticos

DP World Caucedo cuenta con infraestructura y tecnología de punta para la eficiente manipulación de contenedores. Su calado profundo y modernos equipos de carga y descarga le permiten recibir buques de gran tamaño. Ofrece amplias áreas de almacenamiento y servicios logísticos integrados, incluyendo una zona franca multimodal adyacente al puerto, lo que facilita el procesamiento y la distribución de mercancías. Su enfoque en la seguridad y la eficiencia lo ha convertido en un puerto atractivo para las líneas navieras internacionales.

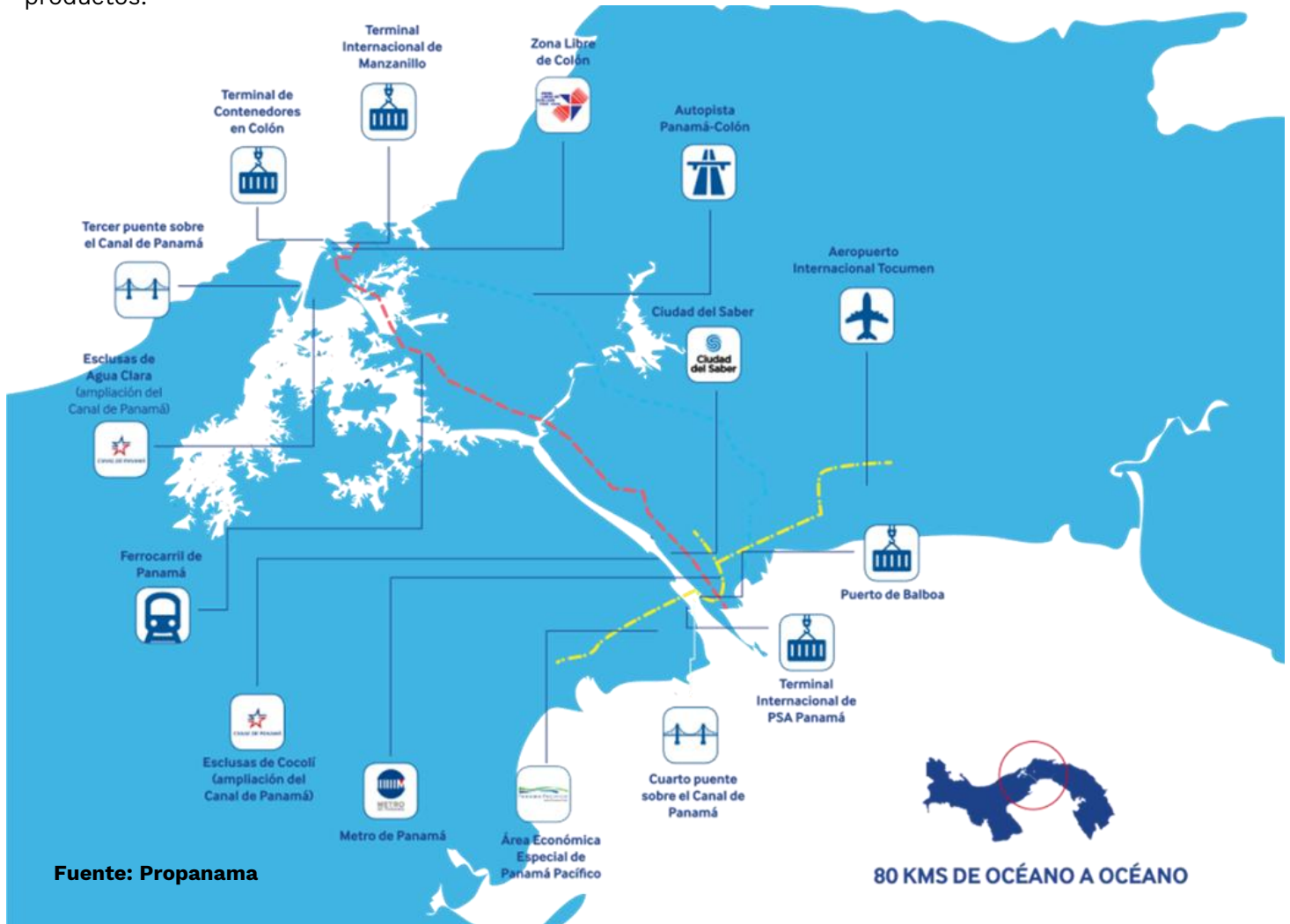
- Conexiones con principales centros de consumo:

Su ubicación estratégica cerca del Aeropuerto Internacional de Las Américas (AILA) facilita la intermodalidad y la conexión con el transporte aéreo. A través de modernas autopistas, tiene excelentes conexiones con Santo Domingo y otras importantes ciudades y zonas productivas del país, lo que agiliza el flujo de mercancías hacia los centros de consumo.



## 7.1.1 Rutas de Acceso - Panamá

Panamá, gracias a su posición geográfica estratégica y al Canal, se erige como un eje central del comercio global, incluyendo el dinámico sector de alimentos procesados. Sus puertos principales en el Océano Pacífico y el Caribe desempeñan roles cruciales en la facilitación de la cadena de suministro de estos productos.



A continuación se enuncian los principales puertos de mayor relevancia en la plaza panameña:

### **Puerto de Balboa (Ciudad de Panamá):**

- Tráfico principal (alimentos procesados): Predominantemente carga contenerizada que incluye una amplia gama de alimentos procesados, tanto secos (enlatados, snacks, pastas, etc.) como refrigerados (lácteos, carnes procesadas, bebidas refrigeradas, etc.). Un volumen significativo corresponde a transbordo con destino a otros mercados del Pacífico y más allá. También se movilizan materias primas agrícolas procesadas utilizadas en la industria alimentaria.
- Productos que mueven: Conservas, snacks, galletas, pastas, aceites, bebidas, lácteos procesados, embutidos, alimentos congelados, ingredientes alimentarios, entre otros.
- Aspectos logísticos: cuenta con amplias áreas de almacenamiento para contenedores estándar y refrigerados (reefer), con suficientes conexiones eléctricas para mantener la cadena de frío. Sus eficientes operaciones de carga y descarga minimizan los tiempos de tránsito. La cercanía a depósitos fiscales y centros de distribución facilita el manejo de la mercancía.
- Conexiones con centros de consumo: conexiones por carretera con la ciudad de Panamá, principal centro de consumo del país, y con otras áreas urbanas importantes. Su conexión con el ferrocarril transistmico permite el traslado eficiente de carga hacia la costa Atlántica para su distribución o exportación.

## Rutas de Acceso - Panamá

### PSA Panama International Terminal (Rodman, cerca de Ciudad de Panamá):

- Tráfico principal: Similar a Balboa, su tráfico principal en este sector es la carga contenerizada de alimentos procesados, tanto para importación como para transbordo.
- Productos que mueven: Una variedad similar a la de Balboa, incluyendo conservas, refrigerados, congelados y otros productos alimenticios procesados.
- Aspectos logísticos: Dispone de infraestructura moderna para el manejo de contenedores refrigerados, asegurando el mantenimiento de la temperatura adecuada para los alimentos sensibles. Sus sistemas de gestión de carga optimizan el flujo y reducen los tiempos de manipulación.
- Conexiones con centros de consumo: Buena conexión por carretera con la capital y otras zonas de alta demanda. Su rol como puerto de transbordo lo integra a las rutas logísticas regionales e internacionales de alimentos procesados.

### Manzanillo International Terminal (MIT) (Colón):

- Tráfico principal: Principalmente transbordo de contenedores que contienen una amplia gama de alimentos procesados que se mueven entre las rutas marítimas del Atlántico y el Pacífico. También maneja importaciones para el mercado local y la Zona Libre de Colón.
- Productos que Mueven: Un espectro diverso de alimentos procesados envasados, refrigerados y congelados.
- Aspectos logísticos: Reconocido por su eficiencia y alta capacidad para el manejo de contenedores refrigerados, crucial para la integridad de los alimentos durante el transbordo. Sus tiempos de conexión rápidos son vitales para productos con vida útil limitada. La cercanía a la Zona Libre de Colón facilita la logística de distribución y re-exportación de alimentos procesados.
- Conexiones con centros de consumo: Conectado por carretera con la ciudad de Colón y la Zona Libre, desde donde los productos pueden ser distribuidos al mercado local o re-exportados. Su rol principal es como nodo logístico para el tránsito internacional.

### Colón Container Terminal (CCT) (Colón):

- Tráfico principal: Maneja carga contenerizada de alimentos procesados para el comercio regional y el transbordo.
- Productos que mueven: Similar a MIT, con una variedad de alimentos procesados en contenedores.
- Aspectos logísticos: Ofrece servicios para el manejo de contenedores refrigerados, esenciales para la conservación de los alimentos procesados sensibles a la temperatura.
- Conexiones con centros de consumo: Conexiones por carretera con Colón y otras áreas. Su ubicación estratégica cerca del Canal lo convierte en un punto importante en la cadena de suministro global de alimentos procesados.

### Puerto de Cristóbal (Colón):

- Tráfico principal: Además de otros tipos de carga, maneja contenedores con alimentos procesados para importación y exportación. También podría recibir graneles agrícolas procesados como harinas o azúcares utilizados como ingredientes.
- Productos que mueven: Alimentos enlatados, bebidas, granos procesados, y otros productos alimenticios.
- Aspectos logísticos: Dispone de áreas para el almacenamiento de contenedores, incluyendo los refrigerados. Su infraestructura permite la manipulación de diferentes tipos de carga, incluyendo la necesaria para el sector de alimentos procesados.
- Conexiones con Centros de Consumo: Conectado por carretera y ferrocarril con otras partes del país, facilitando la distribución de alimentos procesados hacia los centros de consumo.



## 7.1.1 Rutas de Acceso - Costa Rica

Costa Rica cuenta con varios puertos estratégicos en sus costas del Caribe y el Pacífico, fundamentales para el comercio y la logística internacional.



Fuente: Logistics Cluster

A continuación se enuncian los principales puertos de mayor relevancia en la plaza costarricense:

### **Puerto Caldera (Puntarenas)**

- Tráfico principal: Es el puerto más importante de la costa del Pacífico de Costa Rica y maneja un volumen significativo de carga contenerizada, que incluye alimentos procesados tanto secos como refrigerados para el consumo interno. También recibe graneles agrícolas que pueden ser utilizados como materia prima en la industria alimentaria local.
- Productos que mueven: Conservas, snacks, bebidas, lácteos procesados, embutidos, alimentos congelados, aceites, harinas, azúcares, etc.
- Aspectos logísticos: Cuenta con muelles y patios para el manejo de contenedores, incluyendo conexiones reefers para mantener la cadena de frío de los alimentos sensibles a la temperatura. Dispone de almacenes fiscales cercanos al puerto para el almacenamiento de mercancías.
- Conexiones con centros de consumo: Su ubicación en la provincia de Puntarenas le permite una conexión relativamente directa con la Gran Área Metropolitana (GAM), donde se concentra la mayor parte de la población y la actividad económica del país, a través de la Ruta 27 y otras carreteras principales.

## Rutas de Acceso - Costa Rica

### Puerto Golfito (Puntarenas)

- Tráfico principal: Históricamente importante, su tráfico actual es menor en comparación con Caldera en términos de carga contenerizada a gran escala. Sin embargo, recibe embarcaciones más pequeñas con carga general que podría incluir alimentos procesados para la región sur del país. También es relevante para el turismo.
- Productos que mueven: Principalmente productos básicos procesados, bebidas y algunos perecederos en menor escala.
- Aspectos logísticos: Cuenta con infraestructura básica de muelles y almacenamiento. Su capacidad para contenedores refrigerados es limitada en comparación con Caldera.
- Conexiones con centros de consumo: Su conexión con la GAM es menos directa, principalmente a través de la Carretera Interamericana Sur, lo que implica mayores tiempos de tránsito para el transporte de alimentos procesados hacia los principales centros de consumo. Sirve principalmente a la región sur del país.

### Puerto Limón y Moín (Complejo Portuario APM Terminals Moín y Limón):

- Tráfico principal: Este complejo portuario en la costa caribeña es el más grande y moderno de Costa Rica. Maneja un volumen significativo de carga contenerizada, incluyendo una gran cantidad de alimentos procesados que ingresan al país. También es crucial para la exportación de productos agrícolas, como banano y piña, que pueden estar mínimamente procesados para su envío.
- Productos que mueven: Una amplia variedad de alimentos procesados envasados, refrigerados y congelados. También materias primas para la industria alimentaria.
- Aspectos logísticos: APM Terminals Moín es una terminal de contenedores de última generación con amplias capacidades para el manejo de contenedores refrigerados (con abundantes conexiones reefers). Esto es vital para la importación de alimentos sensibles a la temperatura. El puerto cuenta con sistemas logísticos eficientes y conexiones terrestres modernas.
- Conexiones con centros de consumo: Excelentes conexiones por carretera (principalmente la Ruta 32) que conecta directamente con la Gran Área Metropolitana (GAM), permitiendo un flujo rápido y eficiente de alimentos procesados hacia los principales centros de consumo y distribución del país.



## 7.1.2 Costos logísticos República Dominicana

### Información general de cotización emitida por una empresa privada.

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Caucedo (República Dominicana)
- Ruta: Vía Cartagena
- Contenedor: 20 pies standard (20.STD)
- Tiempo de Tránsito: 29 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OCEAN FREIGHT	CTNR	1	USD	2153.00	2,153.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE ( COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	590.00	590.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00

USD **4,192.58**

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico, si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará.
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.



## 7.1.2 Costos logísticos República Dominicana

### Información general de cotización emitida por una empresa privada

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Caucedo (República Dominicana)
- Ruta: Vía Cartagena
- Contenedor: 40 pies HQ (40 HQ)
- Tiempo de Tránsito: 29 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OCEN FREIGHT	CTNR	1	USD	1967.00	1,967.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA APLICA SOLO PARA ALIMENTOS)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE ( COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	708.00	708.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00
			USD		<b>4,124.58</b>

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico, si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.



## 7.1.2 Costos logísticos Panamá

### Información general de cotización emitida por una empresa privada.

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Rodman (Panamá)
- Ruta: Directo
- Contenedor: 20 pies estándar (20.STD)
- Tiempo de Tránsito: 11 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OCEN FREIGHT	CTNR	1	USD	1139.00	1,139.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE (COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	590.00	590.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00
				USD	<b>3,178.58</b>

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico. si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario. si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará.
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.

## 7.1.2 Costos logísticos Panamá

### Información general de cotización emitida por una empresa privada.

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Rodman (Panamá)
- Ruta: Directo
- Contenedor: 40 pies HQ (40 HQ)
- Tiempo de Tránsito: 11 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OCEN FREIGHT	CTNR	1	USD	939.00	939.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA APLICA SOLO PARA ALIMENTOS)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE ( COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	708.00	708.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00
				USD	<b>3,096.58</b>

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico. si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará.
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.

## 7.1.2 Costos logísticos Panamá

A continuación se emiten los costos de alquiler de bodegas en Panamá. Es necesario considerar que es obligatorio que todas las cargas lleguen aseguradas.

Dicha cotización es emitida por una empresa privada y los valores son expresados en USD.

Descripción	Tarifa
Manejo	\$150.00
Almacenaje x cbm	\$18.00 x cbm
Descarga de contenedor 20´	\$375.00
Descarga de contenedor 40´	\$475.00
DMC de entrada	\$125.00
DMC de salida	\$65.00
In/out	\$75.00
Acarreo de Rodman a bodega	\$475.00

La Zona Libre de Colón, ubicada en Panamá, es uno de los centros de comercio y logística más importantes del hemisferio. Dada su ubicación estratégica y el fácil acceso que proporciona al Canal de Panamá, esta zona franca ofrece una infraestructura ideal para la re-exportación de productos, así como para el almacenamiento y la distribución eficiente de mercancías a nivel regional.

En este contexto, empresas privadas tienen bodegas en la zona franca de Colón que ofrecen servicios especializados de almacenaje y manejo de carga, lo cual es especialmente útil para empresas que no tienen presencia física en Panamá pero necesitan tener su inventario cerca de las rutas comerciales para optimizar la cadena de suministro. Para el desarrollo de este estudio, se tomó contacto con la empresa GLF Logística, S.A. a fin de conocer en detalle sus tarifas, costos y servicios, lo que brinda una mayor amplitud de la información del mercado.

El documento detalla que las empresas exportadoras pueden llevar su carga para almacenarla y despacharla según los pedidos que reciban o para mantenerla en stock. El servicio de GLF Logística incluye cargos por carga y descarga, recepción de carga, manejo de inventario en línea y la capacidad de entregar la mercancía en Panamá y a nivel global a través de servicios de carga consolidada.

Para poner esto en perspectiva, la logística de envío a la región desde Perú presenta tiempos de tránsito y rutas específicas. El tiempo de tránsito desde Callao, Perú, a Rodman, Panamá, es de 11 días si la ruta es directa. Para el envío a República Dominicana (puerto de Caucedo), el tiempo de tránsito es de 29 días, con una ruta vía Cartagena. Mientras tanto, para Costa Rica (Puerto Caldera), el tiempo de tránsito es de 35 días, con una ruta vía Manzanillo. Las tarifas de estas navieras están sujetas a la disponibilidad de equipos y espacio.

## 7.1.2 Costos logísticos Panamá

Las empresas que ofrecen servicios de almacenaje y manejo de carga, lo cual es especialmente útil para empresas que no tienen presencia física en Panamá pero necesitan tener su inventario cerca de las rutas comerciales.

El servicio incluye:

- **Cargos iniciales:**
  - **DMC de Entrada:** Se cobra por cada BL (Bill of Lading).
  - **Carga y Descarga:** Costos que varían según el tamaño del contenedor (20, 40, 45 pies, e incluso opciones de 48 y 53 pies para envíos a Centroamérica en furgón).
  - **Recepción de Carga:** Se cobra por metro cúbico (\$8 para carga seca y \$10 para alimentos a temperatura normal).
- **Cargos adicionales y manejo de inventario:**
  - **"In and Out":** Un cargo por cada despacho de carga.
  - **"Picking" o "Sorting":** Para reempaque, aunque no aplica para alimentos.
  - **DMC de Salida:** Se cobra cada vez que se retira mercancía.
  - **Manejo:** Un cargo fijo por cada evento.
  - **Paletización:** Un costo por cada paleta.
  - **Sistema de Inventario en Línea:** Una tarifa mensual que permite a las empresas ver su inventario en tiempo real.
  - **Seguro de Carga:** Opcional, con un costo sobre el valor de la mercancía.

### Funcionamiento del Servicio:

- Las empresas exportadoras pueden llevar su carga para almacenarla y despacharla según los pedidos que reciban o para mantenerla en stock.
- GLF Logística, S.A. proporciona un inventario actualizado al final de cada mes
- GLF Logística S.A. tiene la capacidad de entregar la mercancía no solo en Panamá, sino también en todo el mundo a través de servicios de carga consolidada.
- Ofrece servicios de despacho de aduanas y pago de impuestos

Descripción de tarifas	Unidad/Colección	Precio unitario	Observaciones:
Documento de entrada al DMC	---	\$ 65.00	Incluye costo del formulario.
Cargar o descargar contenedores sueltos	Equipo	\$ -	\$190/20'; \$275/40'; \$275/45'; \$350/48' o 53'
Carga o descarga de contenedores paletizados	Equipo	\$ -	\$180/20'; \$265/40'; \$265/45'; \$340/48' o 53'
Recepción de carga suelta	CBM	\$ 5.00	Min. USD\$15.00 por evento
		\$ -	
		\$ -	
Mes o Fracción de Almacenamiento en Almacén	CBM	\$ 10.00	Mínimo USD\$50.00 (mes o fracción)
Entrada y Salida (Costo de Recepción y Despacho)	CBM por evento \$ \$	4.00	Aplica para carga FCL o LCL
Cosecha	CBM	5.00	Aplica en cada envío
Clasificación***	CBM	\$ 5.00	Aplica solo si se abren las cajas y se despacha producto interno
Reembalaje de cajas #52/#68 y #74***	Caja	\$ -	\$12/\$14/\$16 respectivamente
Reembalaje de cajas reutilizadas***	Caja	\$ 7.00	El cliente proporciona cajas o las coloca según disponibilidad
Documento de salida de preparación de DMC	Envío	\$ 40.00	Incluye costo del formulario.
Manejo	Evento	\$ 50.00	Aplica para cada evento (entrada o salida)
Paletizado y laminado	Paleta	\$ 18.00	Palets fumigados, según normativa
Uso del sistema	Por mes \$	50.00	Este cargo aplica mensualmente a clientes que no cuentan con contraseña y realizan transacciones a mediano plazo.
Seguro de almacenamiento***	Valor de la carga \$	-	0,4% del valor de la mercancía mensual

## 7.1.2 Costos logísticos Costa Rica

### Información general de cotización emitida por una empresa privada.

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Puerto Caldera (Costa Rica)
- Ruta: Vía Manzanillo
- Contenedor: 20 pies standard (20 ST)
- Tiempo de Tránsito: 35 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OZEN FREIGHT	CTNR	1	USD	2614.00	2,614.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE ( COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	590.00	590.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00
				USD	<b>4,653.58</b>

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico, si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.

## 7.1.2 Costos logísticos Costa Rica

### Información general de cotización emitida por una empresa privada

- Tipo de Envío: Marítimo
- Naviera: ONE
- Origen Callao (Lima, Perú)
- Destino: Puerto Caldera (Costa Rica)
- Ruta: Vía Manzanillo
- Contenedor: 40 pies HQ (40 HQ)
- Tiempo de Tránsito: 35 días
- Sobreestadía: 15 días

Description	Details	Cant.	Currency	Rate	Total
OCEN FREIGHT	CTNR	1	USD	2478.00	2,478.00
TRANSMISION MELVAN	CTNR	1	USD	118.00	118.00
HBL MELVAN	CTNR	1	USD	59.00	59.00
COSTO ORIGEN ONE	CTNR	1	USD	29.50	29.50
VB - VISTO BUENO	CTNR	1	USD	346.92	346.92
GATE OUT	CTNR	1	USD	167.56	167.56
PICK UP LIMA - METROPOLITANA	CTNR	1	USD	259.60	259.60
SERVICIO DE ADUANA	CTNR	1	USD	177.00	177.00
GASTOS OPERATIVOS	CTNR	1	USD	59.00	59.00
AFORO FISICO (APLICA PARA CANAL ROJO)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
INSPECCION (SENASA O DIGESA APLICA SOLO PARA ALIMENTOS)	CTNR	1	USD	59.00	59.00
ALMACENAJE ( COSTO APLICA PARA UN CANAL VERDE)	CTNR	1	USD	708.00	708.00
PRECINTO	CTNR	1	USD	20.00	20.00
DOC	CTNR	1	USD	95.00	95.00
			USD		<b>4,635.58</b>

### Condiciones generales:

- Tarifas sujeto a disponibilidad de equipos y espacio.
- Solo si el canal es rojo, se factura el costo de aforo físico, si el canal es verde, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección DIGESA aplica para productos de consumo humano, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de inspección SENASA aplica para productos agrícola y pecuario, si el producto no es de consumo humano, este costo no se debe considerar ni facturar.
- El costo de visto bueno, gate out y costo de origen one, son costos propios de la naviera, estos costos son públicos y pueden revisarlo en la página de la naviera.
- El costo del almacén aplica para un canal verde si la mercancía debe pasar por inspección o el canal es rojo, este costo se incrementara el exportador también puede solicitar que la inspección se realice en su planta.

### Condiciones de pick up:

- El transporte interno solo aplica para la zona de Lima Metropolitana; si la zona cambia, este costo se incrementará
- El transporte tiene dos horas libres para el proceso de llenado del contenedor.

## 7.1.3 Principales Agencias de Transporte

A continuación, se presenta un listado de agentes de carga peruanos que ofrecen servicios de transporte internacional a Centroamérica utilizando como fuente el listado de Asociados de la Asociación de Agentes de Carga del Perú (AACCI PERÚ) - <https://aacciperu.pe/index.php/asociados/>

<p><b>SYL CARGO S.A.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:sylcargo@sylcargo.com">sylcargo@sylcargo.com</a></li><li>● Phone: 264-2760 / 998 122 452</li><li>● Website: <a href="http://www.sylcargo.com">www.sylcargo.com</a></li></ul> <p><b>SACO SHIPPING S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:comercial@pe.sacoshipping.com">comercial@pe.sacoshipping.com</a></li><li>● Phone: 01-626-7878</li><li>● Website: <a href="http://www.sacolatam.com">www.sacolatam.com</a></li></ul> <p><b>UNIEX SHIPPING PERU S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:prodriguez@uniexperu.com">prodriguez@uniexperu.com</a></li><li>● Phone: 967 787 291</li><li>● Website: <a href="http://www.uniexperu.com">www.uniexperu.com</a></li></ul> <p><b>LOAD EXPRESS LOGISTIC GROUP S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:tbustamante@loadexpresscargo.com.pe">tbustamante@loadexpresscargo.com.pe</a></li><li>● Phone: 946 230 060</li><li>● Website: <a href="http://www.loadexpresscargo.com.pe">www.loadexpresscargo.com.pe</a></li></ul> <p><b>MSL DEL PERU S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:ldiaz@mslcorporate.com.pe">ldiaz@mslcorporate.com.pe</a></li><li>● Phone: 994 250 292</li><li>● Website: <a href="http://www.mslcorporate.com">www.mslcorporate.com</a></li></ul>	<p><b>STEP CARGO S.A.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:stepcargo@stepcargo.com">stepcargo@stepcargo.com</a></li><li>● Phone: 309 7322</li><li>● Website: <a href="http://www.stepcargo.com">www.stepcargo.com</a></li></ul> <p><b>JAL CARGO S.A.C</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:kamayo@grupojal.com.pe">kamayo@grupojal.com.pe</a></li><li>● Phone: 922 973 549</li><li>● Website: <a href="http://grupojal.com.pe">grupojal.com.pe</a></li></ul> <p><b>PARTNERS LOGISTICS PERU S.A.C</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:raulb@partners-logistics.com.pe">raulb@partners-logistics.com.pe</a></li><li>● Phone: 992 791 414</li><li>● Website: <a href="http://www.partners-logistics.com.pe">www.partners-logistics.com.pe</a></li></ul> <p><b>TRANSLOGISTICS SOLUTION S.A.C</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:gerencia@trans-solution.pe">gerencia@trans-solution.pe</a></li><li>● Phone: 998 162 166</li><li>● Website: <a href="http://www.trans-solution.pe">www.trans-solution.pe</a></li></ul> <p><b>KX SUPPORT LINE S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:eduardo.delcarpio@kxsupportline.com">eduardo.delcarpio@kxsupportline.com</a></li><li>● Phone: 998 096 980</li><li>● Website: <a href="http://www.kxsupportline.com">www.kxsupportline.com</a></li></ul>	<p><b>GAB CARGO PERU S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:lfranco@gabcargo.pe">lfranco@gabcargo.pe</a></li><li>● Phone: 947 201 980</li><li>● Website: <a href="http://www.gabcargo.pe">www.gabcargo.pe</a></li></ul> <p><b>BON VOYAGE LOGISTICS PERU S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:carlos.lopez@bvlperu.com">carlos.lopez@bvlperu.com</a></li><li>● Phone: 967 730 015</li><li>● Website: <a href="http://www.bvlperu.com/">www.bvlperu.com/</a></li></ul> <p><b>ANDINA FREIGHT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:renatto@andinafreight.com">renatto@andinafreight.com</a></li><li>● Phone: 784 8702</li><li>● Website: <a href="http://www.andinafreight.com">www.andinafreight.com</a></li></ul> <p><b>FDL INTERNATIONAL CARGO E.I.R.L.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:karina.ortiz@fdl.com.pe">karina.ortiz@fdl.com.pe</a></li><li>● Phone: 981 165 049</li></ul> <p><b>TOP CARGO PERU S.A.C.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Email: <a href="mailto:mhelou@topcargoperu.com">mhelou@topcargoperu.com</a> / <a href="mailto:informes@topcargoperu.com">informes@topcargoperu.com</a></li><li>● Phone: (511) 683-2506</li><li>● Website: <a href="http://www.topcargoperu.com">www.topcargoperu.com</a></li></ul>
---	--	---

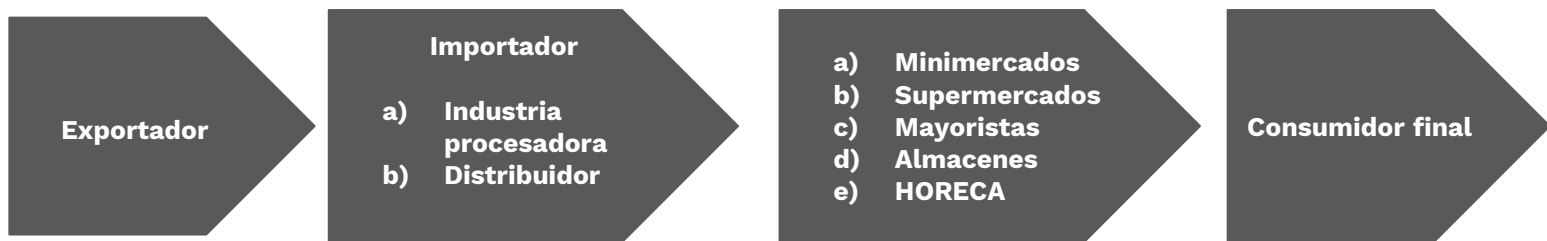
## 7.2 Canales de comercialización en República Dominicana

Dentro del panorama general del mercado de alimentos procesados, el canal de distribución formal en República Dominicana presenta características distintivas. Este canal, que abarca tanto la venta mayorista como el retail, se ve influenciado por la percepción generalizada en el país de una mayor calidad en los productos importados.

