

Ficha de mercado Quinua

PROMPERÚ Argentina

La Oficina Comercial de PROMPERÚ en Argentina tiene como objetivo desarrollar acciones de inteligencia comercial para obtener un mayor conocimiento del mercado y poder proporcionar información especializada a los exportadores peruanos que les permita poder realizar negocios con Argentina.

Índice

1. Nomenclatura arancelaria	2
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino	2
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	2
4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	4
5. Estacionalidad de la producción local.....	5
6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos).....	6
7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).	7
8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	8
9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	9
10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.	10
11. Fuentes de Información	10
12. Anexo 1	11

Este informe refleja la contribución de la Oficina Comercial de PROMPERÚ en Argentina a la investigación del mercado para un producto en crecimiento y con oportunidades en el mercado: quinua.

1. Nomenclatura arancelaria

- 10089000

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- Quinoa / Quinua

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Aranceles, impuestos y tasas:

Arancel Externo Común (AEC):	8.00%
Derecho de Importación Intrazona (DII):	0.00%
Derecho de Importación Extrazona (DEE):	8.00%
Impuesto de los Ingresos Brutos (IIBB):	2.50%
Impuesto al Valor Agregado (IVA):	10.50%
Impuesto al Valor Agregado Adicional:	10.00%
Impuesto a las Ganancias (IIGG):	6.00%
Tasa Estadística (TE):	2.50%

Perú cuenta con **preferencia arancelaria porcentual del 100%**

Requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros:

Solicitud de Licencia SIMI (Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones)

Todo producto cuyo objetivo sea la importación al Territorio Aduanero Argentino deberá contar con la aprobación de la Licencia SIMI. Para obtenerla se deberán proporcionar los siguientes datos:

- APELLIDO Y NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL IMPORTADOR
- CLAVE UNICA DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (C.U.I.T.) DEL IMPORTADOR Y DEL DECLARANTE, EN CASO DE CORRESPONDER
- POSICION ARANCELARIA SIM / CODIGO AFIP
- VALOR FOB UNITARIO EN DIVISA CORRESPONDIENTE
- VALOR FOB UNITARIO EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES
- VALOR FOB TOTAL EN DIVISA CORRESPONDIENTE
- VALOR FOB TOTAL EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES
- TIPO Y CANTIDAD DE UNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN
- CANTIDAD TOTAL EN UNIDADES ESTADÍSTICAS
- MARCA
- MODELO / ARTÍCULO

- VERSIÓN (DE CORRESPONDER)
- ESTADO DE LA MERCADERÍA
- PAÍS DE ORIGEN
- PAÍS DE PROCEDENCIA

Vigencia de la licencia SIMI: 180 días corridos contados a partir de la fecha de su aprobación en el SIMI, prorrogables por única vez.

Autorización Fitosanitaria de Importación (AFIDI)

Los productos y subproductos de origen vegetal tengan como objetivo ser importados al territorio aduanero argentino, deberán obtener una Autorización Fitosanitaria de Importación (AFIDI). Dicho permiso establece los requisitos fitosanitarios que deben reunir la mercadería susceptible de importación y que el país de origen deberá certificar. Esta autorización contempla, además, requisitos a cumplir una vez ingresada la mercadería al territorio aduanero argentino.

Productos que deben tramitar AFIDI

Todos aquellos productos y subproductos susceptibles de trasladar plagas y que se encuentren en estado natural o cuenten con bajo grado de procesamiento.

Productos excluidos del trámite de AFIDI

Aquellos productos vegetales que luego de haber sido sometidos a un procesamiento tecnológico o industrial, eliminaron el riesgo de ser afectados por plagas de cultivos. Sin embargo, dichos productos pueden transportar plagas de almacenamiento, embalaje y transporte. Si bien no requieren AFIDI, dichos productos se encuentran bajo inspección de SENASA al momento de ingreso al territorio aduanero argentino. La mercadería sin valor comercial también se encuentra exenta.

Requisitos para su obtención

La Autorización Fitosanitaria de Importación se tramita bajo la modalidad online en el sitio web de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Para ello, los importadores deberán estar inscriptos en el Registro de Exportadores/Importadores del SENASA, y adherir por medio de la Clave Fiscal. De esta manera se podrá tramitar las AFIDIS y gestionar los pagos correspondientes.

