Visualitza formació:

Tot el que cal saber per exportar productes agroalimentaris al **Perú**

#FormacióProdeca

Jaime Sánchez - Antena Prodeca Perú

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

17 de setembre de 2024

Generalitat de Catalunya



ÍNDICE

1. Presentación de Track Global Solutions – Antena Prodeca Latam
2. Datos generales de Perú
3. Estadísticas importaciones / exportaciones
4. Caracterización del mercado
5. TLC – Perú - Europa

track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

ANTENA PRODECA LATAM

TRACK GLOBAL SOLUTIONS

Consultora especializada que apoya a las empresas en su proceso de internacionalización.

Llevamos más de 10 años apoyamos a las empresas de Europa y Latinoamérica. Presencia en los principales países de Latinoamérica, haciendo de puente entre ambos continentes.

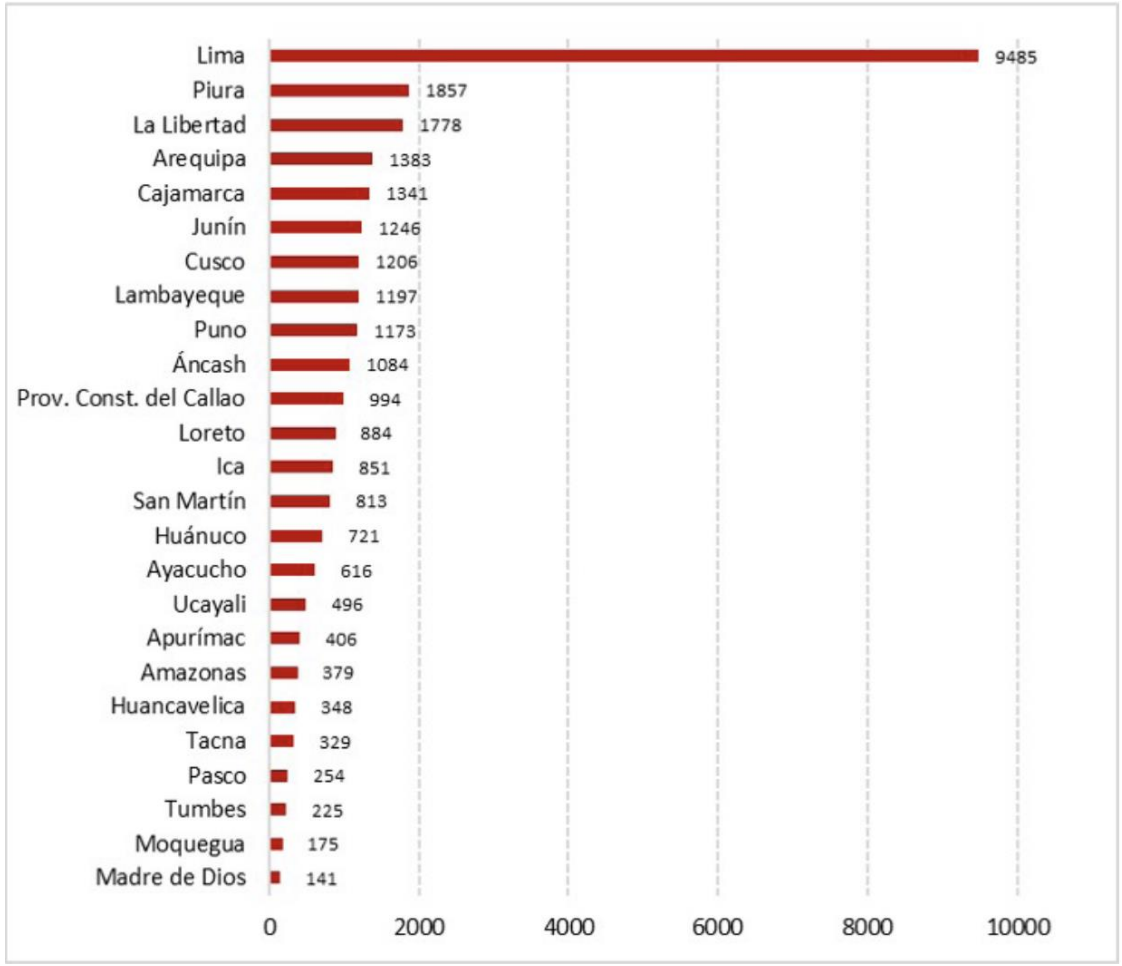
Principales líneas de actividad:

- Contratación pública internacional
- Promoción de comercio exterior
- Consultoría estratégica
- Inteligencia de mercados
- Formación especializada

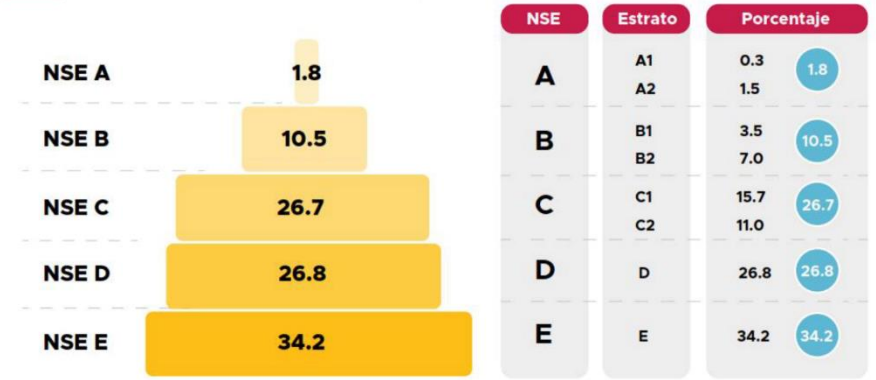


DATOS GENERALES DE PERÚ

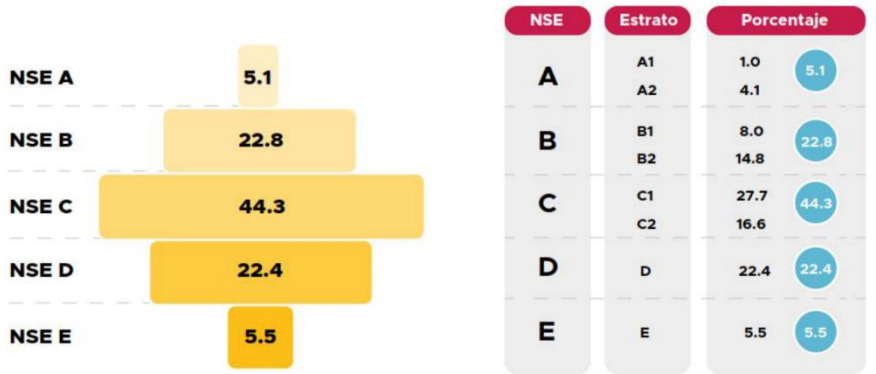
Nivel Socioeconómico



Perú Total



Lima Metropolitana



track
Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Datos generales

Crecimiento continuado: Perú posee una economía que ha experimentado un crecimiento continuado en los últimos años. Este ascenso se debe a las siguientes variables:

- Políticas de carácter macroeconómico que han provocado la estabilidad de las finanzas públicas.
- Escaso endeudamiento de su gobierno.
- Promoción del crédito interno.
- Reducción de la inflación.
- Doble moneda: Sol y Dólar Americano