Esta demanda, particularmente notable en los centros urbanos con hábitos de consumo menos tradicionales y mayor poder adquisitivo, ha impulsado un aumento en el interés por artículos importados y aquellos con un valor añadido significativo. A pesar de la relativa sencillez de sus canales comerciales, la creciente importancia e influencia de los supermercados, con más de 60 mil puntos de venta en expansión, es un factor clave.

Este dinamismo se debe a la expansión de cadenas y la apertura de nuevos hipermercados a nivel nacional. Santo Domingo, como capital, concentra la mayor actividad comercial y la principal densidad de puntos de venta de alimentos. En este contexto, el canal de distribución de alimentos experimenta un crecimiento anual cercano al 10%, representando una porción significativa del comercio alimentario del país.

En tanto, la gráfica del canal se ve representado de la siguiente manera:



Dentro del canal de comercialización se relevaron los siguientes actores:

### Minimercados

Son pequeñas tiendas de barrio estratégicamente ubicadas, constituyen un pilar fundamental al ofrecer una amplia gama de productos básicos alimenticios y de consumo masivo. Su cercanía y la relación personal con los clientes, que a menudo incluye la extensión de crédito, los convierten en una opción crucial para ciertos segmentos de la población, a pesar de sus precios generalmente más elevados y se estima una presencia estimada de 75,000 establecimientos a nivel nacional.

### Tiendas de conveniencia

Localizadas principalmente en estaciones de servicio, atienden una demanda de productos de consumo inmediato como comidas rápidas, bebidas y snacks, operando en muchos casos las 24 horas.

### Mercados populares

Están ubicados en zonas de menores recursos, agrupan a pequeños comerciantes y ofrecen una variedad de productos frescos y procesados a precios más accesibles que los supermercados. Con una presencia significativa en las principales ciudades como Santo Domingo y Santiago, estos mercados representan una importante vía de acceso a alimentos para una parte considerable de la población.



## Canales de comercialización en República Dominicana (cont.)

### Supermercados, hipermercados, express mercado y clubes por membresía

El canal moderno de distribución retail en República Dominicana, compuesto por supermercados, hipermercados, express markets y clubes por membresía, desempeña un papel significativo, aunque no necesariamente predominante en todas las categorías de productos alimenticios, representando aproximadamente el 60% de las ventas al detalle en este sector.

Este segmento se caracteriza por un alto nivel de evolución, con una extensa red de más de 65,000 puntos de venta a nivel nacional que ofrecen un surtido amplio y creciente de productos, incluyendo una fuerte presencia tanto de marcas nacionales bien posicionadas como de marcas importadas, principalmente de Estados Unidos y Europa.

En el mercado dominicano operan siete grandes cadenas que abarcan desde alimentos frescos hasta bienes duraderos. Además de estas cadenas, existen numerosos puntos de venta independientes. Una estrategia notable de algunos supermercados es la compra directa a brokers exportadores, facilitando la consolidación de contenedores con una diversidad de productos de origen variado.

Las condiciones de crédito para los proveedores suelen oscilar entre 30 y 60 días, y la negociación, así como las buenas relaciones, influyen en la visibilidad de los productos en los lineales. Es también una práctica común la solicitud de lotes gratuitos para la introducción de nuevos productos. A nivel nacional, destacan cuatro cadenas principales: El Supermercado Nacional, El Supermercado Pola, La Cadena y el Supermercado Bravo, aunque existen otros supermercados de menor tamaño con un crecimiento interesante.

### Otras tendencias de los canales de comercialización

Diversos factores culturales y tendencias de consumo moldean el mercado de alimentos en República Dominicana. La fuerte influencia de la cultura norteamericana se manifiesta en el arraigo de numerosas marcas de este origen en la preferencia de los consumidores, lo que en algunos casos reduce la necesidad de una intensa publicidad por parte del canal de comercialización. Sin embargo, marcas de otros orígenes también gozan de un posicionamiento sólido, y el dinamismo del mercado se evidencia en las agresivas campañas de marketing de las cadenas de supermercados emergentes.

En cuanto a la demanda de productos orgánicos, si bien aún representa un segmento minoritario que no justifica grandes volúmenes en los canales de distribución, se observa un crecimiento impulsado por una mayor conciencia de sus beneficios y la demanda de la población extranjera residente. La oferta actual de productos orgánicos certificados incluye categorías como azúcar, miel, café, frutas, vegetales, aceites y vinos.

Los hábitos de consumo en República Dominicana reflejan un mercado cosmopolita, influenciado por el turismo y los lazos familiares con Estados Unidos y España, lo que se traduce en una mezcla de preferencias por lo local y productos americanizados. Existe una percepción generalizada de mayor calidad en los productos ofrecidos en supermercados en comparación con los colmados. Además, el mercado se caracteriza por fuertes contrastes socioeconómicos, con una base poblacional de bajos ingresos sensible al precio y una clase media y alta con mayor poder adquisitivo.

En línea con las tendencias globales, los cambios en los estilos de vida urbanos y la creciente participación de la mujer en la fuerza laboral han impulsado la demanda de alimentos empacados, preparados y de fácil elaboración. Asimismo, la tendencia mundial hacia el desarrollo de marcas privadas por parte de los establecimientos retail también se observa en República Dominicana, donde los supermercados han introducido una variedad de marcas propias con una presencia destacada en los puntos de venta.

## 7.2. Canales de comercialización en Panamá

El mercado panameño se caracteriza por una red de distribución relativamente sencilla y menos extensa en comparación con las dinámicas comerciales de naciones occidentales. Esto se traduce en una cadena de comercialización acortada con una presencia limitada de intermediarios. Es común observar que los distribuidores que operan en Panamá extienden sus actividades a otros países de Centroamérica.

Además, una misma entidad comercial suele integrar diversas funciones, actuando como importador, distribuidor, mayorista y minorista simultáneamente. Un aspecto notable es que este modelo de comercialización se aplica de manera uniforme a todos los sectores económicos en Panamá.

Según un estudio de Euromonitor de 2019 enfocado en el comercio minorista panameño, el incremento poblacional, la creciente urbanización y la expansión de las ciudades han impulsado un aumento en las ventas y la consolidación del comercio minorista moderno. Este último, representado por hipermercados, supermercados y tiendas de alimentos, ha experimentado un crecimiento superior al de otros canales.

La conveniencia que ofrecen a los consumidores al permitir la adquisición de una amplia gama de productos en un solo lugar, de forma más ágil y con precios competitivos, ha sido un factor clave en su notable expansión en detrimento de los comercios tradicionales especializados. Adicionalmente, la ubicación estratégica de los puntos de venta minoristas, sus programas de fidelización y la calidad de los productos fomentan la lealtad del cliente, quienes tienden a frecuentar el mismo establecimiento para sus compras habituales.

Se prevé que el sector minorista moderno mantendrá su trayectoria de crecimiento en los próximos años, especialmente el formato de supermercados, donde actualmente los panameños adquieren la mayoría de los alimentos que consumen (67%). No obstante, se percibe un cambio en los hábitos de consumo de algunos clientes, quienes muestran una preferencia por productos especializados como orgánicos, veganos o sin ingredientes específicos, lo que los obliga a recurrir a tiendas especializadas. Esta situación representa un desafío para los supermercados y podría intensificar la competencia entre ambos formatos, a menos que los primeros diversifiquen su oferta de productos para satisfacer estas necesidades particulares. Se aprecia una tendencia al aumento de las marcas propias en el sector minorista, brindando así más opciones a los consumidores. Asimismo, las tiendas de abarrotes y de conveniencia independientes están expandiéndose en los barrios locales.

Por último es importante señalar que, en general, el precio tiene mayor peso que la marca en las decisiones de compra, un factor crucial a considerar en las negociaciones y al diseñar la estrategia de distribución. A pesar de esto, se observa una creciente inclinación hacia la calidad y el reconocimiento de marca, impulsada principalmente por la afluencia de extranjeros y el ascenso de la clase media.

En tanto, las principales características de la distribución comercial en Panamá son las siguientes:

- Se observa una notable concentración empresarial, donde predominan los grupos o consorcios de índole familiar, como los Motta, Varela, Galindo, Arias y Melo, entre otros.
- Geográficamente, existe una alta centralización, con más del 80% de la actividad económica radicada en la región metropolitana, que abarca las ciudades de Colón y Panamá.
- Se identifica una especialización geográfica marcada tanto en la industria como en los servicios, distribuyéndose en tres áreas principales: la ciudad de Panamá, como centro de industria y servicios; Colón, ubicada en la costa caribeña y sede de la Zona Libre; y David, en la provincia de Chiriquí, destacada por su agroindustria.
- El tamaño de las empresas es generalmente reducido, siendo escasas las que superan los 500 empleados, y estas últimas se encuentran principalmente en el sector de servicios.
- La comercialización se caracteriza por el uso de acuerdos de exclusividad. Es práctica común que el empresario panameño negocie la exclusividad de un producto por un período de cinco años.

Así es como se pueden identificar tres canales que se ocupan de distribuir productos agroalimentarios en Panamá:

## Canales de comercialización en Panamá (cont.)

### Canal Industrial

- Comercializan materias primas y los insumos a los procesadores para elaborar alimentos procesados.
- Los fabricantes disponen de infraestructuras logísticas y comerciales.
- En ocasiones, incluyen la venta de productos a los consumidores finales.
- Algunos productores, además de distribuir su marca propia distribuyen bajo la marca de terceros.
- La venta directa desde el sitio de producción representa el 51 %, siendo el medio de comercialización más usado entre las empresas agroindustriales de Panamá

### Canal Mayorista

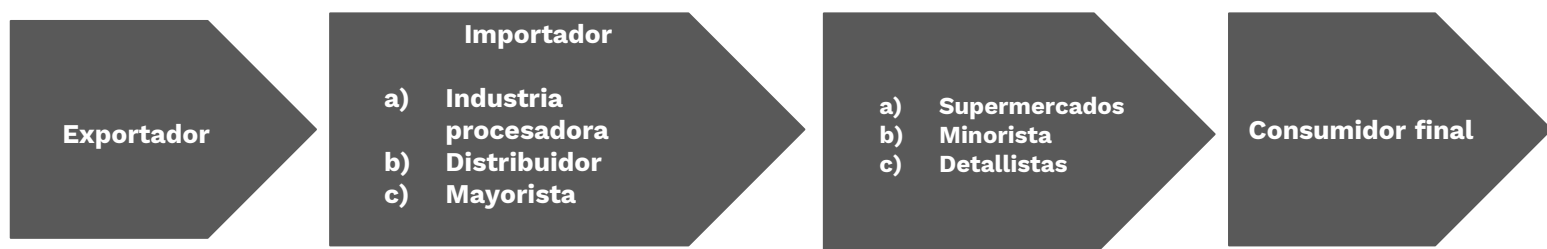
- No se especializan en un solo tipo de producto.
- Trabajan con gran variedad de productos relacionados.
- Los agentes nacionales de este segmento representan un 22 % aproximadamente.

### Canal Minorista

- Especializados en venta al consumo masivo de productos.
- Son supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia.
- Son los principales distribuidores de alimentación y de productos agrícolas.

Según el Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá, entre estos canales también se localizan otros relativos a la comercialización minoritarios, de los cuales el 10% comercializa en la vía pública, el 4% representa el mercado público, el 3% son intermediarios internacionales y para finalizar, un 16% representa otros medios de comercialización.

En tanto, el canal de comercialización en Panamá queda representado gráficamente bajo este esquema:





## Canales de comercialización en Panamá (cont.)

A continuación se emiten algunas características de los actores del canal de comercialización:

### Supermercados

En Panamá, los supermercados son el destino principal para los consumidores que buscan una amplia selección y calidad en alimentos. No obstante, se pueden distinguir tres categorías de supermercados que atienden a diferentes niveles de poder adquisitivo:

- Alto poder adquisitivo: Este segmento incluye supermercados que se enfocan en productos de calidad superior, opciones gourmet e importadas, con precios más elevados. Su ubicación estratégica se centra en las áreas más exclusivas de la ciudad. Ejemplo: Riba Smith.
- Poder adquisitivo medio-alto: Estos establecimientos ofrecen una variedad considerable de productos de alta calidad, complementada con un servicio al cliente eficiente. Ejemplo: Grupo Rey, Super 99.
- Poder adquisitivo medio-bajo: En esta categoría se encuentran comercios que priorizan la venta al por mayor, ofreciendo descuentos significativos y cupones. En estos supermercados, el precio del producto tiene mayor relevancia que la marca, ya que los consumidores buscan una relación calidad-precio más económica en comparación con las opciones anteriores. Ejemplo: Supermercado Xtra, El Machtetazo.

### Tiendas de conveniencia

Son establecimientos de alimentación de dimensiones reducidas, estratégicamente ubicados en zonas residenciales de alta densidad poblacional. Su oferta se centra en productos de primera necesidad, aunque a precios generalmente superiores a los de otros formatos comerciales.

Según datos de la USDA, en Panamá existen alrededor de 11,000 tiendas de abarrotes y conveniencia independientes. Adicionalmente, han surgido mini tiendas de conveniencia, que combinan el tamaño tradicional con una oferta ampliada de alimentos preparados.

También se encuentran las tiendas de hiperconveniencia, que se distinguen por una extensa variedad de productos y áreas de consumo dentro del local para el servicio de alimentos. Las farmacias también han capitalizado su tamaño compacto, ubicaciones accesibles y cercanía a los consumidores para incorporar a su oferta productos de mayor demanda, como conservas y alimentos secos, snacks, lácteos, especialidades étnicas, vino, cerveza y alimentos para mascotas.

### Tiendas especializadas

Se caracterizan por ofrecer una selección de productos más limitada, pero generalmente se distinguen por la alta calidad de su oferta, donde el precio no es el factor principal de diferenciación. Estos establecimientos están claramente orientados al segmento de la población con mayores ingresos y capacidad adquisitiva, ya que su propuesta se centra en productos gourmet.

### Distribuidores

Los distribuidores y mayoristas centran su actividad en el suministro de productos a supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia. De igual forma, los mayoristas también se especializan en la provisión al sector HORECA.

### HORECA (Hoteles, Restaurantes, Catering)

Aunque el volumen de consumo en este canal es inferior al de otros circuitos de distribución minorista, el progreso y la expansión de Panamá están dinamizando el sector de la hostelería y la restauración en el país. Esto favorece la demanda de productos gourmet y artesanales, que son los más solicitados en este canal.

## Canales de comercialización en Costa Rica

Se pueden identificar tres vías principales para la comercialización de alimentos procesados en Costa Rica:

### Importador Directo

Este canal involucra a compañías dentro de la industria alimentaria costarricense que adquieren directamente materias primas procesadas o ingredientes alimentarios a proveedores internacionales. El objetivo es satisfacer necesidades específicas de sus procesos productivos. Ejemplos de esto podrían ser empresas que importan:

- Ingredientes especializados: Almidones modificados, conservantes, saborizantes, colorantes, etc.
- Materias primas semi-procesadas: Concentrados de frutas para jugos, purés para salsas, aceites refinados, harinas especiales, etc.
- Productos terminados para re-etiquetado o empaque: Algunos productos a granel que luego son envasados para el consumidor final bajo marcas locales.

Este canal se caracteriza por relaciones comerciales directas entre el importador (la empresa de alimentos procesados) y el proveedor internacional, buscando eficiencia en costos y adaptación a sus requerimientos de producción.

### Distribuidor Local

Estos distribuidores actúan como intermediarios clave en el mercado costarricense de alimentos procesados. Su función principal es adquirir productos, tanto de productores locales de alimentos procesados como de proveedores internacionales, para luego comercializarlos a diversos puntos de venta dentro del país. Estos distribuidores manejan un portafolio de productos procesados que puede incluir:

- Productos de marcas nacionales: Galletas, embutidos, lácteos procesados, conservas, salsas, etc.
- Productos de marcas importadas: *Snacks*, bebidas, alimentos enlatados, productos gourmet, etc.

Los distribuidores locales juegan un rol crucial en la logística, el almacenamiento, la promoción y la distribución de alimentos procesados a supermercados, tiendas de abarrotes (pulperías y minisúpers), y otros puntos de venta.

### Puntos de Venta

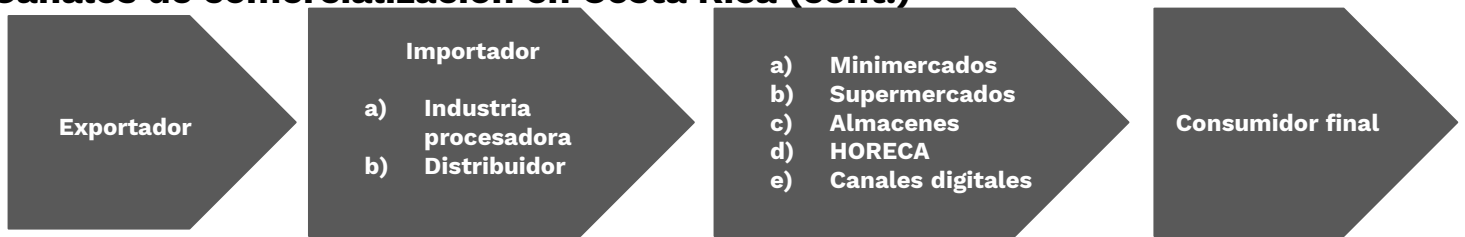
Estos son los lugares donde los consumidores finales adquieren los alimentos procesados para su consumo. Los principales puntos de venta incluyen:

- Supermercados e Hipermercados: Ofrecen una amplia variedad de alimentos procesados, tanto de marcas nacionales como importadas, organizados por categorías y con diferentes presentaciones.
- Tiendas de Abarrotes (Pulperías y Minisúpers): Se centran en productos de consumo diario y marcas populares de alimentos procesados, ofreciendo conveniencia y cercanía.
- Tiendas de Conveniencia: Ofrecen una selección limitada de alimentos procesados de consumo rápido, *snacks* y bebidas, con horarios extendidos.
- Mercados Municipales y Ferias del Agricultor (en menor medida para procesados): Aunque su enfoque principal es en productos frescos, también pueden ofrecer algunos alimentos procesados de origen artesanal o de pequeñas empresas.
- Canales Digitales (en crecimiento): Plataformas de comercio electrónico y servicios de entrega a domicilio están comenzando a tener una mayor relevancia en la venta de alimentos procesados directamente al consumidor.

En tanto, el canal de comercialización se ve reflejado de la siguiente manera:



## Canales de comercialización en Costa Rica (cont.)



### HORECA (Hoteles, Restaurantes, Catering)

Las empresas distribuidoras que atienden al canal HORECA (hoteles, restaurantes y caterings) se distinguen por su capacidad de abastecer rápidamente a sus clientes con una amplia gama de productos de calidad. En este segmento específico, elementos como el país de origen, la marca del producto y el formato son cruciales. Generalmente, los clientes demandan productos en presentaciones de gran tamaño (1 galón, 32 onzas, 15 onzas), así como aquellos que ofrecen rapidez en su elaboración y contribuyen a la reducción de mermas, optimizando así sus costos operativos.

Los productos comercializados a través del canal HORECA se dividen en dos categorías principales: productos de consumo masivo y productos no masivos, que incluyen especialidades de alta calidad y marcas reconocidas, frecuentemente importadas y con un alto valor agregado. El público objetivo para los productos del canal HORECA abarca los segmentos socioeconómicos medio-alto y alto de la población costarricense, así como los turistas que visitan el país. Mientras que los hoteles y restaurantes de mayor prestigio priorizan la adquisición de productos de calidad superior para satisfacer las expectativas de sus clientes, también existen establecimientos dirigidos a un público de clase media, donde la sensibilidad al precio es mayor y se prefieren productos de carácter masivo.

La cadena de comercialización para el canal HORECA en Costa Rica se caracteriza por ser relativamente corta. El modelo predominante implica que el exportador vende directamente al importador mayorista, quien a su vez distribuye a los detallistas, cadenas de hoteles y restaurantes. Para atender eficazmente ambos tipos de clientes, los importadores mayoristas cuentan con equipos de ventas especializados por categorías de productos. Estos vendedores cubren todo el territorio nacional, tomando pedidos y gestionando la distribución a sus clientes. Las órdenes de compra se realizan a través de diversos medios, incluyendo plataformas en línea (tiendas virtuales), visitas de ruta y en tiendas físicas con showroom. Este último concepto ofrece a los compradores un espacio donde pueden interactuar directamente con los productos antes de la compra, facilitando su decisión final.

La colaboración estrecha y coordinada entre el fabricante, el importador o distribuidor y los actores del canal HORECA es fundamental para asegurar un servicio eficiente, la continuidad del suministro y el mantenimiento de estándares de calidad que se ajusten a las necesidades específicas de los clientes.

### Tendencias y enfoques en el canal HORECA:

- **Inocuidad en la Elaboración, Transporte y Almacenamiento:** Si bien las prácticas de higiene en el manejo de alimentos siempre han sido importantes, las empresas ahora comunican activamente sus procesos de inocuidad a los consumidores. En el canal HORECA, esto abarca toda la cadena, desde los proveedores hasta el consumidor final, incluyendo alimentos, envoltorios, embalajes (con una creciente conciencia ambiental), transporte y distribución.
- **Uso de Tecnologías para Mejorar la Seguridad:** Se ha observado la adopción de tecnologías avanzadas para fortalecer la seguridad operativa, como la automatización de procesos para minimizar el contacto físico y la implementación de pagos sin contacto a través de tarjetas y aplicaciones móviles.
- **Menús más Saludables:** La creciente conciencia sobre la salud ha impulsado un mayor interés por opciones de menú más saludables, que fortalezcan el sistema inmunológico y contribuyan a la prevención de enfermedades crónicas, influyendo en las decisiones de compra del canal HORECA.

## **VIII. Actividades de Promoción Comercial**

### 8.1 Ferias y Exhibiciones



## 8.1. Ferias y exhibiciones



**Nombre:** Agroalimentaria

**País:** República Dominicana

**Periodicidad:** Anual

**Próxima Edición:** Agroalimentaria 2025 se llevará a cabo del **28 al 31 de mayo de 2025** en el Hotel Dominican Fiesta & Casino en Santo Domingo.

**Sitio web:** [Agroalimentaria 2025](#)

**Descripción:** Agroalimentaria es una feria internacional de alimentos, tabacos y bebidas que se lleva a cabo de manera anual en la República Dominicana. Se ha consolidado como un punto de encuentro para profesionales de la industria, exportadores, compradores y consumidores interesados en las últimas tendencias e innovaciones del sector agroalimentario.

**Perfil de visitantes:** Se espera una participación significativa de compradores y visitantes internacionales provenientes de Norteamérica, Europa, Centroamérica y la región del Caribe. En ediciones anteriores, la feria ha sido reconocida por la calidad de sus asistentes y las oportunidades de negocio generadas.

**Industrias que abarca:** La feria abarca una amplia gama de industrias dentro del sector agroalimentario, incluyendo:

- Alimentos frescos: Frutas, verduras, productos del mar, carnes.
- Alimentos procesados: Conservas, lácteos, panadería, snacks.
- Bebidas: Jugos, refrescos, cervezas, ron y otras bebidas alcohólicas.
- Tabacos: Cigarros premium dominicanos.
- Productos orgánicos y gourmet.
- Insumos y tecnología para la producción agroalimentaria.

Además, la feria incluye un Salón del Tabaco y Ron y un Festival Gastronómico con la participación de reconocidos chefs dominicanos, así como también se ofrecen Jornadas Técnicas, conferencias y talleres para la actualización de los profesionales del sector.

## Ferias y exhibiciones



### EXPOCOMER

- **Nombre:** EXPOCOMER
- **País:** Panamá
- **Periodicidad:** Anual
- **Próxima Edición:** marzo de 2026
- **Sitio web:** [EXPOCOMER](#)
- **Descripción:** EXPOCOMER es una exposición comercial multisectorial que reúne a empresas de diversos sectores económicos para ampliar su relacionamiento comercial en la región.
- **Perfil de visitantes:** El perfil de visitantes de Expocomer es bastante diverso, ya que la feria atrae a empresarios, compradores internacionales, distribuidores, inversionistas y representantes de distintos sectores comerciales. En la edición de 2025, se registraron más de 30,000 visitantes nacionales e internacionales, incluyendo tomadores de decisiones de empresas de América, Europa y Asia.
- **Industrias que abarca:** Alimentos, Bebidas y Productos Agropecuarios; Textiles, Prendas de Vestir y Accesorios; Tecnología y Electrónica.
- **Otras actividades:** Rueda de negocios.

