

ESTUDIO DE INSERCIÓN DE LULO DESHIDRATADO COLOMBIANO EN CADENA DE
VALOR DEL MERCADO PERUANO

NICOLAS FELIPE MOLANO SEGURA

MANUEL FERNANDO JIMENEZ BEDOYA

PROYECTO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN
FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ASESOR

Ing. IVÁN MAURICIO RUEDA CÁCERES Ph.D.

UNIEMPRESARIAL FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTA

BOGOTA D.C.

2019

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del jurado

Firma del jurado

Dedicatoria

A Dios.

Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A Nuestras Madres.

Por habernos apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido seamos personas de bien, pero más que nada, por su amor.

A Nuestros Padres.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que fundaron siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Agradecimientos

Agradecemos a nuestros docentes y compañeros con quienes cursamos la especialización de finanzas y negocios internacionales, a nuestro tutor Iván Mauricio Rueda Cáceres por su guía y consejo, a nuestro director de Postgrado León Alexander Vargas Varón por su continua asistencia y desde luego un agradecimiento enorme a nuestras familias ya que sin su continuo apoyo nada de esto sería posible.

Tabla De Contenido

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos	4
Tabla De Contenido	5
Lista De Ilustraciones	8
Lista De Tablas	9
Resumen.....	10
Palabras Claves	11
Abstract.....	12
Key Words.....	13
Introducción	14
1. Planteamiento Del Problema	16
2. Pregunta de investigación.....	18
3. Justificación.....	19
4. Objetivo General.....	20
5. Capítulo 1 Información General	21
5.1 Descripción.....	21
5.2 Beneficios del Lulo deshidratado	23

5.3 Proveedores	24
5.4 Proceso de deshidratación que Recibe El Lulo	24
6. Capítulo 2 Marco Contextual	28
6.1 Alcance.....	28
6.2 Datos del Producto Base en Perú	29
6.3 Datos Del Producto Base En Colombia	31
6.4 Datos Específicos en Comercio Exterior	40
6.5 Aspectos legales	40
6.6 Clasificación Arancelaria Perú.....	40
6.7 Alianza del Pacífico	41
7. Capítulo 3 Desarrollo.....	44
7.1 Trabajo de Campo Misión Empresarial Fundación Universitaria Uniempresarial	44
7.2 Conferencia desarrollo agrícola Universidad de Lima.....	46
7.3 Focus Group	46
7.4 Resultados del Focus Group.....	47
7.5 Conclusión del focus group.....	50
7.6 Investigación Exploratoria	50
7.7 Comparativa exploratoria Mercado colombiano.....	53

7.8 Propuesta del Proceso De Inserción	54
7.9 Cadena Logística Del Proceso De Inserción A La Cadena De Valor	58
Conclusiones	62
Referencias.....	65

Lista De Ilustraciones

Ilustración 1 Proceso Deshidratación De Fruta (Paso A Paso).....	27
Ilustración 2 Mapa Geográfico Colombia - Perú.....	28
Ilustración 3 Reporte De Importaciones Peruanas de Frutos Secos Por Partida.....	30
Ilustración 4 Gráfica 1 Área Sembrada Y Área Cosechada Del Cultivo Lulo 2007-2015 para Colombia.....	32
Ilustración 5 Gráfica 2 Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015 en Colombia	33
Ilustración 6 Gráfica 3 Calendario De Siembras Y Cosechas Del Cultivo De Lulo	34
Ilustración 7 Área Sembrada Del Cultivo Lulo	38
Ilustración 8 Huila, Departamento Con Más Área Sembrada Del Cultivo De Lulo En 2015	39
Ilustración 9 Partida Arancelaria	41
Ilustración 10 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 1.....	51
Ilustración 11 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 2.....	52
Ilustración 12 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 3.....	52
Ilustración 13 Frutas En Almacenes Surti Fruver de Bogotá	53
Ilustración 14 Cadena Logística para el proceso de Inserción.....	59

Lista De Tablas

Tabla 1 Área Sembrada Y Área Cosechada Del Cultivo Lulo 2007-2015 para Colombia	32
Tabla 2 Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015 en Colombia.....	33
Tabla 3 Calendario De Siembras Y Cosechas Del Cultivo De Lulo	34
Tabla 4 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015.....	35
Tabla 5 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo Según Departamento.....	35
Tabla 6 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo Principales Municipios Productores	36
Tabla 7 Proceso general de inserción en cadena de valor.....	56

Resumen

En este documento se justificará la percepción que tiene el consumidor peruano sobre la posibilidad que con el producto natural colombiano llamado Lulo se pueda hacer un proceso de inserción de este fruto en el mercado peruano. Este proceso involucra detalles específicos en materia de comercio exterior entre los países Colombia y Perú, ya que tiene como fin identificar una oportunidad real de negocios que pueda tener una empresa colombiana que pertenece al sector agrícola y que desee expandirse en una cadena de valor de una empresa del sector de alimentos establecida y reconocida en Perú, ya que ofrecen estabilidad en plazas comerciales en términos de comercialización, distribución e importación de productos agrícolas desde Colombia hacia Perú.

El propósito de este estudio es resaltar el Lulo como una alternativa de emprendimiento e innovación relacionada con las importaciones agrícolas peruanas, buscando fortalecer las relaciones comerciales para beneficio de la economía de los países, las empresas y las personas naturales.

El modelo aplicado en este estudio es la misión empresarial exploratoria realizada en Lima, Perú, en el mes de mayo de 2018 organizada por Uniempresarial, donde se realizaron acercamientos a entidades, empresas y universidades peruanas con el fin de recopilar información relevante que permita determinar la viabilidad de inserción del Lulo deshidratado en el mercado peruano.

Palabras Claves

- Cadena de valor
- Fruta deshidratada
- Ventaja competitiva
- Cadena de suministros
- Inserción en mercados internacionales

Abstract

This document will justify the perception that the Peruvian consumer has about the possibility that with the Colombian product of Lulo name a process of inserting this fruit into the Peruvian market can be made. This process involves specific details on foreign trade between the countries of Colombia and Peru, since it aims to identify a real business opportunity that a Colombian company that belongs to the agricultural sector may have and that wishes to expand in a value chain of one. established food company recognized in Peru, as they offer stability in commercial places in terms of marketing, distribution and import of agricultural products from Colombia to Peru.

The purpose of this study is to highlight the Lulo as an alternative of entrepreneurship and innovation related to Peruvian agricultural imports, seeking to strengthen trade relations for the benefit of the economy of countries, companies and individuals.

The model applied in this study is the exploratory business mission carried out in Lima, Peru, in May 2018 organized by Uniempresarial, where approaches were made to Peruvian entities, companies and universities in order to gather relevant information to determine the viability of insertion of dehydrated Lulo in the Peruvian market.

Key Words

- Value chain
- Dehydrated fruit
- Competitive advantage
- Supply chain
- Insertion in international markets

Introducción

El presente documento muestra un proyecto Empresarial Colombiano que pretende incursionar en el sector de la comercialización de un producto agrícola conocido como Lulo deshidratado, por medio de la obtención de información real y relevante, identificando un grupo de expertos para determinar si es atractivo el producto y a la vez establecer el paso del proceso de inserción en una cadena de valor en el mercado peruano, todo con el fin de conocer el impacto de este producto colombiano en ese país.

La idea nace de dos estudiantes de la especialización de Finanzas y Negocios Internacionales gracias a una misión empresarial realizada en Perú en el mes de abril del año 2018 en donde se pudo evidenciar la dificultad para encontrar este producto en el mercado del país hermano, esto debido a que Perú cuenta con fluctuaciones climáticas constantes por su combinación geoespacial y lo hace un país mega diverso con 11 eco regiones, gracias a sus condiciones geográficas y a su vez le otorga una gran diversidad de recursos naturales, pero también dificulta el cultivo óptimo de ciertos frutos tropicales como el Lulo, el cual necesita condiciones agroecológicas de índole transitorio dentro de plantaciones frutales de clima medio y altura sobre el nivel del mar de 1.300 a 2.200 metros; de 4 a 6 horas diarias de luz solar; temperatura entre 14 y 18 °C; precipitación anual de 1.500 a 2.000 milímetros de lluvia; humedad del ambiente no mayor al 80 % y terrenos con pendiente menor al 40%, lo que limita su siembra en las eco regiones ubicadas a hacia la parte norte del país, pero son los 8 meses de tiempo de cosecha los que hacen que los agricultores Peruanos se decanten por cultivos de frutas como la Lúcumá, que con condiciones similares, genera mayor interés por facilidad en cuanto a cultivo y cosecha, contrastando completamente con

la situación Colombiana en donde la agricultura es uno de los sectores más fuertes de su economía gracias al favorecimiento territorial y climático que este país posee.

También en el documento, se evidencia la asistencia a una misión empresarial que fue realizada por los estudiantes anteriormente mencionados en Perú.

Este proceso involucra detalles específicos en materia de comercio exterior entre los países Colombia y Perú, y tiene como fin identificar una oportunidad real de negocios que puede tener una empresa colombiana que pertenece al sector agrícola para insertarse en una cadena de valor de una empresa establecida y reconocida en Perú, ya que ofrecen estabilidad en plazas comerciales en términos de comercialización, distribución e importación, de productos agrícolas, desde Perú hacia Colombia.

Se busca principalmente evaluar la viabilidad de comercializar un producto idóneo para la coyuntura peruana como el Lulo, utilizando como estrategia la inserción una cadena de valor exitosa del país, teniendo en cuenta factores como la movilidad logística, la normatividad que el exportador colombiano debe cumplir para negociar con su vecino país, el estudio de mercado peruano para analizar la aceptación del producto, la características del producto y sobre todo la viabilidad en términos de comercio exterior para realizar el proyecto.

1. Planteamiento Del Problema

Actualmente en Perú la producción de Lulo o Naranjilla (como es conocida esa fruta en ese país), tiene poca acogida debido a las condiciones de cultivo y cosecha no generan gran interés si se compara con productos de condiciones similares como la lúcuma, ya que esta se adapta mejor a zonas más altas y frescas; además el tiempo de cosecha de la Naranjilla es mayor, razón por la cual el productor se decanta por la producción de otros frutos.

Diferente realidad tiene el fruto en Colombia, ya que culturalmente esta fruta hace parte de la canasta familiar de consumo, y además su demanda ha crecido de manera que la producción de Lulo en la última década ha sido una de las más altas en la historia de Colombia, abriendo la oportunidad de exportación para el productor de Lulo.

Respecto a la elección del país objetivo, en este caso el país peruano, se tiene en cuenta las tendencias suramericanas similares y que culturalmente es una fruta conocida por la población de ese país. Debido a la coyuntura de actual de mercado tiene poca oferta, pero es un fruto bien recibido por la población peruana, por lo cual se convierte en una interesante oportunidad para desarrollar el modelo de inserción del fruto en el mercado de ese país. La poca información encontrada acerca de la comercialización del producto es la razón por la cual elaborar este estudio, ya que desde una perspectiva comercial nace la necesidad de comprobar la viabilidad del proyecto empresarial.