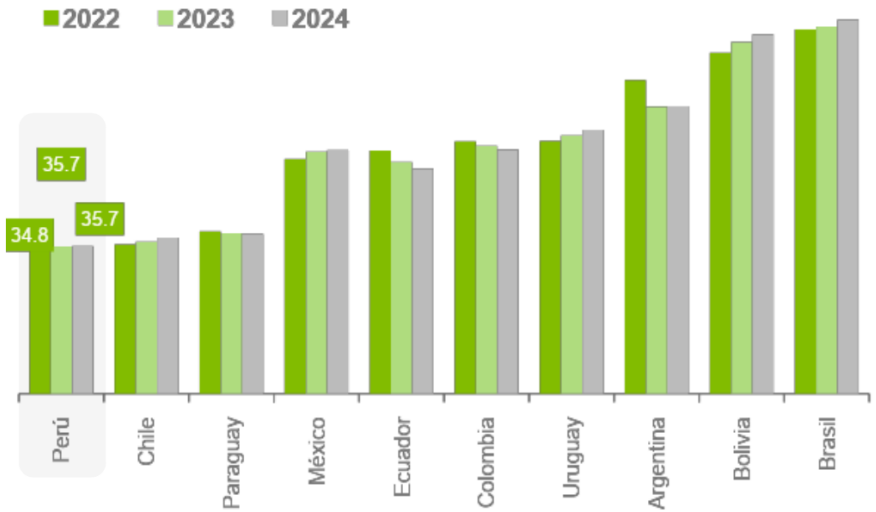


en calificación crediticia en la región

Country	Moody's	S&P	Fitch
Chile	A1	A	A-
Perú	Baa1	BBB	BBB
México	Baa1	BBB	BBB-
Colombia	Baa2	BB+	BB+
Brasil	Ba2	BB-	BB-
Argentina	C a	CCC+	CCC



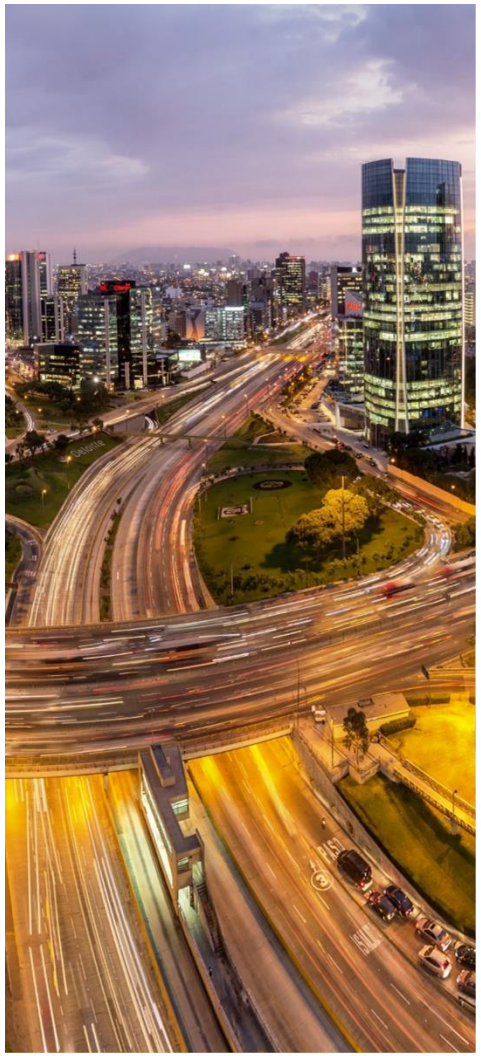
ratio más bajo de deuda pública bruta/PBI en la región



track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

¿POR QUÉ INVERTIR EN PERÚ?



PERÚ

Estable y Abierto

Una amplia **red** de **acuerdos internacionales con** 22 **TLC**, 28 **TBI** y 09 **CDI**

Marco jurídico propicio y estable para las inversiones extranjeras. Por ejemplo: Convenios Estabilidad Jurídica, etc.

Incentivos tributarios para las inversiones a nivel general y en sectores específicos: Destaca régimen de las **ZEE**, **RERA IGV**, Deducción tributaria en materia de **investigación, desarrollo e innovación**

De acuerdo al "**Índice Global de Innovación 2023**" (OMPI), Perú lidera en la región en el componente **"Capital humano e investigación"**

Ubicación Estratégica: en el centro de Sudamérica como puerta de acceso a la **Cuenca del Pacífico**

Perú se ubica como **segundo país** de la región con mayor **nivel de competitividad** (IMD 2023).

ESTADÍSTICAS IMPORT / EXPORT

track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

PERÚ - Enero a diciembre 2020 a 2023
FUENTE: Datos AEAT
MILLONES DE EUROS

	2020	2021	2022	2023
CARNES Y EMBUTIDOS	**0,35**	**3,90**	**2,46**	**2,27**
CARNES	0,21	3,82	2,01	1,50
Bovino				
Porcino		3,71	1,60	1,18
EMBUTIDOS Y ELABORADOS	0,14	0,07	0,44	0,77

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

PERÚ - Enero a diciembre 2020 a 2023
FUENTE: Datos AEAT
MILLONES DE EUROS

	2020	2021	2022	2023
FINE FOOD-MULTIPRODUCTO	**7,31**	**5,36**	**8,31**	**8,51**
Dulces, cacao y sus preparaciones, artículos de confitería, miel, café, té, infusiones	0,69	0,38	0,57	0,59
Snacks y aperitivos, productos de panadería y pastelería, productos base de cereales, frutos secos, arroz y legumbres	0,71	0,53	0,58	0,31
Zumos vegetales, aguas, cervezas, bebidas y licuados	0,37	0,55	0,76	0,67
Extractos, esencias y concentrados, ingredientes, preparaciones para sopas	3,25	1,76	2,60	2,68
Quesos, productos lácteos y huevos	0,01	0,00		0,04
Platos preparados, caldos, conservas, confituras y mermeladas	1,13	0,70	0,57	0,40
Otros (vinagres, helados,...)	1,15	1,44	3,23	3,82
ACEITES VEGETALES	**0,89**	**0,99**	**1,73**	**1,72**
Aceite de oliva	0,22	0,12	0,14	0,26

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

PERÚ - Enero a diciembre 2020 a 2023
FUENTE: Datos AEAT
MILLONES DE EUROS

	2020	2021	2022	2023
VINOS Y CAVAS	**0,83**	**1,32**	**1,95**	**1,40**
Vinos	0,47	0,62	0,71	0,58
ESPUMOSOS	0,37	0,70	1,21	0,78
Vermut y otros vinos		0,00	0,02	0,05
CEREALES Y MOLINERÍA	**0,15**	**0,28**	**0,44**	**0,34**
PESCADO Y MARISCO	**0,05**	**0,06**	**0,18**	**0,23**
Peces	0,05	0,06	0,18	0,22
Mariscos				0,01
OTROS	**2,93**	**3,33**	**3,59**	**2,91**

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Carnes

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
BRASIL	3,436	130,501,009	46.93%
ESTADOS UNIDOS	2,481	76,390,270	27.47%
CHILE	910	31,420,012	11.30%
ARGENTINA	1,201	19,818,044	7.13%
CANADÁ	111	5,487,167	1.97%
Totales	**8,822**	**278,072,032**	**100.00%**

Datos de interés:

- Carne de pollo es la principal partida de importación> 30%.
- Carne de cerdo es el segundo producto más importado >10%
- Los mayores importadores son SPSA, Halema y Oregon Foods >25% del mercado.
- Maritimo >95%
- España >4 M€

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Pescados y mariscos

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
ARGENTINA	564	76,273,084	36.82%
ECUADOR	11,487	36,022,272	17.39%
CHILE	738	23,679,799	11.43%
CHINA	343	15,965,888	7.71%
AGUAS [...]	195	13,810,511	6.67%
Totales	**15,988**	**207,151,815**	**100.00%**

Datos de interés:

- Langostinos > 35%.
- Atún > 18%
- Jureles y Tilapias > 15%
- Los mayores importadores son Seafrost >30%, el resto son pesqueras y distribuidores. El primer supermercado > 4%.
- Marítimo >80%
- Terrestre > 15%
- España > 3%

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte.

