

Guía de Oportunidades y Mercados Internacionales

Producto: Granos de Cereales Varios

Sector: Otros alimentos procesados

Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria

Ministerio de la Producción

Elaborado: On Global Market

Diciembre 2015



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Contenido

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO - VARIEDAD	3
1.1 Descripción de la categoría de producto:	3
1.2 Descripción del producto	3
1.3 Variedades y usos del producto.	4
1.4 Aspectos relevantes de la producción nacional:	4
1.5 Clasificación arancelaria	4
2. DEMANDA EN EL PAÍS SELECCIONADO	4
2.1 Países atractivos. Análisis de las importaciones del mundo y exportaciones peruanas.	4
2.2 Selección y evaluación de países.	9
2.3 Descripción general de la demanda: características, usos y tendencias de consumo en el país seleccionado.	11
2.4 Principales países proveedores al país seleccionado.	11
2.5 Análisis de precios de importación. (Valor FOB -USD/Kilos)	13
3. ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN	13
3.1 Canales de distribución e intermediarios.	13
3.2 Estrategia de acceso comercial.	14
3.3 Estrategia de precios.	14
3.4 Medios de pago.	15
3.5 Recomendaciones sobre comercialización.	15
3.6 Contactos comerciales.	15
4. REQUISITOS DE ACCESO	16
4.1 Requisitos arancelarios, normas sanitarias y fitosanitarias, TLC	16
4.2 Normativa de importación.	16
4.3 Etiquetado, empaque, embalaje y estándares de calidad.	17
4.4 Almacenamiento.	17
4.5 Sitios de interés.	17
4.6 Recomendaciones.	17



GRANOS DE CEREALES VARIOS

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO - VARIEDAD

1.1 Descripción de la categoría de producto:

SITC rev. 4	Productos	Sector	Descripción SITC	Industria
0481	Granos de cereales varios	Otros alimentos procesados	Cereal Grains, worked/prepared, (Breakfast foods)	Ind. alimentaria y agroindustria

Fuente: SUNAT

Esta categoría de productos involucra cuatro partidas arancelarias:

Partida	Descripción Arancelaria
1104.19.00.00	Granos aplastados o en copos de los demás cereales
1104.30.00.00	Germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido
1904.10.00.00	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado
1904.20.00.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados

Fuente: SUNAT

1.2 Descripción del producto:

Los productos que se encuentran considerados en la categoría bebidas varias son:

Granos aplastados o en copos de los demás cereales, germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido, productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado y preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados.

Granos aplastados o en copos de los demás cereales; en esta descripción arancelaria se encuentran los productos como hojuelas de quinua (también orgánica) y kiwicha pulverizada. Los principales mercados son Brasil, Francia y Canadá. Las exportaciones al mercado brasilero se han mantenido constantes desde el año 2011 con ciertos picos de exportación entre 2012 y 2014. Por otro lado tenemos nuevos mercados como Francia y Canadá que apenas se registran exportaciones durante 2014.

Germen de cereales entero; en esta descripción arancelaria se encuentran harina de linaza, harina de 7 semillas siendo los productos más constantes en los últimos años. En los últimos dos años el mercado con exportaciones constantes es Aruba, Chile en años previos tiene registro de importaciones del producto pero presenta un año en el que no importa hasta el 2013 que registra menores cantidades demandas y nuevamente con ninguna importación en el 2014 por lo que no es un mercado estable. Finalmente el mercado que demandó mayores cantidades fue el estadounidense en el año 2012 pero no hubo mayores registros de importaciones en los siguientes años.

Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado; en esta descripción arancelaria se encuentran diversos productos a base de cereales que han sido procesados con saborizantes como las hojuelas de maíz azucaradas y sabores a frutas siendo la empresa GLOBAL ALIMENTOS S.A.C los principales exportadores. Los principales mercados de destino con exportaciones constantes y crecientes en los últimos cinco años son Ecuador, Estados Unidos y Bolivia. Otros países que presentan una oportunidad son Colombia y Chile.

Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados; en esta descripción arancelaria se encuentran como producto representativo la avena de quinua, mantiene exportaciones constantes en los últimos años. Es así que esta partida mantiene un registro de exportaciones peruanas totales crecientes en los últimos años teniendo como principal país de destino a Bolivia, Estados Unidos y con posibles nuevos mercados de destino como Italia y la República Checa que se registran envíos en 2013 de lo que serían muestras comerciales.



1.3 Variedades y usos del producto:

Las variedades de esos productos en nuestro mercado local son los conocidos cereales con sabor a frutas tropicales y también en presentación pulverizada teniendo comercialización también en el mercado internacional. La marca de la empresa GLOBAL ALIMENTOS S.A.C es uno de los principales exportadores de estos productos, pero si nos enfocamos en la avena la empresa con mayor registro de exportaciones en el último año es PEPSICO ALIMENTOS PERU S.R.L. a Bolivia.

1.4 Aspectos relevantes de la producción nacional:

Respecto a la producción de quinua en Perú está aumento en 52,93% gracias a la disponibilidad del recurso hídrico y a las condiciones ambientales. El principal departamento productor es Puno.

•Tabla N°1: Variación porcentual de la producción de quinua entre 2014/2013

Variación porcentual 2014/2013			
Descripción	Peso	Mayo	Enero - Mayo
Quinua	6,67	-25,3	-1,7

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego.