Según Michael Porter (1987), para la riqueza de las naciones, es necesario comprender en que productos o sectores los países tienen una llamativa ventaja con respecto a otros para desarrollar ese mercado competitivamente. Gracias a esta idea, pretendemos que este proyecto sea una

investigación exploratoria en donde queremos estudiar, analizar y comprobar la de la exportación de Lulo deshidratado desde Colombia hacia Perú.

2. Pregunta de investigación

¿Cuál es percepción de un grupo focal sobre el Lulo en el mercado peruano, y su proceso de inserción en la cadena de valor del sector de alimentos peruano?

3. Justificación

Se realizó el presente estudio exploratorio, el cual se lleva a cabo con el fin de identificar una oportunidad de negocio para el desarrollo de nuevos métodos y formas de operaciones en comercio exterior, motivados por el interés de solidificar y establecer actividades empresariales debidamente conformadas para el aporte al crecimiento económico y financiero local, regional y nacional, con beneficio mutuo entre los dos países.

Uno de los propósitos que motivan a la realización de este estudio exploratorio es aplicar los conocimientos obtenidos a lo largo de nuestra formación educativa, estableciendo como meta la ejecución del proyecto y de esa manera beneficiarnos de los resultados que se obtengan.

Cabe resaltar que el estudio exploratorio está enfocado en un proyecto viable según las condiciones económicas, ambientales y sociales en las cuales se encuentran los países involucrados.

4. Objetivo General

Identificar la percepción de grupo focal y determinar el proceso de inserción del producto Lulo deshidratado colombiano en el mercado peruano.

5. Capítulo 1 Información General

En este capítulo se contempla una contextualización del producto, donde se puede observar toda la información relevante del Lulo, necesaria para procesos de negociación internacional, como también toda la información del proceso innovador para brindar valor agregado en su deseo de comercialización.

El modelo aplicado en la identificación del grupo de expertos para mirar si es atractivo enviar Lulo a Perú, y establecer el paso a paso del proceso si se decide enviar Lulo a Perú es exploratorio realizado en la misión en Lima – Perú, donde se realizaron acercamientos a empresas de comercio de alimentos y universidades peruanas con el fin de recopilar información relevante en el desarrollo del informe final para así llegar a la conclusión de la viabilidad que pueda ofrecer el estudio con miras a ejecutarlo o no.

5.1 Descripción

Lulo (Fruta Exótica)

Nombre Científico: *Solanum sessiliflorum* Dunal

Sinónimos: *Solanum topiro* Dunal, *Solanum arecunarium* Pittier, *Solanum georgicum* R. E. Schult.

Familia: Solanaceae

Nombres Comunes: Cocona, topiro (español); cubiu (portugués); peach tomato (inglés).

Planta de crecimiento rápido, al principio herbácea y después se torna semileñosa. Alcanza hasta dos metros de altura, tallo cilíndrico con abundante pubescencia dura y grisácea, ramifica desde cerca del suelo. Hojas ovaladas, grandes, de 30 a 50 cm de largo y 20 a 30 cm de ancho, con

lóbulos acuminados; los bordes son sinuados, con lóbulos triangulares, irregulares con un lado de la lámina más alto que el otro y ápice agudo. La cara superior de la hoja está cubierta de pelos duros y blancuzcos, unos pocos estrellados, mientras que, en el lado inferior, la pubescencia es suave y estrellada (blancuzca, no morada como en la naranjilla: *S. quitoense* Lam.).

Las flores miden de 4 a 5 cm de diámetro, se presentan en racimos axilares cortos, son predominantemente alógamas. Cáliz con cinco sépalos duros, triangulares, pubescentes en el lado externo y glabro en el interno. Corola con cinco pétalos de color blancuzco, ligeramente amarillo o verdoso. El fruto varía desde casi esférico u ovoide hasta ovalado, con 4 a 12 cm de ancho y 3 a 6 cm de largo, peso entre 24 y 250 g, color desde amarillo hasta rojizo. Los frutos de color amarillo normalmente están cubiertos de pubescencia blancuzca, fina y suelta, los cuales son mucho menos notorios en los frutos de color rojizo. La cáscara es suave y rodea la pulpa o mesocarpio, grueso, amarillo y acuoso. Las cuatro celdas están llenas de semillas, envueltas en un mucílago claro. Tiene fragancia y sabor especial (ligeramente ácido, sin dulce). La semilla es parecida a la del tomate.

El fruto varía desde casi esférico u ovoide hasta ovalado, con 4 a 12 cm de ancho y 3 a 6 cm de largo, peso entre 24 y 250 g, color desde amarillo hasta rojizo. Los frutos de color amarillo normalmente están cubiertos de pubescencia blancuzca, fina y suelta, los cuales son mucho menos notorios en los frutos de color rojizo. La cáscara es suave y rodea la pulpa o mesocarpio, grueso, amarillo y acuoso. Las cuatro celdas están llenas de semillas, envueltas en un mucílago claro. Tiene fragancia y sabor especial (ligeramente ácido, sin dulce). La semilla es parecida a la del tomate.
(ICA, 2011)

Las condiciones climáticas de la naranjilla o Lulo entre otras son, un sembrado en un cultivo transitorio, dentro de plantaciones de frutales de clima medio como cítricos, aguacate, plátano o

café; o durante la fase de establecimiento del Lulo intercalado con cultivos de corto plazo de clima frío como fríjol, arveja o algunas hortalizas (Gobernación del Huila, 2006).

Adicional hay condiciones óptimas de clima y suelos, como: altura sobre el nivel del mar de 1.300 a 2.200 metros; 4 a 6 horas diarias de luz solar; temperatura entre 14 y 18 °C; precipitación anual de 1.500 a 2.000 milímetros de lluvia; humedad del ambiente no mayor al 80 %; terrenos con pendiente menor al 40 %; suelos de textura media.

En terminos de cosecha para el Lulo sembrado a plena exposición solar, la cosecha es continua, e inicia aproximadamente 8 meses después de la siembra, los frutos del Lulo se cosechan en estado "pintón", es decir, aproximadamente en un 40% de madurez, en horas de la mañana, sin humedad y con guantes para facilitar la limpieza de los tricomas y vellosidades, frotando los frutos con ambas manos.

5.2 Beneficios del Lulo deshidratado

- Conservar los alimentos durante muchos meses y consumirlos conservados en períodos de escasez o fuera de temporada.
- Asegurar la calidad de la alimentación de la familia durante todo el año.
- Aprovechar la energía gratis y limpia del sol y la gran cantidad de frutas que todos los años se producen, como mangos, piñas, aguacates y entre otras sólo durante muchos meses.
- Generar trabajo. Las frutas y otros alimentos se pueden secar, guardar adecuadamente y preparar para la venta, de esta manera se puede abrir una nueva fuente de trabajo. La

elaboración de frutas secas para consumo directo o en galletitas o en panes es ahora, muy valorado por el azúcar y las vitaminas que poseen. (Almada, 2005)

5.3 Proveedores

A continuación, se muestra información de algunos proveedores de frutos deshidratados que realizan esta práctica en Colombia y que cuentan con las normas de higiene, procesos y calidad establecidas por el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamento) e instituciones colombianas de control fitosanitarios.

- RENACO LATINA: ofrecen Pulpa de Lulo Deshidratada en km 4 vía al Nevado del Tolima Ibagué, Tolima C.P. 53000. Colombia.
- PREPULPAS: Se dedican a la venta de Pulpa de Lulo entre otros productos. Ubicados en la calle 19 # 5-51 edificio Valdez oficina 304 Col. centro Veracruz, Bogotá, Cundinamarca, Colombia.
- NATURALEZA ANDINA LTDA.: Proveedor de Lulo en pulpa en la Cra. 97 C No. 64 B 09 Col. Cundinamarca, Bogotá, Colombia
- INVERSIONES VPV Y CÍA.: Suministran Lulo en pulpa, situados en Cra 14 No.32-145 Col. Torices Sector Papayal, Cartagena, Bolívar Colombia.
- CISOEXIMCOL: Suministran Pulpa de Lulo congelada, situados en Calle 40 Sur núm. 64 A 35 Col. Timiza, Bogotá, Cundinamarca Colombia.

5.4 Proceso de deshidratación que Recibe El Lulo

- 1) PREPARACION DEL AREA: Evaluar el área de trabajo para que cumpla con las condiciones necesarias para el proceso

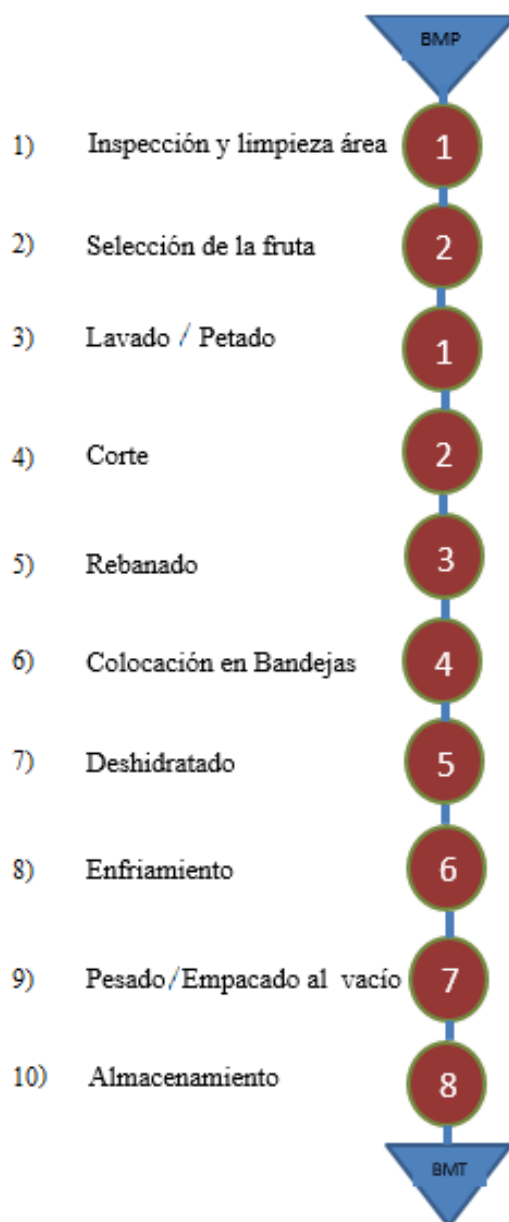
- 2) **SELECCIONAR:** Separar los productos en buen estado y descartar los productos en mal estado, muy maduros o con manchas.
- 3) **LAVADO Y/O PETADO:** Con agua se limpia la suciedad de la superficie de los productos a secar para así cortar con un buen cuchillo todas las partes inservibles del producto: cáscara, restos de raíz, tallo, semillas y las partes descompuestas, lastimadas o inmaduras.
- 4) **CORTAR:** Según el producto y la presentación deseada, cortar en forma de cubos, trozos, rodajas o tiras. En todos los casos el espesor de los pedazos no debe pasar los 0,5 a 1 cm de grueso, para favorecer un secado adecuado
- 5) **LAVAR Y REBANAR:** Por segunda vez con abundante agua para eliminar cualquier suciedad y rebanar la cascara que pueda haber.
- 6) **PRETRATAR O COLOCACION EN BANDEJAS:** Según el tipo de producto se aplicarán diferentes tipos de pretratamientos tales como blanqueado, baño en jugo de limón, salado, baño en solución de metabisulfito de sodio o potasio, etc.
- 7) **SECAR O DESHIDRATAR:** Colocar los productos preparados sobre los tamices de secado en capas delgadas y regulares. Es preferible poner los productos a secar bien temprano a la mañana, para extraer la mayor cantidad de agua durante el primer día. Durante el secado se debe controlar regularmente los productos. Al finalizar el secado, retirar los productos del secadero. Favorecer un secado
- 8) **ENFRIAMIENTO:** Antes de envasarlos separar aquellas partes mal secadas o quemadas.