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
ESTADOS UNIDOS	1,019	121,022,854	35.56%
NUEVA ZELANDA	1,807	62,568,259	18.39%
ARGENTINA	340	25,972,547	7.63%
BÉLGICA	202	21,995,474	6.46%
REINO UNIDO	634	19,818,731	5.82%
Totales	**7,651**	**340,305,723**	**100.00%**

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

Datos de interés:

- Leche entera/desnatada en polvo > 55%.
- Quesos > 7%
- Huevos > 5%
- Los mayores importadores son empresas lácteas > 60%. Netstlé > 5%, Supermercados < 3%
- Marítimo > 90%
- España < 1%

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Frutas y frutos comestibles

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
CHILE	6,887	59,369,941	53.75%
ESTADOS UNIDOS	893	21,771,317	19.71%
ARGENTINA	2,319	15,312,726	13.86%
BRASIL	140	5,494,103	4.97%
ECUADOR	862	4,160,527	3.77%
Totales	**11,267**	**110,452,076**	**100.00%**

Datos de interés:

- Manzanas y Peras > 55%.
- Uvas > 10%
- Frutos secos > 20%
- Supermercados > 8%
- Marítimo > 65%, terrestre > 35%
- España solo almendras (-10k USD)

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

track
Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Café, té, yerba mate y especias

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
SRI LANKA	329	22,435,319	41.21%
INDIA	48	6,083,345	11.17%
INDONESIA	55	4,652,354	8.55%
ESTADOS UNIDOS	1,000	3,181,169	5.84%
CHINA	457	2,489,007	4.57%
Totales	**3,548**	**54,443,183**	**100.00%**

Datos de interés:

- Canela > 40%.
- Comino y clavo > 20%
- Frutos secos > 20%
- Supermercados < 2%
- Marítimo > 97%
- España Anís, Café y Laurel > 4%

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, o de insectos

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
TAILANDIA	157	39,283,088	39.72%
CHINA	65	20,396,125	20.62%
ECUADOR	362	10,750,731	10.87%
VIETNAM	68	6,513,864	6.59%
INDONESIA	13	4,058,005	4.10%
Totales	**2,158**	**98,897,943**	**100.00%**

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

Datos de interés:

- Atún (y otros) en lata > 80%.
- Carnes procesadas (tipo Hamb.) > 6%
- Embutidos > 3%
- Destacan empresas conserveras como importadoras
- Supermercados > 9%
- Marítimo > 95%
- España. Embutidos > 80%, y más de un 50% a Supermercados.

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Productos azucarados y Cacao

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
COLOMBIA	6,665	37,938,983	30.45%
MÉXICO	789	15,366,119	12.33%
BRASIL	1,478	14,007,426	11.24%
ESTADOS UNIDOS	883	10,521,812	8.44%
CHINA	1,065	9,617,971	7.72%
Totales	**14,346**	**124,600,748**	**100.00%**

Datos de interés:

- Caramelos y dulces sin cacao > 37%.
- Caramelos y dulces con cacao > 25%.
- Otros con Choc. Blanco > 13%
- Chicles y otras gomas > 10%
- Destacan empresas conserveras como importadoras
- Supermercados > 2%
- Marítimo > 95%
- España > 1%, y más de un 60% es de Fini Perú (Filial) y Yichang.

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Preparaciones a base de Cereales

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
CHILE	864	16,949,688	22.65%
ECUADOR	692	14,030,702	18.75%
COLOMBIA	904	10,316,282	13.78%
BOLIVIA	147	4,283,925	5.72%
ESTADOS UNIDOS	749	4,225,894	5.65%
Totales	**9,884**	**74,849,206**	**100.00%**

Datos de interés:

- Inflados o tostados > 19%.
- Galletas dulces / Saldas > 37%.
- Panes industriales y derivados > 11%
- Destacan empresas de pastas como Molitalia o de dulces como Mondelez y Nestlé.
- Supermercados > 8%
- Marítimo > 75%
- España productos de panadería sobre todo para marca blanca, y otras marcas como Masterbread, Gullón y Santiveri.

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
PAÍSES BAJOS	661	22,072,875	17.14%
CHILE	492	17,148,861	13.31%
GRECIA	337	15,280,207	11.86%
ESTADOS UNIDOS	920	14,741,016	11.44%
BÉLGICA	447	12,432,669	9.65%
Totales	**6,708**	**128,800,925**	**100.00%**

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

Datos de interés:

- Patatas procesadas > 38%.
- Melocotones en lata > 20%.
- Destacan empresas de patatas congeladas y marcas reconocidas como Pringles, de origen Holanda y Bélgica.
- Las conservas de frutas, sobre todo provienen de Grecia, Chile y Sudáfrica.
- Supermercados > 20%
- Marítimo > 98%
- España bebidas como el mosto y aceitunas y conservas vegetales (Heredad de Valdeporres, El Corte Inglés y Lazaya).

track
Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Preparaciones alimenticias diversas

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
PAÍSES BAJOS	661	22,072,875	17.14%
CHILE	492	17,148,861	13.31%
GRECIA	337	15,280,207	11.86%
ESTADOS UNIDOS	920	14,741,016	11.44%
BÉLGICA	447	12,432,669	9.65%
Totales	**6,708**	**128,800,925**	**100.00%**

Datos de interés:

- Esta partida es demasiado diversa, pero destacan las bases para bebidas como Coca Cola, bebidas energéticas, fórmulas para bebes y adultos, gelatinas, flanes, etc.
- De España > 10%, sobre todo fórmulas no lácteas, complementos proteínas, y otros suplementos.

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

BLOQUE I – Estadísticas Importación Perú - Internacional

Grasas y aceites animales o vegetales (Excl. Soja)

PAÍSES ORIGEN [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
ARGENTINA	158	15,874,186	27.00%
BOLIVIA	166	9,594,143	16.32%
COLOMBIA	392	8,724,398	14.84%
ESPAÑA	385	8,157,245	13.88%
ESTADOS UNIDOS	185	4,848,965	8.25%
Totales	**1,926**	**58,785,114**	**100.00%**

Datos de interés:

- Aceite Girasol > 55%.
- Margarina > 23%.
- Aceite de Oliva > 13%
- Destaca Alicorp y Inka Crops para autoconsumo > 33 %
- Destacan marcas blancas como Tottus o Bells.
- Supermercados > 11%
- Marítimo > 80%
- De España > 75% es Aceite de oliva y 20% Girasol. Destacan proveedores como Heredad de Valdeporres, Yurrita o Migasa, .

PERÚ - 2023
FUENTE: Datos VERITRADE - SUNAT
USD

track
Prodeca
Promotora dels aliments catalans

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Puntos de Venta

Grandes cadenas de supermercados

Cencosud - Importa una amplia gama de productos alimenticios para su cadena de supermercados, incluyendo alimentos gourmet, productos frescos, congelados y bebidas.

Supermercados Peruanos - Esta cadena también es un gran importador, enfocándose en alimentos procesados, bebidas, productos gourmet y de alta calidad.

