



Ficha PRODUCTO-DESTINO

Pulpa de tomate y aderezos

Octubre 2018



Contenido

Generalidades del producto.....	2
Características del sector en Perú.....	2
El consumidor peruano	2
Intercambio comercial de Perú con el mundo	3
Intercambio comercial entre Perú y Uruguay	4
Empresas importadoras	4
Aranceles.....	5
Medidas no arancelarias	6
Embalaje, empaque y etiquetado	7
Canales de distribución	8
Ferias internacionales	9
Otros datos relevantes.....	10
Páginas web de interés	10

Generalidades del producto

2103 – Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada.

2103.20.10.10 – Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada; -- Kétchup y demás salsas de tomate; -- Salsa kétchup.

2103.20.10.90 – Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada; -- Kétchup y demás salsas de tomate; -- Los demás.

2103.30.21.00 – Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada; -- Harina de mostaza y mostaza preparada; -- Mostaza preparada en envases de contenido igual o inferior a 1kg.

Características del sector en Perú¹

Perú está consolidado como un gran productor de alimentos, dentro de los cuales se destacan la agricultura y la pesca. El sector de alimentos representa un 20% del PBI manufacturero y significa un 3% del PBI total.

Perú lidera las exportaciones mundiales de muchos alimentos de producción primaria, como pescados, vegetales, bananas, café, quínoa, y frutos tropicales. En contrapartida, existe potencial para la importación de alimentos procesados e industrializados, de los cuales carece la producción peruana.

El consumidor peruano²

El cliente moderno apostará por una oferta más saludable, con alimentos que pueden costar más, pero le aseguran bienestar y salud. La tendencia saludable en el país ha contribuido al incremento de tiendas de alimentos orgánicos y naturales.

¹ Fuente: www.mef.gob.pe

² Fuente: www.observatorioseguridadalimentaria.org

En relación a ello, las tendencias de los consumidores de productos orgánicos y naturales van en aumento, las tiendas orgánicas y naturales en Lima son el resultado del crecimiento económico en los últimos once años en la capital, Lima.

En el Perú, se tiene la idea de que consumir productos orgánicos es costumbre de los niveles socioeconómicos altos, sin embargo, esta percepción ha cambiado, pues ya no son una categoría exclusiva, sino que la mayoría de los ciudadanos acceden a estos productos.

Intercambio comercial de Perú con el mundo³

Las exportaciones del NCM 2103.20 de Perú fueron principalmente a Bolivia, Chile y Panamá. La balanza comercial no es positiva para el país, que cuenta con un saldo total negativo de US\$ 1.300 miles.

**Tabla N° 1 - Intercambio comercial de Perú con el mundo – NCM 2103.20 (Ketchup)
Año 2017 (Datos en US\$ Miles)**

Socio	Valor exportado 2017	Valor importado 2017	Saldo
Bolivia	316	0	316
Chile	78	584	-506
Panamá	66	0	66
Nicaragua	2	0	2
Costa Rica	1	66	-65
Italia	0	51	-51
Japón	0	0	0
España	0	35	-35
Estados Unidos	0	960	-960
Mundo	462	1762	-1300

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

³ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

El intercambio del NCM 2103.30 también tuvo un resultado negativo para Perú con un saldo de negativo de US\$ 264 miles. Los principales socios comerciales son tan solo cinco países que intercambian Mostazas con Perú.

Tabla N° 2 - Intercambio comercial de Perú con el mundo – NCM 2103.30 (Mostaza)
Año 2017 (Datos en US\$ Miles)

Socio	Valor exportado 2017	Valor importado 2017	Saldo
Chile	1	45	-44
Italia	1	1	0
Estados Unidos	0	103	-103
Francia	0	58	-58
Alemania	0	33	-33
Mundo	2	266	-264

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

Intercambio comercial entre Perú y Uruguay

Respecto al intercambio comercial entre Perú y Uruguay de los productos aquí analizados cabe mencionar que no se han registrado exportaciones uruguayas a dicho mercado en los últimos años; mientras que se importaron ketchup por apenas poco más de US\$ 3000 dólares en 2014, lo cual fue un movimiento puntual que no se ha replicado posteriormente.

Empresas importadoras⁴

Dentro de las principales empresas peruanas importadoras de aderezos destacamos a SNACKS AMERICA LATINA S.R.L. el cual tiene una participación porcentual de 18,2%, seguido por la empresa S.B. TRADING S.R.L. con el 8,7%.

⁴ Fuente: Penta Transaction.