- 9) **ENVASAR:** Después del secado los productos tienen que ser envasados rápidamente, para que no vuelvan a humedecerse por la humedad del ambiente. Para el efecto se pueden utilizar recipientes de plástico, cajas o latas herméticas de metal o bolsas de polipropileno (no polietileno), que se tienen que sellar con vela o una máquina selladora. Etiquetar cada recipiente con los siguientes datos: contenido, peso, fecha de envasado. Es muy importante dejar unos paquetes o frascos en cantidad de “testigos” para conocer su duración y en los próximos secados, coloca este dato como una importante información nutricional que los consumidores apreciarán mucho.

- 10) **ALMACENAR:** Para la buena conservación de los productos secos, debe almacenarlos en buenas condiciones: guardar los productos en un lugar seco, aireado, si es posible fresco y protegido de la luz; lugar debe ser limpio y protegido de insectos y ratones; cada cierto tiempo, hay que controlar el estado de los productos; no depositar los productos almacenados en el suelo ni contra las paredes para evitar el riesgo de absorber humedad; si los productos secos son de buena calidad y están en buenas condiciones de almacenado pueden conservarse durante muchos meses. (INFOAGRO, 2012)

Ilustración 1 Proceso Deshidratación De Fruta (Paso A Paso)

PROCESO DESHIDRATACION DE FRUTA (PASO A PASO)



Fuente: Elaboración propia

6. Capítulo 2 Marco Contextual

6.1 Alcance

Sector económico: Agrícola

Países involucrados: COLOMBIA / PERU

Periodo de tiempo: 2018

Ilustración 2 Mapa Geográfico Colombia - Perú



Fuente: (Comunidad Andina, s.f.)

6.2 Datos del Producto Base en Perú

En el mercado peruano no es muy común encontrar este tipo de fruta exótica para el consumo interno, debido a que las zonas aptas para el cultivo son tomadas por los agricultores peruanos para la siembra de frutas que tienen condiciones similares a las del Lulo como lo es la Lúcumá, las cuales prefieren debido a que tienen mayor salida, pero sobre todo los tiempos de cosecha que anteriormente explicamos son vistos por los agricultores como contras para su cultivo.

Muchos de los frutos secos son importados de países fronterizos y/o especializados en el procesamiento de este tipo de productos como veremos en la siguiente tabla, esto debido a que la agricultura peruana se concentra en frutos específicos como se dijo anteriormente.

Ilustración 3 Reporte De Importaciones Peruanas de Frutos Secos Por Partida

PARTIDA: 0813400000 - LAS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS SECOS
PERIODO: TODO EL AÑO 2018
ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

ITEM	PARTIDA	ADUANA	PAIS	MES	FOB \$	CIF \$	ADV \$	IMP. ARANCEL \$
1	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	BRAZIL	Mayo 2018	9,618.00	10,045.45	0.00	1,808.18
2	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Abril 2018	46,889.00	47,131.21	0.00	8,483.62
3	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Mayo 2018	98,575.00	99,042.04	0.00	17,827.57
4	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHINA	Febrero 2018	325.34	337.20	20.23	84.57
5	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHINA	Marzo 2018	858.72	896.70	53.80	224.88
6	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHINA	Abril 2018	640.83	665.92	39.96	167.02
7	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	CHINA	Junio 2018	455.25	472.45	28.35	118.50
8	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	GREECE	Abril 2018	196.97	207.56	12.45	52.05
9	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	GREECE	Junio 2018	209.91	220.01	13.20	55.17
10	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	PORTUGAL	Mayo 2018	857.52	985.36	59.12	247.13
11	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	THAILAND	Marzo 2018	4,171.39	4,566.56	274.00	1,145.31
12	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED	Febrero 2018	55,622.60	61,272.60	0.00	11,029.07
13	813400000	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED	Abril 2018	25,599.00	28,160.00	0.00	5,068.80
14	813400000	TACNA	CHILE	Marzo 2018	18,182.00	18,836.55	0.00	3,390.58
15	813400000	TACNA	CHILE	Abril 2018	525.00	552.12	33.13	138.47
16	813400000	TACNA	CHILE	Mayo 2018	900.00	930.30	49.59	207.28
17	813400000	AEREA DEL	BRAZIL	Marzo 2018	504.00	803.10	48.19	201.43

Fuente: (Superintendencia Nacional De Administración Tributaria, 2018 - SUNAT)

6.3 Datos Del Producto Base En Colombia

El Lulo es un arbusto originario de la cordillera de los Andes, ampliamente cultivado desde Chile a México, conocido en países como Perú, Ecuador, Colombia, Panamá, Costa Rica y Honduras.

Esta especie produce una fruta con alta demanda en los mercados nacionales e internacionales dadas sus características y propiedades nutricionales.

En Colombia se cultivan las variedades: *S. quitoense quitoense* (sin espinas), *S. quitoense septentrional* (con espinas) y el híbrido «La Selva» obtenido a partir del cruzamiento del Lulo de perro –*Solanum hirtum*– con el Lulo de Castilla –*Solanum quitoense*. : HUILA, G. (2008) NEIVA

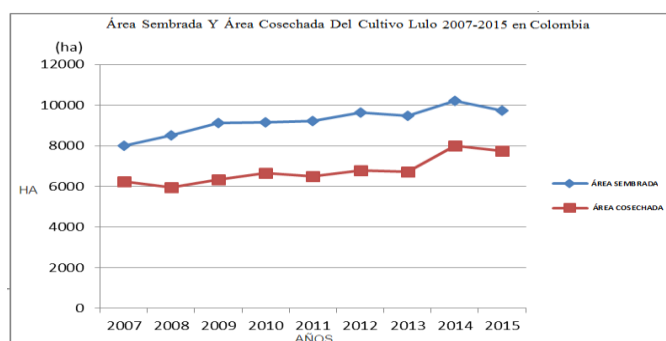
Tabla 1 Área Sembrada Y Área Cosechada Del Cultivo Lulo 2007-2015 para Colombia

ÁREA SEMBRADA (ha)		ÁREA COSECHADA (ha)
2.015		2.015
10 623		8 619
AÑO	ÁREA SEMBRADA (ha)	ÁREA COSECHADA (ha)
2007	8015	6235
2008	8505	5960
2009	9120	6350
2010	9145	6670
2011	9205	6480
2012	9645	6785
2013	9460	6705
2014	10205	8015
2015	9740	7750

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

Esta tabla nos muestra como la cosecha de Lulo se ha mantenido estable en Colombia durante bastante tiempo, esto nos da una idea en la estabilidad del precio de la misma, recordemos que al trabajar con frutuos exóticos la elasticidad del precio se vuelve factor y la siguiente gráfica de líneas nos muestra una cosecha con comportamiento estable por ende el precio tendería a ser constante también.

Ilustración 4 Gráfica 1 Área Sembrada Y Área Cosechada Del Cultivo Lulo 2007-2015 para Colombia



Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

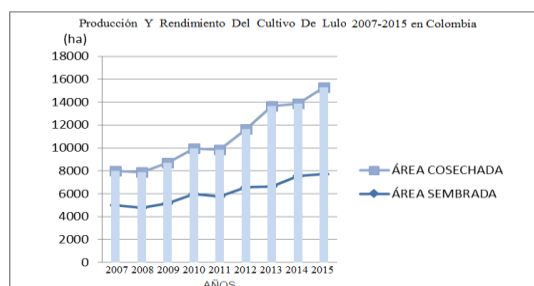
Tabla 2 Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015 en Colombia

PRODUCCION (t)		RENDIMIENTO
2 015		2 015
82 354		9,6
AÑO	ÁREA SEMBRADA (ha)	ÁREA COSECHADA (ha)
2007	4970	3020
2008	4765	3110
2009	5150	3545
2010	5950	4020
2011	5760	4100
2012	6570	5090
2013	6605	7050
2014	7560	6320
2015	7725	7570

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

Esta tabla, como la anterior nos muestra un comportamiento estable en la cosecha y siembra de la fruta en Colombia, pero en términos de rendimiento del cultivo en Colombia hay un crecimiento considerable, como podemos ver en el diagrama de barras siguiente el rendimiento ha ido mejorando con el pasar de los años, esto nos dice que la calidad del producto Lulo es mucho mejor, ya sea por las condiciones climatológicas colombianas favorables o el trato de los agricultores en su producción.

Ilustración 5 Gráfica 2 Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015 en Colombia



Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

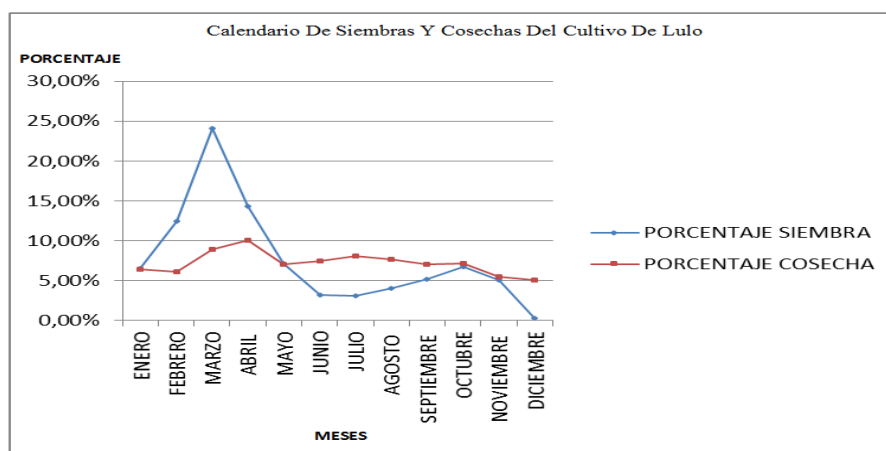
Tabla 3 Calendario De Siembras Y Cosechas Del Cultivo De Lulo

SIEMBRA		COSECHA
MES	PORCENTAJE SIEMBRA	PORCENTAJE COSECHA
ENERO	6,50%	6,50%
FEBRERO	12,40%	6,10%
MARZO	24,10%	8,90%
ABRIL	14,30%	10,05%
MAYO	7,10%	7,05%
JUNIO	3,15%	7,45%
JULIO	3,10%	8,05%
AGOSTO	4%	7,65%
SEPTIEMBRE	5,20%	7,05%
OCTUBRE	6,70%	7,10%
NOVIEMBRE	5,05%	5,50%
DICIEMBRE	0,30%	5,10%

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

Esta tabla nos sirve como referencia de cuáles serían los meses ideales para trabajar con la fruta, ya que, si escogemos trabajar con esta en los meses de Febrero, Marzo y Abril, podremos encontrar una calidad superior del producto y hasta precios más asequibles por parte de los proveedores que si trabajáramos con la fruta los últimos meses del año.