### Expo Horeca Panamá



- **Nombre:** Expo Horeca Panamá
- **País:** Panamá
- **Periodicidad:** Anual
- **Última Edición:** Febrero 2025 (primera edición)
- **Sitio web:** [Expo Horeca Panamá](#)
- **Descripción:** Expo Horeca Panamá es un evento líder en la industria de hoteles, restaurantes y catering (HoReCa)
- **Perfil de visitantes:** El evento atrae a tomadores de decisiones dentro del sector HoReCa, incluyendo propietarios de hoteles, restaurantes y cafeterías, distribuidores de alimentos, consultores, y especialistas en tecnología y equipamiento para la industria.
- **Industrias que abarca:** Expo Horeca Panamá cubre diversas áreas dentro del sector de la hospitalidad, incluyendo: Distribución de alimentos y bebidas, Empaques y suministros, Tecnología y automatización, Equipamiento para hoteles y restaurantes, Máquinas para café y limpieza.
- **Otras actividades:**
  - Paneles y conferencias con expertos nacionales e internacionales.
  - Demostraciones en vivo de tendencias culinarias y tecnológicas.
  - Espacios de networking para generar alianzas estratégicas.
  - Reuniones de marketing y estrategias comerciales enfocadas en la industria.

## Ferias y exhibiciones

# EXP|HO|RE

### EXPHORE, Expo Hoteles y Restaurantes

- **Nombre:** EXPHORE, Expo Hoteles y Restaurantes
- **País:** Costa Rica
- **Periodicidad:** Anual
- **Próxima Edición:** 26 al 28 de agosto de 2025
- **Sitio web:** [EXPHORE](#)
- **Descripción:** EXPHORE es un epicentro de negocios que atrae a más de 7.000 profesionales de la industria hotelera y gastronómica en Costa Rica y América Latina. Se estima que en la próxima edición hayan presentes más de 200 proveedores para la industria hotelera, gastronómica y alimentaria.
- **Perfil de visitantes:** Profesionales que trabajan en restaurantes, hoteles, supermercados, sodas institucionales, la industria alimentaria (comercial e institucional), servicios de catering, cafeterías, panaderías, bares, pastelerías, heladerías, licorerías, clubes, hospitales, carnicerías y cruceros.
- **Industrias que abarca:** Industria hotelera, gastronómica y alimentaria.
- **Otras actividades:** Horeca Lab-Congreso, talleres de helados y una zona de demostración.

### Expo Alimentaria Costa Rica



- **Nombre:** Expo Alimentaria Costa Rica
- **País:** Costa Rica
- **Periodicidad:** Anual
- **Próxima Edición:** 12 al 14 de mayo de 2026
- **Sitio web:** [Expo Alimentaria Costa Rica 2026](#)
- **Descripción:** Expo Alimentaria Costa Rica ha evolucionado para abarcar nuevas categorías dentro del sector alimentario, enfocándose en empresas que proveen insumos, materias primas, maquinaria, servicios, tecnología e innovación para aquellas que comercializan productos al detalle. Este evento reúne a los principales actores de la cadena de valor alimentaria, brindando un espacio clave para el networking y la generación de negocios entre proveedores y fabricantes.
- **Perfil de visitantes:** Productores, proveedores y profesionales de la industria alimentaria de Centroamérica y el Caribe.
- **Industrias que abarca:**
  - Alimentos frescos
  - Cárnicos
  - Lácteos
  - Panadería
  - Bebidas
  - Snacks
  - Tecnología y Equipamiento
  - Servicios y Soluciones Alimentarias
  - Innovación y Tendencias
- **Otras actividades:**
  - Conferencias
  - Charlas comerciales
  - Talleres

## **IX. Contactos de Interés**

9.1 Institucionales

9.2 Comerciales



## 9.1 Contactos de interés institucionales - República Dominicana

- **Nombre:** Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS)
  - **Descripción:** Organismo del Ministerio de Salud Pública responsable de la regulación, vigilancia y control de medicamentos, alimentos y otros productos sanitarios. Fundamental para asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos procesados que se comercializan en el país.
  - **Dirección:** Avenida San Cristóbal, Esquina Tiradentes, Ensanche La Fe, Santo Domingo, República Dominicana.
  - **Teléfono:** +1 809-686-8552
  - **Sitio web:** <https://servicios.msp.gob.do/landing/#/servicios/digemaps/alimentos>
  
- **Nombre:** Ministerio de Agricultura de la República Dominicana
  - **Descripción:** Ministerio encargado de las políticas y programas para el desarrollo del sector agropecuario. Su trabajo impacta en la producción de las materias primas utilizadas por la industria de alimentos procesados.
  - **Dirección:** Avenida Jiménez Moya, Centro de los Héroes, Santo Domingo, República Dominicana.
  - **Teléfono:** +1 809-533-7171
  - **Sitio web:** <https://www.agricultura.gob.do/>
  
- **Nombre:** Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana)
  - **Descripción:** Agencia gubernamental encargada de promover las exportaciones y la inversión extranjera directa en la República Dominicana.
  - **Dirección:** Avenida 27 de Febrero No. 308, Edificio Torre Citigroup, Piso 19, La Esperilla, Santo Domingo, República Dominicana.
  - **Teléfono:** +1 809-530-5505
  - **Sitio web:** <https://prodominicana.gob.do/>



## Contactos de interés institucionales - Panamá

- **Nombre:** Agencia Panameña de Alimentos (APA)
  - **Descripción:** Anteriormente conocida como AUPSA, es la entidad encargada de garantizar la inocuidad de los alimentos, tanto importados como producidos localmente, a través de la regulación, inspección y control. Entidad importante para el cumplimiento de normativas sanitarias en el sector de alimentos procesados.
  - **Dirección:** Boulevard Costa del Este, Edificio PH Plaza del Este, Piso 3, Panamá, República de Panamá.
  - **Teléfono:** +507 226-8000 / +507 226-8001
  - **Sitio web:** <https://apa.gob.pa/>
  
- **Nombre:** Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA)
  - **Descripción:** Ministerio responsable de las políticas y programas relacionados con la producción agrícola y pecuaria. Su labor influye en la disponibilidad y calidad de las materias primas para la industria de alimentos procesados.
  - **Dirección:** Avenida Ricardo J. Alfaro, Edificio 534, Panamá, República de Panamá.
  - **Teléfono:** +507 507-0600
  - **Sitio web:** <https://mida.gob.pa/>

- **Nombre:** Ministerio de Comercio e Industrias (MICI)
  - **Descripción:** Ministerio encargado de formular y ejecutar la política comercial e industrial del país. Puede tener programas de apoyo e información relevante para el desarrollo y la inversión en el sector de alimentos procesados.
  - **Dirección:** Edificio Plaza Edison, Vía Ricardo J. Alfaro, Panamá, República de Panamá.
  - **Teléfono:** +507 507-2500
  - **Sitio web:** <https://www.mici.gob.pa/>



## Contactos de interés institucionales - Costa Rica

- **Nombre:** Servicio Fitosanitario del Estado (SFE)
  - **Descripción:** Dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) responsable de la protección de la sanidad vegetal del país. Regula aspectos fitosanitarios relacionados con la producción agrícola.
  - **Dirección:** XW3H+V23, Santa Monica, San José Province, Tibas, Costa Rica.
  - **Teléfono:** +506 2549 1400
  - **Sitio web:** <http://www.sfe.go.cr/>
- **Nombre:** Servicio Nacional de Salud Animal (SENASA) del MAG
  - **Descripción:** Dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) encargada de la sanidad animal y la inocuidad de los alimentos de origen animal.
  - **Dirección:** Sabana Sur, 400 metros oeste del ICE, Edificio SENASA, San José, Costa Rica.
  - **Teléfono:** +506 2587-1600
  - **Sitio web:** <https://www.senasa.go.cr/>
- **Nombre:** Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)
  - **Descripción:** Ministerio encargado de formular y ejecutar las políticas de economía, industria y comercio. Puede tener programas de apoyo a la competitividad, innovación y desarrollo empresarial en el sector de alimentos procesados.
  - **Dirección:** Avenida Central, Calles 2 y 4, Edificio MEIC, San José, Costa Rica.
  - **Teléfono:** +506 2549-1400
  - **Sitio web:** <https://www.meic.go.cr/>
- **Nombre:** Ministerio de Salud de Costa Rica
  - **Descripción:** Es el ente rector del sector salud en Costa Rica, responsable de formular políticas, planes, y regulaciones para proteger la salud de la población. Dentro de sus funciones se encuentra la vigilancia y control sanitario de los alimentos, asegurando que cumplan con las normativas para su consumo.
  - **Dirección:** Calle 16, Avenida 6 y 8, San José, Costa Rica
  - **Teléfono:** +506 2233-0303
  - **Sitio web:** <https://www.ministeriodesalud.go.cr/>



## 9.2 Contactos de interés comerciales República Dominicana

- **Nombre:** Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD)  
**Descripción:** Una de las principales cámaras de comercio del país, con una amplia membresía que incluye empresas del sector de alimentos, comercio e importación.
- **Dirección:** Avenida 27 de Febrero No. 39, Edificio Torre de la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, Santo Domingo, República Dominicana.
- **Teléfono:** +1 809-682-2688
- **Sitio web:** <https://camarasantodomingo.do/>
  
- **Nombre:** Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO)
- **Descripción:** Agrupa a empresas dedicadas a la exportación de bienes y servicios, incluyendo el sector de alimentos procesados.
- **Dirección:** Avenida Tiradentes No. 22, Edificio Blue Mall, Piso 11, Santo Domingo, República Dominicana.
- **Teléfono:** +1 809-567-9277
- **Sitio web:** <https://adoexpo.org/>
  
- **Nombre:** Asociación de Importadores de la República Dominicana (AIRD - a través de su membresía)  
**Descripción:** Si bien la AIRD (Asociación de Industrias) no es exclusivamente de importadores, muchos de sus miembros también lo son, especialmente en el sector de materias primas e insumos para la industria alimentaria.
- **Dirección:** Avenida Sarasota No. 23, Torre Empresarial AIRD, Bella Vista, Santo Domingo, República Dominicana.
- **Teléfono:** +1 809-682-9100
- **Sitio web:** <https://aird.org.do/>



## Contactos de interés comerciales - Panamá

- **Nombre:** Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP)
- **Descripción:** Una organización que agrupa a empresas de diversos sectores, incluyendo la industria de alimentos, el comercio y la importación. Facilita el networking y proporciona información del sector.
- **Dirección:** Avenida Samuel Lewis y Calle 42, Edificio de la CCIAP, Panamá, República de Panamá.
- **Teléfono:** +507 207-3400
- **Sitio web:** <https://www.panacamara.com/>
  
- **Nombre:** Asociación Panameña de Exportadores (APEX)
- **Descripción:** Agrupa a empresas dedicadas a la exportación de diversos productos, incluyendo alimentos procesados.
- **Dirección:** Edificio Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá, Piso 3, Oficina 304, Avenida Samuel Lewis y Calle 42, Panamá, República de Panamá.
- **Teléfono:** +507 227-3521 / +507 227-3522
- **Sitio web:** <http://apexpanama.org/>

- **Nombre:** Cámara de Comercio de Colón
- **Descripción:** Representa los intereses de las empresas en la Zona Libre de Colón y la provincia de Colón, un importante centro de comercio internacional. Puede ser relevante para empresas que buscan importar o exportar alimentos procesados a través de esta zona franca.
- **Dirección:** Avenida Central, entre calles 13 y 14, Edificio Cámara de Comercio, Colón, República de Panamá.
- **Teléfono:** +507 447-3466
- **Sitio web:** <https://www.camaracolón.com/>

## Contactos de interés comerciales - Costa Rica



- **Nombre:** Cámara de Comercio de Costa Rica (CCCR)
  - **Descripción:** La principal cámara de comercio del país, con una amplia representación de empresas en diversos sectores, incluyendo alimentos, comercio e importación.
  - **Dirección:** Calle 8, Avenidas 10 y 12, San José, Costa Rica.
  - **Teléfono:** +506 2202-0000
  - **Sitio web:** <https://www.camara-comercio.com/>
- 
- **Nombre:** Cámara de Importadores y Representantes de Casas Extranjeras (CRECEX)
  - **Descripción:** Una asociación específicamente enfocada en las empresas importadoras y representantes de marcas extranjeras en Costa Rica.
  - **Dirección:** Edificio Oficentro Ejecutivo La Sabana, Torre 2, Piso 5, Oficina 502, Sabana Sur, San José, Costa Rica.
  - **Teléfono:** +506 2290-0133
  - **Sitio web:** <http://www.crecox.com/>

## 10. CONCLUSIONES

El estudio de mercado se centró en los alimentos procesados con énfasis en la línea de alimentos preparados en República Dominicana, Panamá y Costa Rica, y se basó en entrevistas a 26 importadores clave de estos países.

### ● **Dinámicas de contacto**

Un aspecto fundamental que resalta del estudio es la forma en que los importadores establecen contacto con sus proveedores. Se observa que los eventos presenciales continúan siendo un canal vital, con un 32% de los entrevistados indicando que contactan a proveedores a través de ferias y exposiciones. En relación con la participación en ferias internacionales para identificar proveedores, los importadores entrevistados mencionaron su asistencia a ferias como SIAL París, Anuga y Agroalimentaria de República Dominicana, SIAL China, SIAL Montreal, Fancy Food NY, Private Label Chicago, Expocomer Panamá, JETRO Japón, Expofood Grecia, y ANTAD México.

### ● **Operaciones de importación**

En cuanto a las operaciones de importación en los 3 mercados analizados, Estados Unidos emerge como el proveedor predominante para los importadores entrevistados. La frecuencia de pedidos es mayormente mensual, con un 69% de los importadores realizando órdenes con esta periodicidad. Esta constancia en la demanda sugiere la necesidad de establecer cadenas de suministro robustas y confiables que puedan garantizar entregas consistentes. Adicionalmente, se identifica una estacionalidad en las importaciones, con un 34% de los entrevistados reportando un incremento en el trimestre de octubre-noviembre-diciembre.

Respecto a los servicios post-venta, el reemplazo de producto defectuoso o dañado es el principal servicio recibido, representando el 31% de las respuestas. En términos de Incoterms, el 52% de los Incoterms utilizados son de llegada (CIF 35%, CIP 13%), lo que implica una mayor responsabilidad para el exportador en cuanto a la logística y los costos hasta el destino. En cuanto a los pagos, la transferencia bancaria es el método preferido por el 93% de los importadores, y el 51% realiza los pagos a 30-60 días.

### ● **Atributos del proveedor y cadena de suministro**

La calidad del producto es la principal ventaja competitiva destacada por el 30% de las empresas. No obstante, existen particularidades regionales:

- Panamá: Valora la flexibilidad en los volúmenes de pedido y el servicio post-venta.
- República Dominicana: Prioriza el servicio post-venta y plazos de pago más amplios, con menor exigencia en certificaciones técnicas.
- Costa Rica: Muestra un perfil más técnico, con importadores que valoran y conocen diversas certificaciones internacionales como ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS y HACCP, las cuales son consideradas requisitos de acceso.

## ● Oportunidades encontradas

### **Harina de quinua, quinua pop, hojuelas de avena.**

Potencial y demanda para la importación: Alta y creciente. Este sector es el que más llamó la atención entre los compradores, con importadores abiertos por presión de los supermercados para completar góndolas saludables. Existe una tendencia creciente hacia el cuidado de la salud y una influencia de la inmigración que impulsa la demanda de la importación de estos productos.

### **Snacks de papas nativas y plátanos**

Potencial y demanda para la importación: Media. Existe interés en formatos saludables y para el desarrollo de marca privada. Aunque se reconoce la calidad de los snacks peruanos, la competitividad de precios frente a otros orígenes (Ecuador, China) y problemas de calidad son preocupaciones por parte de los compradores; asimismo los compradores están dispuestos a considerar nuevos proveedores si se les ofrece apoyo promocional para la introducción del producto en góndola; soluciones logísticas y los plazos de pago competitivos serán determinantes.

### **Salsa de tomate, salsa barbacoa, pasta de ají**

Potencial y demanda para la importación: Media. El consumo de salsas con agregados de valor, como hongos y otras especias, está en aumento. Sin embargo, hay una alta saturación en góndolas con fuerte competencia local e internacional sugiere un nicho de mercado para la auténtica pasta de ají peruana, pero se necesitaría una fuerte inversión en promoción debido a la alta competencia internacional.

### **Mermeladas de fresa, durazno y uva**

Potencial y demanda para la importación: Baja. Existe alta competencia local e internacional y saturación en góndolas.

## RECOMENDACIONES

El rol de PROMPERÚ es fundamental, ya que el 56% de los importadores espera de la agencia "información y asesoramiento estratégico". Las recomendaciones se dividen para PROMPERÚ y para las empresas exportadoras.

### Recomendaciones para PROMPERÚ

- **Gestión de la demanda:** Debe realizar una gestión proactiva y minuciosa de los requerimientos de los 26 compradores entrevistados, conectándolos directamente con proveedores peruanos que cumplan con sus necesidades específicas.
- **Fomento de la familiarización:** Organizar programas para invitar a compradores estratégicos de la región a Perú para que visiten las plantas de producción y conozcan la calidad de la oferta de primera mano.
- **Eventos y ferias:** Continuar y potenciar la participación peruana en ferias y exposiciones clave de los mercados objetivo, así como organizar misiones comerciales y ruedas de negocios.
- **Inteligencia comercial:** Proveen información de mercado actualizada, incluyendo fichas de compradores con contactos directos y análisis detallados de la competencia, para orientar a los exportadores.
- **Apoyo en certificaciones:** Ofrecer programas de apoyo técnico y financiero para que las empresas obtengan certificaciones internacionales como ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS y HACCP, que son valoradas por el 57.7% de los importadores.
- **Difusión estratégica:** Utilizar el correo electrónico como principal canal de comunicación para difundir newsletters y boletines informativos sobre la oferta exportable.

### Recomendaciones para las Empresas Exportadoras

- **Promoción:** Incluir en el presupuesto anual campañas de promoción y publicidad en la región, en colaboración con el importador local. La estrategia debe educar al consumidor sobre el uso de los productos.
- **Contacto directo:** Mantener una comunicación constante y proactiva con los importadores, utilizando el correo electrónico para enviar periódicamente novedades de productos y adaptaciones a las necesidades del mercado.
- **Adaptación a condiciones comerciales:**
  - Utilizar Incoterms de llegada (como CIF o CIP) que son preferidos por el 52% de los importadores.
  - Estar preparados para ofrecer plazos de pago de 30 a 60 días, ya que el 51% de los importadores opera bajo estas condiciones.
  - Ofrecer flexibilidad en los envíos, un factor considerado "muy importante" por el 61.5% de los entrevistados.
- **Calidad y certificaciones:** Asegurarse de contar con las certificaciones internacionales más demandadas para validar la "calidad estable" de los productos peruanos.
- **Servicio post-venta:** Ofrecer un servicio post-venta integral que vaya más allá del reemplazo de productos defectuosos. Esto incluye materiales promocionales, apoyo en ventas (28% de las respuestas), seguimiento de envíos y capacitación.

## **XI. Perfil de compradores**

Los perfiles de compradores se encuentran desarrollados en un documento aparte debido a la confidencialidad de la información. Para acceder a estos datos detallados y comprender mejor las características y preferencias de los consumidores, así como las estrategias específicas para abordar cada segmento del mercado, por favor contactar con el equipo de PROMPERÚ. Ellos podrán proporcionar la información necesaria y guiar en la mejor manera de utilizarla para maximizar las oportunidades comerciales en los mercados analizados.

## XII. Bibliografía

- International Trade Centre. (Año). TradeMap: Herramienta de análisis comercial. Recuperado de <https://www.trademap.org>
- Banco Mundial. (2023). Indicadores de Desarrollo Global. Recuperado de <https://databank.worldbank.org>
- Banco Mundial. (2022). Perspectivas económicas globales. Recuperado de <https://www.worldbank.org>
- Quiros, A. M. (Año). Experiencia de Costa Rica. Asociación Latinoamericana y del Caribe de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ALACCTA). Recuperado de [https://alaccta.org/documentos/Ana\\_M\\_Quiros\\_ASCOTA\\_Experiencia\\_de\\_Costa\\_Rica.pdf?form=MG0AV3](https://alaccta.org/documentos/Ana_M_Quiros_ASCOTA_Experiencia_de_Costa_Rica.pdf?form=MG0AV3)
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA). (2021). Informe 2021 y perspectivas 2022. Recuperado de <https://www.cacia.org/informe-2021-y-perspectivas-2022/?form=MG0AV3>
- Ministerio de Salud de Costa Rica. (2018). Patrones de consumo aparente de alimentos según disponibilidad de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2018. Ministerio de Salud de Costa Rica. Recuperado de <https://www.ministeriodesalud.go.cr>
- Bastos Alfaro, M. J. (2023, marzo). Evaluación del efecto de la COVID-19 sobre el consumo de alimentos ultra procesados, y su relación con enfermedades no transmisibles (ENT) en adultos de la GAM de Costa Rica, para establecer tendencias de una alimentación saludable para la industria alimentaria. Universidad para la Cooperación Internacional (UCI). Recuperado de <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/44a41af2f4a2a56df395be4bdfbd7130.pdf>
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA). (2024). Sostenibilidad en empaques. Recuperado de <https://alimentaria.cacia.org/digital/sostenibilidad-en-empaques/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (Año). Acuerdo comercial entre Perú y Panamá. Recuperado de [https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En\\_Vigencia/Panama/inicio.html](https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Panama/inicio.html)
- Instituto Dominicano para la Calidad (INDOCAL). (s.f.). *Guía de importación productos regulados por INDOCAL*. INDOCAL. Recuperado el 15 de mayo de 2025, de <https://indocal.gob.do/guia-de-importacion-productos-regulados-por-indocal/>
- Dirección General de Aduanas (DGA). (s.f.). *Requisitos mínimos de seguridad para importadores – Operador Económico Autorizado (OEA)*. DGA. Recuperado el 18 de mayo de 2025, de <https://siga.aduanas.gob.do/oea/documentos/Requisitos-minimos-OEA-RD-IMPORTADOR-Final.pdf>
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSP). (s.f.). *Servicios de la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS)*. MSP. Recuperado el 20 de mayo de 2025, de <https://servicios.msp.gob.do/landing/#/servicios/digemaps/alimentos>
- Ventanilla Única de Comercio Exterior de la República Dominicana (VUCERD). (s.f.). *Importación de materia prima para alimentos*. VUCERD. Recuperado el 22 de mayo de 2025, de <https://vucerd.gob.do/media/1792/importación-materia-prima-alimentos.pdf>
- Dirección General de Impuestos Internos (DGII). (s.f.). Licencia de importación para comestibles. DGII. Recuperado el 25 de mayo de 2025, de <https://ayuda.dgii.gov.do/conversations/discusiones/licencia-de-importacion-para-comestibles/5f3c17db8cd858ce87ae2cc2>

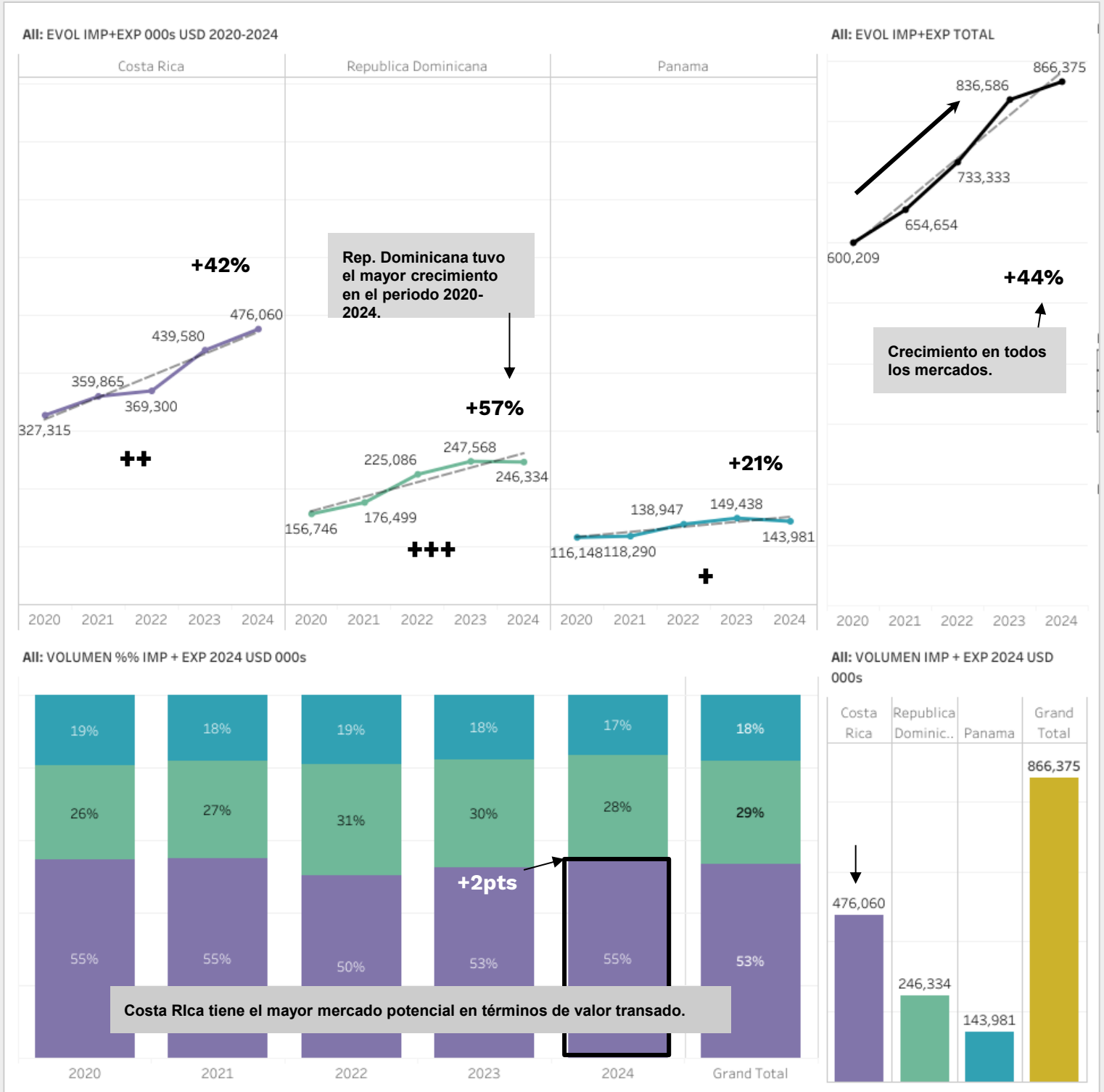
- Autoridad Nacional de Aduanas de Panamá (ANA). (s.f.). Requisitos de acceso al mercado. ANA. Recuperado el 27 de mayo de 2025, de [https://ana.gob.pa/w\\_av/index.php/requisitos/2-uncategorised](https://ana.gob.pa/w_av/index.php/requisitos/2-uncategorised)
- ProChile. (2013). República Dominicana: Canales de distribución de alimentos. ProChile. [https://acceso.prochile.cl/wp-content/files\\_mf/1387895978RDominicana\\_canales\\_alimentos\\_2013.pdf](https://acceso.prochile.cl/wp-content/files_mf/1387895978RDominicana_canales_alimentos_2013.pdf)

## **XIII. Anexo**

## 4.2 Exportaciones e importaciones del producto(s) del país de destino

Evolución valores IMP+EXP para mercado destino periodo 2020-2024 en USD 000s

En mercado potencial de Costa Rica, Rep. Dominicana y Panamá transó, tanto en importaciones como exportaciones, **866 MM\$** de USD en 2024 para el grupo de partidas seleccionadas. Todos los países presentan una tendencia positiva en la evolución de los valores transados en los últimos 5 años, con un promedio general de **44%**, República Dominicana es el país con mayor crecimiento con **57%** seguido de Costa Rica con **45%** y Panamá con **24%**. Las participaciones relativas han permanecido constantes durante el período 2020-2024, con un aumento de share de 2pts de Costa Rica a **55%** del mercado potencial en 2024. Costa Rica es el país con mayor participación en el sector externo.