Tottus - Tottus importa alimentos, productos de consumo masivo y bebidas, abasteciéndose de productos tanto locales como internacionales.

Tendencia: creciente.

Porcentaje aproximado: 20-30%

Factor clave: Aumento clase media

IMPORTADORES [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US$ CIF	%
SUPERMERCADOS PERUANOS [...]	32,091	423,220,393	53.90%
HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	60,499	238,162,102	30.33%
CENCOSUD RETAIL PERU S.A.	27,575	123,860,964	15.77%
Totales	**120,165**	**785,243,459**	**100.00%**

Cadenas de mayoristas / minimarket

Mayorsa: Mayorista que ofrece productos en grandes cantidades a precios competitivos, dirigido principalmente a comerciantes y negocios pequeños.

Vega: Cadena mayorista que vende productos de consumo masivo al por mayor para pequeños comerciantes y consumidores finales.

Tambo+: Tienda de conveniencia en áreas urbanas, con alimentos preparados, bebidas, snacks y productos de uso diario.

OXXO: Cadena internacional de tiendas de conveniencia que ofrece productos básicos, alimentos y bebidas en ubicaciones urbanas.

3A: Empresa mayorista que vende productos de consumo masivo, especialmente alimentos y artículos de limpieza.

Listo!: Tienda de conveniencia en estaciones Primax, que ofrece snacks, bebidas y productos rápidos para viajeros.

Tendencia: Expansión.

Porcentaje aproximado: 5-10%

Factor clave: rapidez y cercanía, con productos de consumo inmediato o de urgencia.



track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Puntos de Venta

Bodegas (+400.000 PV)

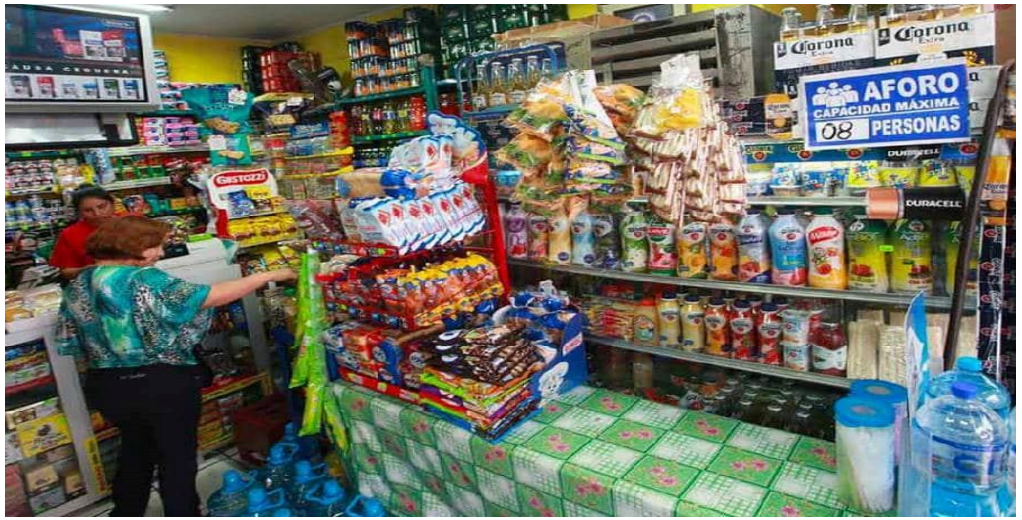
Compras: Mercados centrales

Tendencia: Estable y ligera disminución.

Porcentaje aproximado: 55-60%

Factor clave: rapidez y cercanía, con productos de consumo inmediato o de urgencia.





track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

BLOQUE I – Otros distribuidores / Importadores

Importadores / Distribuidores

- Yichang
- Danilza
- Drokasa
- Master Foods
- Adrimpex
- Gourmet 117
- La Bodega Ibérica
- TSG Latam
- New Power
- King David
- Selectos Ibéricos



Productos más representativos

- Quesos
- Vinos (inc. Vermuth)
- Aceites
- Salsas (tomate, mayonesas,...)
- Pastas
- Embutidos
- Dulces (Chocolates, galletas,…)
- Arroz
- Frutos secos
- Patés
- Espirituosos

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO – ARANCELES

track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

Acuerdo Comercial - Perú y la UE

Es un acuerdo a través del cual se establece un área de libre comercio entre el Perú y los Estados miembros de la Unión Europea, donde se **otorgan preferencias arancelarias** a productos que cumplan con el régimen de origen.



En vigencia

Por entrar en vigencia

En negociación

1 **Fabricación del producto**
(teniendo en consideración lo señalado en el régimen de origen del AC Perú-UE)

2 **Certificación de origen**

3 **Envío del producto**
(cumpliendo con lo establecido en las disposiciones de transporte directo)

4 **Aplicación de la preferencia**
(si se cumplen con las condiciones establecidas en el acuerdo comercial)

Arancel=↓



Jaime Sánchez Fdez.-Palacios
Director Promoción Internacional



track

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

Generalitat de Catalunya

www.prodeca.cat

jsanchez@trackglobalsolutions.com
+34 669 932 478

Visualitza formació:

Tot el que cal saber per exportar productes agroalimentaris al **Perú**

#FormacióProdeca

Ingrid Hinojosa - CEO de ENOA

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

17 de setembre de 2024

Generalitat de Catalunya



ASPECTOS REGULATORIO PERÚ

Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA)

http://www.digesa.minsa.gob.pe/

1. Registro Sanitario
2. Certificado de Libre Venta
3. Etiquetado Conforme a la Normativa Peruana
4. Registro del Importador ante DIGESA
5. Certificado de Análisis
6. Factura Comercial
7. Guía de Remisión / Conocimiento de Embarque
8. Declaración de Importación (SUNAT)
9. Pago de Impuestos
10. Requisitos Adicionales para Productos Especiales
11. Certificado Fitosanitario o Zoosanitario (si aplica)
12. Inspección y Control en Aduanas

1. REGISTRO SANITARIO

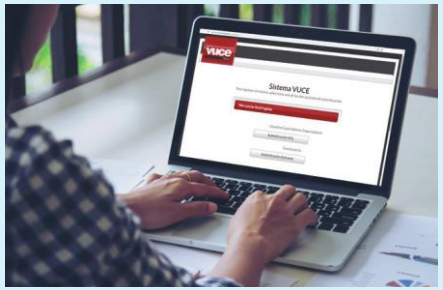
- VIGENCIA: 5 años - PLAZO DE APROBACIÓN: entre 30 y 90 días.

REQUISITOS: Los documentos necesarios se pueden cargar en formato digital. Estos incluyen:

- Ficha técnica del producto.
- Cumplimiento de BPM y HACCP en la planta de producción.
- Análisis microbiológicos y fisicoquímicos.
- Estudios de vida útil.
- Etiquetas del producto conforme a la normativa.
- Pago por derechos de trámite.

¿Qué hacer para obtenerlo?

Ingresar a la página web de la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) con tu RUC y clave SOL, y cumplir con los requisitos indicados en la página web de la DIGESA, uno de ellos es declarar el nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto.



¿Cual es el nombre que refleja el Registro Sanitario?

El nombre específico del producto refleja su verdadera naturaleza, no confundir con el nombre comercial. Ejemplo: gaseosa "La chaposita" es nombre comercial, mientras que el nombre que refleja la verdadera naturaleza es "bebida gasificada sabor a fresa".