Ilustración 6 Gráfica 3 Calendario De Siembras Y Cosechas Del Cultivo De Lulo



Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

Tabla 4 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo 2007-2015

AÑO	ÁREA SEMBRADA (ha)	ÁREA COSECHADA (ha)	PRODUCCION (t)	RENDIMIENTO (t/ha)
2007	7912	6233	49776	8
2008	8109	5772	46295	8
2009	8989	6356	52147	8,2
2010	9104	7040	59091	8,4
2011	9193	6747	57088	8,5
2012	9817	7566	67473	8,9
2013	9546	7429	70272	9,5
2014	11002	8851	80036	9
2015	10623	8619	82354	9,6

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

Esta tabla nos muestra el rendimiento en producción del Lulo en Colombia, el cual como podemos ver es cada vez mayor, lo que nos asegura poder contar con el producto y no tener variaciones ni en precio ni en la calidad del mismo

Tabla 5 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo Según Departamento

Departamentos	Área Sembrada (ha)		Var. (%)	Part . (%)	Área Cosechada (ha)		Var. (%)	Part . (%)	Producción		Var. (%)	Part . (%)	Rendimiento		Var. (%)
	2014	2015			2014	2015			2014	2015			2014	2015	
TOTAL	11.002	10.623	-3,4	100	8.851	8.619	-2,6	100	80.036	82.354	2,9	100	9,04	9,55	5,7
Huila	2.381	2.242	-5,8	21,1	1.996	1.853	-7,2	21,5	14.697	12.397	-15,6	15,1	7,36	6,69	-9,1
Valle del cauca	1.246	1.210	-2,9	11,4	1.095	1.055	-3,6	12,2	9.757	10.268	5,2	12,5	8,91	9,73	9,2
Tolima	957	1.099	14,8	10,3	801	988	23,3	11,5	8.962	10.591	18,2	12,9	11,19	10,72	-4,2
Antioquia	1.043	892	-14,5	8,4	517	620	19,8	7,2	5.865	7.672	30,8	9,3	11,33	12,37	9,2
Santander	666	792	19	7,5	557	587	5,4	6,8	6.414	7.657	19,4	9,3	11,52	13,04	13,3
Boyacá	514	643	25,1	6	406	524	29,1	6,1	4.646	6.128	31,9	7,4	11,45	11,71	2,2
Cauca	608	632	4	5,9	478	480	0,4	5,6	4.611	5.737	24,4	7	9,66	11,96	23,9
Magdalena	423	452	6,9	4,3	352	385	9,4	4,5	2.457	2.620	6,6	3,2	6,98	6,81	-2,5
Caldas	441	426	-3,4	4	351	263	-25	3,1	3.926	2.873	-26,8	3,5	11,2	10,92	-2,5

Norte de Santander	472	424	-10,2	4	458	398	-13,1	4,6	3.918	3.146	-19,7	3,8	8,56	7,91	-7,6
Cesar	550	361	-34,4	3,4	530	296	-44,2	3,4	4.280	3.078	-28,1	3,7	8,08	10,4	28,8
Nariño	463	330	-28,7	3,1	378	251	-33,5	2,9	1.789	1.355	-24,2	1,6	4,74	5,4	14
Caquetá	279	272	-2,5	2,6	264	214	-18,9	2,5	1.902	1.552	-18,4	1,9	7,2	7,25	0,7
Risaralda	261	182	-30,2	1,7	148	144	-2,7	1,7	2.094	2.128	1,6	2,6	14,15	14,78	4,4
Cundinamarca	144	148	3,3	1,4	84	103	23,4	1,2	988	1.148	16,1	1,4	11,84	11,14	-5,8
Quindío	192	116	-39,9	1,1	148	94	-36,3	1,1	1.076	430	-60	0,5	7,28	4,57	-37,2
Meta	121	106	-12,4	1	112	99	-11,6	1,1	1.324	1.287	-2,8	1,6	11,82	13	10
Chocó	80	94	17,5	0,9	70	80	14,3	0,9	341	389	14,1	0,5	4,87	4,86	-0,2
Putumayo	52	91	74	0,9	34	91	166,2	1	454	1.190	162	1,4	13,35	13,14	-1,6
La Guajira	64	67	4,7	0,6	54	60	11,1	0,7	336	368	9,6	0,4	6,22	6,13	-1,4
Casanare	47	46	-2,1	0,4	20	35	75	0,4	200	340	70	0,4	10	9,71	-2,9

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

En la tabla anterior se puede observar los departamentos más representativos de Colombia que cuentan con mayores áreas de sembrado, cosecha, producción y rendimiento de cultivo de Lulo, entre los cuales se destacan departamentos como Huila, Antioquia, Valle del Cauca y Tolima, concentrando un gran porcentaje de la producción de Lulo

Tabla 6 Área Sembrada, Área Cosechada, Producción Y Rendimiento Del Cultivo De Lulo

Principales Municipios Productores

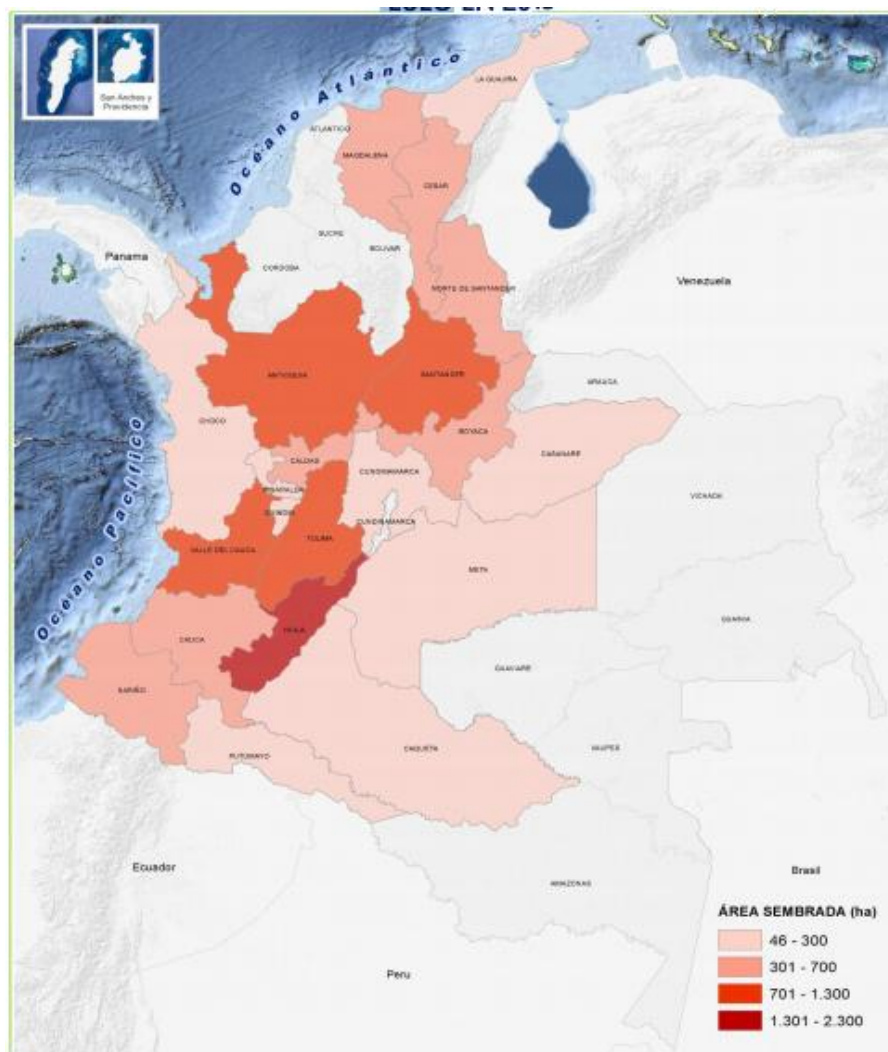
No	Municipio	Depto	Área Sembrada (ha)		Var. (%)	Área Cosechada (ha)		Var. (%)	Producción (ha)		Var. (%)	Part. (%)	Rendimiento (ha)		Var. (%)
			2014	2015		2014	2015		2014	2015			2014	2015	
TOTAL			11.002	10.623	-3,4	8.851	8.619	-2,6	80.036	82.354	2,9	100	9,04	9,55	5,7
1	Cajamarca	Tolima	470	470	-	390	420	7,7	5.850	6.300	7,7	7,6	15	15	-
2	El Tambo	Cauca	370	370	-	300	300	-	3.600	4.500	25	5,5	12	15	25
3	Bolívar	Valle del Cauca	278	288	3,6	278	268	-3,6	1.390	2.680	92,8	3,3	5	10	100
4	La Paz	Cesar	420	170	-59,5	420	170	-59,5	2.940	2.040	-30,6	2,5	7	12	71,4
5	Valle de san José	Santander	23	98	326	21	66	214	420	1.650	293	2	20	25	25
6	Garzón	Huila	290	334	15,2	256	251	-1,8	1.916	1.632	-14,9	2	7,5	6,5	-13,3
7	Ciénaga	Magdalena	211	250	18,5	152	190	25	1.216	1.520	25	1,8	8	8	-
8	Pitalito	Huila	240	270	12,5	187	217	15,9	1.498	1.519	1,4	1,8	8	7	-12,5
9	Santo Domingo	Antioquia	80	100	25	0	80	-	0	1.440	-	1,7	-	18	-