Cuadro EXP A1 - Fuente: Trademap - elaboración propia

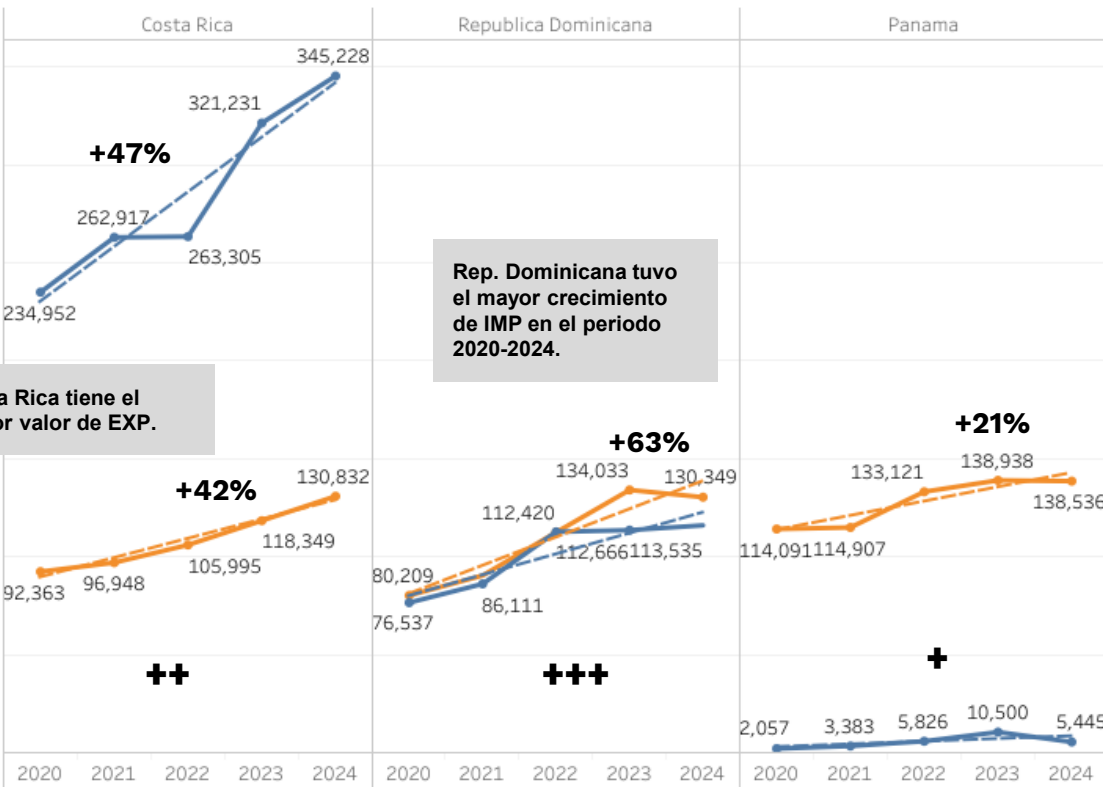
# Exportaciones e importaciones del producto(s) del país de destino

Evolución valores y participación relativa IMP y EXP para mercado destino periodo 2020-2024 en USD 000s

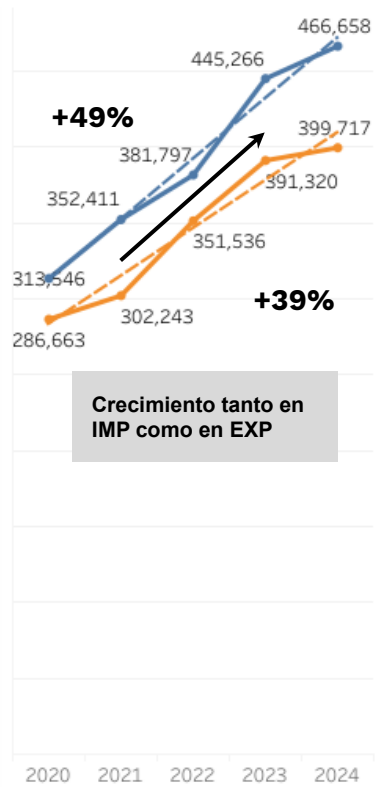
El sector **EXP** tiene mayor valor con el **53%** vs. **47%** de las **IMP** promedio para el periodo 2020-2024. Si analizamos cada mercado individualmente vemos que **Costa Rica** tiene el mayor valor de EXP con un **72%** promedio para el periodo analizado, seguido por **República Dominicana** con un **48%** y **Panamá** con apenas **4%**.

Ambos sectores muestran crecimiento para el periodo 2020-2024, las **EXP** crecieron más que las **IMP** con **49% vs. 39%** para el periodo. República Dominicana tuvo el mayor crecimiento para las IMP con un cambio en la participación relativa de 2pts en favor de la IMP. Costa Rica y Panamá mantuvieron su participaciones estables.

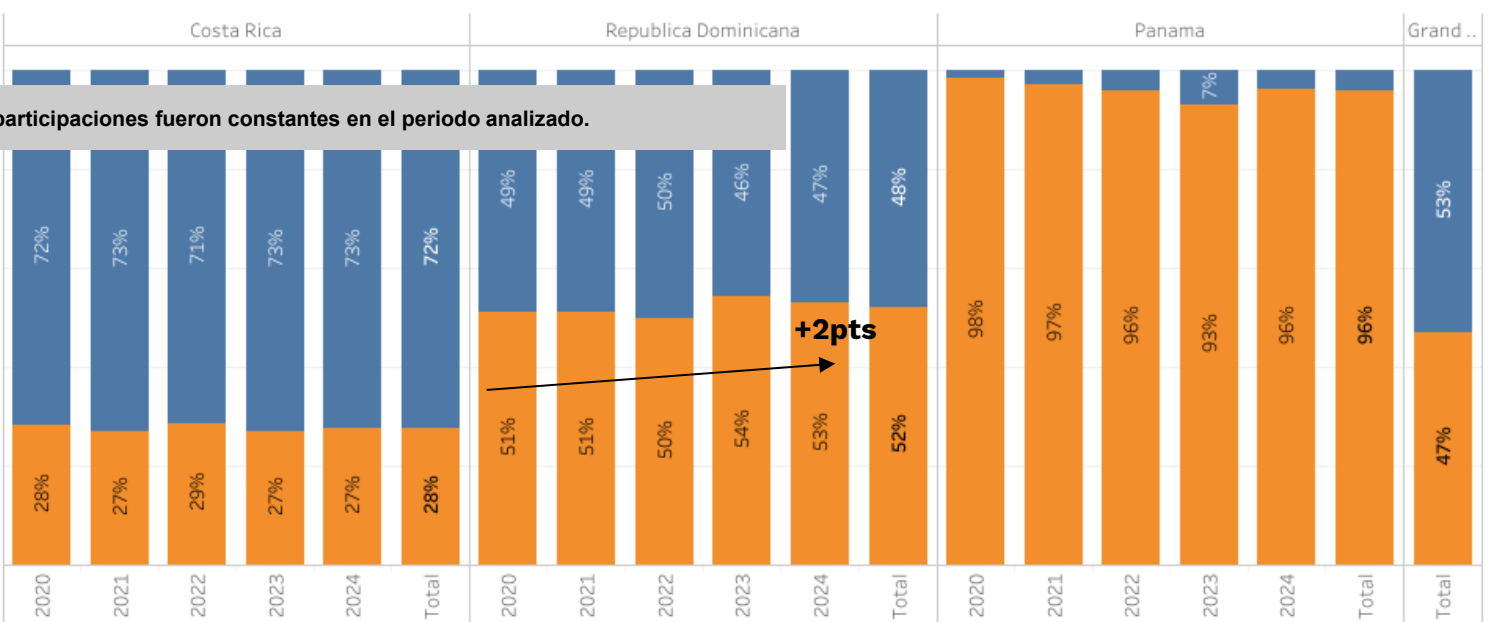
AII: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



AII: EVOL IMP & EXP TOT



AII: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



Cuadro EXP A2 - Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones del país de destino del producto(s) - Total partidas seleccionadas

Total partidas seleccionadas - Ranking destino exportaciones 2024 en 000s USD

\* - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - EXP - All

Mercado	
Grand Total	345,228
Guatemala	70,149
Estados Unidos de América	61,966
Países Bajos	34,472
El Salvador	33,455
Nicaragua	30,961
Panamá	21,694
Honduras	21,426
Jamaica	16,236
España	7,301
México	6,992
Polonia	5,671
Bélgica	4,610
Reino Unido	4,510
República Dominicana	3,435
Trinidad y Tobago	2,676
Letonia	1,942
Francia	1,849
Guyana	1,185
Emiratos Árabes Unidos	985
Türkiye	951
Barbados	950
China	910
Japón	895
Italia	862

### Panamá - EXP - All

Mercado	
Grand Total	4,966
Cuba	2,435
Venezuela, República Boli..	780
Panamá	369
Colombia	311
Honduras	269
Estados Unidos de América	186
El Salvador	91
Uruguay	90
Costa Rica	88
República Dominicana	83
Ecuador	59
Curaçao	49
Barbados	31
Chile	21
Bahamas	20
San Martín (parte Holand..	15
Nicaragua	13
Perú	11
Haití	11
Paraguay	10
Brasil	7
Belice	6
Zona franca	4
Trinidad y Tobago	3

### República Dominicana - EXP - All

Mercado	
Grand Total	115,985
Estados Unidos de América	48,838
Haití	31,391
Jamaica	19,031
Trinidad y Tobago	2,804
Perú	1,820
Panamá	1,363
Barbados	1,313
Cuba	1,125
Bahamas	1,117
Guyana	1,093
Francia	951
España	820
Aruba	749
Canadá	731
Curaçao	649
Antigua y Barbuda	590
Chile	305
Saint Kitts y Nevis	218
Guatemala	201
Islas Turks y Caicos	118
Reino Unido	104
Italia	99
Colombia	84
Alemania	84

\* - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - EXP - All

Guatemala	20.32%
Estados Unidos de América	17.95%
Países Bajos	9.99%
El Salvador	9.69%
Nicaragua	8.97%
Panamá	6.28%
Honduras	6.21%
Jamaica	4.70%
España	2.11%
México	2.03%
Polonia	1.64%
Bélgica	1.34%
Reino Unido	1.31%
República Dominicana	0.99%
Trinidad y Tobago	0.78%
Letonia	0.56%
Francia	0.54%
Guyana	0.34%
Emiratos Árabes Unidos	0.29%
Türkiye	0.28%
Barbados	0.28%
China	0.26%
Japón	0.26%
Italia	0.25%
Ecuador	0.22%
Malasia	0.21%

### República Dominicana - EXP - All

Estados Unidos de América	42.11%
Haití	27.06%
Jamaica	16.41%
Trinidad y Tobago	2.42%
Perú	1.57%
Panamá	1.18%
Barbados	1.13%
Cuba	0.97%
Bahamas	0.96%
Guyana	0.94%
Francia	0.82%
España	0.71%
Aruba	0.65%
Canadá	0.63%
Curaçao	0.56%
Antigua y Barbuda	0.51%
Chile	0.26%
Saint Kitts y Nevis	0.19%
Guatemala	0.17%
Islas Turks y Caicos	0.10%
Reino Unido	0.09%
Italia	0.09%
Colombia	0.07%
Alemania	0.07%
Islas Caimanes	0.06%
Costa Rica	0.06%

### Panamá - EXP - All

Cuba	49.03%
Venezuela, República Boli..	15.71%
Panamá	7.43%
Colombia	6.26%
Honduras	5.42%
Estados Unidos de América	3.75%
El Salvador	1.83%
Uruguay	1.81%
Costa Rica	1.77%
República Dominicana	1.67%
Ecuador	1.19%
Curaçao	0.99%
Barbados	0.62%
Chile	0.42%
Bahamas	0.40%
San Martín (parte Holand..	0.30%
Nicaragua	0.26%
Perú	0.22%
Haití	0.22%
Paraguay	0.20%
Brasil	0.14%
Belice	0.12%
Zona franca	0.08%
Trinidad y Tobago	0.06%
Aruba	0.06%
Antigua y Barbuda	0.02%

## Exportaciones del país de destino del producto(s) - Top 89%

21.03.90 Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonadores, salsa mayonesa

Ranking destino exportaciones 2024 en 000s USD

### 210390 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 210390

Grand Total	120,180
Guatemala	51,298
El Salvador	22,322
Nicaragua	15,125
Panamá	9,827
Honduras	6,850
Estados Unidos de América	4,517
Jamaica	3,519
República Dominicana	1,511
México	1,053
Reino Unido	816
Ecuador	751
Trinidad y Tobago	637
Finlandia	532
China	518
Nueva Zelanda	389
Canadá	102
Francia	100
Perú	88
Israel	55
Alemania	36
Cuba	29
Curaçao	26
Türkiye	24
Chile	14
Brasil	12

#### Republica Dominicana - EXP - 210390

Grand Total	33,303
Haití	13,193
Estados Unidos de América	11,097
Jamaica	4,793
Trinidad y Tobago	1,403
Cuba	1,019
España	348
Curaçao	272
Canadá	230
Guyana	210
Barbados	139
Chile	138
Francia	109
Italia	96
Colombia	84
Islas Turks y Caicos	76
Alemania	38
Islas Vírgenes Británicas	10
Ecuador	9
Suriname	8
Bahamas	8
Portugal	7
Perú	4
Países Bajos	4
República Dominicana	2
Aruba	2

#### Panamá - EXP - 210390

Grand Total	1,082
Cuba	315
Honduras	221
Estados Unidos de América	123
Panamá	115
Colombia	93
Costa Rica	84
República Dominicana	22
Bahamas	20
El Salvador	18
Ecuador	16
Curaçao	13
Nicaragua	12
Haití	11
Brasil	7
Uruguay	4
San Martin (parte Holand..	3
Paraguay	2
Aruba	2
Antigua y Barbuda	1

### 210390 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 210390

Guatemala	42.68%
El Salvador	18.57%
Nicaragua	12.59%
Panamá	8.18%
Honduras	5.70%
Estados Unidos de América	3.76%
Jamaica	2.93%
República Dominicana	1.26%
México	0.88%
Reino Unido	0.68%
Ecuador	0.62%
Trinidad y Tobago	0.53%
Finlandia	0.44%
China	0.43%
Nueva Zelanda	0.32%
Canadá	0.08%
Francia	0.08%
Perú	0.07%
Israel	0.05%
Alemania	0.03%
Cuba	0.02%
Curaçao	0.02%
Türkiye	0.02%
Chile	0.01%
Brasil	0.01%
Haití	0.01%

#### Republica Dominicana - EXP - 210390

Haití	39.62%
Estados Unidos de América	33.32%
Jamaica	14.39%
Trinidad y Tobago	4.21%
Cuba	3.06%
España	1.04%
Curaçao	0.82%
Canadá	0.69%
Guyana	0.63%
Barbados	0.42%
Chile	0.41%
Francia	0.33%
Italia	0.29%
Colombia	0.25%
Islas Turks y Caicos	0.23%
Alemania	0.11%
Islas Vírgenes Británicas	0.03%
Ecuador	0.03%
Suriname	0.02%
Bahamas	0.02%
Portugal	0.02%
Perú	0.01%
Países Bajos	0.01%
República Dominicana	0.01%
Aruba	0.01%
Antigua y Barbuda	0.01%

#### Panamá - EXP - 210390

Cuba	29.11%
Honduras	20.43%
Estados Unidos de América	11.37%
Panamá	10.63%
Colombia	8.60%
Costa Rica	7.76%
República Dominicana	2.03%
Bahamas	1.85%
El Salvador	1.66%
Ecuador	1.48%
Curaçao	1.20%
Nicaragua	1.11%
Haití	1.02%
Brasil	0.65%
Uruguay	0.37%
San Martin (parte Holand..	0.28%
Paraguay	0.18%
Aruba	0.18%
Antigua y Barbuda	0.09%

## Exportaciones del país de destino del producto(s) - Top 89%

20.08.99 Los demás frutas y plantas comestibles preparadas - Ranking destino exportaciones 2024 en 000s

USD

### 200899 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 200899

Grand Total	126,354
Estados Unidos de América	46,621
Países Bajos	24,190
Jamaica	11,413
España	5,646
México	5,179
Bélgica	4,289
Reino Unido	3,583
Panamá	2,835
Guatemala	2,106
Trinidad y Tobago	1,983
Letonia	1,942
El Salvador	1,566
Polonia	1,207
Guyana	1,185
Emiratos Árabes Unidos	985
Barbados	932
Türkiye	905
Francia	873
Japón	853
República Dominicana	720
Malasia	716
Libia Estado de	659
Honduras	590
Sudáfrica	515
Nicaragua	501

#### Republica Dominicana - EXP - 200899

Grand Total	25,712
Estados Unidos de América	17,548
Jamaica	3,730
Perú	1,816
Francia	765
Panamá	615
Canadá	501
España	264
Reino Unido	104
Islas Caimanes	72
Costa Rica	68
Antigua y Barbuda	49
República Dominicana	42
Curaçao	28
Bahamas	23
Aruba	23
Haití	17
Saint Kitts y Nevis	12
Trinidad y Tobago	11
Guyana	7
El Salvador	5
Islas Turks y Caicos	4
Alemania	4
Países Bajos	2
Bonaire, San Estaquío y S..	1
Bélgica	1

#### Panamá - EXP - 200899

Grand Total	29
Panamá	23
Cuba	6

### 200899 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 200899

Estados Unidos de América	36.90%
Países Bajos	19.14%
Jamaica	9.03%
España	4.47%
México	4.10%
Bélgica	3.39%
Reino Unido	2.84%
Panamá	2.24%
Guatemala	1.67%
Trinidad y Tobago	1.57%
Letonia	1.54%
El Salvador	1.24%
Polonia	0.96%
Guyana	0.94%
Emiratos Árabes Unidos	0.78%
Barbados	0.74%
Türkiye	0.72%
Francia	0.69%
Japón	0.68%
República Dominicana	0.57%
Malasia	0.57%
Libia Estado de	0.52%
Honduras	0.47%
Sudáfrica	0.41%
Nicaragua	0.40%
China	0.31%

#### Republica Dominicana - EXP - 200899

Estados Unidos de América	68.25%
Jamaica	14.51%
Perú	7.06%
Francia	2.98%
Panamá	2.39%
Canadá	1.95%
España	1.03%
Reino Unido	0.40%
Islas Caimanes	0.28%
Costa Rica	0.26%
Antigua y Barbuda	0.19%
República Dominicana	0.16%
Curaçao	0.11%
Bahamas	0.09%
Aruba	0.09%
Haití	0.07%
Saint Kitts y Nevis	0.05%
Trinidad y Tobago	0.04%
Guyana	0.03%
El Salvador	0.02%
Islas Turks y Caicos	0.02%
Alemania	0.02%
Países Bajos	0.01%
Bonaire, San Estaquío y S..	0.00%
Bélgica	0.00%

#### Panamá - EXP - 200899

Panamá	79.31%
Cuba	20.69%

## Exportaciones del país de destino del producto(s) - Top 89%

21.03.20 Salsa Tomate - Ranking destino exportaciones 2024 en 000s USD

### 210320 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 210320

Grand Total	51,624
Guatemala	13,166
Nicaragua	12,734
Honduras	11,039
Estados Unidos de América	5,776
El Salvador	5,378
Panamá	2,677
México	512
República Dominicana	266
Chile	26
Reino Unido	23
Aruba	18
Islas Vírgenes Británicas	8
Barbados	1

#### Republica Dominicana - EXP - 210320

Grand Total	21,347
Haití	17,172
Estados Unidos de América	4,116
Cuba	29
Islas Turks y Caicos	21
Trinidad y Tobago	4
Portugal	2
Francia	2
Antigua y Barbuda	1

#### Panamá - EXP - 210320

Grand Total	309
Colombia	119
Cuba	53
Honduras	46
República Dominicana	20
Panamá	18
Estados Unidos de América	18
Venezuela, República Boli..	16
Curaçao	9
Ecuador	7
Trinidad y Tobago	3

### 210320 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 210320

Guatemala	25.50%
Nicaragua	24.67%
Honduras	21.38%
Estados Unidos de América	11.19%
El Salvador	10.42%
Panamá	5.19%
México	0.99%
República Dominicana	0.52%
Chile	0.05%
Reino Unido	0.04%
Aruba	0.03%
Islas Vírgenes Británicas	0.02%
Barbados	0.00%

#### Republica Dominicana - EXP - 210320

Haití	80.44%
Estados Unidos de América	19.28%
Cuba	0.14%
Islas Turks y Caicos	0.10%
Trinidad y Tobago	0.02%
Portugal	0.01%
Francia	0.01%
Antigua y Barbuda	0.00%

#### Panamá - EXP - 210320

Colombia	38.51%
Cuba	17.15%
Honduras	14.89%
República Dominicana	6.47%
Panamá	5.83%
Estados Unidos de América	5.83%
Venezuela, República Boli..	5.18%
Curaçao	2.91%
Ecuador	2.27%
Trinidad y Tobago	0.97%

Cuadro EXP03-Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones del país de destino del producto(s) - Top 89%

20.07.99 Las demás confituras, jaleas y mermeladas - Ranking destino exportaciones 2024 en 000s USD

### 200799 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 200799

Grand Total	27,622
Países Bajos	10,282
Estados Unidos de América	4,610
Polonia	4,464
España	1,655
Honduras	933
Francia	876
Panamá	777
Italia	617
Nicaragua	541
El Salvador	421
Canadá	411
Guatemala	348
Bélgica	321
República Dominicana	291
México	248
Sudáfrica	185
Argentina	105
Reino Unido	85
Alemania	81
Israel	61
Egipto	56
Jamaica	54
Japón	42
Irlanda	32
Kenya	29

#### Republica Dominicana - EXP - 200799

Grand Total	2,442
Estados Unidos de América	2,078
España	198
Francia	41
Alemania	30
Jamaica	28
Curaçao	13
Islas Turks y Caicos	12
Guyana	11
República Dominicana	10
Cuba	8
Haití	6
México	4
Granada	3

#### Panamá - EXP - 200799

Grand Total	2,063
Cuba	1,977
El Salvador	67
San Martin (parte Holand..)	12
Zona franca	4
Panamá	3

### 200799 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - EXP - 200799

Países Bajos	37.22%
Estados Unidos de América	16.69%
Polonia	16.16%
España	5.99%
Honduras	3.38%
Francia	3.17%
Panamá	2.81%
Italia	2.23%
Nicaragua	1.96%
El Salvador	1.52%
Canadá	1.49%
Guatemala	1.26%
Bélgica	1.16%
República Dominicana	1.05%
México	0.90%
Sudáfrica	0.67%
Argentina	0.38%
Reino Unido	0.31%
Alemania	0.29%
Israel	0.22%
Egipto	0.20%
Jamaica	0.20%
Japón	0.15%
Irlanda	0.12%
Kenya	0.10%
Ucrania	0.09%

#### Republica Dominicana - EXP - 200799

Estados Unidos de América	85.09%
España	8.11%
Francia	1.68%
Alemania	1.23%
Jamaica	1.15%
Curaçao	0.53%
Islas Turks y Caicos	0.49%
Guyana	0.45%
República Dominicana	0.41%
Cuba	0.33%
Haití	0.25%
México	0.16%
Granada	0.12%

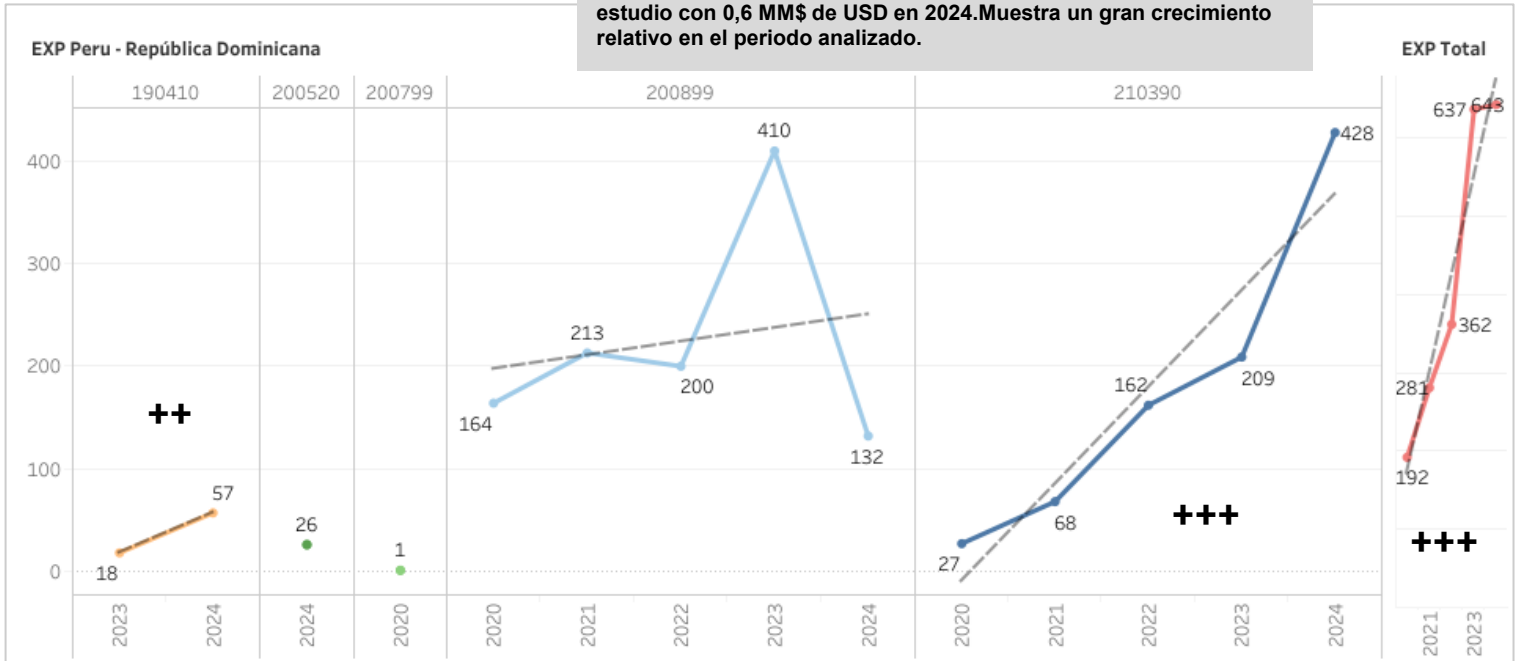
#### Panamá - EXP - 200799

Cuba	95.83%
El Salvador	3.25%
San Martin (parte Holand..)	0.58%
Zona franca	0.19%
Panamá	0.15%

