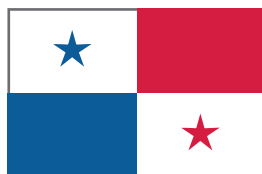


# Perfil de mercado -Salsas y aderezos-



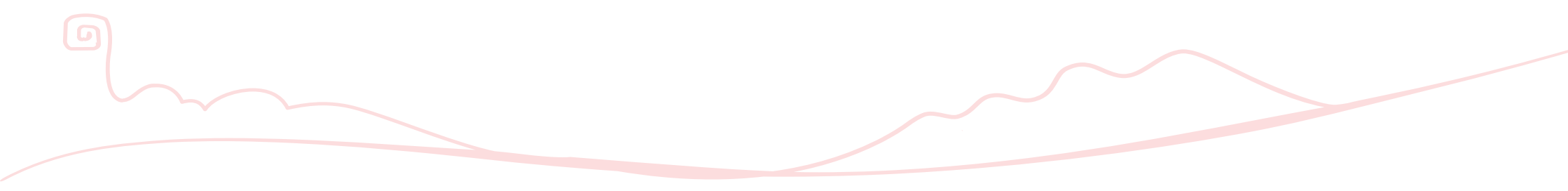
PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Índice

<b>01. Mercado</b>	<b>4</b>
<b>02. Condiciones de acceso</b>	<b>21</b>
<b>03. Distribución y canales de comercialización</b>	<b>25</b>
<b>04. Datos de contacto de importadores</b>	<b>26</b>
<b>05. Fuentes de información</b>	<b>28</b>
<b>06. Anexos</b>	<b>32</b>



# 01

## Mercado

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

La población de Panamá es de 3,5 millones de habitantes, según los datos del último Censo de Población y Vivienda elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República en 2010. Si bien no se cuenta con registros del número de residentes peruanos en Panamá, se estima que son 5 mil los ya establecidos. De enero a octubre 2014 a Panamá ingresaron 2 272 472 millones de personas, sea para hacer turismo o para establecer residencia<sup>1</sup>. Existen asociaciones peruanas de carácter cívico, cultural, deportivo, alrededor de 5 tiendas peruanas especializadas entre alimentos gourmet y alimentos naturistas en Panamá, así como 35 restaurantes con oferta gastronómica peruana (ver anexo).

El presente documento pretende conocer

la composición del mercado panameño de las preparaciones para salsas, salsas preparadas, condimentos y sazónadores compuestos pertenecientes a la partida 2103, con el fin de comprender el comportamiento del mercado para introducir exitosamente en Panamá las salsas originarias del Perú.

### 1.2 Producción local (exportaciones del mercado)

Panamá es el segundo país de América Latina que más importa alimentos después de Venezuela; así, el arroz, el maíz, la cebolla, la papa, la lechuga y el tomate son algunos de los productos del exterior que acapararon las despensas del comercio local en 2013. Esta situación se debe a que el sector primario está perdiendo dinamismo, capacidad productiva, mano de obra y apoyo gubernamental, lo que se traduce en una mayor migración de las personas dependientes del agro hacia la ciudad capital,

y consecuentemente un aumento de las importaciones de alimentos que ha alcanzado el 25% en los últimos cinco años<sup>2</sup>.

Las estadísticas de producción de salsas y aderezos en conserva en Panamá no son específicas, dado que se hallan agrupadas dentro del sector de productos manufacturados y/o producción de alimentos y bebidas en lo que respecta a los aportes sectoriales para la conformación del Producto Interno Bruto. Dichas estadísticas netas las llevan las empresas productoras de dicho sector, las cuales son celosas al brindar este tipo de información.

Basado en las consultas realizadas a trabajos del sector, vale destacar que los panameños consumen los productos de la industria nacional dominada por marcas tales como Maggi, Proluxa, Baturro, Sansae, La Doña, Grajasa, entre otras, y productos importados de marcas

con prestigio internacional procedentes de Estados Unidos. También consumen diversas marcas emergentes fabricadas en China y muchas otras creadas tanto por distribuidores locales como por cadenas de supermercados. En cuanto a la producción local, la mayor parte de ella se concentra en salsas oscuras (con soya), picantes y diversos tipos de salsa de tomate, incluido el *ketchup*.

<sup>1</sup> <http://www.migracion.gob.pa/images/Noticias/Fotos%20e%20imagenes/PUBLICAR%20MOVIMIENTO%20MIGRATORIO%202014.pdf>

<sup>2</sup> <http://pma507pty.com/2014/01/31/panama-importa-50-de-los-alimentos-que-consume/>

### 1.3 Importaciones

#### 1.3.1 Importaciones por partida, volumen y valor al año 2013 realizadas en Panamá:

**Tabla 1. Partida del Sistema Armonizado 2103: preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sagonadores compuestos, harina de mostaza preparada:**

Código	Descripción arancelaria	Importación			Impuesto general
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)	
		Bruto	Neto	CIF	
21031000	Salsa de soja (soya).	1 026 254	1 022 153	689 955	10%
21032010	Ketchup, incluso con picante.	2 106 913	2 035 732	2 509 557	30%
21032020	Salsas para espagueti (spaghetti sauce).	1 136 388	1 100 846	1 543 823	10%
21032030	Salsa barbacoa.	253 680	250 370	505 254	10%
21032091	Salsas de tomate, con un contenido de extracto seco de tomate igual o superior al 5% en peso.	2 076 935	2 030 529	4 278 351	30%
21032099	Las demás salsas de tomate, excepto con un contenido de extracto seco de tomate igual o superior al 5% en peso.	126 051	124 417	373 390	25%
21039010	Preparaciones para salsas.	741 611	716 884	1 426 837	10%
21039022	Salsa inglesa.	35 211	35 204	85 094	10%
21039029	Salsas y aderezos, excepto mayonesa y salsa inglesa	3 118 464	3 069 216	6 620 366	10%