Iniciado el trámite, el importador recibirá una Pre AFIDI para que pueda ser enviada al exportador y la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria del país de origen pueda certificar los requisitos fitosanitarios de Argentina.

Tiempo del trámite

El trámite de solicitud de AFIDI demora hasta 5 días hábiles a contar desde la presentación de toda la documentación requerida.

Vigencia de AFIDI

- Para semillas, bultos, plantas y similares cuyo destino es propagación: 270 días.

- Para semillas, bultos, plantas y similares cuyo destino es propagación para eventos transgénicos regulados al comercio: 120 días.
- Para flores, frutos, granos, similares cuyo destino es el consumo: 60 días.

Trámite de importación de mercadería acondicionada en embalajes de madera

Previo al arribo de la mercadería, el importador por medio de su Despachante de Aduana o Agente de Transporte Aduanero, deberá completar un formulario con carácter de declaración jurada con el objetivo de solicitar la autorización de importación de embalaje de madera en los casos en que la mercadería se encuentre acondicionada con dicho embalaje, sin importar el tipo de madera en cuestión.

Será SENASA quién evaluará los potenciales riesgo y gestionará la autorización o una inspección física previa.

Etiquetado de Producto

Información exigida en la etiqueta adicional de productos importados que deberá estar expresada en idioma español:

- Nombre y dirección de la empresa importadora
- País de origen
- Establecimiento de origen
- Denominación de venta del alimento/bebida
- Declaración detallada sobre los ingredientes e información nutricional
- Contenido neto
- Temperatura para conservar su condición de producto apto para ser consumido
- Fecha de vencimiento mínima

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

De acuerdo con el “Estudio Global sobre Salud y Percepciones de Ingredientes” elaborado por la consultora internacional Nielsen, en el año 2016 el 58% de los argentinos aseguraron que les interesaría consumir productos que contaran con ingredientes totalmente naturales, resaltando los siguientes atributos como aquellos más significativos: libre de grasas, bajo o libre de azúcar y en sodio. Esta tendencia invita a focalizar en la oportunidad comercial que existe en Argentina en materia de aprovisionamiento de alimentos procesados que sean saludables y percibidos por los consumidores como beneficiosos para la salud. De este concepto también se desprende la demanda de los denominados Alimentos Funcionales, es decir, aquellos productos que generan o incrementan el bienestar. Por ese motivo, se ha producido un considerable aumento en la demanda de productos ricos en fibras, ácidos grasos del tipo omega-3, antioxidantes y todo tipo de ingredientes que contribuyen a la reducción de Enfermedades Crónicas no Transmisibles como la diabetes, desórdenes alimenticios, obesidad, entre otras. La quinua es uno de los alimentos que lidera el listado de Alimentos Funcionales. Esto se debe gracias a sus cualidades nutricionales que la convierten en uno de los pilares de los denominados “Súper Alimentos”.

Teniendo en cuenta las referencias de las FAO¹, la quinua provee proteínas de calidad, fibra dietética, grasas poliinsaturadas y mayor cantidad de minerales en comparación con otros granos de la misma categoría.

De acuerdo con las costumbres gastronómicas de la cultura argentina y la mayor concientización sobre las propiedades nutritivas de la quinua, su consumo se produce bajo distintos formatos y productos. En primer lugar, el consumo de la quinua en grano se evidencia en platos como ensaladas, hamburguesas, medallones, panadería artesanal y platos vegetarianos y veganos. En segundo lugar, la quinua se consume en pastas secas, pizzas, galletas y postres previamente elaborados y comercializados con un formato más industrial.

La quinua aún es considerada un alimento para sectores de la población que realizan dietas libres de gluten, vegetarianas y veganas ya que su consumo no es masivo en la población argentina.

5. Estacionalidad de la producción local

La producción argentina de quinoa se concentra por un lado en la provincia de San Juan, donde el cultivo se destina especialmente a la quinoa industrial; por otro lado, en Jujuy, Salta y Catamarca, provincias que ofrecen quinoa de mayor calidad y valor agregado. De acuerdo con la información proporcionada en la entrevista telefónica realizada a la Directora de la Mesa Nacional de Cultivos Andinos², la Ingeniera Agrónoma Amanda Fuxman, Argentina aún no cuenta con datos oficiales que reflejen el consumo de quinoa de su población. Lo mismo sucede con las cifras oficiales de la producción nacional.