Tabla Nº 3 - Principales empresas peruanas importadoras de aderezos

Empresa	Part. % 2017
SNACKS AMERICA LATINA S.R.L.	18,2%
S.B. TRADING S.R.L.	8,7%
AJINOMOTO DEL PERU S A	7,8%
CRAMER PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	7,7%
DELOSI S.A.	4,9%
IMPORTACION & EXPORTACION TAY SOCIEDAD A	4,5%
ALICORP SAA	3,7%
SIGDELO S.A.	3,3%
FOOD MARKETS S.A.C.	3,3%
CORPORACION PERUANA DE RESTAURANTES S.A.	3,1%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

Precio promedio de referencia

Tabla Nº 4 - Precios promedios de referencia 2017 (Datos en US\$)

NCM	Descripción	Precio promedio (CIF/Kg líquido)
2103.20	Kétchup	1,30
2103.30	Mostaza	2,60

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction.

Aranceles⁵

El ingreso de productos de Uruguay a Perú, aproximadamente un 80% del universo arancelario (medido en la nomenclatura negociada) cuenta con una preferencia del 100%. La conformación de una Zona de Libre Comercio se llevó a cabo a través de un programa de liberalización comercial con desgravaciones progresivas. El ACE 58 cuenta con listas y programas de desgravación diferentes entre las partes signatarias, que implican diferentes preferencias otorgadas entre los países.

⁵ Fuente: Mac Map

Tabla N° 5 – Aranceles aplicables para el ingreso a Perú

Producto	Descripción	Régimen arancelario	Tarifa
2103.20.10.90	Salsas varias derivadas del tomate	AAP.CE N°58	0%
2103.20.10.10	Kétchup	AAP.CE N° 58	0%
2103.30.21.00	Mostazas	AAP.CE N° 58	0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Mac Map.

Medidas no arancelarias⁶

Registro Sanitario⁷

El Decreto Supremo N° 007-98-SA de 24/IX/98, que define el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, establece la obligatoriedad de registrar el producto ante la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), presentando una solicitud con carácter de Declaración jurada con la siguiente información:

- a) Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Unificado de la persona natural o jurídica que solicita el registro.
- b) Nombre y marca del producto o grupo de productos para el que se solicita el Registro Sanitario.
- c) Nombre o razón social, dirección y país del fabricante.
- d) Resultados de los análisis físico-químicos y microbiológicos del producto terminado, procesado por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado en Perú.
- e) Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional.
- f) Condiciones de conservación y almacenamiento.
- g) Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo y material.
- h) Período de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento

⁶ Fuente: www.siicex.gob.pe

- i) Sistema de identificación del lote de producción.
- j) Si se trata de un alimento o bebida para regímenes especiales, deberá señalarse sus propiedades nutricionales.

Adjuntos a la solicitud deben presentarse el Certificado de Libre Comercialización y el Certificado de Uso para productos importados, así como el comprobante de pago por concepto de Registro, el cual tiene una vigencia de 5 años.

Certificados de Libre Comercialización y de Uso⁸

La DIGESA mantendrá una lista actualizada por países con las autoridades competentes para emitir el *Certificado de libre Comercialización* y el *Certificado de Uso*.

El Certificado de Libre Comercialización y el Certificado de Uso emitido por una autoridad distinta a la que figure en el listado, será válida si la misma cuenta con la visa del consulado peruano del lugar, acreditando que quien lo emite es la autoridad competente con arreglo a las disposiciones vigentes del país correspondiente.

Se tendrá por presentado el Certificado de Uso cuando:

- La DIGESA cuente con la información oficial indicando que el país fabricante no se emite dicho certificado.
- El que solicita Registro Sanitario acredite que en el país fabricante no se emite dicho certificado, presentando en su lugar un documento que así lo señale, expedido por la autoridad competente o el consulado peruano del lugar.

Embalaje, empaque y etiquetado

Etiquetado

Los productos industriales manufacturados en el extranjero, para ser puestos a la venta en el territorio peruano, deben llevar inscritos los siguientes datos:

- a) Marca del producto, cuando se trate de productos de consumo final;
- b) País de fabricación;
- c) Fecha de expiración para los productos alimenticios, medicinales para el uso humano y veterinario, material fotográfico, y otros, sujetos a vencimiento.

El contenido del rotulado debe ceñirse a las disposiciones establecidas en la Norma Metrológica Peruana de Rotulado de Productos Envasados y contener la siguiente información mínima:

- a) Nombre del producto.
- b) Declaración de los ingredientes y aditivos empleados en la elaboración del producto.

⁸ Por mayor información, consulte aquí: www.nt5000.aladi.org

- c) Nombre y dirección del fabricante.
- d) Nombre, razón social y dirección del importador, lo que podrá figurar en etiqueta adicional.
- e) Número de Registro Sanitario.
- f) Fecha de vencimiento, cuando el producto lo requiera con arreglo a lo que establece el Codex Alimentarias o la norma sanitaria peruana que le es aplicable.
- g) Condiciones especiales de conservación, cuando el producto lo requiera.