Requisitos para tramitar el Registro Sanitario

1. Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE) con carácter de Declaración jurada cuya información a registrar la encontrará en el siguiente link: **http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28**

2. Sacar Certificado de Libre Comercialización o Certificado de Uso emitido por la autoridad competente del país del fabricante o exportador si el producto es importado.

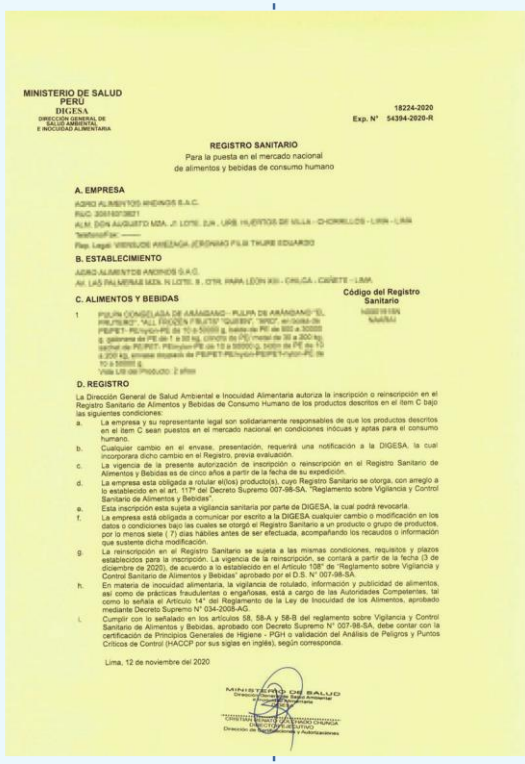
1. REGISTRO SANITARIO

Tipos de Registro Sanitario

DIGESA otorga diferentes tipos de registros sanitarios dependiendo del tipo de alimento:

- **Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas Procesados**: Para productos alimenticios procesados de consumo humano.
- **Registro Sanitario de Aditivos Alimentarios**: Para productos utilizados como ingredientes o aditivos en la fabricación de alimentos.
- **Registro Sanitario de Productos Naturales para el Consumo Humano**: Para productos a base de plantas medicinales, extractos naturales y similares.

El Registro Sanitario es publicado en la página web de la DIGESA:
www.digesa.minsa.gob.pe



MINISTERIO DE SALUD
PERÚ
DIGESA
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA

18224-2020
Exp. N° 54394-2020-R

REGISTRO SANITARIO
Para la puesta en el mercado nacional
de alimentos y bebidas de consumo humano

A. EMPRESA

B. ESTABLECIMIENTO

C. ALIMENTOS Y BEBIDAS

Código del Registro Sanitario

D. REGISTRO

La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria autoriza la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano de los productos descritos en el ítem C bajo las siguientes condiciones:

a. La empresa y su representante legal son solidariamente responsables de que los productos descritos en el ítem C sean puestos en el mercado nacional en condiciones inócuas y aptas para el consumo humano.
b. Cualquier cambio en el envase, presentación, requerirá una notificación a la DIGESA, la cual incorporará dicho cambio en el Registro, previa evaluación.
c. La vigencia de la presente autorización de inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas es de cinco años a partir de la fecha de su expedición.
d. La empresa está obligada a rotular el(los) producto(s), cuyo Registro Sanitario se otorga, con arreglo a lo establecido en el art. 117º del Decreto Supremo 007-98-SA, "Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas".
e. Esta inscripción está sujeta a vigilancia sanitaria por parte de DIGESA, la cual podrá revocarla.
f. La empresa está obligada a comunicar por escrito a la DIGESA cualquier cambio o modificación en los datos o condiciones bajo las cuales se otorgó el Registro Sanitario a un producto o grupo de productos, por lo menos siete (7) días hábiles antes de ser efectuada, acompañando los recaudos o información que sustente dicha modificación.
g. La reinscripción en el Registro Sanitario se sujeta a las mismas condiciones, requisitos y plazos establecidos para la inscripción. La vigencia de la reinscripción, se contará a partir de la fecha (3 de diciembre de 2020), de acuerdo a lo establecido en el Artículo 108° de "Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas" aprobado por el D.S. N° 007-98-SA.
h. En materia de inocuidad alimentaria, la vigilancia de rotulado, información y publicidad de alimentos, así como de prácticas fraudulentas o engañosas, está a cargo de las Autoridades Competentes, tal como lo señala el Artículo 14° del Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos, aprobado mediante Decreto Supremo N° 034-2005-AG.
i. Cumplir con lo señalado en los artículos 58, 58-A y 58-B del reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado con Decreto Supremo N° 007-98-SA, debe contar con la certificación de Principios Generales de Higiene - PGH o validación del Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP por sus siglas en inglés), según corresponda.

Lima, 12 de noviembre del 2020

MINISTERIO DE SALUD

3. ETIQUETADO – PROYECTO RÓTULO - RÓTULO

1. **Ley N° 30021 - Ley de Promoción de la Alimentación Saludable**



2. **Codex Alimentarius**

3. **Norma Técnica Peruana (NTP 209.038:2009)**

4. **Decreto Supremo N° 007-98-SA**
Aprueban el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas

5. **Registro Sanitario**

6. **Etiquetado de Alimentos Genéticamente Modificados (OGM)**
La declaración es obligatoria, siempre que el contenido de ingredientes transgénicos supere el 0.9% del producto.