10	Calima	Valle del Cauca	78	97	25,2	60	73	22,7	655	1.314	101	1,6	11	18	63,6
11	Macanal	Boyacá	118	138	16,9	103	118	14,6	1.133	1.298	14,6	1,6	11	11	-
12	Páramo	Santander	98	98	-	90	48	-46,7	2.250	1.200	-46,7	1,5	25	25	-
13	Urroa	Antioquia	307	93	-69,7	107	40	-62,6	1.284	1.200	-6,5	1,5	12	30	150
14	Riofrío	Valle del Cauca	206	198	-3,9	166	163	-1,8	1.262	1.141	-9,6	1,4	7,6	7	-7,9
15	San Vicente del Caguán	Caquetá	225	218	-3,1	210	160	-23,8	1.470	1.120	-23,8	1,4	7	7	-
16	El Calvario	Meta	94	77	-18,1	90	74	-17,8	1.170	1.110	-5,1	1,3	13	15	15,4
17	Restrepo	Valle del Cauca	94	92	-2,1	74	87	17,6	1.110	1.044	-5,9	1,3	15	12	-20
18	Herveo	Tolima	97	87	-10,3	97	87	-10,3	1.504	1.044	-30,6	1,3	15,5	12	-22,6
19	La Plata	Huila	193	178	-7,8	142	159	11,6	1.067	1.032	-3,3	1,3	7,5	6,5	-13,3
20	Isnos	Huila	180	150	-16,7	159	136	-14,2	1.110	952	-14,2	1,2	7	7	-
21	Guavatá	Santander	50	50	-	50	50	-	350	925	164	1,1	7	18,5	164
22	Sevilla	Valle del Cauca	70	45	-35,7	50	45	-10	1.000	900	-10	1,1	20	20	-
23	Cunday	Tolima	0	100	-	0	100	-	0	860	-	1	-	8,6	-
24	Tibaná	Boyacá	65	66	1,5	63	66	4,8	819	858	4,8	1	13	13	-
25	Rondón	Boyacá	28	70	150	11	70	536	132	840	536	1	12	12	-
26	Teorama	Norte de Santander	80	80	-	80	80	-	800	800	-	1	10	10	-
27	Risaralda	Caldas	130	140	7,7	120	85	-29,2	1.320	765	-42	0,9	11	9	-18,2
28	Belén de Umbría	Risaralda	111	30	-73	24	20	-16,7	705	760	7,8	0,9	29,38	38	29,4
29	Peñol	Antioquia	50	62	24	40	50	25	1.200	750	-37,5	0,9	30	15	-50
30	Colombia	Huila	128	124	-3,1	106	107	0,7	741	746	0,7	0,9	7	7	-
31	Jesús María	Santander	70	70	-	41	60	46,3	541	720	33	0,9	13,2	12	-9,1
32	Guayatá	Boyacá	37	46	24,7	28	35	25	560	700	25	0,8	20	20	-
33	San Agustín	Huila	109	108	-0,9	96	97	1	768	679	-11,6	0,8	8	7	-12,5
34	Santiago	Putumayo	0	50	-	0	50	-	0	650	-	0,8	-	13	-
35	Puente Nacional	Santander	39	65	66,7	20	43	115	400	645	61,3	0,8	20	15	-25
36	Otros	Municipios	5.965	5.742	-3,7	4.821	4.555	-5,5	37.857	35.020	-7,5	42,5	7,85	7,69	-2,1

Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

En la tabla anterior se identifican los municipios de Colombia con mayor rendimiento en cuanto a sembrado, cosecha, producción y rendimiento de cultivo de Lulo, entre los cuales se destacan Cajamarca, El Tambo, Garzón, Bolívar, entre otros.

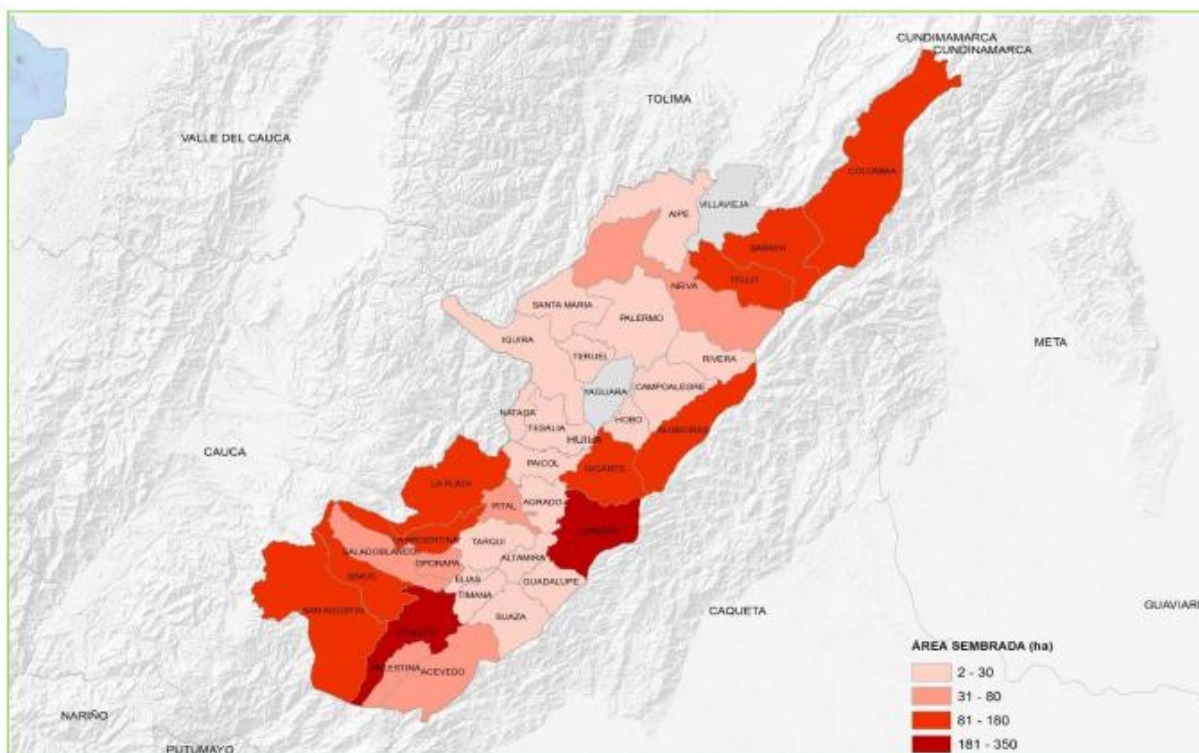
Ilustración 7 Área Sembrada Del Cultivo Lulo



Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

En el anterior mapa de calor de Colombia, de puede notar el área de siembra de cultivo de Lulo, haciendo enfoque en los departamentos con mayor rendimiento y se pueden identificar con el color más oscuro o intenso.

Ilustración 8 Huila, Departamento Con Más Área Sembrada Del Cultivo De Lulo En 2015



Fuente: (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, 2015)

En el anterior mapa de calor del departamento del Huila, se hace referencia a los principales municipios con áreas de siembra de cultivo de Lulo.

Después de todas las tablas e ilustraciones mostradas, nosotros queremos resaltar la producción del Lulo en Colombia, ya que desde la parte de investigación en producción y oferta del producto, el trabajar con este fruto es viable, gracias a que las condiciones del mercado son ideales, su producción es constante por lo cual su precio es estable, la calidad del producto ha ido mejorando

en los últimos años al igual que la cantidad de productores, por lo anterior creemos que es viable entablar un negocio comercial internacional con el producto en cuestión.

Gracias a todo lo anterior podemos concluir que en Colombia la producción de Lulo es muy buena en términos tanto de cosecha, cultivo, condiciones climáticas y cantidad de territorio, que comparadas con la producción que tiene Perú para el mismo producto, podemos encontrar una ventaja competitiva para la comercialización del producto, adicional a lo anterior es importante resaltar al departamento del Huila, como el más apto en toda Colombia para la producción del Lulo, lo cual es importante para el comerciante internacional ya que este encontrará mejores precios de negociación y cantidades en esa zona del país,

6.4 Datos Específicos en Comercio Exterior

La exportación de frutas exóticas deshidratadas está representando un crecimiento importante para la economía de Colombia, las más importantes son la uchuva y la pitahaya; y otras frutas tropicales como el banano, el lulo, la papaya y el mango, entre otros. Estos productos representan una oferta variada, que además cuenta con productos certificados por HACCP, ISO, GLOBAL GAP, solo por mencionar algunos.

6.5 Aspectos legales

En esta parte se marca el contexto legal del producto en sí con referencia a los dos países involucrados en la negociación internacional, que ventajas o bases de negocio positivas tiene la realización de comercio internacional de este producto bilateralmente hablando.

6.6 Clasificación Arancelaria Perú

A continuación, se encuentra relacionada la partida arancelaria de Lulo deshidratado para importación desde Perú

Ilustración 9 Partida Arancelaria

SECCIÓN:II CAPÍTULO:8	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS
08.12	Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato.
08.12	Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato.
<u>0812.10.00.00</u>	- Cerezas
0812.90	- Los demás:
<u>0812.90.20.00</u>	- - Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas
<u>0812.90.90.00</u>	- - Los demás
08.13	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas nos 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
<u>0813.10.00.00</u>	- Damascos (albaricoques, chabacanos)
<u>0813.20.00.00</u>	- Ciruelas
<u>0813.30.00.00</u>	- Manzanas
0813.40.00.00	- Las demás frutas u otros frutos
<u>0813.50.00.00</u>	- Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo
08.14	Cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, frescas, congeladas, secas o presentadas en agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para su conservación provisional.
<u>0814.00.10.00</u>	- De limón (limón sutil, limón común, limón criollo) (Citrus aurantifolia)
<u>0814.00.90.00</u>	- Las demás

Fuente: (SUNAT, s.f.)

Debido a acuerdos comerciales existentes entre Peru y Colombia, mas exactamente la alianza del pacifico que a continuacion nos dispondramos a explicar, esta partida arancelaria no genera gravamen arancelarios y por lo tanto no se cobrara impuesto para el ingreso del producto a Perú, por esta razon para la comercializacion del Lulo en si no se debe pagar nada adicional por la legalizacion de la mercancia en Peru, cabe resaltar que es una ventaja considerable frente a otros proveedores distintos de la alianza del pacifico que exportan frutos secos o deshidratados a Peru, debido al gravamen arancelario que tiene el producto.

6.7 Alianza del Pacífico

Tanto Colombia como Perú están en la alianza del pacifico, siendo ésta una comunidad de países unidos a voluntad con un objetivo de integración regional, conformada por cuatro países miembros: Chile, Colombia, México y el Perú, lo cual facilita el desarrollo comercial entre estos países beneficiando y acortando los procesos generales de comercialización a nivel internacional.

Esta alianza es considerada una plataforma estratégica para temas de comercio exterior ya que:

1. Busca la integración profunda de servicios, capitales, inversiones y movimiento de personas.
2. Es un proceso de integración abierto e incluyente, constituido por países con visiones afines de desarrollo y promotores del libre comercio como impulsor de crecimiento.
3. En conjunto las economías de los países miembros ocupan el octavo sitio a nivel mundial.
4. Ofrece ventajas competitivas para los negocios internacionales, con una clara orientación a la región Asia-Pacífico. Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.
5. Libre movilidad de personas.
6. Preservación y respeto del medio ambiente.
7. Creación de una red de investigación científica sobre cambio climático.
8. Intercambio académico y estudiantil.
9. Promoción cultural.
10. Integración de los mercados de valores.
11. Apertura de oficinas comerciales conjuntas y participación en ferias y exposiciones en un mismo espacio.
12. Mejora en la competitividad y la innovación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
13. Acelerar el crecimiento y la generación de empleo laboral para los habitantes de los Países Miembros.
14. Facilitar la participación de los Países Miembros en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.