De todos modos, se habla de volúmenes de producción de escasa magnitud, ya que rondarían las 1.400 toneladas³, y si bien los porcentajes de incremento son impactantes esto se debe a que se parte de valores extremadamente bajos. Esta cifra es estimada a partir de entrevistas realizadas con informantes calificados, de la apreciación in situ y de estimaciones de rendimiento que dependerán de condiciones climáticas, labores culturales y otras circunstancias difíciles de prever en un cultivo que, al nivel de la explotación extensiva, se encuentra en etapa de experimentación.

Una de las principales dificultades que enfrenta la producción de quinua en Argentina, según manifiestan los actores relevantes del sector, se relaciona con la falta de conocimiento aplicado

1 FAO. Acceso el 10/12/18 a http://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/nutritional-value/es/?no_mobile=1

² Subsecretaría de Alimentos y Bebidas, Secretaría de Agregado de Valor, Secretaría de Gobierno de Agroindustria. <http://www.agroindustria.gob.ar/>

³ Caracterización y Diagnostico de la cadena de valor de la quinoa en Argentina. Coordinación general Lic. Jorge Scalise - Universidad Nacional de General San Martín (UNSAM) <https://bit.ly/2EMerT9>

sobre el manejo extensivo del cultivo, es decir, que los conocimientos sobre la producción de la quinua a mediana y gran escala se muestran insuficientes. Entre los problemas registrados, se destaca la falta de ajuste del calendario de siembra. En función de su estadio madurativo, la planta resulta sensible tanto a las temperaturas altas como a las extremadamente bajas. Las variaciones abruptas de temperaturas, como las registradas durante la campaña 2013, han ocasionado la pérdida total de los cultivos o significativas mermas en la productividad. Por otro lado, el atraso de la siembra que en los valles se realiza entre mayo y junio, introduce el riesgo de que la panoja se vea afectada por las lluvias primaverales que provocan la caída del grano antes de la cosecha. Los productores medianos y grandes de Salta realizan la totalidad de los laboreos con máquinas adaptadas – sembradoras y cosechadoras de forrajes o de grano fino con el calibre adaptado–, en tanto que las tareas de desmalezado deben realizarse a mano. En general, estos productores disponen de sembradoras propias y contratan el servicio de cosecha y aducen dificultades para amortizar el mayor valor de las cosechadoras.

La rotación de la quinua con otras especies agrícolas para las que se han desarrollado semillas RR problematiza su certificación como producto orgánico. Más allá de esto, no se ha avanzado aún en la definición de los requerimientos para que este cultivo sea aceptado como orgánico.

El productor que cultiva quinua a mediana escala enfrenta problemas relacionados con la obtención de una semilla de poder germinativo conocido, libre de malezas y de pureza varietal que le permita graduar la cantidad a sembrar, minimizar el requerimiento de mano de obra para el desmalezado y cosechar en forma mecanizada. Si bien estos productores tienen acceso a la maquinaria, la falta de consolidación de la tecnología de procesos (es decir, de los conocimientos sobre cómo organizar la producción) instala un componente de incertidumbre que afecta la racionalidad económica. Esta situación se ve reforzada por la alta variabilidad de precios y costos. Por otro lado, la transformación necesaria para ofrecer un producto de calidad –viento y desaponificación – es un servicio ofrecido por terceros que tiene escasa presencia en el territorio. Pero, sobre todo, aun cuando estos productores tienen capacidad de obtener un volumen significativo de producción, no pueden garantizar una oferta suficiente, continua y de calidad que satisfaga los requerimientos de la industria. La estrategia a la que recurren los productores para atenuar estos factores adversos es la asociación en cooperativas.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Vía Marítima – Principales puertos:

- Buenos Aires

Vía Terrestre – Principales Aduanas:

- Gualeguaychú, Entre Ríos
- Buenos Aires
- Córdoba

Vía Aérea – Principales Aeropuertos:

- Ezeiza

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

El primer eslabón de la cadena de valor de la quinua se diferencia si la misma es de origen nacional o importada. En el primero de los casos, la cadena se inicia con los productores locales concentrados en establecimientos familiares ubicados principalmente en la provincia de San Juan, Jujuy, Salta y Catamarca.