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

**Tabla 2: Importaciones panameñas según país de origen en el 2013.**

Código	Descripción arancelaria y país	Importación		
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)
		Bruto	Neto	CIF
21031000	Salsa de soja (soya)	1 026 254	1 022 153	689 955
	Almacenes de depósito (Panamá)	1 446	1 446	1 273
	Brasil	209	209	230
	China (Continental)	652 328	649 677	346 623
	China-Taiwán (Formosa)	15 171	15 171	17 021
	Colombia	4 266	4 266	4 053
	Corea del Sur	7 893	7 891	8 004
	España	232	232	256
	Estados Unidos de América	170 702	170 695	195 442
	Hong Kong	171 975	170 534	114 977
	Japón	783	783	757
	México	454	454	476
	Perú	442	442	487
	Zona Libre de Colón (Panamá)	353	353	356
21032010	<b>Ketchup, incluso con picante</b>	<b>2 106 913</b>	<b>2 035 732</b>	<b>2 509 557</b>
	Canadá	361	361	578
	China (Continental)	130 315	130 315	105 552
	Costa Rica	704 399	665 252	791 710
	El Salvador	147 637	146 707	134 583
	España	3 487	3 487	2 798
	Estados Unidos de América	1 102 579	1 072 190	1 457 333
	Guatemala	17 475	16 760	15 973
	Hong Kong	116	116	178
	México	500	500	790
	Zona Libre de Colón (Panamá)	44	44	62

Código	Descripción arancelaria y país	Importación		
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)
		Bruto	Neto	CIF
<b>21032020</b>	<b>Salsas para espagueti (<i>spaghetti sauce</i>)</b>	<b>1 136 388</b>	<b>1 100 846</b>	<b>1 543 823</b>
	Canadá	212	212	487
	China (Continental)	272 449	272 449	288 336
	Colombia	60	60	121
	Costa Rica	277	277	942
	Ecuador	1 516	1 516	1 800
	Estados Unidos de América	449 557	430 642	666 703
	Guatemala	348 248	331 621	459 088
	Italia	55 143	55 143	111 017
	México	8 926	8 926	15 329
<b>21032030</b>	<b>Salsa barbacoa</b>	<b>253 680</b>	<b>250 370</b>	<b>505 254</b>
	Almacenes de depósito (Panamá)	233	233	465
	China (Continental)	94	94	91
	Colombia	1 420	1 420	1 973
	Costa Rica	88	88	132
	España	265	265	693
	Estados Unidos de América	251 580	248 270	501 900
<b>21032091</b>	<b>Salsas de tomate, con un contenido de extracto seco de tomate igual o superior al 5% en peso</b>	<b>2 076 935</b>	<b>2 030 529</b>	<b>4 278 351</b>
	Argentina	1 298	1 298	4 029
	Brasil	10 312	10 308	13 636
	Chile	225 180	217 620	191 275
	China (Continental)	97 524	97 524	103 326
	Costa Rica	1 093 529	1 060 953	2 873 174
	España	7 378	7 378	7 993
	Estados Unidos de América	544 694	539 444	960 379
	Guatemala	3 308	2 858	5 761
	Italia	8 796	8 230	15 778
	México	84 916	84 916	103 000

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

Código	Descripción arancelaria y país	Importación		
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)
		Bruto	Neto	CIF
<b>21032099</b>	<b>Las demás salsas de tomate, excepto con un contenido de extracto seco de tomate igual o superior al 5% en peso</b>	<b>126 051</b>	<b>124 417</b>	<b>373 390</b>
	Almacenes de depósito (Panamá)	763	763	3 686
	Argentina	280	280	1 286
	Brasil	64	60	123
	España	829	822	2 539
	Estados Unidos de América	121 914	120 291	360 168
	Guatemala	1 276	1 276	4 098
	Italia	113	113	381
	México	812	812	1 109
<b>21039010</b>	<b>Preparaciones para salsas</b>	<b>741 611</b>	<b>716 884</b>	<b>1 426 837</b>
	Almacenes de depósito (Panamá)	6 588	6 588	24 894
	Canadá	1 952	1 830	6 317
	China (Continental)	1 027	1 027	3 936
	Costa Rica	584 599	560 768	887 322
	El Salvador	3 614	3 614	5 090
	España	205	205	820
	Estados Unidos de América	114 097	113 387	373 850
	Francia	93	93	212
	Guatemala	22 285	22 285	94 764
	Hong Kong	1 344	1 280	5 882
	Italia	4 235	4 235	19 765
	Zonas procesadoras (Panamá)	1 572	1 572	3 985
<b>21039022</b>	<b>Salsa inglesa</b>	<b>35 211</b>	<b>35 204</b>	<b>85 094</b>
	Costa Rica	77	77	245
	Estados Unidos de América	32 219	32 212	81 642
	Perú	2 915	2 915	3 207
<b>21039029</b>	<b>Salsa Inglesa. Los Demás.</b>	<b>3 308</b>	<b>2 858</b>	<b>5 761</b>
		3 118 464	3 069 216	6 620 366
	Almacenes de depósito (Panamá)	6 813	6 813	41 635