https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/es/

ETIQUETADO NUTRICIONAL

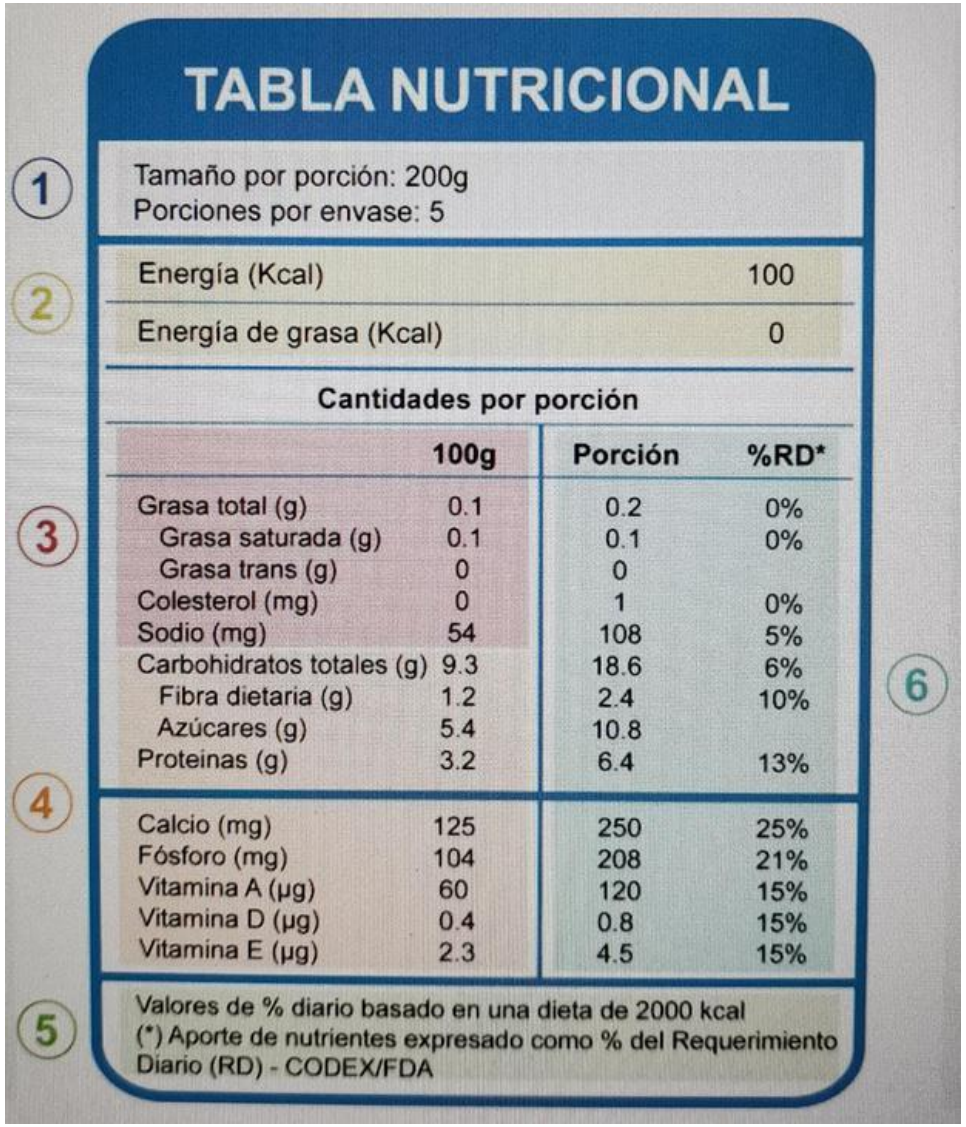


TABLA NUTRICIONAL

1 Tamaño por porción: 200g
Porciones por envase: 5

2

Energía (Kcal)	100
Energía de grasa (Kcal)	0

3 Cantidades por porción

	100g	Porción	%RD*
Grasa total (g)	0.1	0.2	0%
Grasa saturada (g)	0.1	0.1	0%
Grasa trans (g)	0	0	
Colesterol (mg)	0	1	0%
Sodio (mg)	54	108	5%
Carbohidratos totales (g)	9.3	18.6	6%
Fibra dietaria (g)	1.2	2.4	10%
Azúcares (g)	5.4	10.8	
Proteinas (g)	3.2	6.4	13%

4

Calcio (mg)	125	250	25%
Fósforo (mg)	104	208	21%
Vitamina A (µg)	60	120	15%
Vitamina D (µg)	0.4	0.8	15%
Vitamina E (µg)	2.3	4.5	15%

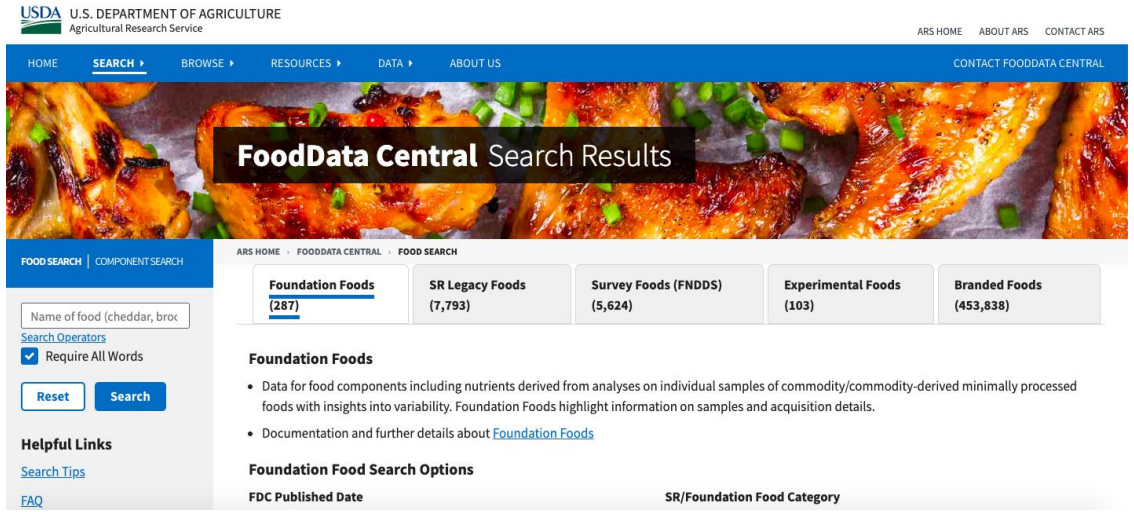
5 Valores de % diario basado en una dieta de 2000 kcal
(*) Aporte de nutrientes expresado como % del Requerimiento Diario (RD) - CODEX/FDA

6

1. Análisis Nutricional de Laboratorio



2. Cálculo Teórico



ETIQUETA DE EJEMPLO: CEREAL INTEGRAL IMPORTADO

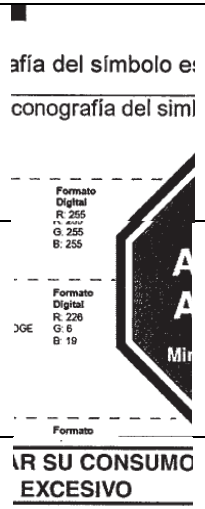
Nombre del Producto
Cereal Integral Importado
Información del Producto
•**Marca:** NutriGrain USA
•**Contenido Neto:** 500 g
•**Fecha de Vencimiento:** 30/06/2025
•**Número de Lote:** USA2024-5678
•**Información del Importador:**
NutriImport S.A.
Av. Importaciones 456
Lima, Perú
Registro Sanitario: RS-12345-2024
Información Nutricional
(Por 100 g de producto)

Nutriente	Cantidad	%VD
Energía	350 kcal	17.5%
Grasas Totales	5 g	8%
- Grasas Saturadas	1 g	5%
- Grasas Trans	0 g	-
Carbohidratos	65 g	22%
- Azúcares	10 g	11%
Proteínas	10 g	20%
Sodio	200 mg	8.7%

Sellos de Advertencia
(En caso de que el producto exceda ciertos límites, por ejemplo:)
•Alto en Azúcares
•Bajo en Grasas Saturadas
Ingredientes
Copos de avena, azúcar integral, salvado de trigo, nueces, pasas, miel, sal, vitaminas (A, C, D, E), minerales (hierro, zinc).
Instrucciones de Conservación
Conservar en un lugar fresco y seco. Cerrar bien el envase después de cada uso para mantener la frescura.
Alérgenos
Contiene avena, nueces y trazas de trigo. Puede contener trazas de otros frutos secos.
Instrucciones de Uso
Añadir a leche, yogurt o disfrutar solo. Ideal para el desayuno o como snack.
Información de Contacto
Para consultas, llamar al (01) 987-6543 o visitar .
Registro Sanitario
Registro Sanitario: RS-12345-2024



Manual de Advertencias-Publicitarias de PERÚ

	Sólido 100g	Líquido 100ml	Símbolo
Azúcares Totales	> 10 g	> 5 g	
Grasas Saturadas	> 4 g	> 3 g	
Sodio	> 400 mg	> 100 mg	

Área de la cara frontal o principal del envase	Tamaño de las advertencias publicitarias
Menor a 20 cm^2	3,0 cm de ancho x 3,765 cm de alto (en el empaque que contenga a los productos)
De 20 hasta 40 cm^2 de área	1,5 cm de ancho x 1,880 cm de alto
De 40 hasta 100 cm^2 de área	2,0 cm de ancho x 2,510 cm de alto
De 100 hasta 200 cm^2 de área	2,5 cm de ancho x 3,138 cm de alto
Mayor a 200 cm^2 de área	3,0 cm de ancho x 3,765 cm de alto