1.5 Clasificación arancelaria:

Partida	Descripción Arancelaria
1104.19.00.00	Granos aplastados o en copos de los demás cereales
1104.30.00.00	Germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido
1904.10.00.00	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado
1904.20.00.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados

Fuente: SUNAT

2. DEMANDA EN EL PAÍS SELECCIONADO

2.1 Países atractivos. Análisis de las importaciones del mundo y exportaciones peruanas.

•Tabla N°2: Exportaciones totales peruanas de las partidas arancelarias en la categoría de granos de cereales varios entre 2010 y 2014

Partida	Descripción Arancelaria	US\$ - FOB					Peso Neto (Kg)				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
1104.19.00.00	Granos aplastados o en copos de los demás cereales	15,833	28,643	197,647	165,900	399,808	7,904	11,154	68,871	44,683	73,529
1104.30.00.00	Germen de cereal entero aplastado, en copos o molido	13,0260	370	6,900	365	1,127	0	857	60	557	531
1904.10.00.00	Productos a base de cereal obtenidos por inflado o tostado	5,604,401	6,783,912	6,996,617	7,049,755	7,570,683	2,911,488	3,131,192	3,033,641	3,035,592	2,746,522
1904.20.00.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereal sin tostar o con mezclas de copos de cereal tostado o cereal inflado	15,833	1,986	212,627	548,206	533,714	3,989	642	108,186	213,078	332,581

Fuente: SUNAT



En la evaluación de los últimos 5 años sobre las partidas arancelarias, dentro de la categoría bebidas varias, encontramos que las únicas con tendencia de crecimiento son la Partida Arancelaria 1104.19.00.00 **Granos aplastados o en copos de los demás cereales** y la 1904.20.00.00 **Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados**.

• Tabla N°3: Exportaciones totales peruanas de las partidas arancelaria 1104.19.00.00 entre 2010 y 2014

Granos aplastados o en copos de los demás cereales con P.A: 1104.19.00.00											
N°	País	US\$ - FOB					Peso Neto (Kg)				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	13,026	28,643	197,647	165,900	399,808	7,904	11,154	68,871	44,683	73,529
1	Brasil	0	26,031	186,848	151,487	348,405	0	10,000	65,025	40,405	61,510
2	Francia	0	160	0	0	27,166	0	8	0	0	3,348
3	Canadá	0	0	0	0	19,052	0	0	0	0	3,005
4	Australia	0	0	3,035	0	4,535	0	0	1,080	0	1,001
5	Chile	0	0	80	396	467	0	0	313	818	636
6	México	0	0	0	0	140	0	0	0	0	20
7	España	0	0	0	0	42	0	0	0	0	9
8	Israel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4,000
9	Italia	12,021	0	0	0	0	7,820	0	0	0	0
10	Antillas Holandesas	0	9	0	0	0	0	5	0	0	0
11	Aruba	0	0	0	5	0	0	0	0	23	0
12	Estados Unidos	1,005	1,635	3,304	13,972	0	84	476	953	3,430	0

Fuente: SUNAT

• Tabla N°4: Exportaciones totales peruanas de las partidas arancelaria 1104.30.00.00 entre 2010 y 2014

Granos aplastados o en copos de los demás cereales con P.A: 1104.19.00.00											
N°	País	US\$ - FOB					Peso Neto (Kg)				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	0	370	6,900	365	1,127	0	857	60	557	531
1	España	0	0	0	0	570	0	0	0	0	100
2	Aruba	0	0	0	92	337	0	0	0	171	392
3	Italia	0	0	0	0	112	0	0	0	0	18
4	Costa Rica	0	0	0	0	95	0	0	0	0	20
5	Curaçao	0	0	0	0	13	0	0	0	0	1
6	Chile	0	370	0	268	0	0	857	0	383	0
7	Taiwan (Formosa)	0	0	0	5	0	0	0	0	3	0
8	Estados Unidos	0	0	6,900	0	0	0	0	60	0	0

Fuente: SUNAT

•Tabla N°5: Exportaciones totales peruanas de las partidas arancelaria
1904.10.00.00 entre 2010 y 2014

Granos aplastados o en copos de los demás cereales con P.A: 1104.19.00.00											
N°	País	US\$ - FOB					Peso Neto (Kg)				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	5,604,401	6,783,912	6,996,617	7,049,755	7,570,683	2,911,488	3,131,192	3,033,641	3,035,592	2,746,522
1	Ecuador	1,825,338	2,205,958	2,269,956	2,366,789	2,151,792	1,063,108	1,211,958	1,166,286	1,204,121	1,050,891
2	Estados Unidos	443,589	609,721	823,987	797,071	1,553,060	125,095	161,960	204,875	181,637	340,973
3	Bolivia	680,453	601,737	707,829	967,404	1,463,749	363,454	296,853	367,799	484,273	576,072
4	Colombia	657,409	769,043	863,668	809,342	594,353	323,487	397,147	421,354	414,857	263,626
5	Panamá	344,853	375,219	469,886	491,023	335,756	123,517	132,758	174,510	181,481	126,621
6	Republica Dominicana	1,123,401	1,048,656	809,181	651,503	278,494	802,563	637,088	459,981	363,200	165,261
7	Kuwait	65,519	183,845	116,696	249,234	241,515	18,448	51,110	30,837	62,300	47,588
8	Chile	53,175	262,610	113,502	94,401	222,699	18,605	102,761	28,904	23,285	47,258
9	Corea (Sur), Republica De	3,148	0	0	948	183,530	763	0	0	403	29,039
10	Brasil	45,146	124,713	276,617	223,227	112,542	11,598	30,596	72,164	47,439	25,100
11	Venezuela	273,896	416,939	211,133	50,442	86,561	31,585	68,110	36,303	8,697	15,301
12	Nueva Zelanda	5,127	28,208	17,213	83,300	75,078	1,024	3,640	2,298	12,400	11,350
13	Canadá	190	5,643	121,494	35,538	73,344	35	2,011	30,201	5,122	14,306
14	Australia	0	13,898	3,610	36,742	58,257	0	4,609	554	5,535	6,834
15	Reino Unido	4,781	13,775	69,824	39,989	55,472	1,308	3,324	14,189	7,378	10,263