15. En América Latina y el Caribe, el bloque representa el 37% del PIB, concentra 52% del comercio total y atrae el 45% de la inversión extranjera directa.
16. Los cuatro países concentran una población de 225 millones de personas y cuentan, con un PIB per cápita promedio de US\$ 16 759 (en términos de paridad de poder adquisitivo).
17. Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional.
18. Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los Países Miembros.
19. Procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión

Por lo anterior podemos argumentar que la alianza pacífico sirve a los productores colombianos de Lulo para poder insertarse en cadenas productivas del sector alimenticio del Perú. El producto colombiano es atractivo en preparaciones alimenticias elaboradas por el aparato productivo peruano y con miras a atender mercados de oriente como Corea del sur, Singapur, Japón, China, etc., es en este sentido en donde a partir de esta coyuntura el comercio agrícola entre los países Colombia y Perú se convierte en una oportunidad visible para el exportador.

Por estas razones el Lulo deshidratado tendría una oportunidad en términos comerciales en el Perú, esto es sin lugar a duda una ventaja competitiva importante para la realización de una inserción a cualquier cadena de valor en el sector alimenticio.

7. Capítulo 3 Desarrollo

7.1 Trabajo de Campo Misión Empresarial Fundación Universitaria Uniempresarial

La investigación que se realizó en el marco de la misión académica Perú 2018 de la Fundación Universitaria Uniempresarial, la cual tuvo inicio el 21 de mayo y finalizó el 26 del mismo mes, la cual tuvo lugar en las instalaciones de la universidad de Lima con docentes altamente certificados en el área del comercio exterior. Tuvo como objetivo relacionar a los estudiantes con los estándares internacionales peruanos en materia de comercio exterior y dio la posibilidad de análisis del entorno internacional donde se logró identificar nuevos conocimientos que permiten centrar el proyecto en términos de condiciones económicas, culturales, sociales y empresariales.

De acuerdo con el contexto del Perú en temas de comercio exterior, se logra obtener cuatro guías diferentes que se explicaran a continuación:

1. Oferta exportable al Perú: conferencia dictada Por Luis Alberto Torres, director de promoción de exportación de Promperú para el año 2018, se vio la evolución de las exportaciones del Perú, siendo un punto interesante el hecho que Perú es el tercer país en crecimiento exportador más alto del mundo, y cuenta con que dos de sus principales productos agrícolas exportables no se producen en el país (Uvas Frescas y las Paltas (Aguacates) Frescas). Perú comercia con congelados y conservas naturales, estos productos se importan gracias a tratados de libre comercio con países vecinos, los cuales aprovechan la coyuntura actual para su posterior exportación a países.
2. Logística para los negocios internacionales en Perú: conferencia dictada Por el Ing. Carlos Chirinos, Se pudo entender el desempeño de la economía peruana y las exportaciones e Importaciones del Perú en términos logísticos, la mayor ventaja comparativa que tiene Perú

con respecto a Colombia es poder contar con el muelle de carga y el aeropuerto ubicados en la misma ciudad, lo cual según el ingeniero favorece los procesos logístico de tal manera que el comercio se agiliza y facilitan la aplicación de conceptos como el anteriormente visto de valor compartido.

3. Cadenas agregadas de valor en Perú: conferencia dictada Por el Lic. Arturo Ceballos, se apreció como Perú viene fortaleciendo sus relaciones comerciales de tal manera que sus procesos están directamente adecuados a las normas internacionales, de esta manera Perú importa ciertos insumos necesarios para la fabricación de un producto terminado con valor agredo con fines exportables, esto reafirma la premisa del planteamiento del problema donde confirmamos lo atractivo de importar Lulo en el Perú basados en los acuerdos comerciales que tenemos con el vecino país, además de la viabilidad en términos de desarrollo de cadena de valor, en otras palabras debido a la similitud cultural, las cadenas de valor de las empresas Peruanas son parecidas a las colombianas, este parecido aumenta la viabilidad de realización y disminuye la generación de posibles costos de adaptación que se puedan llegar a tener.
4. Gestión de innovación en gerencia de negocios actuales: Por último, la conferencia dictada por Lic. Paola Domínguez mostró como en la actualidad la innovación no solo en términos de creación de valor sino de desarrollo de procesos es cada día más atendida en el mundo y en el comercio exterior, puntualmente en el caso peruano el cual ha sabido innovar en términos de comercio exterior a tal punto de exportar productos que no produce y generar márgenes más grandes que países que si lo hacen.

7.2 Conferencia desarrollo agrícola Universidad de Lima

Según la Exposición de Luis Torres, Director de Promoción de las Exportaciones de PROMPERÚ acerca del Sector Agronegocios, en Perú, pudimos conocer que este País tiene líneas de producción para productos priorizados, que son todos aquellos productos con alta demanda interna y externa los cuales son apoyados por el gobierno con el Plan Estratégico Nacional exportador, y productos potenciales, que dicho sea de paso son productos que están creciendo tanto en demanda interna y externa, tales como Kaki, Cerezos, Frutos secos (Pecana, macadamia, almendro), dátil, sandía, frambuesa, mora, maracuyá, higo, calabacín, granadilla, tuna, Lulo.

Como resultado pudimos observar que el gobierno peruano con su Plan Estratégico Nacional pretender que su agricultura gire en torno a ciertos productos con alta demanda internacional, con el fin de aumentar las exportaciones de los mismos, esto realza la oportunidad a productos que ellos llaman potenciales, los cuales tienen una buena demanda interna y aunque el crecimiento de la demanda internacional por estos productos está en crecimiento, aun no se considera prudente la producción de los mismos.

7.3 Focus Group

Una vez terminadas las conferencias se realizó un focus group a los 4 expertos acerca de la percepción de exportar Lulo deshidratado a Perú a través de dos preguntas las cuales son

- A. ¿Qué percepción tiene usted acerca de la posibilidad de comercial con Lulo o naranjilla colombiana en el mercado peruano?
- B. ¿Es posible determinar un proceso de inserción en la cadena de valor del sector alimentación peruano?

7.4 Resultados del Focus Group

1. Experto 1. Señor Luis Alberto Torres, director de promoción de exportación de Promperú para el año 2018, tiene una percepción positiva a la comercialización del producto Lulo en Perú, la razón no es otra que la oferta interna existente para este producto, la cual es mínima debido a que si bien Perú cuenta con sectores territorial con condiciones similares a las colombianas para la producción del Lulo, actualmente este territorio es utilizado para la producción de otras frutas, y aunque culturalmente es conocido el producto el consumidor final obtiene el producto a un costo muy alto

Adicional a lo anterior, el profesor Torres cree que el proceso de inserción que debe tener el Lulo para el mercado peruano, es fácil de determinar, ya que su similitud con frutos que se importan a Perú desde Colombia, para él lo más importante debe ser la organización estructural del Proyecto, si el comerciante internacional tiene claro como es el proceso de inserción para un producto alimenticio, es posible que cuente con una ventaja grande cuando lo vaya a poner en práctica ya que las condiciones se prestan para la comercialización de Lulo.

2. Experto 2. Ing. Carlos Chirinos, tiene una percepción positiva a la comercialización del producto Lulo en Perú, debido la trazabilidad del producto, como vimos en su exposición en Perú ha habido un incremento en comercio internacional importante para la región, lo cual se debe en un alto porcentaje a sus facilidades logísticas en términos de transporte, por ende el comerciante internacional se beneficiara a la hora

de comercializar cualquier producto en términos de costo de importación, lo cual hace que el precio al consumidor final no tenga una carga grande de costos logísticos, y dada la coyuntura de precio del Lulo en Perú, esto se convertiría en una ventaja en el mercado Peruano

Al preguntarle acerca del proceso de inserción que debe tener el Lulo para el mercado peruano, el ingeniero nos recomendó adicionar el proceso logístico porque, aunque el comparte la apreciación del profesor Torres, resalta el hecho de tener también claro el proceso logístico, aduciendo que al tener claro un paso a paso de que debe hacer el comerciante internacional en materia logística el proceso de inserción se podrá realizar de una manera más sencilla

3. Experto 3. Lic. Arturo Ceballos, tiene también una percepción positiva a la comercialización del producto Lulo en Perú, para ella razones son evidentes, gracias a los acuerdos comerciales que estos dos países tienen, ya que para el existir la alianza pacífico el grado de integración de los dos países es alto, lo cual incentiva el comercio internacional entre los dos países para productos alimenticios que no tengan una oferta alta, ya que al tener un parecido cultural, las tendencias de consumo serán similares también y cualquier producto de consumo colombiano, con un precio asequible puede tener éxito en el mercado Peruano.

Cuando le Preguntamos acerca del proceso de inserción que debe tener el Lulo para el mercado peruano, el licenciado hizo hincapié en la normatividad Peruana, es clave tener un paso a paso del proceso, para que el comerciante internacional sepa que actividades tiene que realizar a la hora de comercializar el producto en ambos

países, ya que el gobierno Peruano es estricto y todo tipo de documentación y procesos deben realizarse en tiempo y forma para garantizar el éxito para el exportador colombiano.

4. Experto 4. Lic. Paola Domínguez, tiene también una percepción positiva siempre y cuando el producto cuente con un grado de innovación importante en términos de producción, actualmente este mercado alimenticio tiene una competitividad importante en el mundo y esto se debe a la llamada Producción Limpia, ya que mucho países hacen hincapié en que la producción de agrícola tiene que tener cierto estándares de calidad que aseguran a su vez un producto limpio que cumple las expectativas del consumidor final y evitar inconvenientes de salud, para la licenciada es clave que el comerciante internacional utilice este tipo de innovación eso a la comercialización del producto Lulo en Perú

En cuanto a el proceso de inserción que debe tener el Lulo para el mercado peruano, la licenciada ve con buenos ojos el describe el proceso mediante actividades, ya que para ella el comerciante internacional de hoy en día cuenta con ventajas tecnológicas que facilitan la comunicación, por ende factores como el seguimiento logístico, consecución de documentación, información comercial, e incluso temas de logística interna serian motivos importantes para la realización exitoso del proceso de inserción.

7.5 Conclusión del focus group

Como pudimos ver anteriormente los resultados para la primera pregunta que hicimos a los docentes especializados en comercio exterior y negocios internacionales, fueron todos positivos, los profesores tienen una percepción parecida acerca del Lulo, fruta conocida por el consumidor peruano pero con precios muy altos debido a la poca oferta interna que tiene el producto en Perú, en la conferencia de desarrollo agrícola en Perú nos dimos cuenta de la razón, la cual no es otra que el fortalecimiento por parte del gobierno a productos agrícolas con alta demanda en el mercado peruano los cuales son denominados prioritarios, y que poseen beneficios adicionales para el productor Peruano.