ARGENTINA



FRENCH GUAYANA



COLOMBIA



SURINAME

Aspecto	Chile	Perú	Colombia	Brasil	Argentina
Sistema de Etiquetado	Sellos de advertencia frontales (octagonales)	Sellos de advertencia frontales (octagonales)	Información nutricional detallada	Tabla nutricional detallada; en transición a un sistema de sellos de advertencia	Sellos de advertencia frontales (octagonales)
Requisitos de Sellos	Alto en calorías, azúcares, grasas saturadas, sodio	Alto en azúcares, grasas saturadas, sodio	No utiliza sellos de advertencia frontales	Aún en transición; actualmente utiliza información nutricional detallada	Alto en calorías, azúcares, grasas saturadas, sodio
Información Nutricional	Incluida con sellos de advertencia	Incluida con sellos de advertencia	Detallada, sin sellos de advertencia	Detallada, en transición a sistema de advertencia	Incluida con sellos de advertencia
Fecha de Vencimiento	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Ingredientes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Instrucciones de Conservación	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Información Adicional	Prohíbe publicidad para menores de 14 años en productos con sellos	Información clara y visible en envase	Información de alérgenos, origen del producto	En portugués; advertencias sobre ciertos ingredientes si es necesario	Cumple con regulaciones de legibilidad y claridad

ENOA

Ingrid Hinojosa - ingrid@enoa.cl

Directora

FRENCH GUAYANA

Con más de 20 años de experiencia, trabajó 10 años en importantes empresas de alimentos en el área de Investigación y Desarrollo de productos (I&D), como Ingeniero de Desarrollo en Empresas Carozzi S.A. y Jefe de I&D en Castaño. También se desempeñó como Especialista de Asuntos Regulatorios en Nestlé Chile S.A.



Ingrid es Ingeniero de Alimentos, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Titulada también como técnico Superior Analista Químico y diplomada en Marketing de la Universidad Adolfo Ibáñez entre otros.

Visualitza formació:

Tot el que cal saber per exportar productes agroalimentaris al **Perú**

#FormacióProdeca

Fernando Morilla García - TSG LATAM

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

17 de setembre de 2024

Generalitat de Catalunya





PRODECA, TODO LO QUE TIENE QUE SABER PARA EXPORTAR A PERÚ

THE SPANISH GROCERY





¿Quiénes SOMOS?

TSG es una empresa especializada en distribución y desarrollo de marcas con un servicio integral personalizado para desarrollo de producto, calidad y packaging.

Contamos con una **experiencia de más de 25 años** en el sector del consumo masivo.
Son muchas las cadenas en Latinoamérica que confían en nosotros para el desarrollo conjunto de diferentes categorías de productos.

Todos nuestros procesos, están respaldados por las directrices de las mayores cadenas a nivel regional, con un **claro compromiso con la calidad**, responsabilidad y un equipo de trabajo comprometido con el éxito. Una forma de trabajo detallada con la visión de crecer en toda la región a través de la co-creación e innovación en el desarrollo de productos y marcas.

¿Qué hacemos en TSG?

Nuestro compromiso con los clientes es fundamental.

Para TSG el cliente está en el centro y todo nuestro trabajo se basa en el cumplimiento de una serie de compromisos en los siguientes ámbitos:

01

CALIDAD
Para nosotros la calidad es la base de nuestro futuro, trabajando a diario para mantener unos estándares altos de calidad con un equipo de calidad al servicio de nuestros clientes, siempre respaldado por la experiencia de nuestros socios. Todas nuestras plantas cuentan con certificaciones ISO, HACCP, IFS, Kosher, etc.

02

INNOVACIÓN
Trabajamos a diario para ofrecer **innovación de productos a** nuestros clientes, buscando oportunidades de calidad que ayuden a dinamizar el mercado, así como una **industria más sostenible** en un mundo cada vez más exigente y demandante de responsabilidad.

03

FLEXIBILIDAD
Adaptamos y personalizamos los productos al formato que necesite cada mercado y construimos alianzas estratégicas con los principales actores de la distribución en cada mercado, con el fin de desarrollar nuestras marcas, así como la MDD.

¿Qué ofrecemos?

Entregamos productos **«taylor made»** con la misión de construir relaciones a largo plazo, de manera que nuestros clientes se encarguen exclusivamente de hacer la ejecución del lanzamiento. Somos **flexibles y dedicados** en los procesos, con la innovación siempre en el centro y en continua evaluación de las tendencias del mercado y necesidades de nuestros clientes. Nuestro objetivo es **ofrecer productos que marquen un diferencia competitiva**. Nuestro mayor éxito, es la satisfacción y referenciación.



Propuesta de valor



Ofrecer soluciones innovadoras y de nicho que generan valor a la oferta de nuestros clientes, en términos cualitativos y cuantitavos.

Divulgar la gran experiencia de nuestras marcas en España para escalar su éxito en estos mercados.

Misión

Entregar valor a nuestros socios (fabricantes) y hacer la vida más sencilla a nuestros clientes (retailers y distribuidores).

Categorías

Contamos con una gama de productos, que agrupamos en las siguientes categorías y canales

Desarrollado: Retail

- Aceites EV y derivados aceituna
- Salsas base tomate
- Conservas/encurtido
- Quesos
- Étnicos (origen España/Italia)

En desarrollo: Mayorista/Distribuidores

- Aceites otras categorías
- Perecibles: preparados cárnicos curados y congelados en general
- Bebidas
- Productos formato mayorista
- Innovación: ovoproductos

Medio plazo: Distribución local

- Formatos locales para canal retail proximidad/conveniencia
- Fine foods (distribución)
- Foodservice (distribución)
- Origen Asia

Diversificación:

- Porfolio desarrollo MMPP TSG
- Distribución propia
- Maquilas locales

Para 2025 contaremos con más de 80 referencias entre nuestros clientes con MDD y exclusivas.

Marcas

Contamos con una gama de productos con marcas propias y fabricante que desarrollamos para distribución en exclusiva o distribución convencional con partners en distribución local.



Fabricantes asociados

Perú. Acercamiento al mercado

400,000

En Perú exiten más de 400,000 bodegas. Micro retailers de subsistencia el 80% de los casos.
Principal impulsor del formato: cercanía y conveniencia.
40-50% del share
500-1000 sku
Ubicaciones de 20-60 m2
Dominadas por la marca fabricante
Categorias principales: bebidas (refrescos), snacks y abarrotes básicos

Curiosidad: el producto más vendido: Inkacola (emblema peruano)

RETAIL

Llamado popularmente canal Moderno. Incluye supermercados y hipermercados.
Tiene un share de 20-30%; llegando en las grandes ciudades hasta 40%.
¡no tienen nada que hacer!
No, están acelerando lanzamientos de tiendas de cercanía/conveniencia donde ofrecen surtido limitado con buenas condiciones, todo un reto logístico.
Ejemplos: MASS (SPSA); 3ª ; Hiperbodega Precio 1, Tambo (Lincorp)

Dos empresas especializadas en producción distribución se meten en el negocio de tiendas propias.

RETOS

Hay un manejo desigual por canales; habiendo mucha distribución informal en el canal tradicional donde se tiene que competir contrar productos con dudosos procesos y la fuerza de los grandes grupos de distribución: Nestle, Alicorp; Mondelez, P&G; Kimberly y Cocacola-Pepsi

Nichos: saludable, entornos digitales (6% de compras son por whatsapp)

Formatos cercania: hay nuevas cadenas desarrollando formatos de cercanía con objetivo de más de 2,000 puertas.

Perú. ¿Cómo se come en Perú?