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

Código	Descripción arancelaria y país	Importación		
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)
		Bruto	Neto	CIF
	Argentina	8 190	8 190	21 108
	Brasil	6 677	6 677	18 581
	Canadá	3 297	3 297	25 254
	China (Continental)	176 155	176 155	167 487
	China-Taiwán (Formosa)	3 971	3 971	5 524
	Colombia	37 901	37 901	84 685
	Costa Rica	589 017	559 882	968 694
	El Salvador	48	42	98
	España	12 629	12 336	25 483
	Estados Unidos de América	1 848 337	1 828 608	4 722 186
	Francia	47	47	394
	Guatemala	184	164	318
	Hong Kong	308 425	308 425	282 696
	Israel	575	575	2 560
	Italia	28 098	28 088	70 561
	Jamaica	1 500	1 500	1 207
	Japón	194	194	1 459
	México	49 370	49 315	114 027
	Perú	15 914	15 914	39 052
	Reino Unido	128	128	1 022
	República Dominicana	496	496	978
	Tailandia	5 817	5 817	5 428
	Zona Libre de Colón (Panamá)	11 903	11 903	14 634
	Zonas procesadoras (Panamá)	2 778	2 778	5 295

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

## 1.4 Exportaciones peruanas

A continuación se muestra las estadísticas en relación a las exportaciones peruanas del producto que es objeto del presente estudio.

**Tabla 3. Exportaciones Perú de salsa de soja (en kilos). Partida arancelaria 2103.10.00.**

Peso							
Totales	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Salsa de soja	248 747	361 801	448 758	629 683	596 163	521 546	769 537

**Tabla 4. Exportaciones Perú de salsa de soja (en dólares americanos).**

Valor en USD							
Totales	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Salsa de soja	287 002	386 377	427 670	653 110	662 642	615 120	922 506

**Tabla 5. Exportaciones de Perú de todas las salsas con procedencia del tomate (en kilos). Partida arancelaria 2103.20.00.**

Peso							
Totales	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Salsas de tomate	269	12 292	5 971	289 917	462 211	101 212	98 971

**Tabla 6. Exportaciones de Perú de todas las salsas con procedencia del tomate (en dólares americanos).**

Valor en USD							
Totales	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Salsas de tomate	1 437	21 994	11 562	314 941	617 349	181 130	186 405

### Ranking por país y año de las exportaciones de Perú de salsa de soja.

En el *ranking* del destino de las exportaciones de salsa de soja peruana se observa que Panamá actualmente no está dentro

de los principales países, aunque en años anteriores como 2009 y 2010 figuraba entre los diez primeros países a los cuales Perú exportaba este producto.

Ranking 2013	País
1	Chile
2	Bolivia
3	Estados Unidos
4	España
5	Italia
6	Colombia
7	Ecuador
8	Japón
9	Suiza
10	Aruba

Ranking 2012	País
1	Chile
2	Bolivia
3	Estados Unidos
4	Ecuador
5	España
6	Italia
7	Japón
8	Países Bajos
9	Aruba
10	Aguas Internacionales

Ranking 2011	País
1	Chile
2	Bolivia
3	Estados Unidos
4	España
5	Ecuador
6	Colombia
7	Japón
8	Italia
9	Canadá
10	Australia

Fuente: Infotrade. PROMPERÚ.

### Ranking por país y año de las exportaciones de Perú de salsas de tomate.

En cuanto al *ranking* de salsas de tomate se aprecia la no inclusión de Panamá como destino de las exportaciones peruanas de este producto.

Ranking 2013	País
1	Bolivia
2	Chile
3	Japón
4	Italia

Ranking 2011	País
1	Chile
2	Bolivia
3	Colombia
4	Italia
5	Japón
6	Mercados no definidos
7	Argentina
8	Canadá
9	Suiza
10	Aruba

Ranking 2012	País
1	Bolivia
2	Japón
3	Italia
4	Aruba
5	España
6	Aguas internacionales
7	Canadá

Fuente: Infotrade. PROMPERÚ.

### Mercado de principales países exportadores:

Tal como se observa en la partida 2103.90.29 de exportación de salsas y aderezos a Panamá, al año 2013, Perú ostenta la posición n.º 9 al representar un 0,59% del total. El mercado es largamente dominado por los productos americanos, entre los cuales destacan aderezos de

ensaladas como el ranch y el italiano. También se incluyen en esta partida salsas agrídulces, salsas al pesto, picantes, además de registrarse salsas barbacoa. El consumidor panameño disfruta comprar productos americanos de prestigio en su país de origen.