Fuente: SUNAT

•Tabla N°6: Exportaciones totales peruanas de las partidas arancelaria
1904.20.00.00 entre 2010 y 2014

Germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido con P.A: 1104.30.00.00											
N°	País	US\$ - FOB					Peso Neto (Kg)				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	15,833	1,986	212,627	548,206	533,714	3,989	642	108,186	213,078	332,581
1	Bolivia	0	0	206,159	543,521	508,655	0	0	105,855	212,456	329,965
2	Taiwan (Formosa)	0	0	0	0	10,402	0	0	0	0	561
3	Estados Unidos	12,810	0	2,655	4,339	9,675	3,412	0	681	577	1,130
4	Uruguay	0	0	0	0	3,175	0	0	0	0	500
5	Italia	0	0	44	63	765	0	0	1	14	367
6	Republica Checa	0	0	0	79	470	0	0	0	3	13
7	Canada	346	858	0	0	385	44	150	0	0	25
8	Francia	39	85	0	187	187	9	14	0	26	21
9	Japon	2,428	540	0	0	0	506	254	0	0	0
10	Paises Bajos	0	0	243	0	0	0	0	4	0	0
11	Chile	0	455	240	0	0	0	220	120	0	0
12	China	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Suiza	210	48	0	0	0	18	4	0	0	0
14	Australia	0	0	3,286	18	0	0	0	1,525	2	0

Fuente: SUNAT



Análisis de las importaciones mundiales

- Tabla N°7: Principales países importadores mundiales del producto granos de los demás cereales, excepto cebada y avena, aplastados P.A: 1104.19

Indicadores comerciales									
	Importadores	Valor importado en 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad) Toneladas	Tasa de crecimiento anual en valor 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Países Bajos	64527	-46821	144550	446	23	16	-20	33,8
2	Alemania	13123	7243	38703	339	31	46	16	6,9
3	Palestina, Estado de	10887	-5905	10355	1051	12	11	1	5,7
4	Reino Unido	7496	2315	19004	394	-4	-13	-32	3,9
5	Estados Unidos	6941	-108	14259	487	21	16	-13	3,6
6	Francia	6263	-4950	9379	668	4	-5	-21	3,3
7	Rusia, Federación de	6010	-3764	5592	1075	11	8	7	3,1
8	Polonia	5870	-5587	4044	1452	19	-21	48	3,1
9	Bélgica	5350	15594	5896	907	7	-3	26	2,8
10	Grecia	4338	-4290	19204	226	-2	-1	-13	2,3
11	Canadá	4108	2848	2960	1388	15	1	13	2,2
12	México	3685	-3685	13045	282	7	6	32	1,9
13	República Checa	3261	-1682	3589	909	53	37	-13	1,7
14	Lao, República Democrática Popular	3113	-3113	466	6680			-40	1,6
15	España	3101	657	3575	867	9	15	-17	1,6

Fuente: TradeMap

- Tabla N°8: Principales países importadores mundiales del producto germen de cereales enteros, aplastados, en copos o molidos P.A: 1104.30

Indicadores comerciales									
	Importadores	Valor importado en 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad) Toneladas	Tasa de crecimiento anual en valor 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Bélgica	40446	-40170	89206	453	-9	-10	-26	25,6
2	Turquía	36417	-36214	74872	486	21	18	-4	23,1
3	Italia	27094	-25883	60948	445	-2	-4	-14	17,2
4	Estados Unidos	10557	-8694	26955	392	-11	-10	-28	6,7
5	Reino Unido	7430	-2059	18496	402	13	13	-60	4,7
6	Francia	5312	29935	9234	575	-4	-2	13	3,4
7	Hungría	4488	-3984	11349	395	49	28	-51	2,8
8	Bulgaria	3130	9384	7427	421	10	6	10	2
9	Países Bajos	2821	15708	7334	385	21	25	-2	1,8
10	Austria	2692	19384	7176	375	26	21	16	1,7
11	Emiratos Árabes Unidos	2069	-2024	2950	701	134		41280	1,3
12	Alemania	1986	5373	3324	597	-4	-2	12	1,3
13	Canadá	1436	9022	1281	1121	3	-4	-8	0,9
14	España	1401	7403	4092	342	12	8	20	0,9
15	Malasia	1081	-1066	1628	664	7	21	32	0,7

Fuente: TradeMap



•Tabla N°9: Principales países importadores mundiales del producto productos a base de cereales, obtenidos por insuflado o tostado P.A: 1904.10

Indicadores comerciales									
	Importadores	Valor importado en 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad) Toneladas	Tasa de crecimiento anual en valor 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Canadá	378047	-177666	84516	4473	9	-10	14	9,2
2	Estados Unidos	365437	163125	134899	2709	1	-1	-4	8,9
3	Francia	267894	-31812	90505	2960	4	1	2	6,5
4	Reino Unido	239010	243042	76430	3127	2	-1	6	5,8
5	Italia	199742	-100126	50088	3988	-13	-3	-5	4,9
6	Alemania	183689	417482	83637	2196	8	2	-3	4,5
7	Irlanda	151934	-145432	34697	4379	0	1	2	3,7
8	España	148997	66137	51934	2869	-4	-4	-10	3,6
9	Bélgica	119126	114643	48434	2460	-1	5	5	2,9
10	Países Bajos	112441	-11269	97809	1150	10	29	-9	2,7
11	Suecia	86588	-57863	25815	3354	3	1	-8	2,1
12	Suiza	77265	-33302	15732	4911	-3	-1	-2	1,9
13	China	71511	92871	18821	3800	34	22	29	1,7
14	Grecia	69927	-66242	19901	3514	-3	-5	1	1,7
15	Arabia Saudita	58506	-50083	16825	3477	9	5	6	1,4