Perú es potencia mundial en comida, platos, variedad y gastronomía en general. Todo rico en sabor, pero el día a día, asi se compone un plato en la gran parte del Perú:

-1 ó 2 fuentes de hidratos (35-30% de las veces arroz) y frijoles, quinoa, trigo
-fuente proteica (pollo mayor penetración con 60%) y pescado hasta un 20%; res poca penetración por costos
Consumo de pollo en Perú es mayor a la media mundial
-Ensaladas o aderezos



Perú. ¿es un país bebedor?

Domina la cerveza. Pautas de consumo no tan diario, sino para ocio.

Datos Perú:

- Cerveza: 45 litros persona/año
- Pisco 0.5 L persona/año
- Vino 2 L persona /año



Perú. ¿y para los que hacen embutidos?

El sector de embutidos y quesos en Perú ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con una mayor demanda tanto de productos nacionales como importados. Aquí algunos datos curiosos y peculiaridades sobre estos sectores:

-Predominio de cocidos; diferencias estructurales en composición, % de agua y tiempos de vida
-Segmento “premium” importado en auge. Principalmente importados de Italia, y España : jamon serrano, salami, chorizo, salchichón, salame, prosciuto.
-actores locales: Sigma (braedt y otto kunz), laive, san Fernando
-best seller: salchichas Frankfurt (protagonista en salchipapa); seguido de jamonada y chorizos (parrilleros)
- Gran concepción del embutido español

En quesos hay producción de quesos frescos, mantecosos y serrano. Cada vez mas penetración de quesos europeos (Holanda, Italia, España, Francia), versiones locales de Edam, parmesano y ”manchego”.

Perú. Claves para vender Retail.

Calidad

En Perú, dependiendo del canal hay una exigencia bárbada de documentación de calidad. Importador responsable de lo que pase con el producto; el retail incide mucho en mucho papel y soportes que los resguarden ante autoridades como SENASA y DIGESA.

Limitacion: ley de harinas, octógonos

No digas la frase: "Pues yo vendo a Alemania y no me han pedido esto".

Tiempos

El tiempo de desarrollo del negocio desde presentación de propuesta, muestras, aprobaciones y caldiad toman un tiempo.. Si la otra parte tiene necesidad no baja de los 6-8 meses; si no nos damos prisa pueden rotar los equipos y remplantear estrategias.

Prisa sin pausa.

Los veranos europeos frenan todo.

OC

Cuando parece que ya está hecho; comienza la codificación; si puedes anticípate.

Este punto es doloroso, toda la prisa que te des finalmente dependerá de otros el lanzamiento y que entre en tu año fiscal Presionar sin faltar.

Con la OC pueden venir inspedcciones pre embarques, mas documentos de calidad y coordinaiciones con forwarders en España, sencillo.

Perú. Claves para vender Retail.

Cobros

No hay anticipos para envases, tendrás que negociar reconocimiento de los mismos.

No suelen usar instrumentos financieros tipo Carta Crédito, tienen sistemas de factoring exclusivos y caros en comparación a Europa
-Plazos: 30 a 60 días
-No rebates ni AC
- Como proveedor local son muy agresivos en AC
-Aseguradoras y líneas COMEX buena opción. Buenos pagadores

Lanzamiento

El tiempo de desarrollo del negocio desde presentación de propuesta, muestras, aprobaciones y caldiad toman un tiempo.. Si la otra parte tiene necesidad no baja de los 6-8 meses; si no nos damos prisa pueden rotar los equipos y remplantear estrategias.

Prisa sin pausa.

Los veranos europeos frenan todo.

SellOut

En pocas ocasiones dan acceso a B2B; hay que perseguir a planners, comerciales, asistentes y abastecimiento por data.

Diferencial de empresas como la nuestra es que tenemos mercaderistas que apoyan el punto de venta.

Perú. Oportunidades

- Canal supermercados/hipermercado en crecimiento. Share en crecimiento
- Potente crecimiento de formatos formales de cercanía. Unas 5,000 puntos en todo Perú entre 3-5 actores; gran enfoque en marcas propias y exclusivas
- Presencia de empresas potentes en distribución que desarrollan sus propias marcas y desarrollan terceras de prestigio mundial
- Adaptar la oferta a formatos tipicos de Perú; por ej. para salsas doypack; aceitunas en bolsa; acercar propuestas a perfiles de sabor adquiridos
- Perú es un país marquista abriendose al mundo de las marcas propias y al mundo digital para probar cosas
- MDD como dinamizador de la innovación
- Crecimientos opciones de alimentos listos para comer (versión temperatura ambiente y congelado)
- Crecimeinto de productos gama media-alta

Clientes LATAM













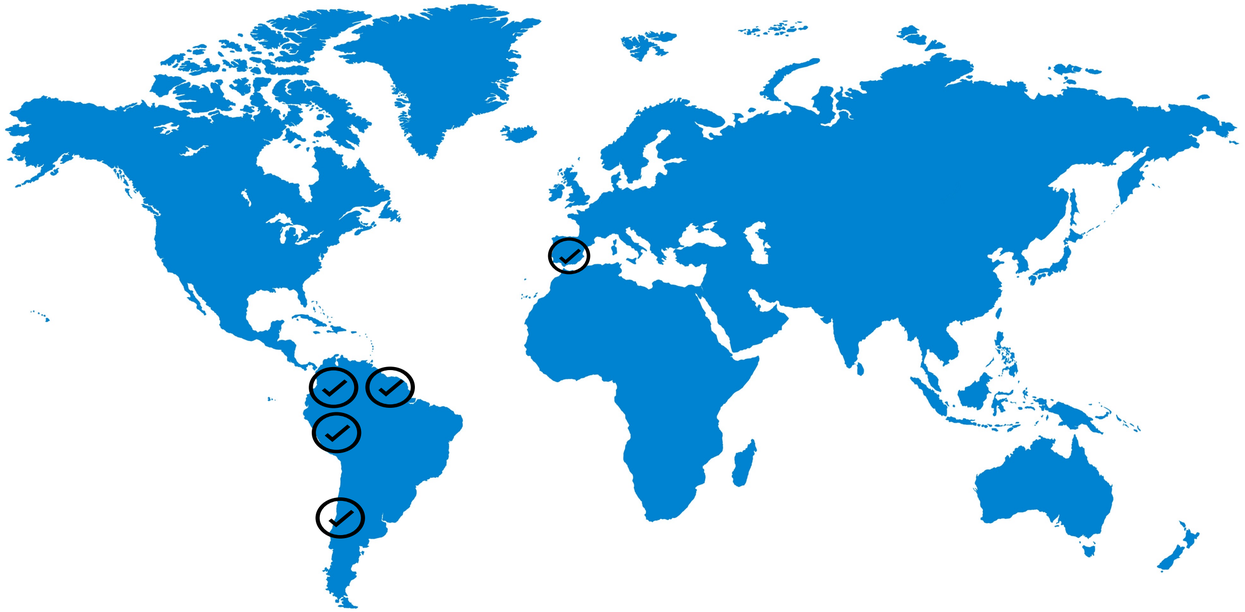












Contacto

- Oficina España: Ca. Gemología, 13. Torneo Parque Empresarial. 41015 – Sevilla. Tlfno: 00 34 954 10 40 77; E:hola@tsglatam.com
- Oficina comercial LATAM: Ca. Grimaldo del Solar, 170. Miraflores, Lima–Cel. +51 987 217 318; E:hola@tsglatam.com

THE SPANISH GROCERY

Gracias.

¿tienes alguna duda? Contáctanos.

+ 987 217 318 o email
fmorilla@tsglatam.com