Mientras que para la segunda pregunta, a cual hacía referencia al proceso de inserción que debería recibir el producto, los docentes vieron necesaria una subdivisión de actividades que ayude a organizar el proceso, de manera que el comerciante internacional tenga claro cuáles son las actividades a tener en cuenta cuando vaya a hacer su proceso exportador, adicional se entendió que es necesaria una explicación del proceso logístico que va a recibir el proceso de inserción, ya que este ayudara al comerciante internacional, a la hora de revisar la consecución de actividades, facilitando el proceso exportador.

7.6 Investigación Exploratoria

A continuación se muestra una investigación exploratoria en la cual se pudo constatar la información antes entregada por los docentes de la universidad de Lima en la cual por medio de la técnica de observación y tomas fotográficas de producto en almacenes de grandes superficies en la ciudad de Lima, se constata que el producto Lulo (o naranjilla para el pueblo peruano) no es conocido o común y además el consumo de frutos deshidratados es muy limitado debido a la poca

variedad que el ciudadano del común puede encontrar. Colocar la conversión de un sol a pesos colombianos.

Ilustración 10 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 1



Fuente: Elaboración Propia

Adicional a lo anterior si tenemos en cuenta la tasa de cambio actual que gira alrededor de 950 pesos colombianos por cada sol, podemos hacer una comparativa entre las ilustraciones número 7 y 10, en las cuales se observa que el Lulo en Colombia está en un promedio de \$2.500 pesos colombianos la libra, mientras que en Perú está en un promedio de \$12.99 el kilo lo que equivale \$6.495 la libra, que con la tasa de cambio a 950 serían \$6.170 pesos colombianos, más del doble del precio colombiano, que en otras palabras nos arroja como resultado de la comparación de precios consumo-consumo, una gran oportunidad de comercio exterior entre estos dos países

Ilustración 11 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 2



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 Frutas En Almacenes Wong Perú N° 3



Fuente: Elaboración Propia

En las imágenes anteriores se puede observar el precio de algunas frutas que se comercializan en las canales de las grandes superficies en el Perú para el usuario final, y gracias a ellas se puede concluir que la variedad de frutas con relación al precio es menor a la variedad en el mercado colombiano; es decir que en el mercado colombiano existe mayor oferta de frutos frescos y a menos precio que en el mercado peruano.

7.7 Comparativa exploratoria Mercado colombiano

A continuación, podemos ver el precio de la fruta en un mercado de superficie dedicado a la comercialización de frutas en la ciudad de Bogotá, con esta información es posible elaborar una comparativa general con el producto en la ciudad de Perú

Ilustración 13 Frutas En Almacenes Surti Fruver de Bogotá



Fuente: Elaboración Propia

Después de comparar las imágenes podemos concluir que los frutos como el Lulo en Perú, tienen un costo aproximadamente del doble del mismo producto en Colombia, esto creemos se debe gracias a la sobre oferta existente en Colombia, y a que actualmente el gobierno del Perú tiene un Plan Estratégico Nacional de exportación el cual nos fue explicado en una conferencia dada por Promperú en la Universidad de Lima en el marco de la misión que realizamos con la Uniempresarial, en el cual los agricultores reciben beneficios por la cosecha de Productos que el gobierno ha denominado Priorizados como explicaremos a continuación

7.8 Propuesta del Proceso De Inserción

Para aprovechar las ventajas del Lulo en el mercado peruano, se piensa utilizar una estrategia general de inserción en una cadena valor del sector alimenticio, para lograrlo es necesario identificar la mezcla de funciones internas de la empresa y la visión global del sector, de esta manera el comerciante internacional tendrá claras las actividades principales que debe llevar a cabo para el éxito del proceso exportador

Con el fin de utilizar adecuadamente esta herramienta hay que clasificar dentro de las columnas, aquellos factores que definan la ventaja competitiva de la empresa. Aquellas que son necesarias para satisfacer al cliente peruano, las que nos diferencian de la competencia y que más contribuyen a la formación de valor para las empresas sectores productivos afines al producto.

La estrategia tiene como base el concepto de Porter acerca del uso favorable de la cadena de valor, la ventaja competitiva: el liderazgo en costos y en diferenciación, debido a que como se vio en la recolección de datos anterior el margen es el motivante para comercio internacional del producto.

Según Michael E. Porter, "El margen es la diferencia entre el valor total y los costes totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor" (Porter, M. E., & Kramer, M. R, 2011).

La ventaja competitiva que se obtiene con esta inserción es el comerciar un producto que no se produce comúnmente en Perú, y si tomamos la correlación de precios que hicimos en el focus group anterior tenemos que decir que los precios para el mercado interno del Lulo en Perú son muy altos y que a su vez en Colombia esta se produce de forma más eficiente de modo que los precios para el mercado interno colombiano son más asequibles y esto es percibido como importante por los clientes quienes verían con agrado el obtener ese producto a un menor valor (SIAE Sistema Integrado de Estadística Agraria, 2016).

Según otros autores reconocidos en temas de innovación y creatividad en comercio internacional como lo son Rothwell, R. (1992) y J. C. Kaufman, J. C. (2010), la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que ofrezcan información para comprender el comportamiento de los costes, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación, para el caso puntual de este trabajo exploratorio la información trascendental es de uso del área de producción como lo veremos más adelante.

Para comenzar la estrategia es necesario hablar de aquellas actividades implicadas directamente en la elaboración del producto (diseño, fabricación, venta o entrega al comprador, así como la asistencia posterior a la venta) para saber exactamente dónde y cómo es posible adherirse.

Para realizar una inserción exitosa podemos asegurar que es necesario tener en cuenta los siguientes grupos de actividades primarias o principales, como también las de apoyo:

Tabla 7 Proceso general de inserción en cadena de valor

Actividad primarias	Logística Interna		Operaciones-Producción			Ventas y Marketing	Servicio Posventa y Mantenimiento
Actividad de Apoyo	Suministro de Insumos	Granja	Colecta	Transporte	Fábrica	Minorista	Consumidor
			refrigeración				
	COSTOS de transporte	Mano de obra	Pruebas	Vehículo	Máquinas	Alquiler tienda	El consumidor
		Tierra	Tanque de	Gasolina	Edificios	Almacenamiento	paga todos los
		Alimentación	refrigeración	Reparaciones	Electricidad	Mano de obra	costos añadidos
		Maquinaria	Edificios	Conductor	Envasado	Publicidad	
			Electricidad		Comercialización	Admin.	
	Mano de obra		Admin.	IVA			

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se describen las actividades primarias las cuales son la más importante en el proceso:

- **Logística Interna:** Comprende las operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas, para el caso de las empresas peruanas, poseen procedimientos logísticos normales de empresas que manejan productos agrícolas.
- **Operaciones-Producción:** Se trata de actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en el producto final (fabricación), es en este eslabón de la cadena donde se pretende tener éxito ya acá se mira la factibilidad en el área de producción para el procesamiento del producto.

- **Logística Externa:** Almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor, para las empresas peruanas esta parte la realizarían de la misma que forma que la realizan con los otros productos de materias primas.
- **Ventas y Marketing:** Actividades encaminadas a proporcionar un medio por el cual los clientes pueden comprar el producto o servicio e inducirlos a hacerlo, para las empresas peruanas esta parte la realizarían de la misma forma que la realizan con los otros productos de materias primas.
- **Servicio Posventa y Mantenimiento:** Actividades relacionadas con la prestación de servicios para mantener y realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de fábrica al producto, para las empresas peruanas esta parte la realizarían de la misma que forma que la realizan con los otros productos de materias primas.

Además de que cuentan con actividades de apoyo o auxiliares que dan soporte a las actividades primarias, y también se apoyan entre sí. Su principal objetivo es incrementar la eficiencia de las actividades principales y del proceso de creación de valor tales como infraestructura, Investigación, Desarrollo y Diseño, Recursos Humanos y Abastecimiento

Gracias a la Cadena de Valor de Porter, las actividades principales siguen una secuencia. Es decir, desde que se reciben los "inputs" o materias primas hasta que sufren el proceso de transformación, pasando a ser "outputs" o productos terminados, si se lleva al orden de realización del proyecto la teoría de inserción a cadenas de valor, el producto tendría la misma secuencia de actividades por ende los costos de incurrir productivamente en un proyecto de estas características tendrían una viabilidad alta.

Para diagnosticar la ventaja competitiva que tendrían el Lulo nos remitiremos a la investigación del producto realizada con anterioridad en donde pudimos ver cómo no solo que la producción

peruana del producto es relativamente baja en términos de margen, sino que además al comparar los precios encontramos una gran oportunidad de negocio para este producto.

A partir de la tabla 7 Proceso de inserción en cadena de valor, la estrategia es insertarse a la cadena de valor como un insumo que presente características similares a las frutas comercializadas en Perú (color, sabor, consistencia, etc.) y de esa manera pueda ofertarse en el mercado con un precio asequible para los peruanos.

Para concluir el proceso de inserción para este producto, que es similar a cualquier proceso de comercialización de fruta, puede desarrollar una ventaja competitiva desde la estrategia de implementación, ya que como pudimos ver el éxito en la comercialización dependerá del seguimiento a cabalidad tanto de las actividades prioritarias como de las de apoyo, de esta manera se sacara ventaja en costos tanto logístico como de comercio exterior y esto se verá reflejado en el precio para el consumidor final Peruano, quien percibirá como bueno el producto al comparar tanto la calidad como el precio del mismo producto con producción en Perú.

Una vez desarrollado el proceso de inserción en la cual el comerciante internacional tenga desglosadas todas aquellas actividades que debe realizar si desea exportar Lulo. Gracias a los especialistas del focus group, observamos que se hace necesario una clarificación de la logística necesario que va implícita en el proceso, por lo cual a continuación verán la explicación de una cadena logística que les puede servir a la hora de realizar un proyecto de exportación de Lulo o frutos afines al Perú

7.9 Cadena Logística Del Proceso De Inserción A La Cadena De Valor

Para finalizar se debe conocer cuál es el proceso logístico del proceso de inserción del Lulo iniciando desde una base logística del comercio internacional, como todas las actividades que se

realizarán para trasladar la mercancía desde un lugar en el país de origen hasta un punto exacto en el país de destino.

En ese sentido, Este proyecto esta direccionado de manera que puedan participar de ser necesarios una serie de operadores logísticos o empresas que brinden servicios de traslado seguro y oportuno de la mercancía en zonas en las cuales el exportador colombiano no lo pueda hacer solo ya sea por desconocimiento o para trasladar la mercancía de manera segura.