**Tabla 7. Partida 2103.90.29: salsas y aderezos excepto mayonesa y salsa Worcester.**

Código	Descripción arancelaria y país	Importación (P)		
		Peso (en kilos)		Valor (en USD)
		Bruto	Neto	CIF
21039029	Salsa Inglesa. Los Demás.	3 118 464	3 069 216	6 620 366
	Estados Unidos de América	1 848 337	1 828 608	4 722 186
	Costa Rica	589 017	559 882	968 694
	Hong Kong	308 425	308 425	282 696
	China (Continental)	176 155	176 155	167 487
	México	49 370	49 315	114 027
	Colombia	37 901	37 901	84 685
	Italia	28 098	28 088	70 561
	Almacenes de depósito (Panamá)	6 813	6 813	41 635
	Perú	15 914	15 914	39 052
	España	12 629	12 336	25 483
	Canadá	3 297	3 297	25 254

	Argentina	8 190	8 190	21 108
	Brasil	6 677	6 677	18 581
	Zona Libre de Colón (Panamá)	11 903	11 903	14 634
	China-Taiwán (Formosa)	3 971	3 971	5 524
	Tailandia	5 817	5 817	5 428
	Zonas Procesadoras (Panamá)	2 778	2 778	5 295
	Israel	575	575	2 560
	Japón	194	194	1 459
	Jamaica	1 500	1 500	1 207
	Reino Unido	128	128	1 022
	República Dominicana	496	496	978
	Francia	47	47	394
	Guatemala	184	164	318
	El Salvador	48	42	98

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

### 1.5. Características generales

Las salsas son mezclas formadas por varias sustancias comestibles y se utilizan para condimentar o aderezar las comidas.

salsas. Las más emblemáticas son la ocopa y la huancaína, sin embargo, existen cientos de variedades regionales generalmente basadas en distintos tipos de ají o rocoto.

La cocina peruana incluye numerosas



### 1.5.1 Tarificación

La tarificación (impuesto de importación) para todas las salsas y aderezos que llegan a Panamá se establece entre un 10% y un 30% según la clasificación, lo cual se detallará en puntos subsiguientes. La partida correspondiente a este producto es la 2103: *Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazonadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada.*

### 1.5.2 Usos, formas de consumo y presentaciones

Las “salsas”, como suelen ser llamadas en Panamá, son diversas. Como ejemplos más importantes están la **condimentada**, muy utilizada para aliñar carnes y la **salsa china**, con la cual se da color y sabor tanto al arroz como también a las carnes, presenta un color oscuro y, en cuanto a su sabor, este es salado y ligeramente amargo por su contenido de proteína de soya. También destaca la salsa inglesa, la cual es muy similar a la china por su color oscuro pero con ligeras

notas picantes al paladar. La más popular de todas las salsas es la **salsa de tomate (ketchup)**, de la cual el panameño abusa en su consumo pues la agrega a muchas de sus comidas.

Los **picantes** también son considerados salsas, por lo que son utilizados para saborizar y realzar el sabor de sopas, carnes, mariscos y demás platos. Así pues, el picante denominado “chombo”, elaborado a base de ají chombo (muy similar al chile habanero) es el más consumido en Panamá.

Las salsas típicas de la comida peruana tienen como mercado primario en Panamá a los restaurantes de comida peruana, residentes peruanos y, en segundo lugar, a cualquier otro consumidor que guste de platos condimentados con salsas y especias no tradicionales en el país.

La cocina panameña tiene diversas influencias, rasgo evidente ya que en el ámbito de las salsas la cocina china y americana son las más predominantes. La salsa china (salsa de soya) recibe múltiples usos en la cocina al igual que la salsa

de tomate (*ketchup*) en donde el liderazgo de la categoría pertenece a la marca Maggi (Nestlé), la cual es producida en Panamá y bastante consumida por su sabor único “más dulce” que los *ketchups* tradicionales e importados.

Otras salsas utilizadas como aderezo en las comidas son la salsa rosada y la salsa tartará, la cual es consumida usualmente con el pescado. La mayonesa y la mostaza son habituales en la cocina panameña: la primera se emplea para la preparación de ensaladas como la tradicional a base de papa y la segunda es muy común en hamburguesas, *hot dogs* y demás emparedados.

Con respecto a los tamaños usuales en el mercado, los fabricantes locales y la oferta extranjera presentan un mismo producto en diversos tamaños con el propósito de acceder a los diversos mercados y tipos de consumidores. De esta manera, en las estanterías suele haber salsas en envase PET plástico de: 4; 5,5; 10,5; 16; 24 y 32 oz., así como en envase plástico de polie-

tileno de 128 oz (galón). En relación con los aderezos, la mayonesa, la mostaza y el *ketchup* las empresas ofrecen al consumidor empaques económicos llamados *doypack* con tamaños para contenido entre 100 y 400 gramos.

### 1.5.3 Precios

La variación de los precios depende básicamente de la procedencia y la marca de estos; en este caso, existe una gran competencia tanto nacional como extranjera, lo cual genera precios altamente competitivos. En cuanto a los márgenes de ganancia para estos productos no hay regulación alguna, por lo que el distribuidor establecerá el margen que considere oportuno y llegará a obtener entre un 20% a 25%. Por su parte, los detallistas, según cuál sea su mercado meta, trabajan con porcentajes similares. A continuación se presentan los precios promedio de referencia para las salsas más comunes:



Salsa china (envase plástico)	
Tamaño	Precio promedio USD
5,5 onzas	0,75
10,5 onzas	1,37
16 onzas	1,75
24 onzas	1,82

\*Basado en marcas locales.

Salsa inglesa (envase plástico)	
Tamaño	Precio promedio USD
5,5 onzas	0,85
10,5 onzas	1,23
16 onzas	1,60
24 onzas	1,90

\*Basado en marcas locales.

Ketchup	
Tamaño	Precio promedio USD
14 onzas (Maggie)*	1,51
28 onzas (Maggie)	2,86
14 onzas (importado)	2,04
24 onzas (importado)	2,61

\*Maggie es una marca Nestlé y es hecha en Panamá.