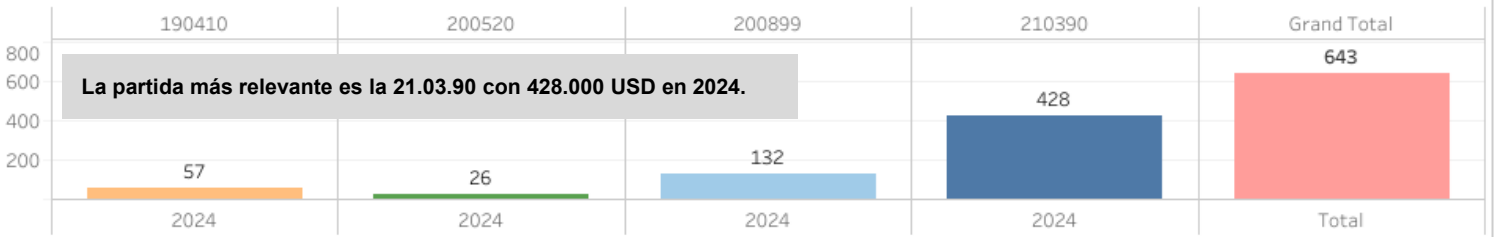
# Exportaciones de Perú a República Dominicana

Periodo 2024-2020 en 000s USD

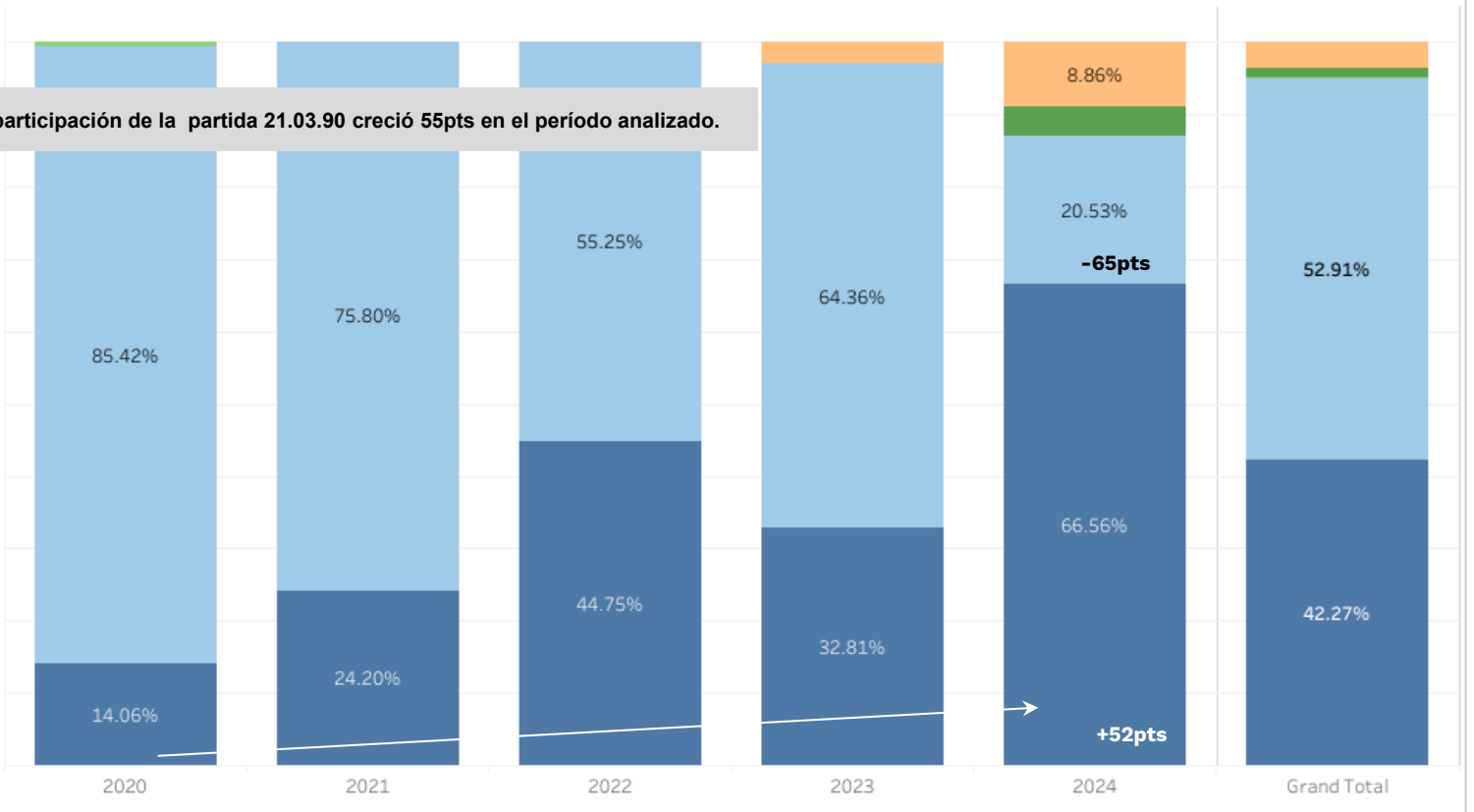
República Dominicana es el mercado más grande de los 3 bajo estudio con 0,6 MM\$ de USD en 2024. Muestra un gran crecimiento relativo en el periodo analizado.



## EXP Peru 2024 USD 000s - República Dominicana



## EXP Peru - República Dominicana

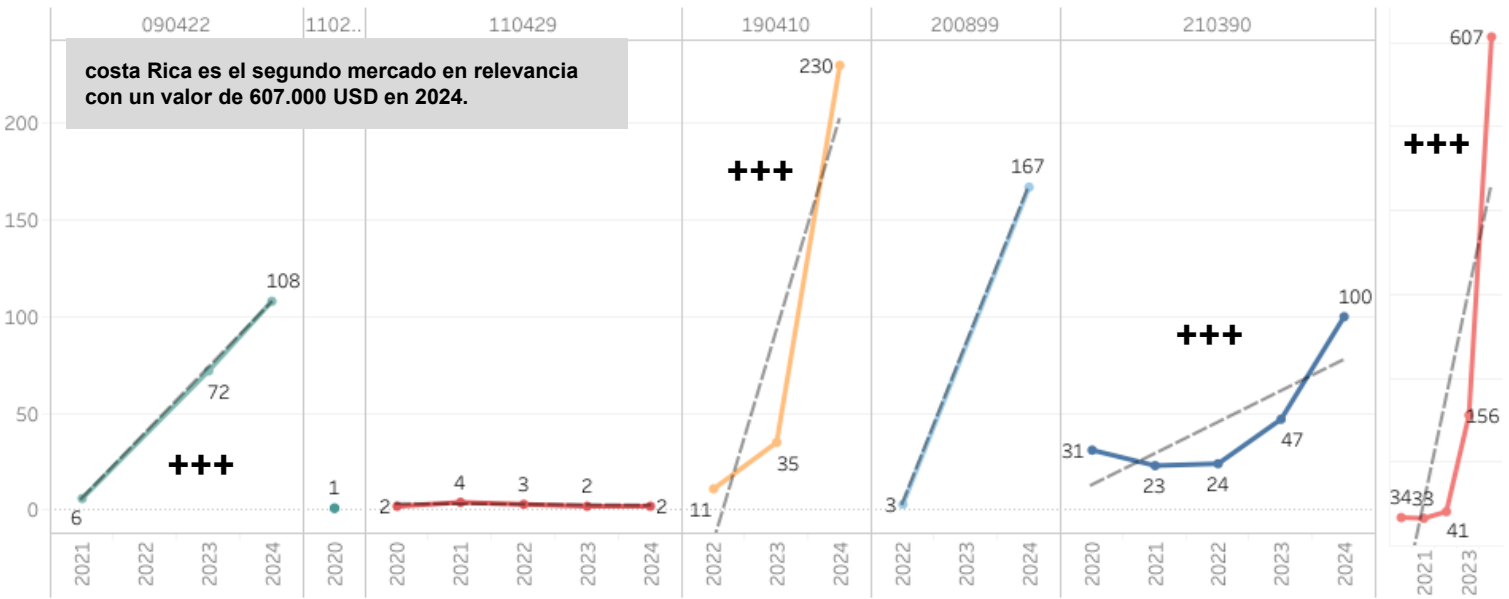


Cuadro EXPPA01-Fuente: Trademap - elaboración propia

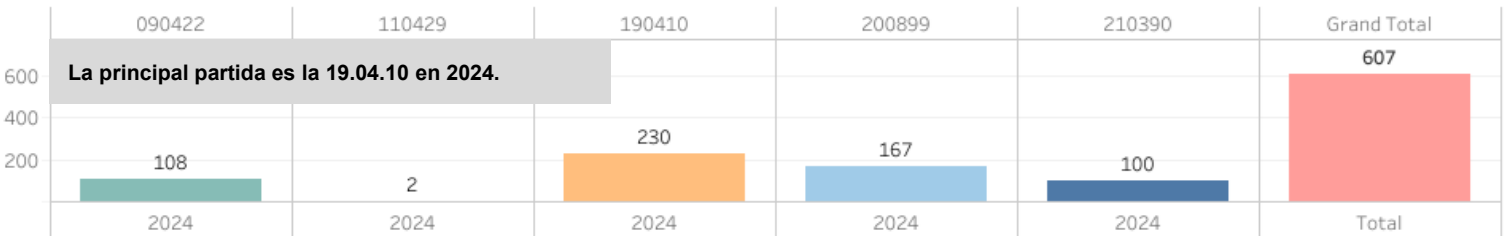
# Exportaciones de Perú a Costa Rica

Periodo 2024-2020 en 000s USD

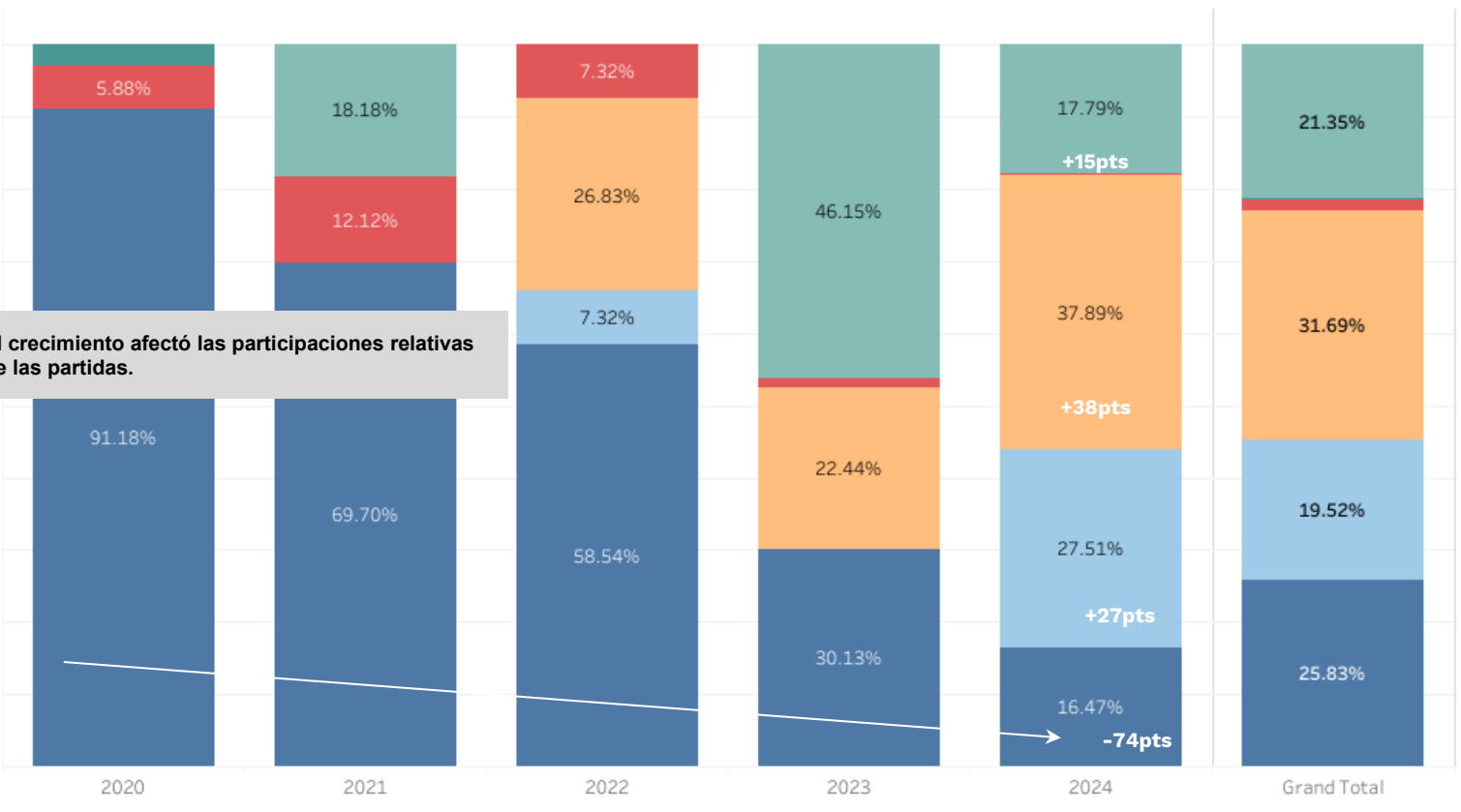
EXP Peru - Costa Rica



EXP Peru 2024 USD 000s - Costa Rica



EXP Peru - Costa Rica

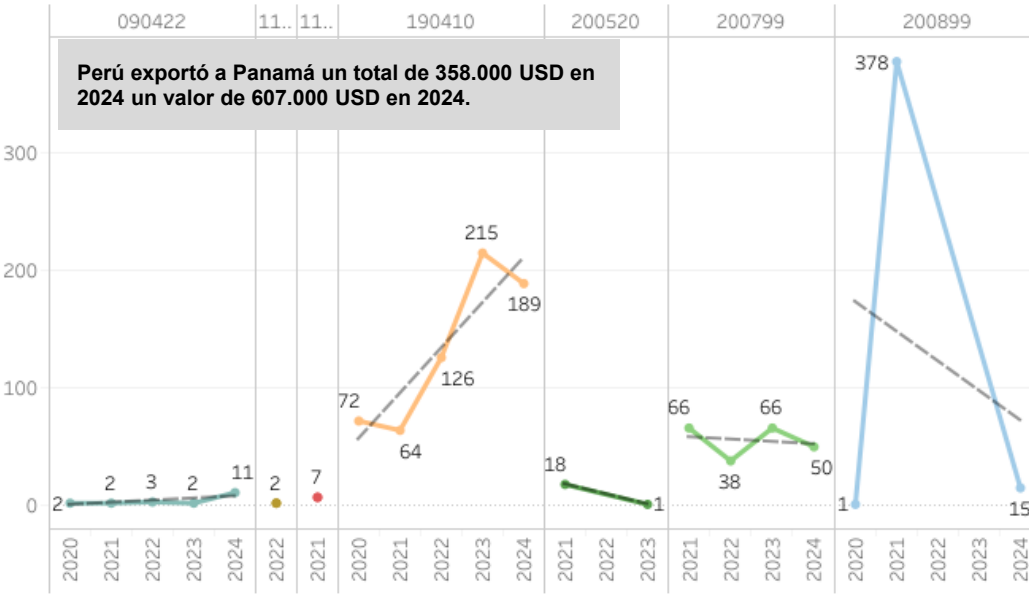


Cuadro EXPPA02-Fuente: Trademap - elaboración propia

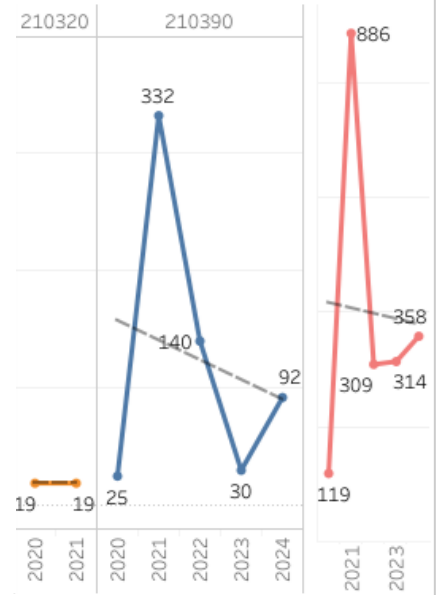
# Exportaciones de Perú a Panamá

Periodo 2024-2020 en 000s USD

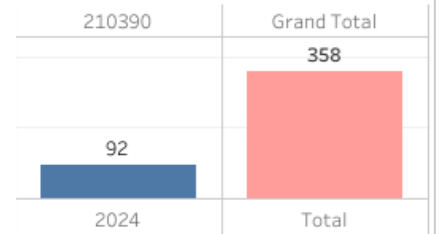
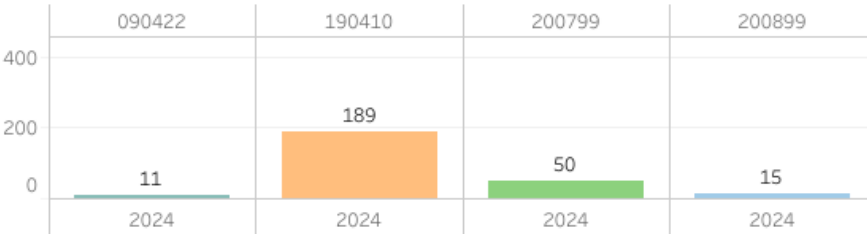
EXP Peru - Panamá



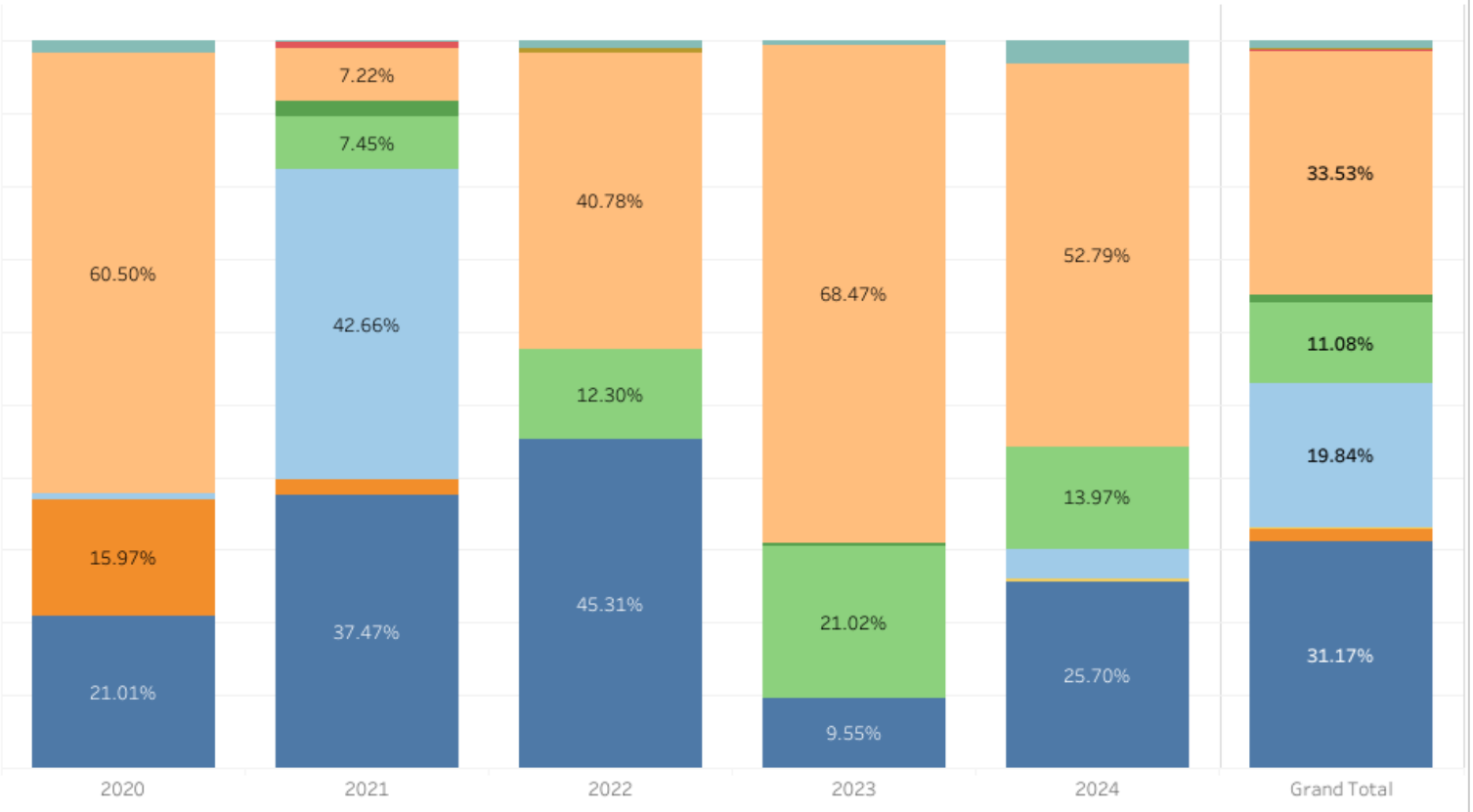
EXP Total



EXP Peru 2024 USD 000s - Panamá



EXP Peru - Panamá



Cuadro EXPPA03-Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones de Perú - Total países

Partidas seleccionadas - 2024-2020 en 000s USD

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
090422	11984	14846	17087	21203	18266	52,4%	-13,9%
110290	1246	1435	1343	961	983	-21,1%	2,3%
110412	902	691	921	511	156	-82,7%	-69,5%
110429	3526	2399	2077	2136	2350	-33,4%	10,0%
190410	10265	11936	12198	12087	11421	11,3%	-5,5%
200520	2591	2652	2797	2544	2839	9,6%	11,6%
200799	7263	3694	7836	8072	8282	14,0%	2,6%
200899	35896	35180	46441	49895	44662	24,4%	-10,5%
210320	976	811	1521	1025	628	-35,7%	-38,7%
210390	35060	43344	49665	47832	53674	53,1%	12,2%
<b>Total</b>	<b>111947</b>	<b>119384</b>	<b>144436</b>	<b>149091</b>	<b>146607</b>	<b>31,0%</b>	<b>-1,7%</b>

Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones de Perú - Costa Rica

Partidas seleccionadas - 2024-2020 en 000s USD

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
090422		6		72	108		50,0%
110290	1						
110412							
110429	2	4	3	2	2	0,0%	0,0%
190410			11	35	230		557,1%
200520							
200799							
200899			3		167		
210320							
210390	31	23	24	47	100	222,6%	112,8%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>156</b>	<b>607</b>	<b>1685,3%</b>	<b>289,1%</b>

Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones de Perú - República Dominicana

Partidas seleccionadas - 2024-2020 en 000s USD

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
090422							
110290							
110412							
110429							
190410				18	57		216,7%
200520					26		
200799	1					-100,0%	
200899	164	213	200	410	132	-19,5%	-67,8%
210320							
210390							
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>281</b>	<b>362</b>	<b>637</b>	<b>643</b>	<b>234,9%</b>	<b>0,9%</b>

Fuente: Trademap - elaboración propia

## Exportaciones de Perú - Panamá

Partidas seleccionadas - 2024-2020 en 000s USD

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
090422	2	2	3	2	11	450,0%	450,0%
110290							
110412			2				
110429		7					
190410	72	64	126	215	189	162,5%	-12,1%
200520		18		1			-100,0%
200799		66	38	66	50		-24,2%
200899	1	378			15	1400,0%	
210320	19	19				-100,0%	
210390	25	332	140	30	92	268,0%	206,7%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>886</b>	<b>309</b>	<b>314</b>	<b>358</b>	<b>200,8%</b>	<b>14,0%</b>

Fuente: Trademap - elaboración propia

## Valor total IMP+EXP

Mercados \$\$ y %% USD 000s

valor 000s USD IMP+EXP							
País	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
Costa Rica	327.315	359.865	369.300	439.580	476.060	45,4%	8,3%
Panamá	116.148	118.290	138.947	149.438	143.981	24,0%	-3,7%
República Dominicana	156.746	176.499	225.086	247.568	246.334	57,2%	-0,5%
<b>Total</b>	<b>600.209</b>	<b>654.654</b>	<b>733.333</b>	<b>836.586</b>	<b>866.375</b>	<b>44,3%</b>	<b>3,6%</b>
Participación % 000s USD IMP+EXP							
País	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
Costa Rica	54,5%	55,0%	50,4%	52,5%	54,9%	0,4%	2,4%
Panamá	19,4%	18,1%	18,9%	17,9%	16,6%	-2,7%	-1,2%
República Dominicana	26,1%	27,0%	30,7%	29,6%	28,4%	2,3%	-1,2%

valor 000s USD apertura IMP+EXP							
País	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
Costa Rica	234.952	262.917	263.305	321.231	345.228	46,9%	7,5%
Panamá	2.057	3.383	5.826	10.500	5.445	164,7%	-48,1%
República Dominicana	76.537	86.111	112.666	113.535	115.985	51,5%	2,2%
<b>Total EXP</b>	<b>313.546</b>	<b>352.411</b>	<b>381.797</b>	<b>445.266</b>	<b>466.658</b>	<b>48,8%</b>	<b>4,8%</b>
Costa Rica	92.363	96.948	105.995	118.349	130.832	41,6%	10,5%
Panamá	114.091	114.907	133.121	138.938	138.536	21,4%	-0,3%
República Dominicana	80.209	90.388	112.420	134.033	130.349	62,5%	-2,7%
<b>Total IMP</b>	<b>286.663</b>	<b>302.243</b>	<b>351.536</b>	<b>391.320</b>	<b>399.717</b>	<b>39,4%</b>	<b>2,1%</b>
<b>Total EXP+IMP</b>	<b>600.209</b>	<b>654.654</b>	<b>733.333</b>	<b>836.586</b>	<b>866.375</b>	<b>44,3%</b>	<b>3,6%</b>
Participación % 000s USD IMP+EXP							
País	2020	2021	2022	2023	2024	24vs20	24vs23
Costa Rica	74,9%	74,6%	69,0%	72,1%	74,0%	-0,96%	1,84%
Panamá	0,7%	1,0%	1,5%	2,4%	1,2%	0,51%	-1,19%
República Dominicana	24,4%	24,4%	29,5%	25,5%	24,9%	0,44%	-0,64%
<b>Total EXP</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>		
Costa Rica	32,2%	32,1%	30,2%	30,2%	32,7%	0,51%	2,49%
Panamá	39,8%	38,0%	37,9%	35,5%	34,7%	-5,14%	-0,85%
República Dominicana	28,0%	29,9%	32,0%	34,3%	32,6%	4,63%	-1,64%
<b>Total IMP</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>		