En la imagen siguiente se puede observar claramente cómo se realizará la cadena logística del proyecto desde la Compra y producción del Lulo hasta el transporte interno de la empresa cliente en el Perú

Ilustración 14 Cadena Logística para el proceso de Inserción



Fuente: Elaboración Propia a partir de información tomada de Precolombina

La imagen anterior ilustra la secuencia de actividades que tendrá todo el proceso de inserción en el transporte internacional de mercancías:

1. La compra de producto internacional: Cuando la empresa peruana hace el pedido y posterior compra del producto Lulo (con características de producto de exportación).
2. Producción: Desde la compra al proveedor hasta todo lo que involucra la realización del proceso de deshidratación.
3. Transporte interno: Carga y transporte al interior de la empresa en Colombia y desde la empresa hasta aduanas nacionales.
4. Almacén aduanero: Comienza con la presentación de la documentación correspondiente y su respectivo despacho aduanero de exportación.
5. Aduanas: Todo este proceso va desde la descarga en almacén, pasando por la presentación en aduanas nacional hasta la llegada al puerto.
6. Cargas estiba en puerto: Carga en estiba en vehículo internacional
7. Numeración de aduana: Proceso de numeración de aduana para encarrilar el container en el buque de carga.
8. Transmisión electrónica: Todo tipo de documentación electrónica que pueda ser necesaria en el proceso.
9. Deposito temporal: Se entiende como la organización electrónica del depósito en el buque.
10. Desestiba y descarga: Todos los procesos que se realizan en el transporte internacional, que finalizan con la desestiba en Perú.
11. Flete y seguro: Pago del flete y seguro de la carga.
12. Pago de tributos de importación en Perú: Presentar la documentación para el futuro despacho aduanero de importación e impuestos interiores (fletes, seguros, aranceles, etc.).

13. Levante: Una vez se presenten los documentos pertinentes y el container se encuentre en la aduana se deben realizar los procesos de levante, para reclamar el producto y así poder embalarlo para ser transportado a la empresa cliente.
14. Asignación de canal: Verificar la asignación del canal y todo proceso ligado a este.
15. Entrega de la mercancía: Verificar la correcta entrega del producto.
16. Transporte interno en Perú: Posterior al reclamo de la mercancía se hace el respectivo transporte interior en Perú y descarga en las instalaciones de la empresa cliente.

La logística tiene una importancia estratégica en el proceso de inserción no solo debido al manejo de mercancías como tal, sino que además el territorio colombiano tiene características bien particulares que elevan la dificultad del proceso, se entiende por características particulares todo tipo de inconveniente de infraestructura en vías, aeropuertos, sistema férreo y puertos que tiene el territorio Colombia que afecte el comercio internacional y es en este sentido en donde la escogencia de la empresa logística encargada del proceso se hace necesaria, debido a las características del producto pre y post producción, ya que este requiere un trato especial.

Por último, se debe recalcar el hecho de que existen estudios referentes a la producción como el que menciona Martin Christopher en su libro 'Logistics and Supply Chain Management, Una estrategia para la competitividad en los cuales se refleja que una ventaja competitiva del producto reside precisamente en el buen uso de sus operaciones logísticas. (Martin, 266; 2011).

Conclusiones

El objetivo principal en la elaboración de este documento era identificar la percepción de grupo focal y determinar el proceso de inserción del producto Lulo deshidratado colombiano en el mercado peruano, bajo la información recopilada en este documento es posible argumentar que las condiciones actuales son las mejores para comerciar productos agrícolas gracias a que los mercados globales están exigiendo variedad e innovación en los productos alimenticios por parte de los consumidores, especialmente en países de esta región, debido no solo a la globalización en términos de comunicación sino a la coyuntura política actual, ya que gracias a los acuerdos comerciales que se están desarrollando, el alcance agrícola en términos de variedad ha crecido enormemente, razón por la cual las empresas oferentes deben enfocar su esfuerzo de venta en generar y cubrir necesidades de los consumidores que no sean tradicionales o de costumbre y por el contrario enfocarse en redescubrir lo que cubre la necesidad.

Es vital tener en cuenta las ventajas de la producción de Lulo, ya que como lo vimos en todo el documento, Colombia cuenta con una producción extraordinaria en zonas de la región andina, especialmente en el departamento del Huila, en donde hay una clara diferenciación con respecto a los otros departamentos, lo cual es información vital para el comerciante internacional a la hora de encontrar proveedores colombianos que ofrezcan los mejores precios junto a la mejor calidad del producto.

Debido a lo anterior existen ventajas competitivas en términos de localización, oferta, distribución, manejo y demanda, debido a que como vimos en este trabajo las condiciones son óptimas no solo a nivel nacional sino visto desde la perspectiva regional, con el fin de lograr alianzas estratégicas

que permitan la colaboración y el crecimiento en cadena productiva, logística, empresarial y red de mercadeo para aprovechar los acuerdos comerciales que se presenta en contexto de la alianza del pacifico, lo cual es una ventaja geográfica en cuanto a demanda y con los mismos recursos, tiempos y esfuerzos invertidos que esta puede brindar.

Así mismo es importante subrayar el contexto peruano en términos de preferencias y aceptación del producto, como se pudo observar en el trabajo la economía peruana viene en un crecimiento constante en términos de comercio exterior, en particular cuando se habla del sector agrícola, lo cual se convierte en una ventaja comparativa importante y facilita la generación de mercados, en especial el mercado de una fruta como la naranjilla o Lulo la cual es conocida y consumida por el mercado en general, lo anterior sin mencionar las ventajas en términos logísticos y de costos, por todo lo anterior es posible ver a Perú como un aliado ideal para realizar comercio exterior para productos agrícolas tales como el Lulo deshidratado

Gracias al Focus Group y la investigación exploratoria, pudimos observar la respuesta positiva de los especialistas, en cuanto a la percepción de Lulo y su posible inclusión al mercado peruano además de determinar cuál es el proceso de inserción recomendado a los comerciantes internacionales, lo cual era el objetivo del trabajo, ofrecer una herramienta de investigación que pudiera brindar información respaldada en fuentes especializadas de comercio exterior, de esta manera el comerciante internacional puede constatar que en Perú existe una aceptación cultural en términos de percepción para el consumo del Lulo, y cuál es el proceso de inserción idóneo que tiene el producto si quiere comerciar con él.

Por último, es pertinente resaltar la importancia que tiene el determinar el proceso de inserción del producto Lulo deshidratado colombiano en el mercado peruano, ya que el comerciante

internacional tiene una guía relevante que le ayudara a obtener información acerca de los proveedores de productos, insumos, materias primas, servicios, etc.; al mismo tiempo del crecimiento de una industria del Lulo en el país, con una estrategia de unión de eslabones, en donde cada uno de los actores se enfoca en su fortaleza, como lo es el core del negocio y lo hace con eficiencia, reduciendo perdidas, mermas o gastos innecesarios de recursos y obteniendo como resultado beneficios para toda la cadena de valor, por lo cual el comerciante internacional vera con buenos ojos la creación de nuevos productos que ayuden a solucionar las necesidades de la demanda con la que se enfrentan actualmente.

Referencias

- ALMADA, F. C. (2005). *Guia de uso de secaderos solares para frutas, legumbres, hortalizas, plantas medicinales y carnes*. ASUNCION: UNESCO.
- CAN. (s.f.). *COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES*. Obtenido de COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?tipo=QU>
- DANE. HUILA, G. N. (2008). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Huila2015.pdf
- ICA. (2011). *Manejo fitosanitario del Lulo*. Bogotá D.C. Colombia: INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO.
- INFOAGRO. (2012). *Curso Especialista en fruticultura*. Obtenido de http://www.infoagro.com/frutas/deshidratacion_frutas.htm
- J. C. Kaufman, J. C. (2010). *The Cambridge handbook of creativity (Cap. 8, pp. 145-173)*. Nueva York: Cambridge University Press.
- LEGISCOMEX. (Mayo de 2013). *Inteligencia de mercados/Exportación de frutas exóticas colombianas*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com:https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/exportaciones-estudio-frutas-exoticas.pdf>
- Ministerio de Agricultura y desarrollo rural. (2015). *Evaluaciones agropecuarias municipales - Lulo*. Huila - Neiva: Colombia siembra.

Porter, M. E. (2011). *reating shared value. Harvard business review*, 89(1/2), 62-77.

PROCOLOMBIA. (2014). *EL NEGOCIO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS PROCESADAS*.

Bogotá - Colombia: Procolombia.

PROCOLOMBIA. (2014). *PROCOLOMBIA, EXPORTACIONES*.

Rothwell, R. (1992). *Successful industrial innovation: critical factors for the 1990s. R&d Management*,22(3), 221-240.

SUNAT. (2010). *SUNAT - Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional*. Obtenido de

SUNAT - Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional:

<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO		
ESTUDIO DE INSERCIÓN DE LULO DESHIDRATADO COLOMBIANO EN CADENA DE VALOR DEL MERCADO PERUANO		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
NICOLAS FELIPE	MOLANO SEGURA	
MANUEL FERNANDO	JIMENEZ BEDOYA	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
RUEDA CÁCERES	IVÁN MAURICIO	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	Pregrado	
	Especialización	X
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTA	2019	63
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Cadena de valor	Value chain	
Fruta deshidratada	Dehydrated fruit	
Ventaja competitiva	Competitive advantage	
Importaciones	Imports	
Cadena de suministros	Supply chain	
Inserción en mercados internacionales	Insertion in international markets	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>En este documento se justificará la percepción que tiene el consumidor peruano sobre la posibilidad de que con el producto colombiano de nombre lulo se pueda hacer un proceso de inserción de este fruto en el mercado peruano. Este proceso involucra detalles específicos en materia de comercio exterior entre los países Colombia y Perú, ya que tiene como fin identificar una oportunidad real de negocios que pueda tener una empresa colombiana que pertenece al sector agrícola y que desee expandirse en una cadena de valor de una empresa del sector de alimentos establecida y reconocida en Perú, ya que ofrecen estabilidad en plazas comerciales en términos de comercialización, distribución e importación de productos agrícolas desde Colombia hacia Perú.</p> <p>El propósito de este estudio es resaltar el lulo como una alternativa de emprendimiento e innovación relacionada con las importaciones agrícolas peruanas, buscando fortalecer las relaciones comerciales para beneficio de la economía de los países, las empresas y las personas naturales.</p> <p>El modelo aplicado en este estudio es la misión empresarial exploratoria realizada en Lima, Perú, en el mes de mayo de 2018, organizada por la universidad de la cámara de comercio Colombiana Uniempresarial, donde se realizaron acercamientos a especialistas, empresas y universidades peruanas con el fin de recopilar información relevante que permita determinar el proceso de inserción del lulo deshidratado en el mercado peruano.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

NICOLAS FELIPE MOLANO SEGURA con C.C. N° 1020744855

Y MANUEL FERNANDO JIMENEZ BEDOYA con C.C. N° 1070954776

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título ESTUDIO DE INSERCIÓN DE LULO DESHIDRATADO COLOMBIANO EN CADENA DE VALOR DEL MERCADO PERUANO elaborada para efectos de OPCION DE GRADO (optar por el título) (participar en el seminario o evento), de ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES (Programa académico)


Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

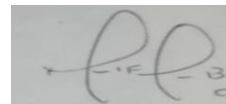
PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en BOGOTA, el año 2019 del mes Marzo a los 25 días.

FIRMA

 C.C. 1020744855

Firma

 CC. 1070954776