Salsa barbacoa	
Tamaño	Precio promedio USD
7 onzas (Doy pack)	1,33
18 onzas (importada)	2,07

Salsa condimentada (envase plástico)	
Tamaño	Precio promedio USD
5,5 onzas	1,10
10,5 onzas	1,76
24 onzas	2,60

\*Basado en marcas locales.

Salsa barbacoa	
Tamaño	Precio promedio USD
8 onzas	1,52
16 onzas	2,72
32 onzas	4,87

### 1.5.4 Competencia

En el proceso de identificación de estrategias, propósitos, ideas **novedosas** y comparaciones para este tipo de producto, se puede encontrar recursos valiosos y confiables contactando a socios potenciales o consultando con:

#### Distribuidores:

Minoristas: cadenas de supermercado que compran a distribuidores locales y quienes también traen mercancía directa del extranjero.

Importadores-distribuidores: empresas especialistas en importación quienes además distribuyen a los minoristas y restaurantes, hoteles y demás.

Fabricantes-distribuidores: empresas nacionales que fabrican y distribuyen localmente sus productos. Sobresalen Proluxa, La Doña, Doraz, Sansae, entre otras.

Para la introducción de este tipo de productos al mercado es fundamental utilizar la figura de un distribuidor por las siguientes razones:

- Tiene la propiedad del producto.
- Asume los riesgos del mercado local.

- Tiene capacidad de almacenamiento.
- Provee financiamiento a sus compradores.
- Brinda servicios posventa.

**Asimismo presenta ventajas adicionales como** el mantenimiento del inventario, la posibilidad de compartir los costos de promoción con la empresa exportadora, el desarrollo de una clientela específica para el cliente (plaza) y la realización de la mayor parte del trabajo operativo (trámites de importación, barreras no arancelarias, mercadeo).

Ya sea por el inicio de la actividad exportadora o por el desconocimiento del mercado, son importantes los servicios que brinda un importador-distribuidor.

## 02

## Condiciones de acceso

## Criterios para la selección del importador-distribuidor en Panamá:

- Fuerza de ventas.
- Trazabilidad.
- Análisis geográfico.
- Mezcla de productos y servicios.
- Perfil de los clientes y políticas de mercadeo.

En cuanto a la marca privada en Panamá, los productos comercializados bajo este concepto son aquellos que pertenecen a y son comercializados por detallistas, mayoristas, restaurantes y distribuidores para ser vendidos en los respectivos segmentos del mercado.

## 2.1 Aranceles

## Panamá:

Partida	Detalle	Arancel2	Arancel base <sup>1</sup>
2103.10.00	Salsa de soja	10%	15%
2103.90.22	Salsa inglesa (Worcester)	10%	15%
2103.90.29	Salsas y aderezos excepto mayonesa y salsa Worcester	10%	15%

Fuente: Tratado de Libre Comercio Panamá-Perú, eliminación arancelaria, lista de Panamá, anexo 2-3, Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá; Negociaciones comerciales / Tratados vigentes. [www.mici.gob.pa](http://www.mici.gob.pa)

(1) Arancel vigente al momento de la negociación.

(2) Arancel según la 5.a enmienda del arancel de importación de la Organización Mundial de Aduanas.

## Perú:

Partida	Detalle	Arancel2	Arancel base <sup>1</sup>
2103.10.00.00	Salsa de soja Ketchup y demás	10%	0
2103.20.00.00	Ketchup y demás salsas de tomate salsas de tomate	10%	0
2103.90.10.00	Salsa mayonesa	-	0
2103.90.20.00	Condimentos y sazónadores compuestos	-	0
2103.90.90.00	Demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	10%	0

Fuente: Tratado de Libre Comercio Panamá-Perú, eliminación arancelaria, lista de Panamá, anexo 2-3, Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá; Negociaciones comerciales / Tratados vigentes. [www.mici.gob.pa](http://www.mici.gob.pa)

(1) Arancel vigente en la negociación.

(2) Arancel según la 5.a enmienda del arancel de importación de la Organización Mundial de Aduanas.

Todos estos productos pertenecen a la **Categoría "A" Libre Comercio**, la cual rige a partir del 1 de mayo 2012 con la entrada en vigencia del tratado.

## 2.2 Requisitos para la importación

La fiscalidad y legislación relacionada con el producto está resuelto en el AUPSA- DINAN-002-2012 (por medio del cual se deroga el Resuelto AUPSA- DINAN-001-2011) y en su lugar se establecen requisitos sanitarios y fitosanitarios para la importación de alimentos industrializados y/o procesados destinados al consumo humano, uso directo o transformación. Para mayor información puede ingresar al siguiente enlace: <http://www.aupsa.gob.pa/RES/>

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

### Barreras de mercado:

Existen las barreras arancelarias que son los impuestos que pagan los productos que se importan en Panamá y las barreras

no arancelarias que son los permisos sanitarios y fitosanitarios.

### Barreras financieras:

No las hay.

## 2.4 Requisitos para el producto / registro sanitario

### Registro sanitario:

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

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

país de origen del producto. Debe tener apostilla la cual se obtiene en el Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú. (Convención de La Haya). En Perú este certificado suele ser emitido por la Cámara de Comercio de Lima.

- Fórmula cualitativa-cuantitativa del producto (se deben listar los ingredientes en proporción a su porcentaje de forma decreciente).
- Descripción del método de fabricación del producto (flujograma o monografía).
- Información referente a la conservación y estabilidad biológica del producto (vida útil del producto y el método utilizado para determinarla).
- Fecha de producción y vencimiento. Se debe explicar cómo está compuesta (rotulada) la fecha. Ejemplo: día/mes/año.
- Cuatro etiquetas del producto.
- Una ilustración gráfica del envase (foto o imagen digital).