Fuente: Trademap - elaboración propia



# Importaciones del país de destino del producto(s)

11.02.90 - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 110290 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 110290

Grand Total	632
Guatemala	305
Estados Unidos de América	260
Chile	35
Canadá	16
México	10
Bolivia, Estado Plurinacio..	5
Perú	1
Reino Unido	0
Nicaragua	0
El Salvador	0
Alemania	0

### Republica Dominicana - IMP - 110290

Grand Total	610
Chile	365
Estados Unidos de América	184
Italia	19
China	19
España	14
Perú	5
Costa Rica	4
Venezuela, República Boli..	0
Sri Lanka	0
Reino Unido	0
México	0
Filipinas	0
Corea, República de	0
Colombia	0
Canadá	0
Alemania	0

### Panamá - IMP - 110290

Grand Total	1,087
Chile	372
Estados Unidos de América	304
Guatemala	224
Tailandia	49
China	37
India	23
Austria	18
Zona franca	17
Italia	16
Panamá	9
Dinamarca	8
Corea, República de	5
Costa Rica	3
Ecuador	2
Taipei Chino	0
Singapur	0
Reino Unido	0
Países Bajos	0
Nicaragua	0
México	0
Hong Kong, China	0
Francia	0
España	0
Emiratos Árabes Unidos	0
Colombia	0

### Costa Rica - IMP - 110290

Guatemala	48.26%
Estados Unidos de América	41.14%
Chile	5.54%
Canadá	2.53%
México	1.58%
Bolivia, Estado Plurinacio..	0.79%
Perú	0.16%
Reino Unido	0.00%
Nicaragua	0.00%
El Salvador	0.00%
Alemania	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 110290

Chile	59.84%
Estados Unidos de América	30.16%
Italia	3.11%
China	3.11%
España	2.30%
Perú	0.82%
Costa Rica	0.66%
Venezuela, República Boli..	0.00%
Sri Lanka	0.00%
Reino Unido	0.00%
México	0.00%
Filipinas	0.00%
Corea, República de	0.00%
Colombia	0.00%
Canadá	0.00%
Alemania	0.00%

### Panamá - IMP - 110290

Chile	34.22%
Estados Unidos de América	27.97%
Guatemala	20.61%
Tailandia	4.51%
China	3.40%
India	2.12%
Austria	1.66%
Zona franca	1.56%
Italia	1.47%
Panamá	0.83%
Dinamarca	0.74%
Corea, República de	0.46%
Costa Rica	0.28%
Ecuador	0.18%
Taipei Chino	0.00%
Singapur	0.00%
Reino Unido	0.00%
Países Bajos	0.00%
Nicaragua	0.00%
México	0.00%
Hong Kong, China	0.00%
Francia	0.00%
España	0.00%
Emiratos Árabes Unidos	0.00%
Colombia	0.00%
Canadá	0.00%

Cuadro IMP02- Fuente: Trademap - elaboración propia

# Importaciones del país de destino del producto(s)

11.04.12 - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 110412 - Ranking países - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 110412

Grand Total	5,122
Chile	2,710
Guatemala	1,621
Estados Unidos de América	785
Canadá	6
Reino Unido	0
Nicaragua	0
México	0
Colombia	0
Brasil	0
Alemania	0

### Republica Dominicana - IMP - 110412

Grand Total	3,737
Chile	3,512
Guatemala	111
Estados Unidos de América	104
Alemania	5
España	3
Canadá	2
Venezuela, República Boli..	0
Ucrania	0
Reino Unido	0
Colombia	0
Brasil	0

### Panama - IMP - 110412

Grand Total	3,634
Chile	2,290
Guatemala	1,224
Estados Unidos de América	90
República Dominicana	22
Colombia	5
Costa Rica	2
Zona franca	1
Venezuela, República Boli..	0
Panamá	0
Países Bajos	0
Nicaragua	0
México	0
España	0
Brasil	0
Alemania	0

### Costa Rica - IMP - 110412

Chile	52.91%
Guatemala	31.65%
Estados Unidos de América	15.33%
Canadá	0.12%
Reino Unido	0.00%
Nicaragua	0.00%
México	0.00%
Colombia	0.00%
Brasil	0.00%
Alemania	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 110412

Chile	93.98%
Guatemala	2.97%
Estados Unidos de América	2.78%
Alemania	0.13%
España	0.08%
Canadá	0.05%
Venezuela, República Boli..	0.00%
Ucrania	0.00%
Reino Unido	0.00%
Colombia	0.00%
Brasil	0.00%

### Panama - IMP - 110412

Chile	63.02%
Guatemala	33.68%
Estados Unidos de América	2.48%
República Dominicana	0.61%
Colombia	0.14%
Costa Rica	0.06%
Zona franca	0.03%
Venezuela, República Boli..	0.00%
Panamá	0.00%
Países Bajos	0.00%
Nicaragua	0.00%
México	0.00%
España	0.00%
Brasil	0.00%
Alemania	0.00%

Cuadro IMP03- Fuente: Trademap - elaboración propia

## Importaciones del país de destino del producto(s)

11.04.29 - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

### 110429 - Ranking países - 2024 000s USD

#### Costa Rica - IMP - 110429

Grand Total	2
Perú	2
México	0
Italia	0
Canadá	0

#### Republica Dominicana - IMP - 110429

Grand Total	16
Estados Unidos de América	8
Alemania	8
Italia	0
China	0

#### Panamá - IMP - 110429

Grand Total	14
Estados Unidos de América	6
Guatemala	4
Chile	3
Italia	1
Perú	0
Panamá	0
China	0
Canadá	0

#### Costa Rica - IMP - 110429

Perú	100.0%
México	0.0%
Italia	0.0%
Canadá	0.0%

#### Republica Dominicana - IMP - 110429

Estados Unidos de América	50.00%
Alemania	50.00%
Italia	0.00%
China	0.00%

#### Panamá - IMP - 110429

Estados Unidos de América	42.86%
Guatemala	28.57%
Chile	21.43%
Italia	7.14%
Perú	0.00%
Panamá	0.00%
China	0.00%
Canadá	0.00%

Cuadro IMP04 - Fuente: Trademap - elaboración propia

# Importaciones del país de destino del producto(s)

20.07.99 - Ranking origen importaciones 2024 en 000s USD

## 200799 - Ranking paises - 2024 000s USD

### Costa Rica - IMP - 200799

Grand Total	6,449
Chile	2,905
Francia	1,113
Estados Unidos de América	632
México	494
Grecia	413
España	259
Guatemala	194
Alemania	105
Brasil	95
India	70
Reino Unido	55
Colombia	39
Perú	33
Países Bajos	15
Italia	12
Argentina	9
Türkiye	3
China	3
Zona Nep	0
Sudáfrica	0
República Dominicana	0
Portugal	0
Nicaragua	0
Japón	0
Jamaica	0

### Republica Dominicana - IMP - 200799

Grand Total	5,290
Estados Unidos de América	1,944
Chile	780
España	748
Costa Rica	424
Brasil	303
Francia	284
Argentina	261
Colombia	183
Italia	137
México	84
Guatemala	76
India	28
Türkiye	14
Bélgica	11
Reino Unido	5
Libano	2
Canadá	2
Uruguay	1
Tailandia	1
Suecia	1
Alemania	1
Zona Nep	0
Venezuela, República Boli..	0
Sudáfrica	0
Sri Lanka	0

### Panama - IMP - 200799

Grand Total	6,015
Estados Unidos de América	1,343
Chile	1,224
Costa Rica	867
España	592
Francia	369
Colombia	238
Argentina	204
Italia	186
Grecia	183
Sudáfrica	148
Panamá	134
Brasil	113
Ecuador	98
Türkiye	83
Perú	54
Austria	47
India	39
Zona franca	29
Guatemala	17
Tailandia	12
México	10
Cuba	5
China	5
Reino Unido	4
Países Bajos	4

### Costa Rica - IMP - 200799

Chile	45.05%
Francia	17.26%
Estados Unidos de América	9.80%
México	7.66%
Grecia	6.40%
España	4.02%
Guatemala	3.01%
Alemania	1.63%
Brasil	1.47%
India	1.09%
Reino Unido	0.85%
Colombia	0.60%
Perú	0.51%
Países Bajos	0.23%
Italia	0.19%
Argentina	0.14%
Türkiye	0.05%
China	0.05%
Zona Nep	0.00%
Sudáfrica	0.00%
República Dominicana	0.00%
Portugal	0.00%
Nicaragua	0.00%
Japón	0.00%
Jamaica	0.00%
Irlanda	0.00%

### Republica Dominicana - IMP - 200799

Estados Unidos de América	36.75%
Chile	14.74%
España	14.14%
Costa Rica	8.02%
Brasil	5.73%
Francia	5.37%
Argentina	4.93%
Colombia	3.46%
Italia	2.59%
México	1.59%
Guatemala	1.44%
India	0.53%
Türkiye	0.26%
Bélgica	0.21%
Reino Unido	0.09%
Libano	0.04%
Canadá	0.04%
Uruguay	0.02%
Tailandia	0.02%
Suecia	0.02%
Alemania	0.02%
Zona Nep	0.00%
Venezuela, República Boli..	0.00%
Sudáfrica	0.00%
Sri Lanka	0.00%
República Dominicana	0.00%

### Panama - IMP - 200799

Estados Unidos de América	22.33%
Chile	20.35%
Costa Rica	14.41%
España	9.84%
Francia	6.13%
Colombia	3.96%
Argentina	3.39%
Italia	3.09%
Grecia	3.04%
Sudáfrica	2.46%
Panamá	2.23%
Brasil	1.88%
Ecuador	1.63%
Türkiye	1.38%
Perú	0.90%
Austria	0.78%
India	0.65%
Zona franca	0.48%
Guatemala	0.28%
Tailandia	0.20%
México	0.17%
Cuba	0.08%
China	0.08%
Reino Unido	0.07%
Países Bajos	0.07%
Libano	0.07%

Cuadro IMP07- Fuente: Trademap - elaboración propia

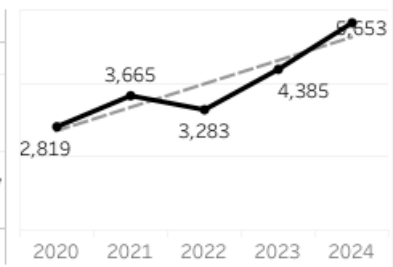
## 09.04.22 - Las demás pimientas, capsicums

valor total IMP+EXP

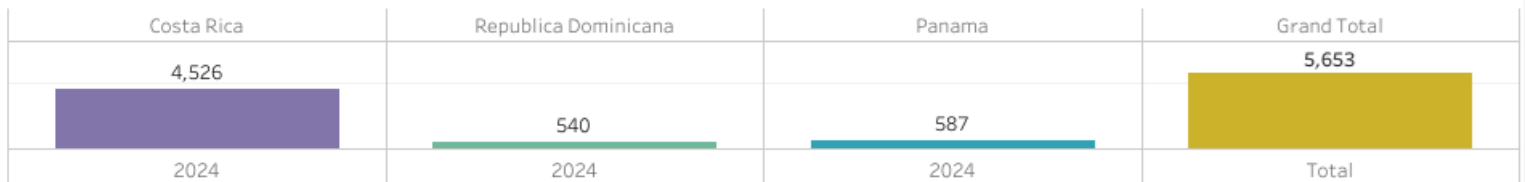
090422: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



090422: EVOL IMP+EXP TOTAL



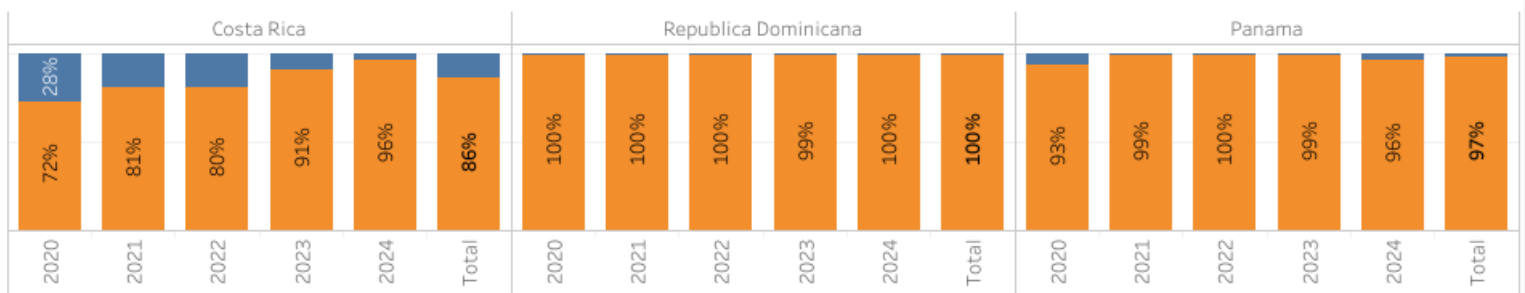
090422: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



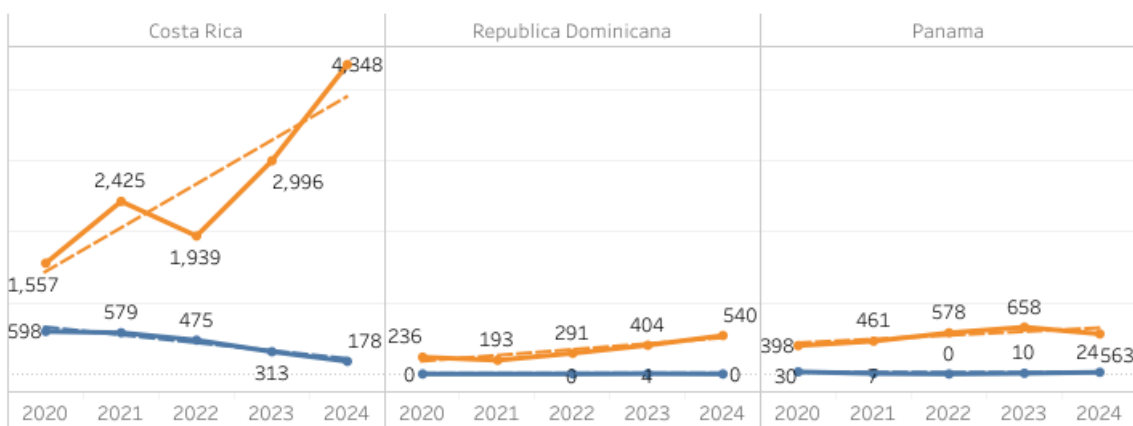
090422: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



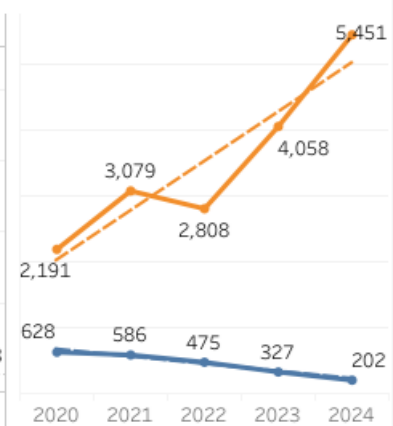
090422: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



090422: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



090422: EVOL IMP & EXP TOT



090422: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



090422: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

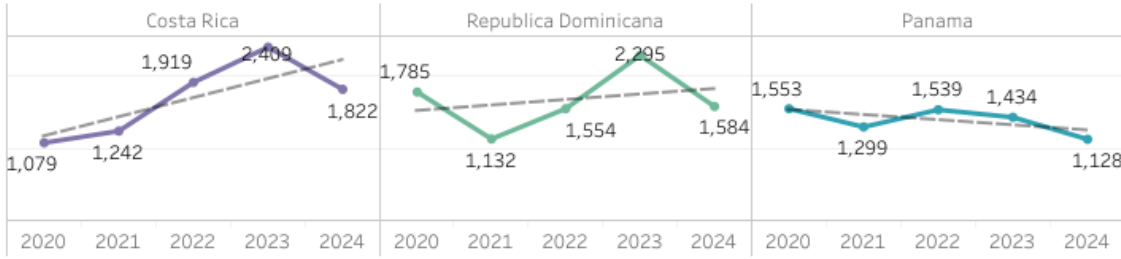


Cuadro IMP+EXP01 - Fuente: Trademap - elaboración propia

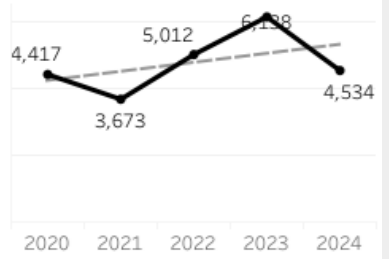
# 11.02.90 - Las demás harinas de cereales

Valor total IMP+EXP

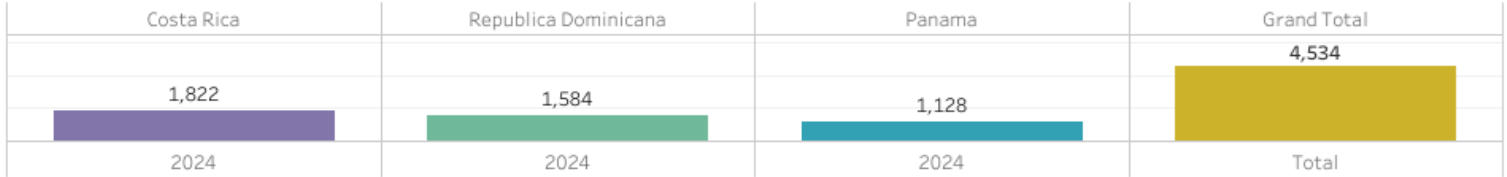
110290: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



110290: EVOL IMP+EXP TOTAL



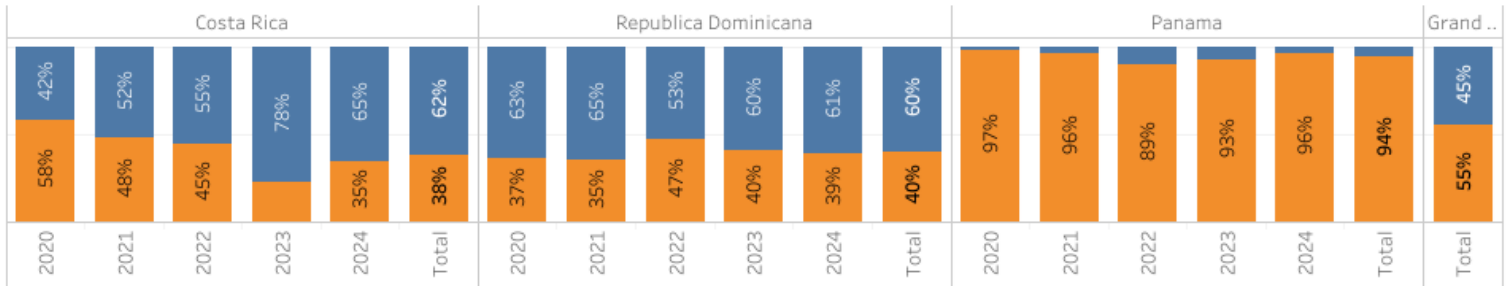
110290: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



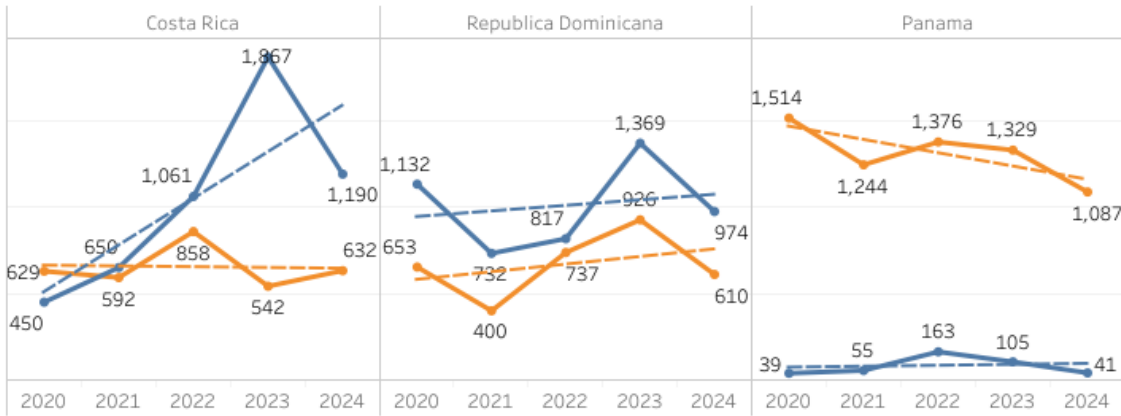
110290: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



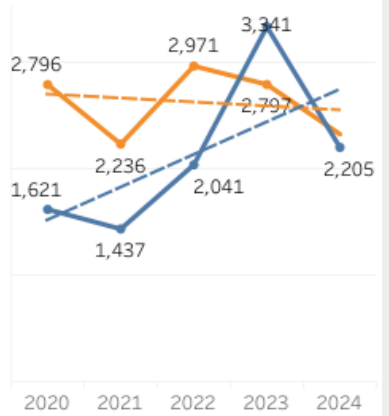
110290: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



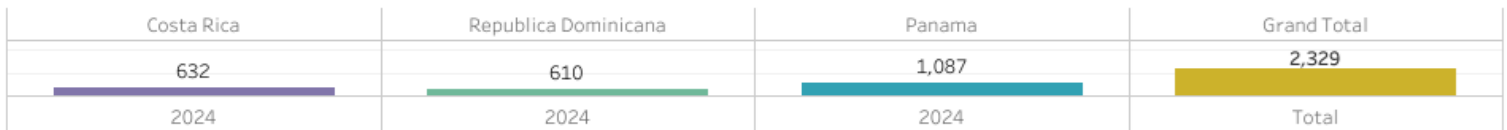
110290: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



110290: EVOL IMP & EXP TOT



110290: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



110290: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



Cuadro IMP+EXP02 - Fuente: Trademap - elaboración propia

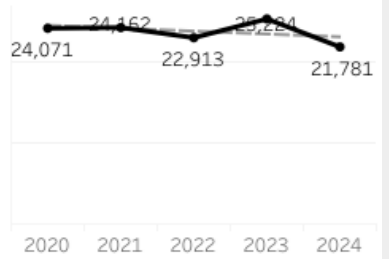
## 11.04.12 - Granos aplastados o en conos

Valor total IMP+EXP

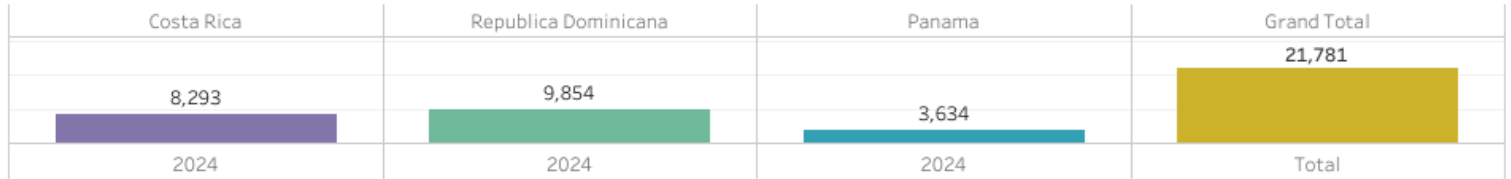
110412: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



110412: EVOL IMP+EXP TOTAL



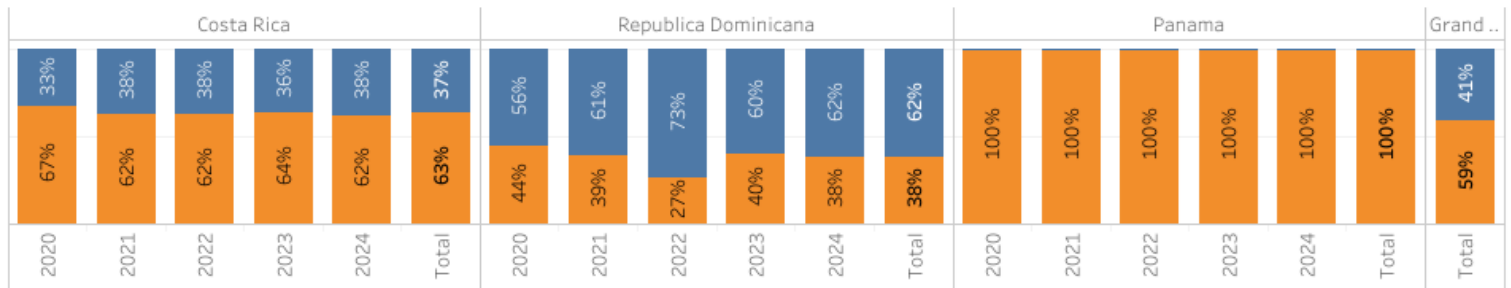
110412: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



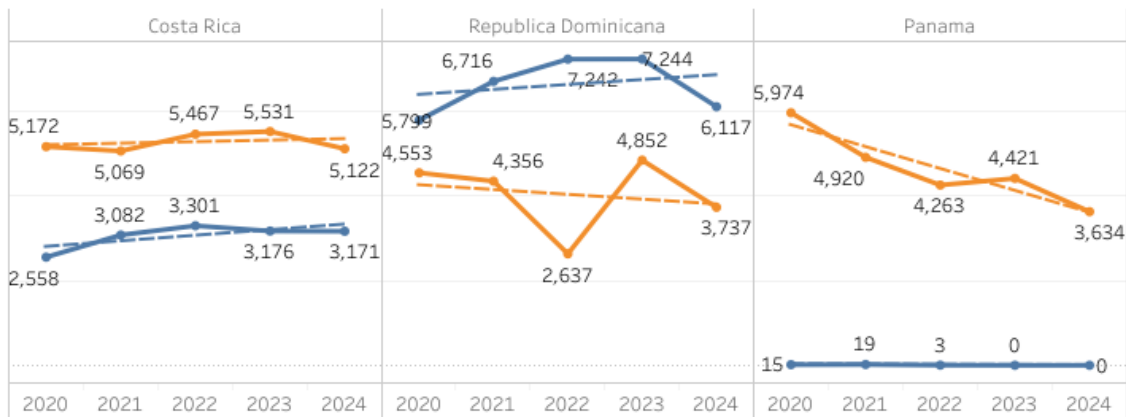
110412: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



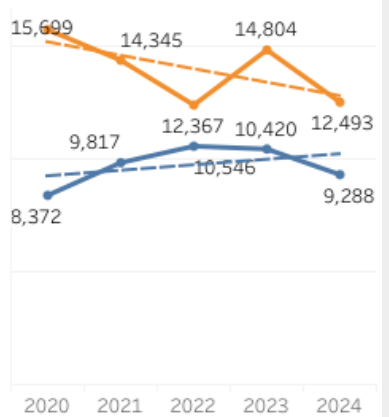
110412: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