Fuente: TradeMap

•Tabla N°10: Principales países importadores mundiales del producto productos preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar P.A: 1904.20

Indicadores comerciales									
	Importadores	Valor importado en 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad) Toneladas	Tasa de crecimiento anual en valor 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Estados Unidos	60026	8502	24404	2460	-3	-3	13	7,8
2	Francia	48329	-16897	15197	3180	-3	-3	-15	6,3
3	Países Bajos	42117	11799	17082	2466	25	27	7	5,5
4	Canadá	39003	9217	8128	4799	-1	-4	2	5,1
5	Reino Unido	35989	41158	9066	3970	8	-4	30	4,7
6	Alemania	34875	96917	10963	3181	9	9	30	4,6
7	Australia	32541	-29799	4329	7517	30	15	8	4,3
8	Italia	31511	-27220	8421	3742	13	8	13	4,1
9	España	21094	30134	6396	3298	1	-2	-1	2,8
10	México	18920	-18461	4538	4169	6	-1	-15	2,5
11	Portugal	18239	-12338	5457	3342	-1	-1	-8	2,4
12	Austria	18163	4574	5336	3404	2	-2	20	2,4
13	Dinamarca	17126	-13791	5815	2945	27	35	78	2,2
14	Irlanda	16672	-15997	3400	4904	11	10	8	2,2
15	China	16013	12159	5502	2910	12	5	5	2,1

Fuente: TradeMap

Luego de haber evaluado las exportaciones del Perú al mundo y las importaciones mundiales referentes a granos de cereales varios llegamos a la conclusión que existen diversos países potenciales donde el consumo de esta categoría del producto se encuentra en crecimiento y estos son los países destacados: Francia, Italia, Bolivia, Australia, Estados Unidos, entre otros .



2.2 Selección y evaluación de países.

•Tabla N°11: Índice de atracción de mercado

Entornos	Nivel de Importancia	Francia	Ponderado	Italia	Ponderado	Bolivia	Ponderado
Político - Legal	20%	75	15	65	13	70	14
Económico	25%	70	17.5	80	20	55	13.75
Sociocultural	25%	65	16.25	65	16.25	75	18.75
Tecnológico	12%	70	8.4	65	7.8	60	7.2
Medio Ambiental - Físico	18%	50	9	50	9	75	13.5
Total	100%		66.15		66.05		67.2

Fuentes: Banco Mundial, SUNAT, TradeMap, CIA.com, Euromonitor Internacional, Datamyne.
Elaboración: OGM

Países	Francia	Italia	Bolivia	Fuente
Entorno	Variable	Variable	Variable	
Político - Legal	Situación política: Muy estable	Situación política: Estable	Situación política: Estable	CESCE- SIICEX
	Riesgo país: Bajo	Riesgo país: Bajo	Riesgo país: Medio	
	Riesgo comercial: Medio	Riesgo comercial: Medio	Riesgo Comercial: Alto	
	Acuerdo Comercial: OMC-SGP	Acuerdo Comercial: OMC-SGP	Acuerdo Comercial: TLC Perú – Bolivia	
Económico	PBI-per cápita: 42,732.57	PBI-per cápita: 34,960.30	PBI-per cápita: 3,235.77	CESCE - TRADEMAP - BANCO MUNDIAL
	Saldo Comercial P.A: -16,897	Saldo Comercial P.A: -27,220	Saldo Comercial P.A: -1,110	
	Par:% de las Exportaciones Totales Peruanas en el 2014: 0.7%	Par:% de las Exportaciones Totales Peruanas en el 2014: 1.76%	Par:% de las Exportaciones Totales Peruanas en el 2014: 1.7%	
	Industrialización, valor agregado (US\$ millones a precios actuales)2014: 283,663.63	Industrialización, valor agregado (US\$ millones a precios actuales)2014: 299,017.66	Industrialización, valor agregado (US\$ millones a precios actuales) 2013 más reciente: 3045.02	
Socio - Cultural	Población: 66,553,766 (Julio 2015)	Población: 61,855,120 (Julio 2015)	Población: 10,800,882 (julio 2015)	CIA, Euromonitor Internacional, TradeMap
	Tasa de crecimiento de la población:0.43%	Tasa de crecimiento de la población: 0.27%	Tasa de crecimiento de la población: 1.56% (2015)	
	Consumo demanda de la categoría del producto: (adt-trademap) 2	Consumo demanda de la categoría del producto: (adt-trademap) 1	Consumo demanda de la categoría del producto: (adt-trademap) 3	
	Edades: 0-14 años: 18.66% (hombres 6,350,008/mujeres 6,066,407) 15-24 años: 11.82% (hombres 4,025,283/ mujeres 3,842,989) 25-54 años: 38.31% (hombres 12,823,675/ mujeres 12,671,013) 55-64 años: 12.48% (hombres 4,008,672/ mujeres 4,294,218) 65 años a más: 18.74% (hombres 5,360,078/ mujeres 7,111,423) (2015 est.)	Edades: 0-14 años: 13.73% (hombres 4,340,380/ mujeres 4,154,737) 15-24 años: 9.79% (hombres 3,035,586/ mujeres 3,020,584) 25-54 años: 42.74% (hombres 13,063,733/ mujeres 13,375,975) 55-64 años: 12.54% (hombres 3,756,546/ mujeres 3,997,190) 65 años a más: 21.2% (hombres 5,626,752/ mujeres 7,483,637) (2015 est.)	Edades: 0-14 años: 32.85% (hombres 1,807,779/ mujeres 1,740,188) 15-24 años: 19.65% (hombres 1,074,697/ mujeres 1,047,575) 25-54 años: 36.69% (hombres 1,932,183/ mujeres 2,030,485) 55-64 años: 5.75% (hombres 288,621/ mujeres 332,824) 65 años a más: 5.06% (hombres 241,447/ mujeres 305,083) (2015 est.)	
Tecnológico	% de persona que usan internet: 85.8% (2014)	% de persona que usan internet: 59.9%(2014)	% de persona que usan internet: 36.6% (2014)	Foro Económico Mundial
	64.9 millones de personas tiene Celular. Puesto 95	94.2 millones de personas tiene Celular. Puesto 13	10.5 millones de personas tiene Celular. Puesto 104	
	Puesto N°25 en el Ranking global de tecnología de la información, que evalúa el impacto de las TICs en el proceso de desarrollo y competitividad de 143 economías del mundo EE.UU tiene un puntaje 5.1 de una escala del 1 - 7 .	Puesto N°58 en el Ranking global de tecnología de la información, que evalúa el impacto de las TICs en el proceso de desarrollo y competitividad de 143 economías del mundo Chile tiene un puntaje 4.2 de una escala del 1 - 7 .	Puesto N°120 en el Ranking global de tecnología de la información, que evalúa el impacto de las TICs en el proceso de desarrollo y competitividad de 143 economías del mundo Alemania tiene un puntaje 3.2 de una escala del 1 - 7 .	
Medio Ambiental - Físico	Distancia: Larga	Distancia: Larga	Distancia: Corta	Global technology Information Report 2014, CIA
	Extensión: 643,801 sq km Clima: Diferentes climas acorde a las regiones que varían entre fríos, templados y tropicales	Extensión: 301,340 sq km Clima: Predominantemente mediterránea ; alpina en el extremo norte ; caliente y seco en el sur	Extensión: 1,098,581 sq km Clima: Varía con la altitud ; húmedo y tropical al frío y semiárido	