## 03

## Distribución y canales de comercialización

**Etiquetado<sup>3</sup>**

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio panameño, sea nacional o importado, debe llevar las etiquetas en español. La etiqueta debe contener, como mínimo, la siguiente información:

- Nombre del fabricante.
- Dirección y país de origen.
- Fecha de vencimiento.
- Lista de ingredientes o componentes.
- Número de lote.
- Contenido neto y peso escurrido.
- Código de barra.

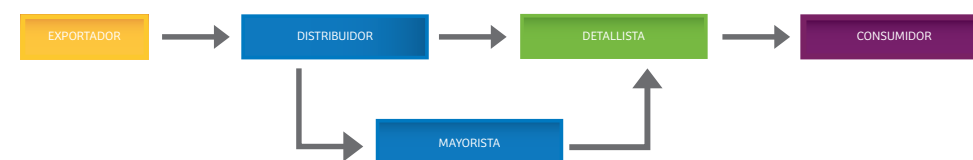
La norma panameña no exige que en la etiqueta se plasme el número de registro asignado por Panamá al producto. No obstante, en la práctica cada vez son más

las empresas que de forma voluntaria incluyen esta información en la etiqueta.

**2.5 Requisitos del consumidor**

El consumidor panameño es sumamente tradicional, suele consumir y comprar los productos que tienen como referencia su entorno familiar o social inmediato. En consecuencia, para adoptar un producto nuevo requiere altas dosis de promoción y publicidad. En los puntos de venta un método que ha resultado efectivo es la degustación por medio de la cual se puede ilustrar al consumidor sobre las diversas características el producto y lograr que haga contacto con este.

Trabajar por medio de un distribuidor en Panamá resulta una buena opción para quien tiene un producto o marca extranjera y requiere del conocimiento de mercado y la cobertura de canales que una empresa ya establecida posee. Los distribuidores en Panamá son en su mayoría importadores quienes tienen estructuras de negocio que cubren los canales relacionados al detalle y el canal Horeca, siendo este último de vital importancia para acceder a importantes nichos de mercado como los restaurantes peruanos.



<sup>3</sup> [http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/Descargas/Documentosdeinteres/doc\\_Codex\\_etiquetado\\_alimentos\\_preenvasados.pdf](http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/Descargas/Documentosdeinteres/doc_Codex_etiquetado_alimentos_preenvasados.pdf)

## 04

## Datos de contacto de importadores

En este segmento solo se mencionan los principales, ya que el mercado cuenta con una gran cantidad de ellos.

### La Tienda Latina S. A.

- Dirección: calle Ernesto T. Lefeure y Vía España, al lado del HSBC.
- Teléfono: (507) 221- 3789.
- Página web: [www.latiendalatinasa.com](http://www.latiendalatinasa.com)

### Distribuidora Ancar S. A.

- Dirección: av. 1.a C sur, urb. Villa Dora Carasquilla (Panamá).
- Teléfono: (507) 390- 0368.
- Página web: N.D.

### Tagarópulos S. A.

- Dirección: P.O Box 0819-0316, El Dorado (Panamá).
- Teléfono: (507) 360-0300.
- Página web: [www.tagaropulos.com/tagaropulos\\_en.shtml](http://www.tagaropulos.com/tagaropulos_en.shtml)
- Persona de contacto: Ricardo J. Alfaro.

### Distribuidora Vikingo

- Dirección: av. Balboa y cl. Israel Paitilla.
- Teléfono: (507) 269-2757.
- Página web: N.D.
- Persona de contacto: Juan Glinos

### Dicarina Panamá

- Dirección: Vía Transísmica y 12 de Octubre (Panamá).
- Teléfono: (507) 303-1500.
- Página web: [www.dicarina.com](http://www.dicarina.com)
- Persona de contacto: Enric Alvarado.

### Distribuidora Centroamericana

- Dirección: El Crisol, Centro comercial Plaza El Dragón, Segundo Piso Local 10.
- Teléfono: (507) 220-9441.
- Página web: [www.dicasapanama.com](http://www.dicasapanama.com)

### H. Tzaneatos Inc.

Distribuidora de productos de consumo Masivo.

- Dirección: casa matriz, Vía Tocumen.
- Teléfono: (507) 220-1977.
- Página web: [www.htzaneatos.com](http://www.htzaneatos.com)
- Persona de contacto: Alberto de Paz.

### Griffith Panamá

- Dirección: N.D.
- Teléfono: (507) 271-0766.
- Página web: [www.griffithlaboratories.com/](http://www.griffithlaboratories.com/)
- Persona de contacto: Efrain Ballesteros.

### LIVERY Panamá (fábrica para H. Tzaneatos, Inc.)

- Dirección: av. Domingo Díaz, Vía Tocumen, Panamá.
- Teléfono: (507) 305-4500 / 305-4501
- Página web: [www.grupolavery.com](http://www.grupolavery.com)

### Distribuidora Ricamar

- Dirección: cl. 16 R Abajo.
- Teléfono: (507) 323-8700.
- Página web: [www.super99.com](http://www.super99.com)
- Persona de contacto: Roberto Luzcando.