Allí se obtiene quinua del tipo industrial y también quinua de mayor calidad, concentrando actividades vinculadas al cultivo y procesamiento de dicho cereal. El siguiente rol en la cadena de valor está desempeñado por las empresas de retail que venden quinua directamente al consumidor final. En menor medida son empresas PyMes y Micro Pymes que ofrecen productos de quinua utilizando el canal de venta online.

En el caso de la quinua importada, la cadena de valor en Argentina inicia con las empresas importadoras que además cumplen el rol de empresas distribuidoras y canales de venta minorista. Así los productos se ofrecen a los consumidores finales ya sea por medio de grandes tiendas de retail o formatos más pequeños del estilo de tiendas naturales.

La cadena de la quinua en Argentina está fuertemente desvertebrada, con elevada atomización en la fase primaria, un rudimentario desarrollo en la etapa de intermediación comercial, y un muy limitado desarrollo industrial, tanto alimenticio como farmacéutico y cosmético. La producción para autoconsumo y la comercialización en muy pequeños volúmenes contribuye a ese panorama general de la cadena, retroalimentando su desarticulación interna. Pese a la presencia de instancias asociativas que intentan agrupar a productores y generar escala para la desaponificación y posterior venta, su peso relativo es bajo, pese a los recursos públicos que se destinan.⁴

⁴ La Argentina que produce: Quinua. Por Marcelo Posada <http://www.laprensa.com.ar/473886-Quinua.note.aspx>

Tabla nro 1: Cadena de valor de la quinua en el mercado argentino

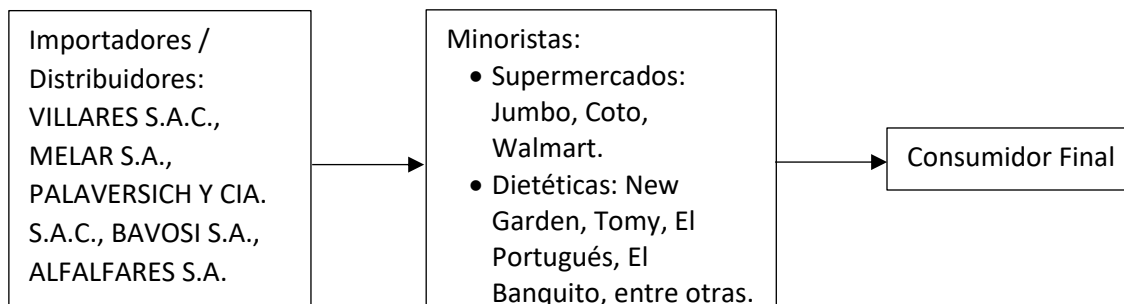
Empresa		Alimentos y bebidas que contienen quinua como ingrediente
Descripción - sitio web	Tamaño	Proveedores locales
Walmart: Empresa multinacional de origen estadounidense que en Argentina ofrece formatos de hipermercado, supermercado y pequeño formato. Sitio web: https://www.walmart.com.ar	Gran empresa	Wakas
Coto: Cadena de hipermercados y supermercados de origen argentina. Sitio web: www.coto.com.ar	Gran empresa	Genser
Jumbo: Empresa de supermercados que pertenece al consorcio empresarial de origen chileno llamado Cencosud. Sitio web: www.jumbo.com.ar	Gran empresa	Terrasa Frams
Quinoar: Empresa exclusiva de venta de productos de quinua únicamente en el canal online. Sitio web: www.quinoar.com.ar	PyMe	Andean Valley Corporation
Cultivo orgánico: Micro emprendimiento dedicado a la producción, comercialización y distribución de productos orgánicos. Sitio web: www.cultivarteorganico.com.ar	Micro PyMe	Aiken Foods Kiwicha Yin Yang

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las principales cadenas de retail.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- Precio Competitivo
- Calidad del producto
- Certificaciones Internacionales – ISO, FAIRTRADE.