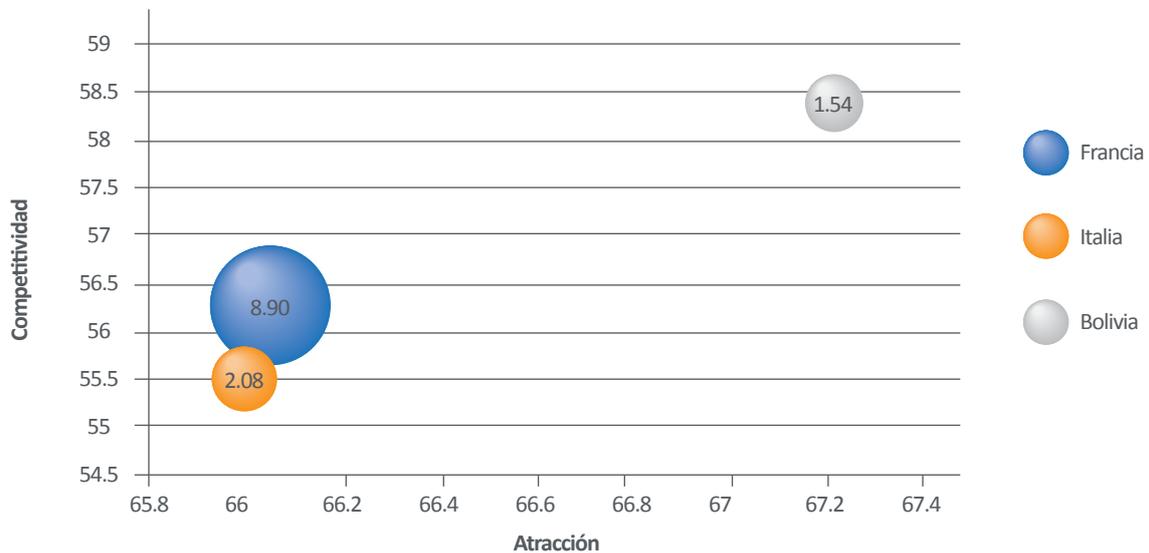
•Tabla N°12: Índice de competitividad de mercado

Análisis	Nivel de Importancia	Francia	Ponderado	Italia	Ponderado	Bolivia	Ponderado
Barreras de entrada y de salida	28%	50	14	55	15.4	70	19.6
Puntos fuertes y débiles de los competidores	22%	60	13.2	70	15.4	40	8.8
Poder de negociación con los proveedores	15%	80	17.6	60	13.2	40	8.8
Poder de negociación con los clientes	22%		0	50	7.5	80	12
Nuevos Competidores	13%	30	3.9	30	3.9	70	9.1
Total	100%		48.7		55.4		58.3

Fuentes: Banco Mundial, SUNAT, TradeMap, CIA.com, Euromonitor Internacional, Datamyne.
Elaboración: OGM