### Riba Smith

- Dirección: calle 45, este.
- Teléfono: (507) 302-3424.
- Página web: [www.ribasmith.com/panama/](http://www.ribasmith.com/panama/)
- Teléfono: (507) 270-5535.
- Página web: [www.gruporey.com.pa](http://www.gruporey.com.pa)

## 05

## Fuentes de información

## 5.1 Instituciones y entidades

- **Contraloría General de la República:** [www.contraloria.gob.pa/INEC/](http://www.contraloria.gob.pa/INEC/) ; entrar en Estadísticas de comercio exterior.
- **Autoridad Nacional de Aduanas:** [www.ana.gob.pa](http://www.ana.gob.pa) ; entrar en SICE consultas y colocar el número de partida arancelaria.
- **Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA);** [www.aupsa.gob.pa](http://www.aupsa.gob.pa) ; entrar en Legislación / Requisitos sanitarios.
- **Asociación de restaurantes y afines de Panamá:** [www.asociacionderestaurantes.com](http://www.asociacionderestaurantes.com)

## 5.2 Ferias comerciales

## 5.2.1 Panamá Gastronómica. Feria Internacional

Constituye la feria gastronómica más importante en Panamá. Cuenta con la presencia de importantes marcas del sector gastronómico, reconocidos chef nacionales e internacionales y destacados restaurantes de la ciudad. Denominada

como “el lugar donde te encuentras exquisitos olores y sabores que deleitan todos los sentidos”, todo ello acompañado de exquisitos vinos de la mano de “La ruta del vino”.

Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, hostelería, libros, turismo, vino, alimentos, delicatessen, enología, equipamiento de cocina.
- Periodicidad: anual.
- Público: privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 28 al 30 de agosto de 2015.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://panamagastronomica.com>
- Organizador: Panamá Gastronómica.
- Contacto:  
Tel.: (507) 396-0375.  
Correo electrónico: [info@panamagastronomica.com](mailto:info@panamagastronomica.com)

## 5.2.2 Expo Gourmet Panamá

- La alta gastronomía es la protagonista de Expo Gourmet Panamá, un evento que reúne a profesionales, académicos y estudiantes de cocina de toda Latinoamérica para acercarlos las últimas novedades y tendencias del sector y potenciar el intercambio de conocimientos y experiencias entre ellos.
- Este encuentro, constituido por una exposición comercial y por el Congreso Internacional de Alta Cocina Panamá (CIAC Panamá), cuenta con la presencia de chefs de renombre internacional.

Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, vino, comida gourmet, delicatessen, gastronomía, restaurantes.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: no hay fijada ninguna fecha prevista.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.

- País: Panamá.
- Página web: <http://www.expogourmetpanama.com/>
- Organizador: Eventgroup Panamá.
- Contacto:  
Tel.: (507) 394-1027.  
Correo electrónico: [info@expogourmetpanama.com](mailto:info@expogourmetpanama.com)

## 5.2.3 Expocomer

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

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

Datos de la feria:

- Sectores: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: del 9 al 12 de marzo de 2016.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://www.expocomer.com>
- Organizador: CCIAP (Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá).
- Contacto:  
Tel.: (507) 207-3434.  
Correo electrónico:  
[expocomer@panacamara.org](mailto:expocomer@panacamara.org)

### 5.2.4 Panama Food Expo Show

Panama Food Expo Show es una feria internacional dedicada a brindar al sector agroalimentario la posibilidad de exponer sus productos y realizar contactos comer-

ciales sumamente provechosos con potenciales compradores.

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

Datos de la feria:

- Sectores: alimentación, gastronomía.
- Periodicidad: anual.
- Público: privado, profesional.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: sin fecha para el 2015.
- Recinto: Centro de convenciones ATLAPA.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://panamafoodexpo.com/>
- Organizador: Ingenieros de Alimentos-Consultores.
- Contacto:  
Tel.: (507) 222-2221 / (507) 6488-3754.  
Correo electrónico:

[tnieves@ingenieriadealimentos.com](mailto:tnieves@ingenieriadealimentos.com) / [info@panamafoodexposhow.com](mailto:info@panamafoodexposhow.com)

### 5.3 Fuentes de información adicional

- Decreto de Gabinete N.º 49 del 28 de diciembre de 2011, por medio de la cual se aprueba la Quinta Enmienda a la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Gaceta Oficial No. 26 942; que se puede ubicar en [www.asamblea.gob.pa](http://www.asamblea.gob.pa) colección de gacetas (introducir el número).
- Decreto Ley N.º 11 del 26 de febrero de 2006: Requisitos y Procedimientos para Inscribir Alimentos Importados. Gaceta Oficial N.º 25 493; que se puede ubicar en: [www.asamblea.gob.pa](http://www.asamblea.gob.pa) en Colección de gacetas (introducir el número).
- Estudios previos realizados por Opera Global Business Panamá para Mincetur, Perú.
- Reporte de Monitoreo Sectorial; Sector de Alimentos Panamá; elaborado por la Cámara de Comercio de Bogotá. 2008. [www.camara.ccb.org.co/.../8674\\_1\\_sector\\_alimentos\\_ag](http://www.camara.ccb.org.co/.../8674_1_sector_alimentos_ag)