110412: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



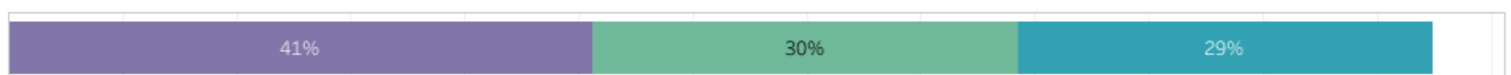
110412: EVOL IMP & EXP TOT



110412: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



110412: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

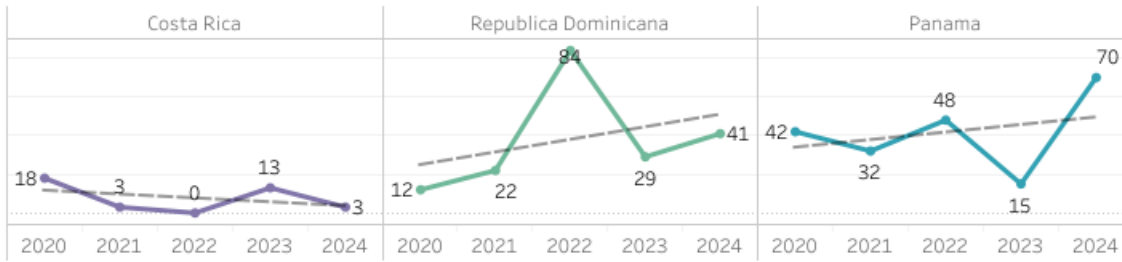


Cuadro IMP+EXP03- Fuente: Trademap - elaboración propia

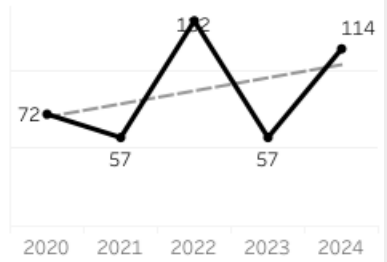
# 11.04.29 - Los demás granos

Valor total IMP+EXP

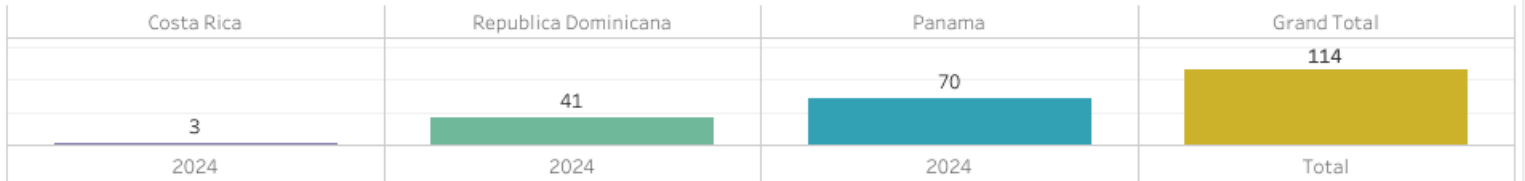
110429: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



110429: EVOL IMP+EXP TOTAL



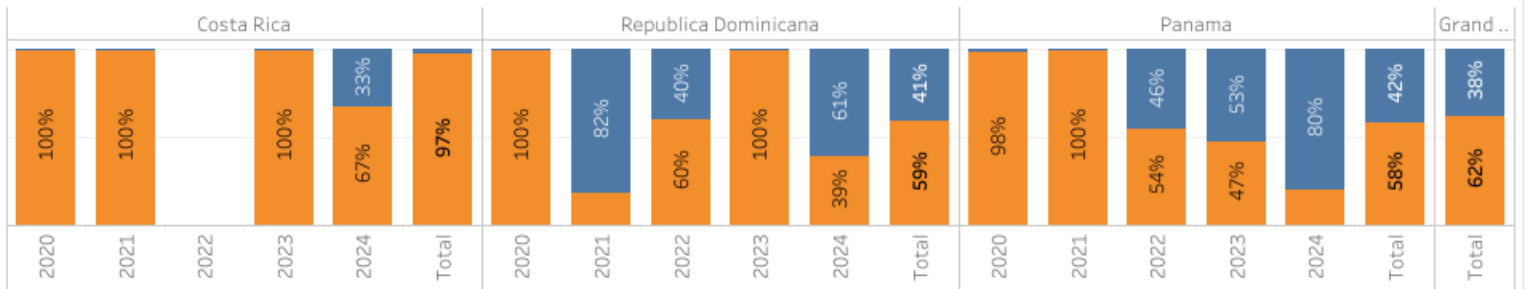
110429: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



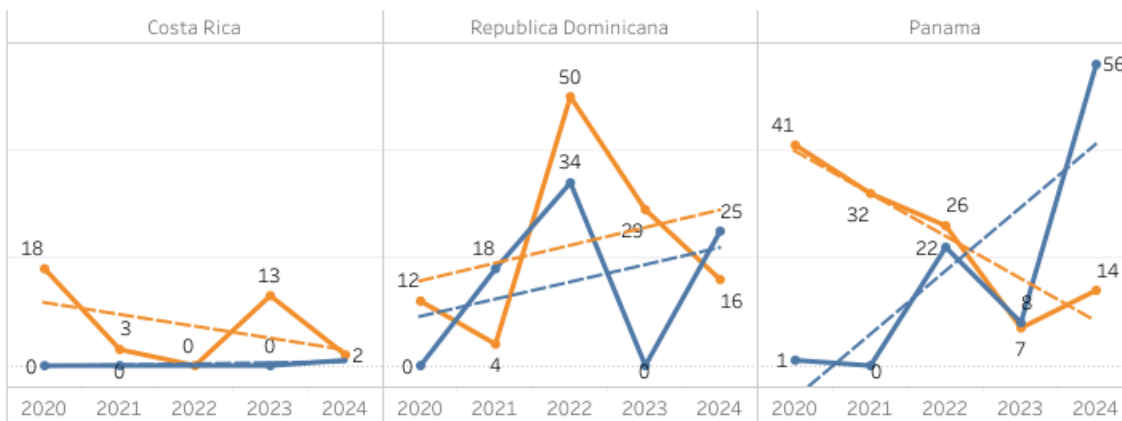
110429: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



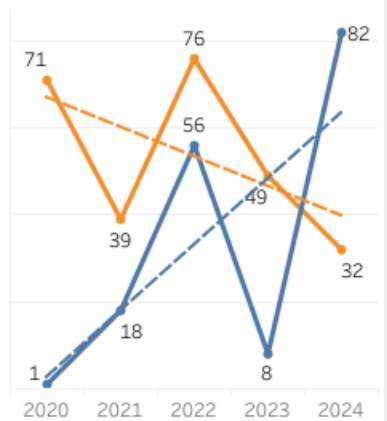
110429: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



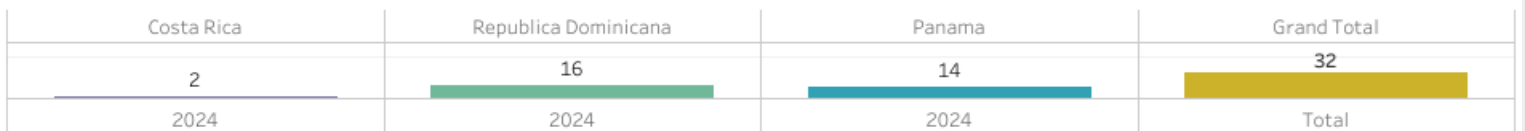
110429: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



110429: EVOL IMP & EXP TOT



110429: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



110429: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

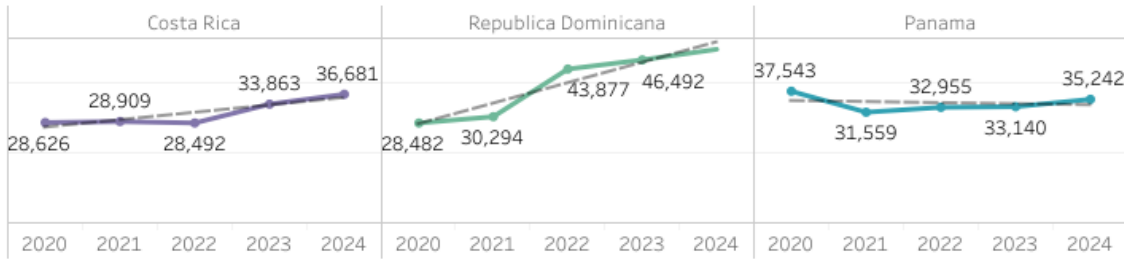


Cuadro IMP+EXP014- Fuente: Trademap - elaboración propia

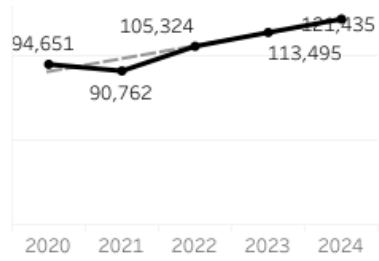
# 19.04.10 - Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado

Valor total IMP+EXP

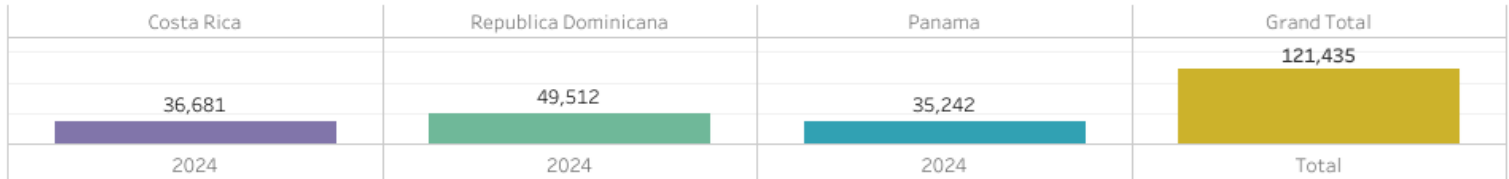
190410: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



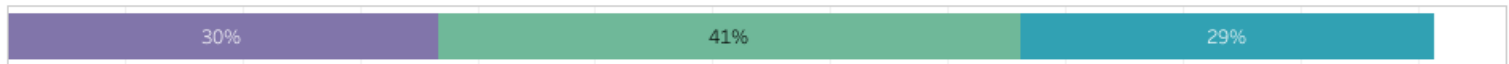
190410: EVOL IMP+EXP TOTAL



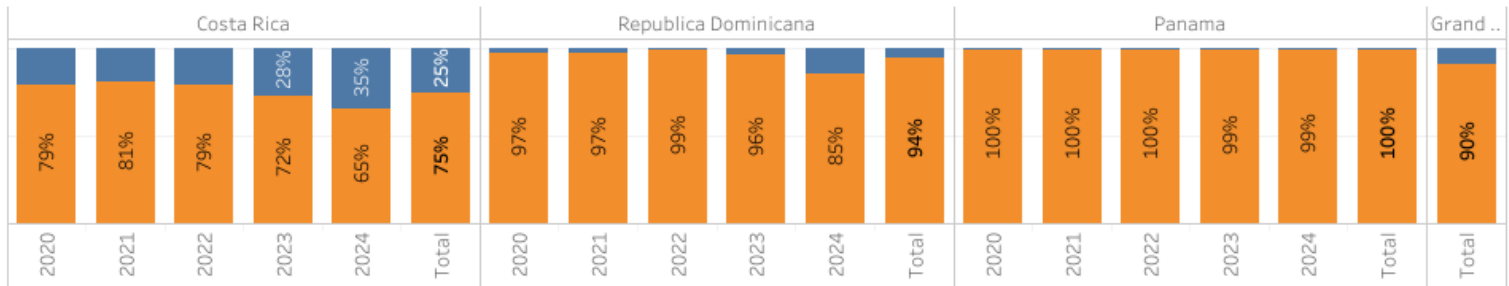
190410: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



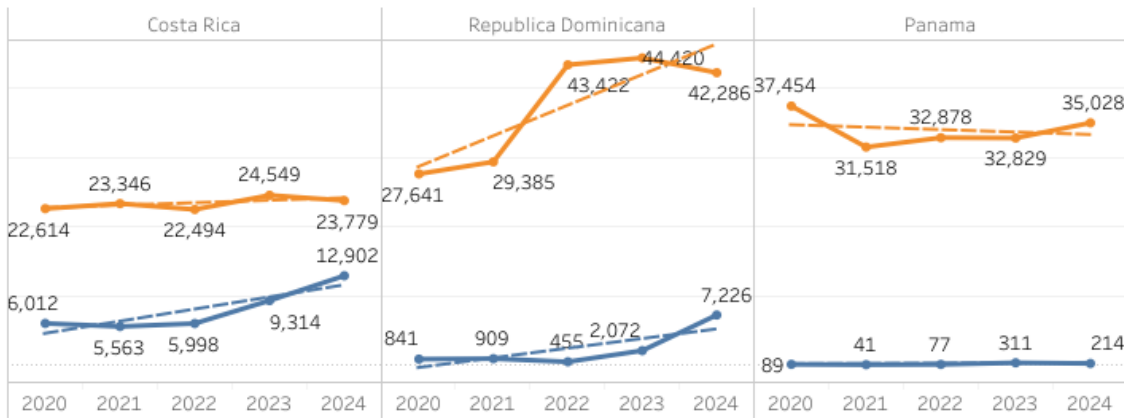
190410: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



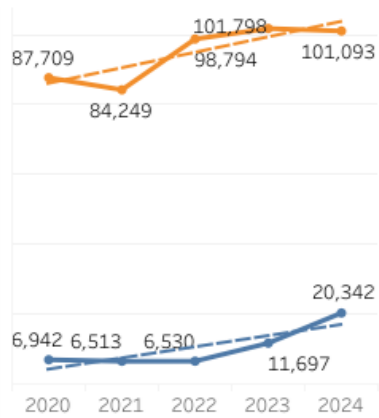
190410: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



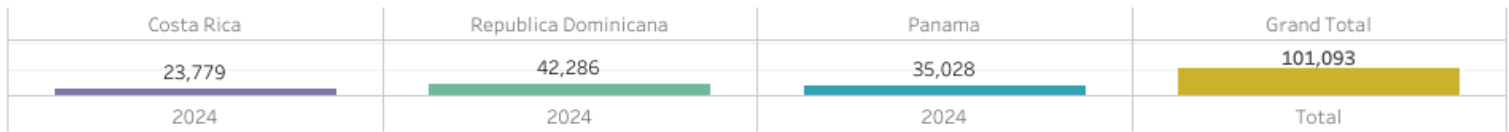
190410: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



190410: EVOL IMP & EXP TOT



190410: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



190410: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

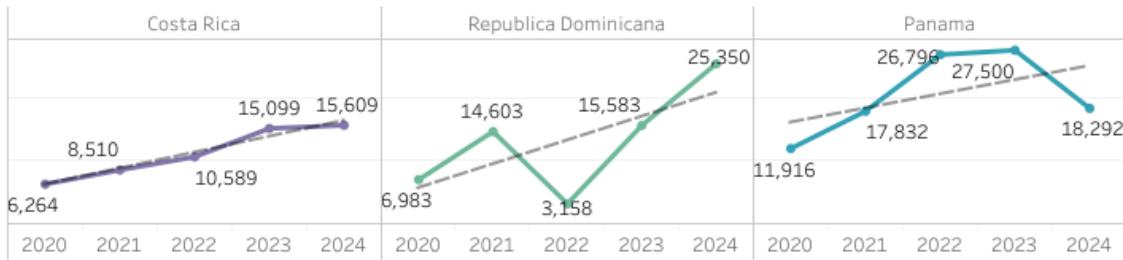


Cuadro IMP+EXP05- Fuente: Trademap - elaboración propia

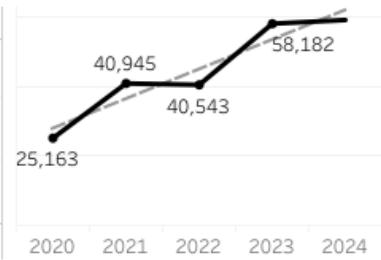
## 20.05.20 - Papas preparadas o conservadas

Valor total IMP+EXP

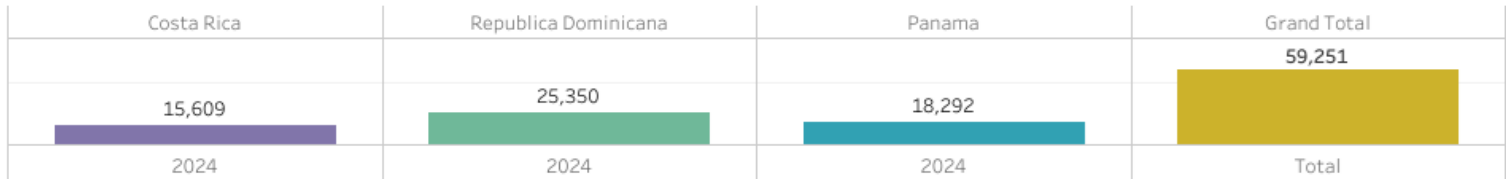
200520: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



200520: EVOL IMP+EXP TOTAL



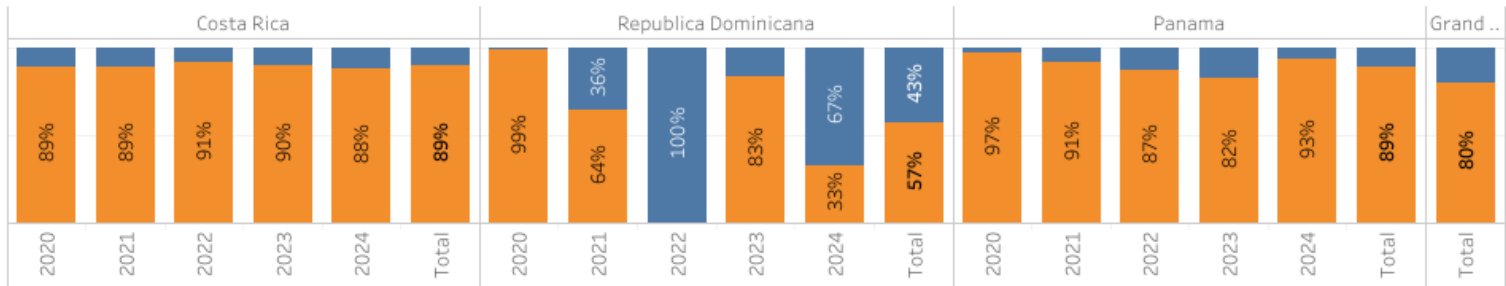
200520: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



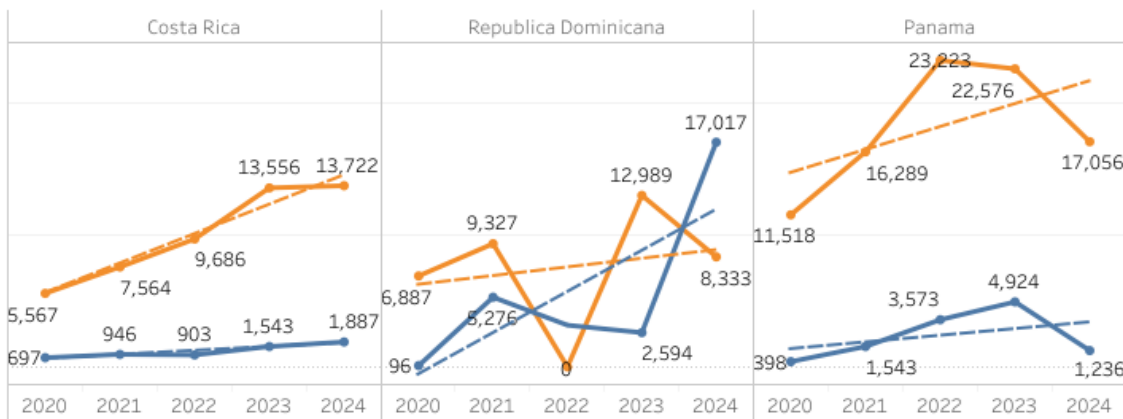
200520: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



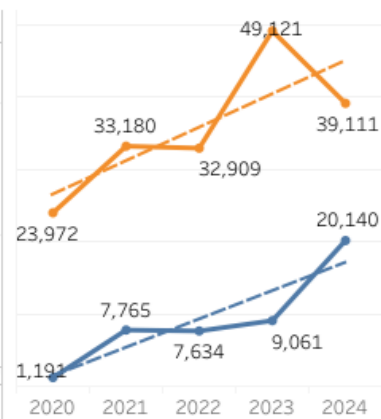
200520: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



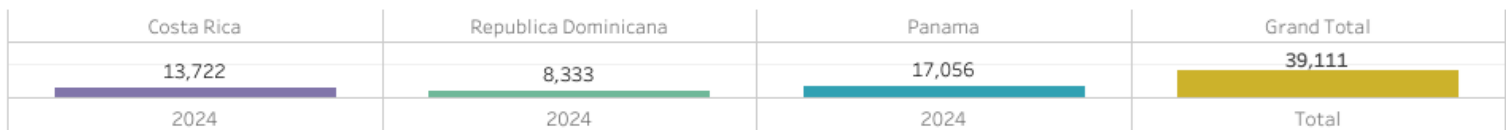
200520: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



200520: EVOL IMP & EXP TOT



200520: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



200520: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

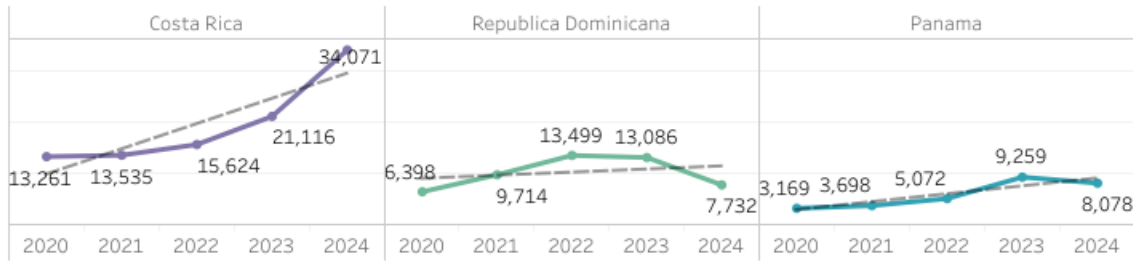


Cuadro IMP+EXP06 - Fuente: Trademap - elaboración propia

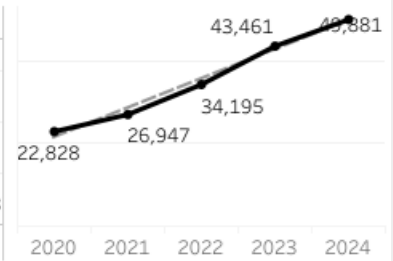
## 20.07.99 - Las demás confituras, jaleas y mermeladas

Valor total IMP+EXP

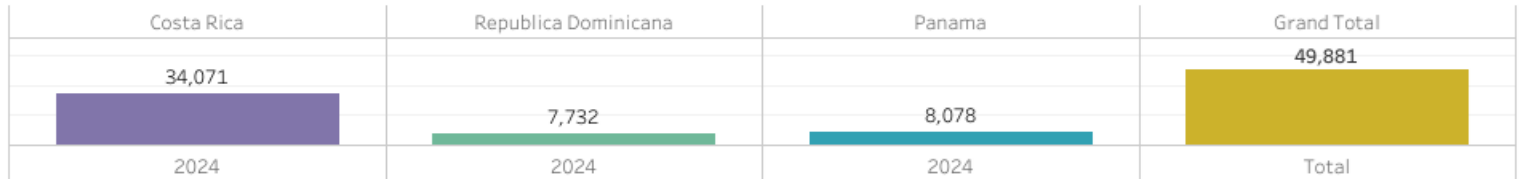
200799: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



200799: EVOL IMP+EXP TOTAL



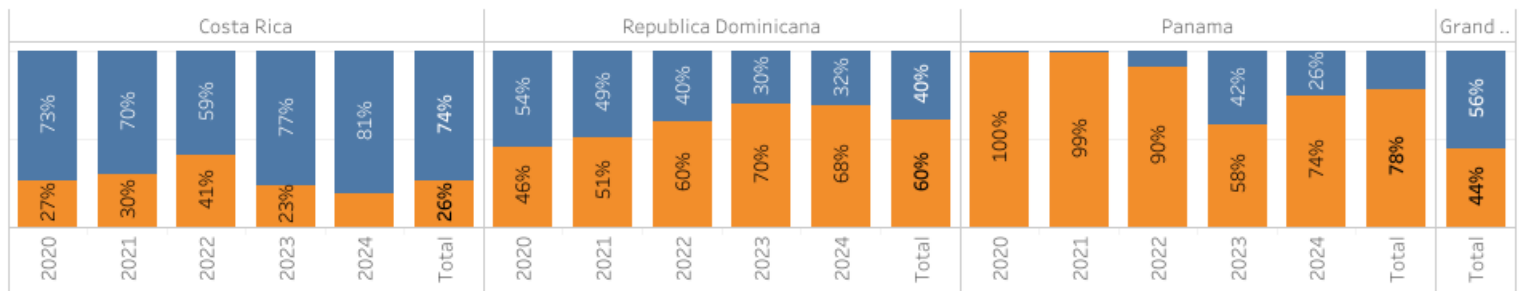
200799: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



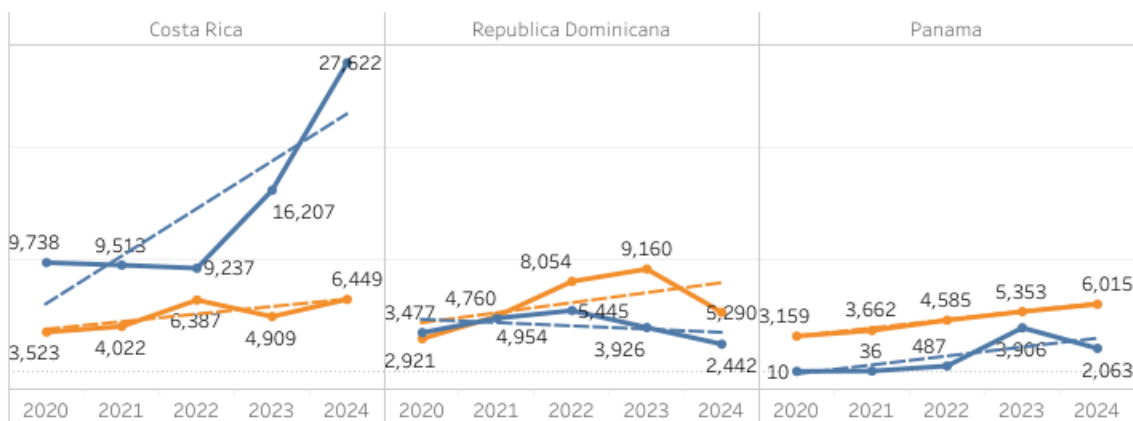
200799: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



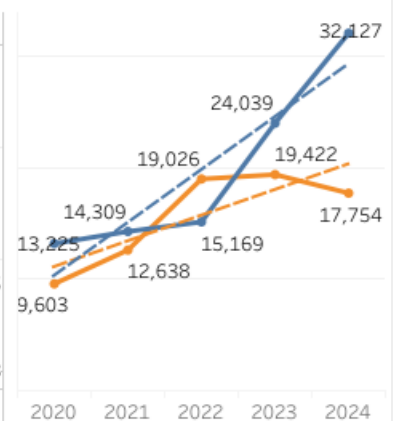
200799: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