Envasado

Los envases, que estén fabricados con metales o aleaciones de los mismos o con material plástico, en su caso, no podrán:

- Contener impurezas constituidas por plomo, antimonio, zinc, cobre, cromo, hierro, estaño, mercurio, cadmio, arsénico u otros metales o metaloides que puedan ser considerados dañinos para la salud, en cantidades o niveles superiores a los límites máximos permitidos.
- Contener monómeros residuales de estireno, de cloruro de vinilo, de acrilonitrilo o de cualquier otro monómero residual o sustancia que puedan ser considerados nocivos para la salud, en cantidades superiores a los límites máximos permitidos.

Los límites máximos permitidos a que se refieren los incisos a) y b) precedentes se determinan en la norma sanitaria que dicta el Ministerio de Salud.

La presente disposición es también aplicable, en lo que corresponda, a los laminados, barnices, películas, revestimientos o partes de los envases que están en contacto con los alimentos y bebidas. Prohíbese la utilización de envases fabricados con reciclados de papel, cartón o plástico de segundo uso.

Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos

- Todas las personas naturales y jurídicas que comercialicen, importen, suministren y fabriquen alimentos y bebidas no alcohólicas procesadas, adecuarán gradualmente la eliminación del contenido de grasas trans.
- El uso y/o contenido de grasas trans no será mayor de:
 - a) Grasas, aceites vegetales y margarinas: 2 g de Ácidos grasos trans por 100 g o 100 ml de materia grasa.
 - b) Resto de alimentos y bebidas no alcohólicas procesadas industrialmente: 5 g de Ácidos grasos trans por 100 g o 100 ml de materia grasa.

Canales de distribución

Los canales de ventas en Perú tienen características particulares que se definen a partir de las particularidades de los compradores. Estas características han obligado a las empresas a desarrollar distintas estrategias de colocación. Según las características específicas de los

compradores se pueden distinguir dos categorías: compradores modernos (cadenas) y compradores tradicionales (minoristas).

En Lima, el 70% de las ventas se realizan a través del canal tradicional. El canal tradicional frente al canal moderno ha sido un tema de discusión especialmente en los últimos años. Grupos como Cencosud, Supermercados Peruanos y Falabella lideran el canal moderno.

Actualmente, con un crecimiento sin precedentes. En cuanto a los canales de distribución tradicionales, en el interior del país bodegas y mercados continúan liderando la cima, reflejando más del 90% de las ventas; y en el caso de la capital, un 70%.

Ferias internacionales⁹

Las ferias internacionales son uno de los elementos de mercadotecnia más completos para la promoción de las empresas y sus productos en el exterior. Esta herramienta no solo permite a las empresas exponer sus productos, encontrar a los principales actores de su sector y medir la actuación de su competencia; sino que también hace posible que las empresas conozcan las principales novedades de su sector y actualicen sus conocimientos a través de seminarios y talleres realizados en el marco de la feria. Las alternativas de participación varían de acuerdo a la estrategia y grado de inversión de las empresas, pudiendo realizar una visita de prospección, o bien, participar en forma de expositor.

Participar de ferias internacionales es una oportunidad única para tener contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, dando a conocer una marca frente a miles de visitantes. Constituye uno de los elementos fundamentales para la promoción de una empresa y sus productos o servicios en el exterior, al tiempo que fomenta la concreción de negocios y el acceso directo a información sobre el sector.

- **Expoalimentaria**
Fecha: 28 al 30 de setiembre
Lugar: Lima, Perú
Tema: Alimentos y bebidas
- **Fiagro**
Fecha 15 al 17 de noviembre
Lugar: Lima, Perú
Tema: Alimentos y bebidas

⁹ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a la Cámara de Comercio de Lima.

Otros datos relevantes

Para obtener información respecto de los principales puntos de ingreso al mercado de destino, los precios de fletes internacionales, las empresas de transporte de mercadería internacional hacia dicho país, las estrategias de negociación y las normas de protocolo a tener en cuenta al momento de negociar con este mercado, acceda al Informe País haciendo clic en el siguiente [link](#).

Páginas web de interés

- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP): www.bcrp.gob.pe
- Cámara de Comercio de Lima (CCL): www.camaralima.org.pe
- Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA): www.digesa.minsa.gob.pe
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI): www.indecopi.gob.pe
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI): www.inei.gob.pe
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR): www.mincetur.gob.pe
- Ministerio de Economía y Finanzas del Perú: www.mef.gob.pe
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA): www.senasa.gob.pe
- Estadísticas de Importación y Exportación: www.aduanet.gob.pe
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX): www.comexperu.org.pe
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria del Perú (SUNAT): www.sunat.gob.pe