# 06

## Anexos

### 6.1 Restaurantes peruanos en Panamá:

- **Mare Nostrum:** calle 72, San Francisco, Panamá, Ciudad Capital. Tel.: 270-1955.
- **Mi Perú:** av. Ernesto T. Lefeure y vía España, al lado de HSBC. Tel.: 221-3289.
- **El Pollo de Oro:** Calle 50, frente al Mac Donald. Tel.: 226-3649.
- **China Wok:** centro comercial Multi-centro, 4.o piso, Food Court. Tel.: 208-2788.
- **El Tambo de Oro I y El Tambo de Oro II:** calle 50 y vía Brasil, al lado de Dominós Pizza. Av. Centenario, al frente de Parrilladas Jimmy. Tel.: 263-8147.
- **El Mercado del Marisco:** av. Balboa, centro EL Mercado del Marisco.
- **Mar del Sur I y Mar del Sur II:** calle Miguel Brostella, Boulevard El Dorado frente al centro comercial Camino de Cruces. Vía Porras frente al Parque Omar (local II). Tel.: 279-1604.
- **El Chimborazo I y El Chimborazo II:** Juan Díaz, Vía principal, diagonal a los Bomberos. Vía Porra, frente al Supermercado Palacio de las Carnes. Tel.: 226-8397.
- **Del Puente a la Alameda:** Vía Interamericana km 109, las Guías, provincia de Coclé.
- **Machu Picchu:** el Cangrejo, calle Eusebio A. Morales N.o 16. Tel.: 264-9308.
- **Delicias Peruanas:** Tel.: 390-6091/221-7091. Correo electrónico: [deliciasperuanas@gmail.com](mailto:deliciasperuanas@gmail.com)
- **Brujas de Cachiche:** esquina calle 56 E y av. Abel Bravo.
- **Segundo Muelle:** calle Crisantemos N.o 16 esquina con calle 68, corregimiento de San Francisco, Ciudad de Panamá. Tel.: 391-9234.
- **Restaurante Astrid y Gastón:** restaurante de cocina peruana de autor, del reconocido chef Gastón Acurio. Tel.: 209-3323. Correo electrónico: [eventos\\_panama@astridygaston.com.pa](mailto:eventos_panama@astridygaston.com.pa)

### 6.2 Tiendas peruanas en Panamá:

- **Mini Súper Frutería Mini Max:** de Enrique Chong. Centro Comercial Bal Harbour. Tel.: 223-6964.
- **La Tienda Latina:** de Sara Ramírez de Jaime. Av. Ernesto T. Lefeure y vía España. Tel.: 221-3789.
- **Agrolac Trading:** de Ángel Larrea. Vía corozal 343. Tel.: 317-6187.
- **Grand Deli Gourmet:** de Nikos Mamais. Calle 50 y 77, San Francisco. Tel.: 226-9483.

### 6.3 Asociaciones de peruanos para fines sociales, benéficos, cívicos y/o religiosos:

#### Adetraperu

- Asociación de Deportistas Trasplantados del Perú.
- Tel.: (507) 425-1648 / 997422843
- Correo electrónico: [adetraperu@hotmail.com](mailto:adetraperu@hotmail.com)

#### Magic Sport S. A.

- Artículos publicitarios, serigrafía en general, confección de uniformes bordados, transfer, cerámica.
- Tel.: (507) 228-5663
- Correo electrónico: [mago2870@yahoo.com](mailto:mago2870@yahoo.com)

#### Trynayanlp

- Agencia de turismo, cuenta con hotel ecológico en Bocas del Toro, trimarán en San Blas y restaurant peruano en Panamá.
- Tel.: 994134014
- Correo electrónico: [trynayanlp@hotmail.com](mailto:trynayanlp@hotmail.com)
- Sitio web: [www.panamasailing.com](http://www.panamasailing.com)

#### El Carbón Encendido

- Atendido por el chef Cornelio Salazar. Comida completamente peruana con asados.
- Tel.: (507) 720-4235
- Correo electrónico: [elcarbonencendido@hotmail.com](mailto:elcarbonencendido@hotmail.com)
- Sitio web: [www.elcarbonencendido.com](http://www.elcarbonencendido.com)

### Mundo Perú

- Venta de servicios turísticos del Perú y del extranjero.
- Tel.: 67902337
- Correo electrónico:  
[mundoperu1@hotmail.com](mailto:mundoperu1@hotmail.com)
- Sitio web:  
[www.myspace.com/mundoperu\\_viajes](http://www.myspace.com/mundoperu_viajes)

### Asociación Deportivo Perú en Panamá

- Tel.: (507) 262-3050
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

### Asociación de Amigos del Perú y Panamá

- Tiene como objetivo la confraternidad entre ambas naciones.
- Tel.: (507) 264-1620
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

### Club Deportivo Machu Picchu

- Difunde el deporte y la cultura peruana en La Ciudad de Panamá.
- Tel.: (507) 6573-5780
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

### Asociación del Señor de los Milagros en La Ciudad de Panamá

- Tel.: (507) 290-6313
- Correo electrónico:  
[edgardo.sanchez@solusoft.com](mailto:edgardo.sanchez@solusoft.com)
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

### Asociación de Damas Peruano Panameñas

- Cultiva los lazos de amistad entre ambas naciones.
- Tel.: (507) 223-8020
- Correo electrónico:  
[gmillaleion@yahoo.es](mailto:gmillaleion@yahoo.es)
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

### Club Contigo Perú

- Se encarga de difundir la cultura peruana.
- Tel.: (507) 279-0257
- Correo electrónico:  
[carloscuba2000@hotmail.com](mailto:carloscuba2000@hotmail.com)
- Sitio web:  
[www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama](http://www.deperu.com/peruanos/peruanos-panama)

# Plan de Desarrollo de Mercado Panamá



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