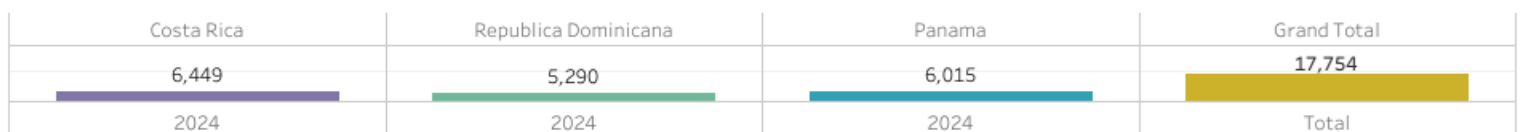
200799: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



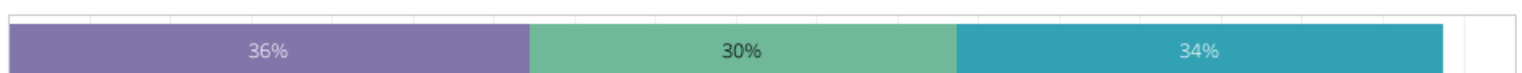
200799: EVOL IMP & EXP TOT



200799: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



200799: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

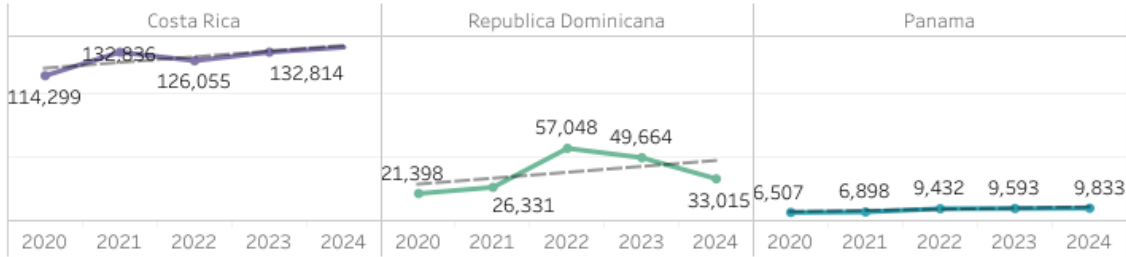


Cuadro IMP+EXP07 - Fuente: Trademap - elaboración propia

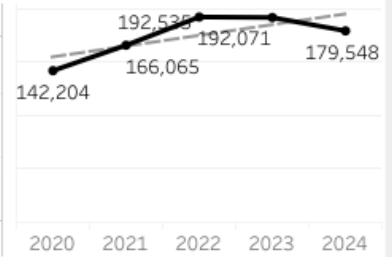
## 20.08.99 - Los demás frutas y plantas comestibles preparadas

Valor total IMP+EXP

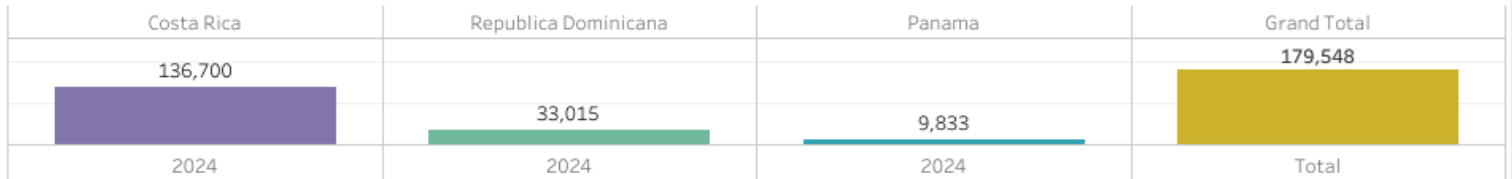
200899: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



200899: EVOL IMP+EXP TOTAL



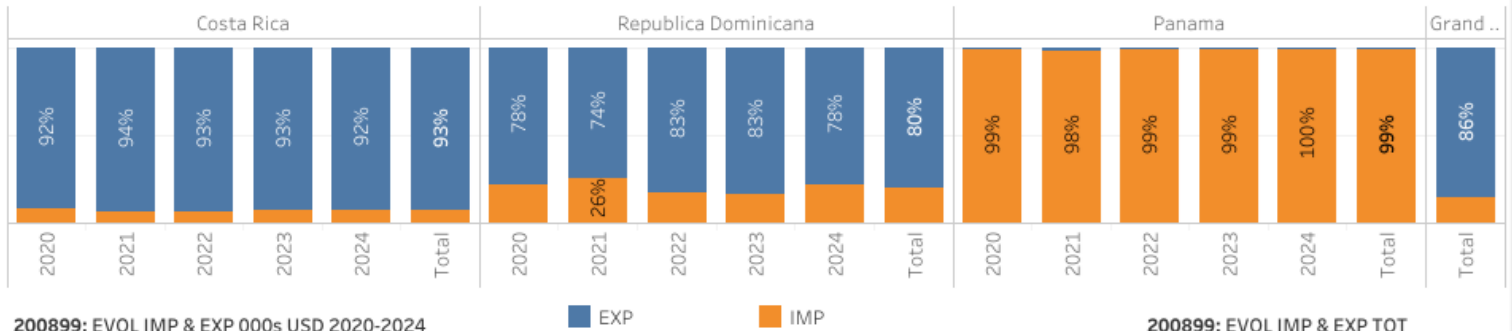
200899: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



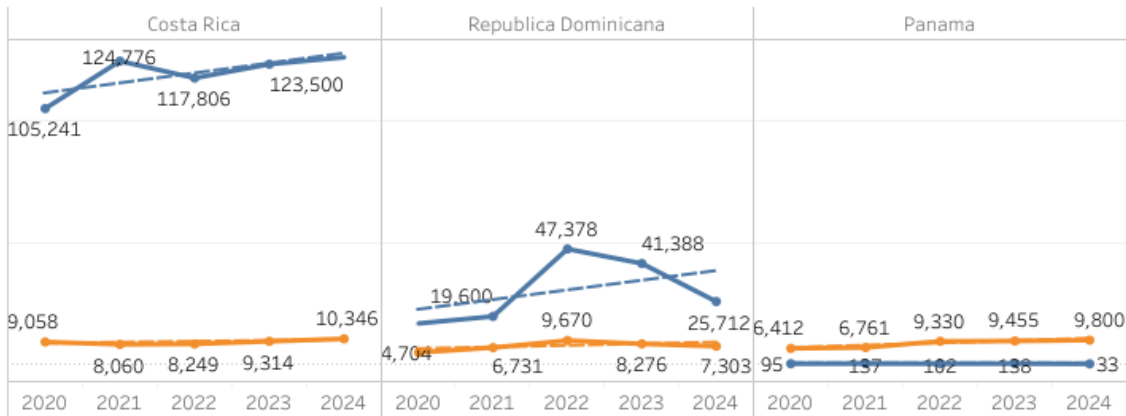
200899: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



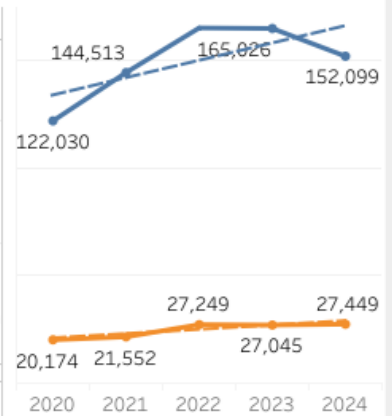
200899: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



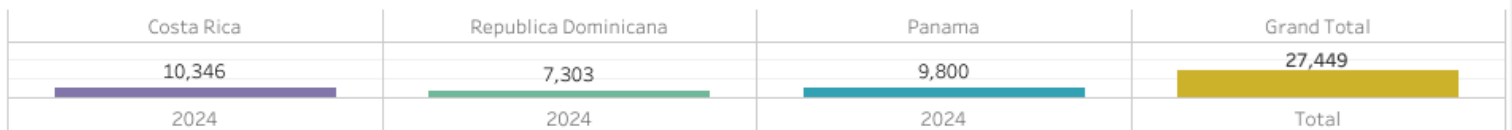
200899: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



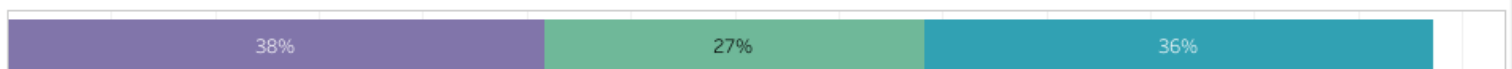
200899: EVOL IMP & EXP TOT



200899: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



200899: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

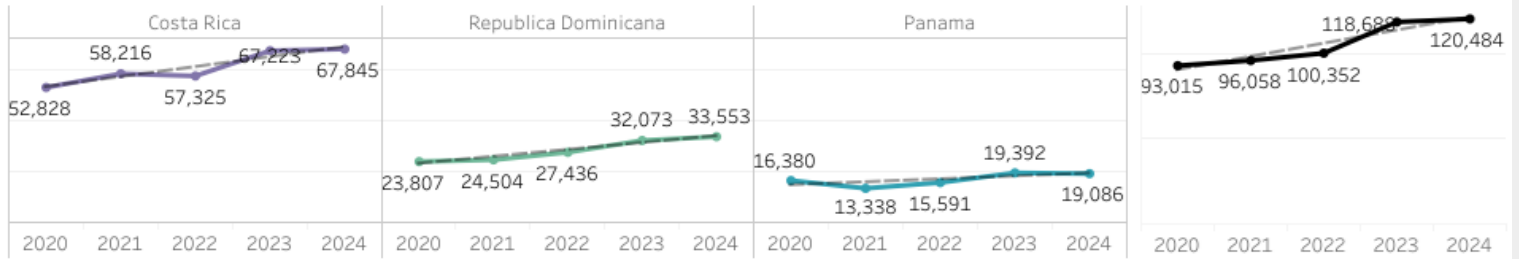


Cuadro IMP+EXP08 - Fuente: Trademap - elaboración propia

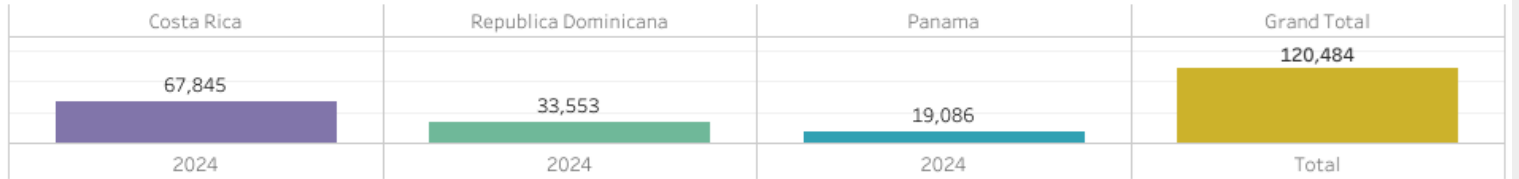
## 21.03.20 - Salsa Tomate

Valor total IMP+EXP

210320: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



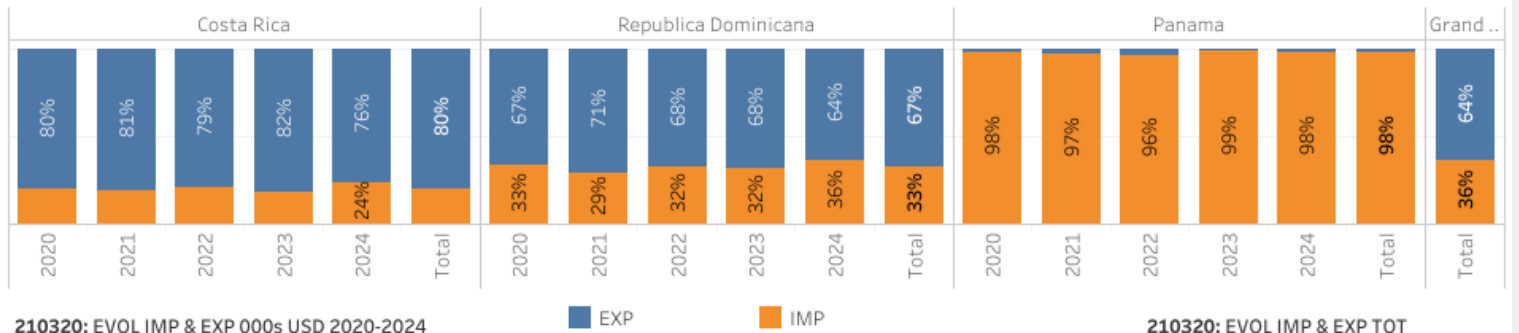
210320: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



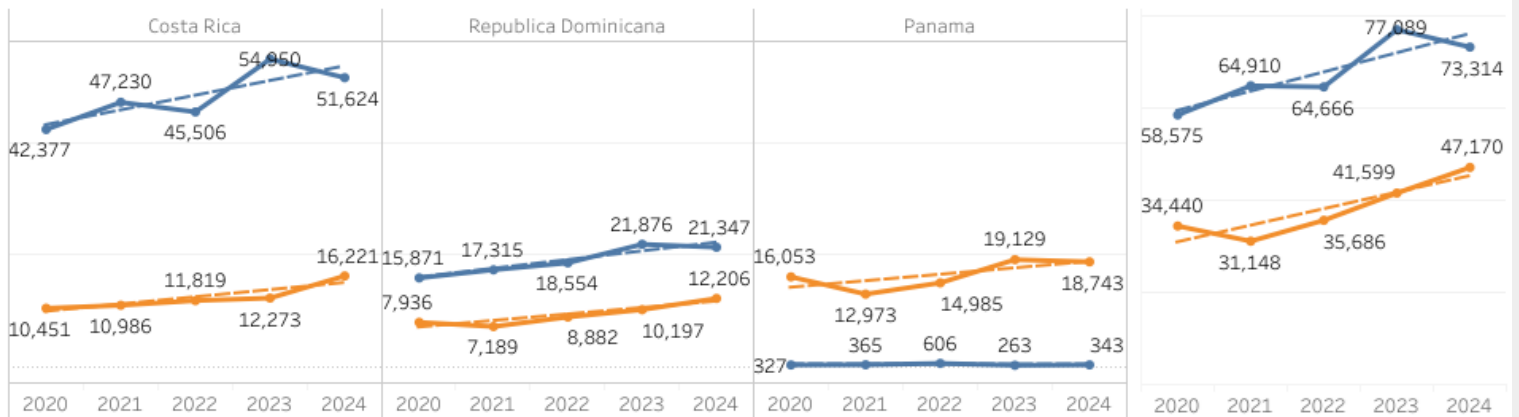
210320: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



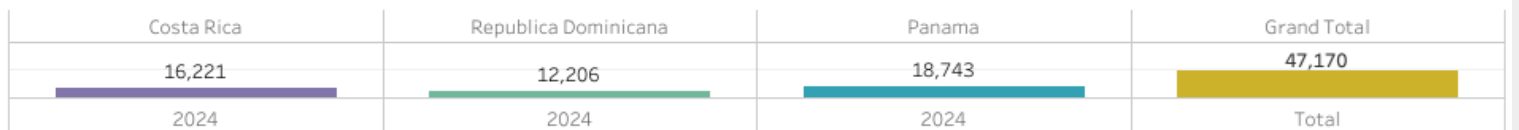
210320: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



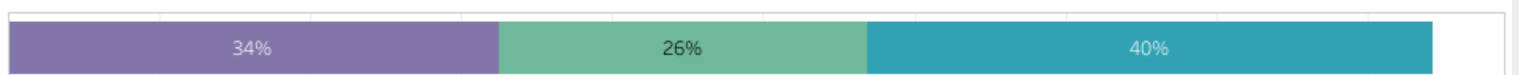
210320: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



210320: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



210320: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s

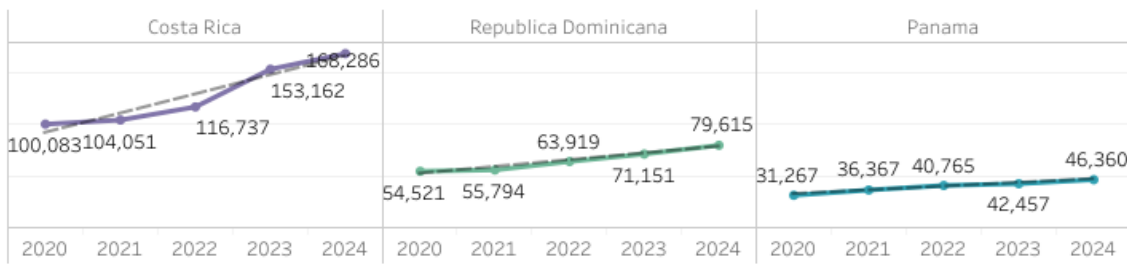


Cuadro IMP+EXP10 - Fuente: Trademap - elaboración propia

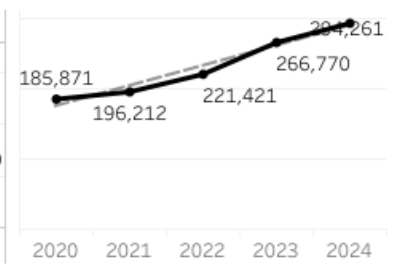
## 21.03.90 - Demás preparaciones para salsas, condimentos y sazonzadores, salsa mayonesa

Valor total IMP+EXP

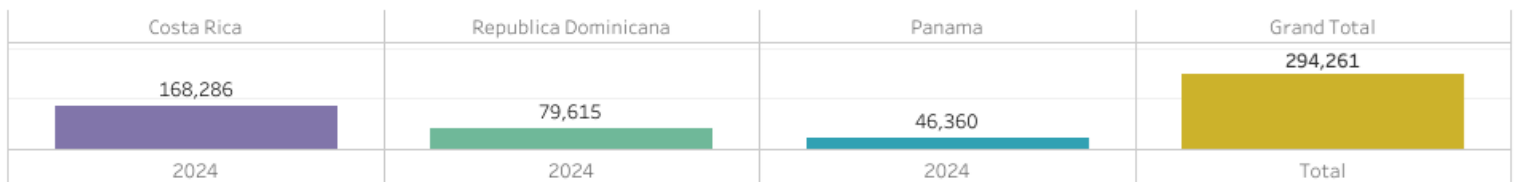
210390: EVOL IMP+EXP 000s USD 2020-2024



210390: EVOL IMP+EXP TOTAL



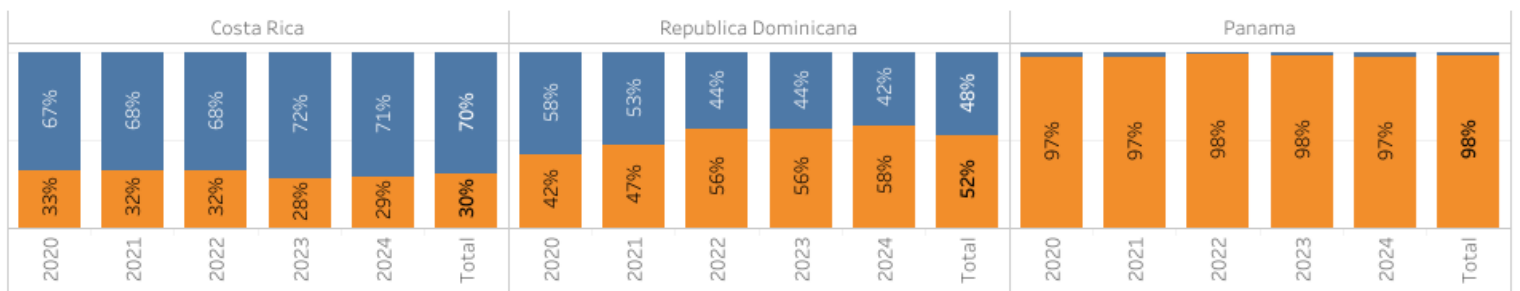
210390: VOLUMEN IMP + EXP 2024 USD 000s



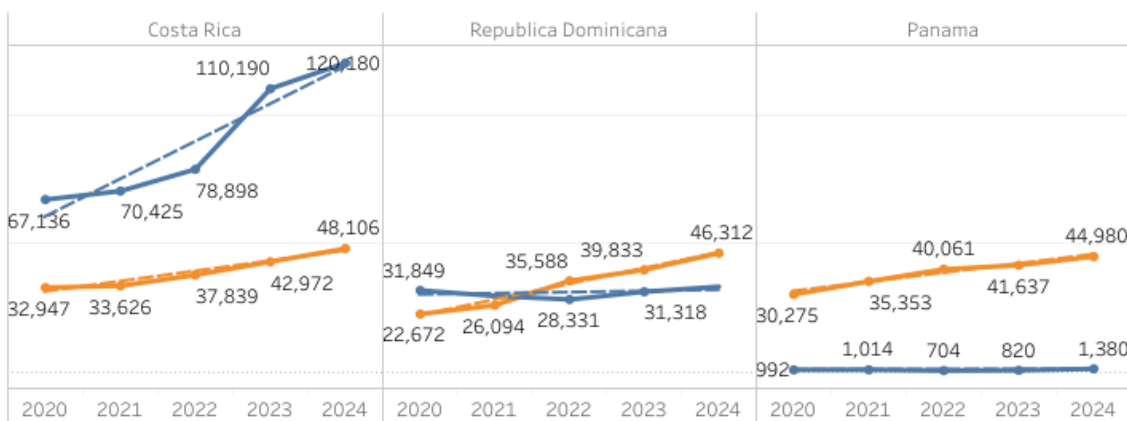
210390: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



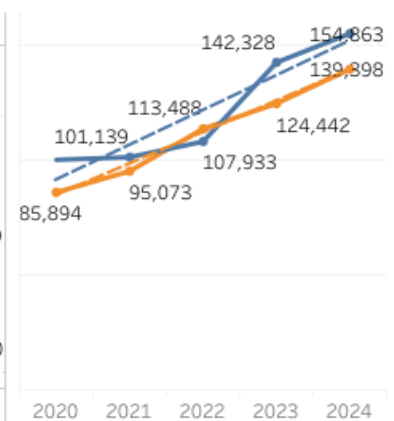
210390: PARTICIPACION IMP & EXP 000s USD 2020-2024



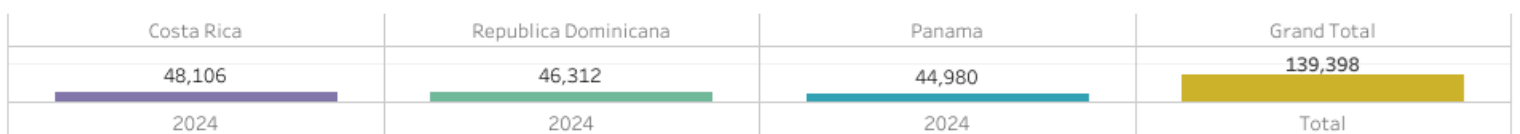
210390: EVOL IMP & EXP 000s USD 2020-2024



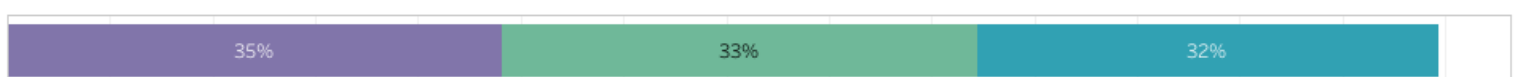
210390: EVOL IMP & EXP TOT



210390: VOLUMEN IMP 2024 USD 000s



210390: VOLUMEN %% IMP + EXP 2024 USD 000s



Cuadro IMP+EXP11 - Fuente: Trademap - elaboración propia

# Ranking mercados y partidas

Matriz de selectividad

		Mercado Potencial										Peru							
		Valor \$\$			Participación %%			Share	Vtas.	Valor \$\$			Participación %%			Share			
Mercado	Partida	24vs20	24vs23	Var\$\$	24vs20	24vs23	Var%%	%%	Peru	24vs20	24vs23	Var\$\$	24vs20	24vs23	Var%%	%%	Tarifas	Total	
Costa Rica	210390	3	1	4	1	1	2	3	1	5	4	9	-4	-3	-7	2	3	17	
	200899	1	1	2	-1	0	-1	1	1	0	0	0	3	3	6	2	5	16	
	210320	3	1	4	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0		5	13	
	190410	0	0	0	-2	-1	-3	2	1	5	5	10	3	3	6	3	5	24	
	200520	4	0	4	2	-1	1	2	1	0	0	0	0	0	0		5	13	
	200799	4	1	5	1	1	2	1	0	0	0	0	2	2	4	1	5	18	
	110412	0	0	0	-1	-1	-2	1	1	0	0	0	0	0	0		5	5	
	110290	0	1	1	-1	0	-1	1	0	0	0	0	-1	-1	-2	1	5	5	
	090422	5	2	7	1	1	2	1	0	5	3	8	3	-3	0	2	5	25	
	110429	-3	-3	-6	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	2	1	5	4	
<b>Costa Rica</b>	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	
Panamá	210390	3	0	3	2	1	3	3	1	-3	-3	-6	-3	-3	-6	1	0	-1	
	200899	3	0	3	1	1	2	1	0	5	5	10	2	2	4	1	0	21	
	210320	1	0	1	-1	-1	-2	2	0	-3	-3	-6	-3	-3	-6	1	0	-10	
	190410	0	0	0	-2	1	-1	3	1	3	0	3	3	3	6	3	0	15	
	200520	3	-1	2	1	-2	-1	2	1	0	-5	-5	0	-1	-1		0	-2	
	200799	4	1	5	1	1	2	1	1	5	0	5	3	1	4	2	0	20	
	110412	-2	-1	-3	-1	-1	-2	1	1	0	0	0	0	0	0		5	2	
	110290	-1	-1	-2	-1	-1	-2	1	1	0	0	0	0	0	0		0	-2	
	090422	3	-1	2	0	0	0	1	1	3	-1	2	1	1	2	1	0	9	
	110429	-3	3	0	0	0	0	1	1	-5	0	-5	-2	0	-2		5	0	
<b>Panamá</b>	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	
Rep. Dom	210390	4	1	5	2	2	4	3	1	5	-3	2	-3	-4	-7	3	0	11	
	200899	3	-1	2	-1	-1	-2	1	1	0	5	5	4	4	8	3	0	18	
	210320	3	1	4	-1	1	0	1	0	0	-3	-3	0	0	0		0	2	
	190410	3	0	3	-1	-1	-2	3	0	0	0	0	0	0	0		0	4	
	200520	1	-2	-1	-1	-2	-3	1	0	0	-5	-5	0	0	0		0	-8	
	200799	4	-2	2	1	-1	0	1	0	0	0	0	-3	0	-3		0	0	
	110412	-1	-1	-2	-1	-1	-2	1	1	0	0	0	0	0	0		0	-2	
	110290	0	-1	-1	-1	-1	-2	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	
	090422	4	1	5	1	1	2	1	0	0	-1	-1	0	0	0		5	12	
	110429	2	-2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0		0	2	
<b>Rep.Dom</b>	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>-1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	



prom  
perú