Entorno	Francia Variable	Italia Variable	Bolivia Variable	Fuente
Barreras de entrada y salida	Facilidad en negociación: En el puesto N°27 a nivel mundial.	Facilidad en negociación: En el puesto N°44 a nivel mundial.	Facilidad en negociación: En el puesto N°155 a nivel mundial.	Doingbusiness
	264 medidas proteccionistas 2015	257 medidas proteccionistas 2015	20 medidas proteccionistas 2015	Global Trade Alerts
	Medidas arancelarias: Ad Valorem 0%	Medidas arancelarias: Ad Valorem 0%	Medidas arancelarias: Ad Valorem 0%	Market Access Map
Puntos fuertes y débiles de principales competidores	Principal proveedor mundial de Francia es : Alemania con el 37.2% de participación de mercado 2014. Más de 30 países competidores.	.Principal proveedor mundial de Italia es : Alemania con el 47,3% de participación de mercado 2014.Más de 17 países competidores.	Principal proveedor mundial de Bolivia es : Chile con el 91,8% de participación de mercado 2014. Dos (2) países competidores.	TradeMap
Poder de negociación de los compradores	Las importaciones de Francia representan 6,31% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 2	Las importaciones de Italia representan 4,12% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 8	Las importaciones de Bolivia, Estado Plurinacional de representan 0,15% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 74	TradeMap
Poder de negociación de los proveedores	Si tenemos proveedores que cumplan con los requisitos solicitados en Francia pero son pocos.	Si tenemos proveedores que cumplan con los requisitos solicitados en Italia pero son pocos.	Si tenemos proveedores que cumplan con los requisitos solicitados en Bolivia.	Investigación campo
Nuevos competidores	Teniendo en cuenta el análisis de las barreras de entrada y de salida, resumimos que el ingreso de nuevos competidores será complicado por tener barreras altas de ingreso al mercado.	Teniendo en cuenta el análisis de las barreras de entrada y de salida, resumimos que el ingreso de nuevos competidores será complicado por tener barreras altas de ingreso al mercado	Teniendo en cuenta el análisis de las barreras de entrada y de salida, resumimos que el ingreso de nuevos competidores no será complicado por pocas barreras de ingreso al mercado	Market Access Map, Global Trade Alerts

País	Atracción	Competitividad	Precio promedio
Francia	66.15	56.2	8.90
Italia	66.05	55.4	2.08
Bolivia	67.20	58.3	1.54



El país seleccionado es Bolivia, es el país con mejor puntaje en el índice de atracción y competitividad. Si bien la variable de mercado que hemos seleccionado muestra más atractivo a Francia este precio no está cercano a la realidad además que si bien presenta una buena oportunidad de mercado es Bolivia quien ha mantenido una demanda constante de los diferentes productos de la categoría granos de cereales varios desde el mercado peruano.

2.3 Descripción general de la demanda: características, usos y tendencias de consumo en el país seleccionado.

En Bolivia podemos ver que gran parte de los ingresos lo destina a gastos de alimentos y bebidas, esta es una gran oportunidad para los granos de cereales. Si bien el país también es productor de la materia prima no suelen darle un valor agregado es por esta razón que se mantiene como un mercado bastante atractivo por su constante demanda en los últimos cinco años.

Existe además una tendencia en la cual los consumidores bolivianos suelen posicionar a empresas como las más importantes gracias a la calidad de sus servicios, esta es una buena alternativa para el valor agregado que se piensa darle a la quinua en sus diferentes presentaciones como las hojuelas que se han identificado, y siguiendo con el tema calidad esto quiere decir que si pagarían por un producto que cumpla con sus expectativas.

2.4 Principales países proveedores al país seleccionado.

• Tabla N°13: Principales 10 proveedores internacionales de Bolivia del producto granos de los demás cereales, excepto cebada y avena, aplastados o en P.A: 1104.19

Indicadores comerciales									
	Exportadores	Valor importado 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Participación de las importaciones para Chile (%)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2013-2014 (% p.a.)
1	Brasil	12	1010	92.3	9	1333			200
2	Estados Unidos	1	2487	7.7	0		0		
3	Perú		3						

Fuente: TradeMap



- Tabla N°14: Principales proveedores internacionales de Bolivia del producto productos a base de cereales, obtenidos por insuflado o tostado en P.A: 1904.10

Indicadores comerciales									
	Exportadores	Valor importado en 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Participación en las importaciones para Chile (%)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2013-2014 (% p.a.)
1	Chile	4195	-4122	53,5	1262	3324	18	14	0
2	Colombia	1534	-1534	19,6	352	4358	14	3	-1
3	Perú	1517	-1517	19,4	575	2638	25	20	-3
4	Argentina	348	-348	4,4	147	2367	-11	-14	0
5	Estados Unidos	139	155	1,8	37	3757	-24	-20	153
6	México	73	-73	0,9	42	1738	-24	-12	-56
7	Brasil	21	-21	0,3	5	4200	32	25	-52
8	Reino Unido	11	132	0,1	1	11000	9	-7	83

Fuente: TradeMap

- Tabla N°15: Principales proveedores internacionales de Bolivia del producto productos a base de cereales, obtenidos por insuflado o tostado en P.A: 1904.10

Indicadores comerciales									
	Exportadores	Valor importado 2014 (miles de US\$)	Saldo comercial 2014 (miles de US\$)	Participación de las importaciones para Chile (%)	Cantidad importada 2014	Valor unitario (US\$/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas 2010-2014 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados 2013-2014 (% p.a.)
1	Chile	1020	-1020	91,8	286	3566	0	-2	-7
2	Argentina	91	-91	8,2	10	9100	-9	-15	139

Fuente: TradeMap

Los principales países proveedores para Chile en la categoría de bebidas varias tenemos a Francia, Estados Unidos, Australia, México, Alemania entre otros. Perú ocupa el séptimo lugar como proveedor de Chile para el 2014.