Cuadro nro. 1: Canales de distribución y comercialización de la quinua con principales actores por canal



9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Perú es el principal proveedor internacional de quinua importada en Argentina que ha mantenido volúmenes exportables en los últimos cuatro años. Este factor representa una importante oportunidad en la relación comercial entre ambos países.

La principal empresa argentina que han importado quinua proveniente del Perú en los últimos 5 años ha sido Alimentos y Negocios S.R.L.

Tabla nro. 2: Importaciones argentinas de quinua y los países proveedores. (En millones de dólares, años 2014 a 2018)

Exportadores	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017	Valor importada en 2018	Participación
Mundo	0,111	0,364	0,582	0,660	0,583	100%
Confidencial	0,000	0,000	0,000	0,000	0,324	56%
Perú	0	0,328	0,504	0,442	0,190	33%
Bolivia	0,015	0,034	0,077	0,218	0,068	12%
Chile	0	0,003	0,000	0	0	0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de TradeMap

Respecto a la quinua originaria y proveniente de Bolivia, si bien ocupa el segundo lugar como país proveedor, Argentina ha decidido reforzar los controles fronterizos del norte del país con el objetivo de evitar el porcentaje de importación de dicho producto que ingresa al territorio aduanero sin ser declarado.

En cuanto a los productos derivados de la quinua, como harinas y alimentos a base de cereales, la oferta de Perú no ha logrado obtener una significativa participación de mercado. Sin embargo, en el presente análisis se evidencia la oportunidad comercial que tiene el país para convertirse

en proveedor de productos derivados de la quinua que cuentan con creciente demanda en el mercado argentino.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Sería aconsejable difundir mediante campañas las bondades del producto tanto entre actuales como entre potenciales consumidores –el segmento de personas con enfermedad celíaca, por ejemplo – de modo de consolidar una demanda que aliente la asignación de recursos para la producción e industrialización de la quinua.
- Para promover el consumo entre los sectores de menores ingresos, se propone introducir la quinua en el menú de los comedores escolares, por ejemplo, ofreciendo leche en polvo enriquecida.
- Promover la investigación y desarrollo de productos elaborados en base al grano y los subproductos de la quinua, que contengan mayor valor agregado. En este sentido, la industria farmacéutica constituye un nicho de oportunidad.
- Adaptar el producto conforme los requerimientos y necesidades de los consumidores.
- Apoyar a importadores y distribuidores del producto en la participación en eventos relevantes, tales como Feria Masticar, Feria Caminos y Sabores, Feria Internacional de Alimentos (FIAR).

11. Fuentes de Información

- Relevamiento de mercado realizado por el gestor Mariano Mastrangelo
- Caracterización y Diagnostico de la cadena de valor de la quinua en Argentina. Coordinación general Lic. Jorge Scalise - Universidad Nacional de General San Martín (UNSAM) - <https://bit.ly/2EMerT9>

12. Anexo 1: Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad) TC \$63	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Canal exclusivo de venta de productos de quinoa: www.thefoodmarket.com.ar	250gr	3,07	Argentina	23 de diciembre de 2019	Pack de 250gr.	
Supermercado Jumbo: www.jumbo.com.ar	150gr	2,32	Argentina	23 de diciembre de 2019	Pack de 150gr.	
Canal exclusivo de venta de productos de quinoa: www.quinoar.com.ar	300gr	2	Bolivia	23 de diciembre de 2019	Pack de 300gr.	
Supermercado Jumbo: www.jumbo.com.ar	250gr	1,89	Argentina	23 de diciembre de 2019	Pack 250gr.	

Los pedidos se hacen a través de la pagina de la empresas y un sistema de revendedores se ocupa de concretar la venta: www.biomac.com.ar	500gr .	5,19	Perú	23 de diciembre de 2019	Pack de 500gr.	
E-Commerce de empresa familiar sin local físico: www.frutosare.com.ar	1kg.	8,38	Perú	23 de diciembre de 2019	Bolsa 1kg.	
E-Commerce de dietetica: www.newgarden.com.ar	1kg.	9,21	Bolivia	23 de diciembre de 2019	Bolsa 1kg.	