2.5 Análisis de precios de importación. (Valor FOB -USD/Kilos)

•Tabla N°16: Precio promedio del producto seleccionado

Precio promedio por Kilo						
Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014
1104.19.00.00	Granos aplastados o en copos de los demás cereales	1.65	2.57	2.57	2.87	3.71
1104.30.00.00	Germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido	0	0.43	0.43	115.00	0.66
1904.10.00.00	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado	1.92	2.17	2.17	2.31	2.32
1904.20.00.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas de copos de cereales sin tostar y copos de cereales tostados o cereales inflados	3.97	3.09	3.09	1.97	2.57

Fuente: SUNAT

Los precios en Valor FOB dólares por kilo, que reporta nuestra aduana son los que observamos en este cuadro y resaltamos que en estos últimos 5 años han crecido en todos los productos, hay un precio de US\$ 115 como valor unitario de la partida 1104.30.00.00 pero es un valor referencial debido a que en ese año las cantidades de exportación del producto fueron posiblemente muestras comerciales ya que las cantidades no pasaban los 60kg

3. ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN

3.1 Canales de distribución e intermediarios.

Consideraciones previas:

- La mayor parte de la población reside en zonas urbanas (65,98%), por lo que la mayoría de empresas optan por localizarse cerca de estos puntos de concentración urbana, como son la ciudad de Santa Cruz o La Paz, con un agente en otras dos grandes ciudades. Últimamente Santa Cruz está resultando la localización más activa.
- El transporte es un factor a considerar seriamente en las estrategias de distribución y comercialización, al no tener acceso al mar, la mercancía es introducida por los puertos de Perú, Brasil, Chile o Argentina. Las dificultades que plantea en algunos casos la vía marítima hacen preferible muchas veces, el transporte aéreo incluso para mercancías pesadas. En la actualidad existen un puerto seco, el de El Alto en el departamento de La Paz, aunque se espera la construcción de uno nuevo en Oruro, a la espera de determinar su mejor localización tras varios estudios realizados.
- La economía boliviana tiene un gran sector informal (vendedores ambulantes, mercados populares con todo tipo de oferta), además un alto porcentaje de mercancías entran al país de contrabando, lo que desvirtúa a la competencia.



El método de distribución más utilizado es el nombramiento de representante, aunque la distribución a través de filiales u oficinas de representación también se está extendiendo.

Los habituales canales de distribución están poco desarrollados en Bolivia y aunque pocos, existen grandes mayoristas-importadores que comercializan diferentes productos y no suelen ser exclusivos de una marca o producto, que posteriormente distribuyen a los diferentes supermercados, mercados, restaurantes o instituciones. A través de subdistribuidores se llega al canal tiendas de barrio y pequeños mercados. Para otro tipo de productos más específicos o elaborados la vía de acceso al mercado es a través del contacto y negociación directa con el importador del producto.

La Ley Boliviana no requiere forma específica el uso de distribuidores locales para el sector privado de venta. Sin embargo, muchas de las adquisiciones por parte de entidades gubernamentales se realizan a través de la figura de un agente.

Las cadenas de supermercados e hipermercados siguen invirtiendo en el país incentivando el mercado formal. Asimismo, los minoristas de alimentos están incursionando en la apertura de nuevos mercados y en la expansión hacia otras ciudades, mientras que los especialistas en salud y belleza y electrónica continúan mostrando tasas interesantes de crecimiento.

Las principales cadenas de supermercados e hipermercados están iniciando operaciones en el rubro de no comestibles. Hipermaxi, cadena con mayores ventas en Bolivia, es la única cadena retail cuyos puntos de venta están ubicados en las tres principales ciudades del país. Es por ello que dicha empresa puede acceder a un número importante de consumidores.

3.2 Estrategia de acceso comercial.

El mejor método de poder ingresar al mercado boliviano es mediante un representante ya que este necesita estar presente para poder coordinar los aspectos de distribución a través de filiales u oficinas.

Un atractivo del mercado boliviano es que sus canales de distribución habituales no están completamente desarrollados y que la mayoría de mayoristas – importadores no tienen una predilección por una marca o empresa lo que facilitaría el acceso a nuevos exportadores. Estos intermediarios se encargan de que el producto se distribuya a través de grandes sectores o cadenas pero si lo que queremos es llegar a lugares de distribución más puntuales como pequeñas tiendas se debe considerar a los subdistribuidores.

3.3 Estrategia de precios.

La inflación registrada desde años anteriores es una variable que juega un papel determinante al momento de establecer una estrategia de precios en el mercado Boliviano.

En el año 2013 se mantuvo la cotización del boliviano frente al dólar estadounidense, siendo la cotización actual para la venta de 1 USD = 6,96 BOB, manteniéndose el diferencial de 10 centavos con respecto al tipo de cambio de compra.

Si tomamos en cuenta entonces los precios que están dispuestos a pagar por el producto podemos establecer un límite inferior y un límite superior, los precios de los productos ofertados van desde US\$ 1.65 a US\$5.44. Los consumidores bolivianos en los últimos años han posicionado a muchas empresas gracias a la calidad de los productos ofertados por lo que entrar con precios relativamente altos o al menos al nivel de la competencia no sería problema alguno ya que ellos estarían dispuestos a pagar por los productos siempre y cuando cumplan con las expectativas trazadas.



3.4 Medios de pago.

En Bolivia se acostumbra utilizar la carta de crédito documentario, además de otros diferentes mecanismos y medios de pago, los métodos de pagos son los siguientes:

- **Pago anticipado:** Consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compra venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, cuando por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto.
- **Pago Directo:** Se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino.

- **Carta de Crédito:** La Carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra venta internacional de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compra-venta internacional.

La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de créditos sean irrevocables y confirmadas. Este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato.

3.5 INCOTERMS®

Las normas INCOTERMS® con las que suelen trabajar las empresas bolivianas ya se encuentran claramente definidas, las más habituales para ellos son CIF (en caso de importación) y FOB (para las exportaciones) debido al tipo de responsabilidades y gastos a asumir. Cabe resaltar que a pesar de esto los importadores bolivianos tienen preferencias propias que suelen estipular dentro del contrato de compraventa internacional.

3.6 Contactos comerciales.

- **Banco Central de Bolivia**
<http://www.bcb.gob.bo/>
- **Autoridad de Fiscalización del Sistema Financiero de Bolivia (ASFI)**
<http://www.asfi.gob.bo/>
- **Servicio de Impuestos Nacionales de Bolivia (SIN)**
<http://www.impuestos.gob.bo/>
- **Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMPRESA)**
<http://www.fundempresa.org.bo/>
- **Instituto Nacional de Estadística de Bolivia**
<http://www.ine.gob.bo/>
- **Promueve Bolivia**
<http://www.promueve.gob.bo/>
- **Gobierno Autónomo Municipal de La Paz**
<http://www.lapaz.bo/>
- **Confederación de Empresarios Privados de Bolivia**
<http://www.cepb.org.bo/>
- **Cámara Nacional de Industrias**
<http://www.bolivia-industry.com/>
- **Cámara Nacional de Comercio**
<http://www.boliviacomercio.org.bo/>



4. REQUISITOS DE ACCESO

4.1 Requisitos arancelarios, normas sanitarias y fitosanitarias, TLC

Los productos dentro de la categoría de granos de cereales varios, siendo estos productos ya procesados presentan un arancel del 0% para ingresar al mercado gracias al acuerdo comercial que tenemos con Bolivia pero existen aún ciertas normas que debemos cumplir para que los productos ingresen al mercado boliviano, sobretodo las establecidas para productos de consumo como las que se mencionaran a continuación:

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) está encargado de otorgar los registros sanitarios a los alimentos y bebidas, además realiza la certificación de la inocuidad alimentaria de productos alimenticios de consumo nacional, de exportación e importación en Bolivia.

SENASAG: Registro Sanitario de alimentos:
<http://www.senasag.gob.bo/registros-unia/registro-sanitario.html>

El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) es el organismo encargado de las Normas Técnicas Bolivianas. Estas normas técnicas deben ser cumplidas obligatoriamente, o en algunos casos voluntariamente por los productos comercializados en Bolivia. Para acceder a información detalla sobre las normas técnicas de Bolivia consultar la página web del IBNORCA.

IBNORCA: Normas técnicas
www.ibnorca.org

4.2 Normativa de importación.

Para poder exportar productos alimenticios al mercado de Bolivia no basta solo con cumplir con las normas de registros sanitarios, también contamos con ciertos requisitos solicitados por la aduanas de Bolivia para el ingreso de productos que se mencionaran a continuación:

Documentación exigida por las Autoridades Aduaneras Bolivianas:

- Factura definitiva de las mercancías, que contenga el valor FOB desglosado, con detalle de precios unitarios; y descripción de la mercadería en forma literal no así con códigos.
- Lista de embarque
- Certificado de origen
- Licencia previa para productos que lo requieran de acuerdo a ley.
- Certificado bromatológico, toxicólogo, fitosanitario, zoonosanitario, IBNORCA, insumos agrícolas, etc.
- Parte de recepción emitido por el Gestor de Recinto Aduanero, en el caso de inspección en destino.

Entrega de los siguientes documentos de la importación a la agencia de Aduanas autorizada:

- Ingreso de la mercancía al recinto aduanero para la elaboración del parte de recepción.
- Presentación de la póliza de importación al recinto aduanero para la aceptación de los documentos.
- Aforo documental y físico de las pólizas de importación por parte de la vista de aduanas.
- Pago de tributos de importación en el banco autorizado.
- Pago por servicios prestados por el recinto aduanero.
- Extracción de la mercancía del recinto aduanero.



4.3 Etiquetado, empaque, embalaje y estándares de calidad

En Bolivia las normas de calidad y etiquetado están avaladas por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) y el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria "SENASAG", éste último para el etiquetado obligatorio de productos "pre envasados" que se comercialicen en el mercado nacional, sean producidos en mercado interno o importados.

Los requerimientos de etiquetado en Bolivia están establecidos en el Decreto Supremo N° 26510, de febrero de 2002 y por la Resolución Administrativa 072 "Reglamentos de Etiqueta" del SENASAG.

Entre otros datos, las etiquetas deben contener el número de identificación del importador o distribuidor (RUC), número de registro sanitario y la traducción de los ingredientes que componen el producto. Por lo general, los productos conservan sus etiquetas originales, pero deben complementarla con lo indicado anteriormente.

4.4 Almacenamiento.

El producto deberá estar envasado de modo tal que pueda salvaguardar las cualidades y propiedades organolépticas del producto, el ambiente donde debe conservarse el producto debe ser seco y para la exportación debemos evitar que se llegue a contaminar con otras sustancias o alguna que pueda afectar el sabor del producto. Respecto a la presentación de avenas suele ser exportado en envases de 350gr mientras que los cereales y productos a base de cereales suelen tener una presentación final de 250gr exportados en cajas que contengan 16 unidades del producto.

4.5 Sitios de interés.

Embajada de Bolivia en Madrid

C/Velázquez 263
ºPiso; 28001 Madrid España
Tel: +34 91 5780835 +34 91 5772770
Fax: +34 91 5773946
Email: gestiones@embajadadebolivia.es
Web: www.embajadadebolivia.es
Horario: 09:30 15:00

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

<http://www.cancilleria.gob.bo/>
Plaza Murillo C/ Ingavi esq. c/ Junín
La Paz
Tel: +591 2 2408900 +591 2 2409114
Fax: +591 2 2408642 +591 2 2408905

Ministerio de Planificación del Desarrollo

<http://www.planificacion.gob.bo/>
Avenida Mariscal Santa Cruz Esquina Oruro
Ex Edificio Comibol, La Paz
Tel: +591 2 2116000

Instituciones de Normalización, Acreditación, Metrología y Propiedad

Intelectual
IBNORCA Instituto
Boliviano de Normalización: www.ibnorca.org
SENAPI Servicio
Nacional de Propiedad Intelectual:
<http://www.senapi.gob.bo/index.asp>

4.6 Recomendaciones

Debe tener muy en cuenta que la economía boliviana no es dolarizada a pesar que esta moneda sigue siendo utilizada como referencia comercial.