

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA
FICHA MERCADO PRODUCTO
PULPAS DE FRUTA**

1. Nomenclatura arancelaria

2009.90.00.00 y 08.11.90

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

2009.90.00.00 Mezclas de jugo

08.11.90 Las demás. En esta partida se encuentran las siguientes subpartidas:

0811.90.91.00 Mango (Mangifera indica L.)

0811.90.92.00 Camu Camu (Myrciaria dubia)

0811.90.94.00 Maracuyá” (parchita) (Passiflora edulis)

0811.90.93.00 Lúcumá (Lúcumá obovata)

0811.90.96.00 Papaya

0811.90.95.00 Guanábana (Annona muricata)

0811.90.99.00 Los demás

3. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO (ARANCELES, REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS, CERTIFICACIONES, OTROS).

Posición Arancelaria	08.11.90	2009.90.00.00
Producto	Demás frutos y otros frutos; sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, con adición de azúcar u otro edulcorante. Mango; Camú Camu; Lúcumá (Lucuma Obovata); Maracuyá (parchita) (passiflora edulis); Guanábana (annona muricata); Papaya; Las demás.	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro endulzante.
Arancel General	10%	15%
Arancel para Perú	0%	0%
IVA	19%	19%
Vistos buenos	INVIMA	INVIMA
Registro Sanitario	Para la importación de materias primas que requieren de registro sanitario para la fabricación de los productos de que trata el Decreto 4725 de 2005, el interesado deberá presentar ante Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Para la importación de materias primas que requieren de registro sanitario para la fabricación de los productos de que trata el Decreto 4725 de 2005, el interesado deberá presentar ante Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

	fotocopia del registro sanitario y del certificado analítico de la materia prima, la cual estará sujeta a control y vigilancia por parte de la autoridad sanitaria competente.	fotocopia del registro sanitario y del certificado analítico de la materia prima, la cual estará sujeta a control y vigilancia por parte de la autoridad sanitaria competente.
Registro Fitosanitario	Toda persona natural o jurídica interesada en obtener o actualizar el registro ICA como operador autorizado para la aplicación del tratamiento y colocación del sello NIMF 15 a embalajes de madera utilizados en el comercio internacional, tales como: cajas, jaulas, cajones, paletas, madera de estiba, tambores de cable y carretes, que sean fabricados por primera vez, usados, reciclados, refabricados o reparados, y tengan un espesor mayor a 6 milímetros; y, toda persona natural o jurídica que use embalajes de madera para el comercio internacional, tales como: cajas, jaulas, cajones, paletas, madera de estiba, tambores de cable y carretes, que sean fabricados por primera vez, usados, reciclados, refabricados o reparados, y tengan un espesor mayor a 6 milímetros, deben cumplir las medidas fitosanitarias para el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional, acorde a la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF número 15).	Toda persona natural o jurídica interesada en obtener o actualizar el registro ICA como operador autorizado para la aplicación del tratamiento y colocación del sello NIMF 15 a embalajes de madera utilizados en el comercio internacional, tales como: cajas, jaulas, cajones, paletas, madera de estiba, tambores de cable y carretes, que sean fabricados por primera vez, usados, reciclados, refabricados o reparados, y tengan un espesor mayor a 6 milímetros; y, toda persona natural o jurídica que use embalajes de madera para el comercio internacional, tales como: cajas, jaulas, cajones, paletas, madera de estiba, tambores de cable y carretes, que sean fabricados por primera vez, usados, reciclados, refabricados o reparados, y tengan un espesor mayor a 6 milímetros, deben cumplir las medidas fitosanitarias para el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional, acorde a la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF número 15).
Registro de Importación	En las solicitudes de registro y de licencia de importación deberán describirse las mercancías en forma tal que su identificación sea clara, precisa e inequívoca, anotando por consiguiente su nombre comercial, nombre técnico o científico, marca, modelo, tamaño, materiales de construcción, usos, características técnicas o aquellas que le sean aplicables de acuerdo con su naturaleza.	El registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es obligatorio exclusivamente para las importaciones de bienes de libre importación que requieran requisito, permiso o autorización. Los registros de importación serán válidos por un término de seis (6) meses, contados a partir de la fecha de su aprobación. Los registros que amparen bienes de capital tendrán un término de validez de doce (12) meses, excepto en los casos en que el documento o visto bueno expedido por otra entidad, como soporte a la

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

		importación, tenga una vigencia especial, caso en el cual se establecerá la validez del registro acorde con dicha vigencia.
Descripción Mínima	Producto: Ejemplo: nueces, cidras, limón, etc. Estado de conservación: Ejemplo: frescos, refrigerados, congelados, secos, etc. Forma de presentación: Ejemplo: enteros, troceados, aplastados, etc. Marca: Si tiene.	Producto: Ejemplo: concentrado de tomate, mermelada de piña, trufas en vinagre o ácido acético, compota, etc. Tipo de empaque: Ejemplo: Latas, tetrapack, etc., indicando su contenido en peso o volumen. Uso: Consumo Humano Marca: Si tiene Composición: Ejemplo: 60% de trufas, 30% de vinagre, etc. Referencia:
Seriales, Marcado y Etiquetas	No especificado	Envase y codificación de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados; Rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos que contengan grasas trans y/o grasas saturadas, con destino al consumo humano

4. Tendencias en el mercado

El mercado latinoamericano se ha caracterizado por acompañar las comidas principales con jugos naturales, hechos ya sea con pulpa o fruta. En comparación a otros mercados como el de México o el Estados Unidos, en los que se tiene la costumbre de consumir bebidas procesadas; en Colombia la tendencia de consumo de jugos naturales es alto, tanto así que el país ostenta el primer lugar en la región en el consumo de jugos naturales, logrando así consumir 320 ml de jugo al día. (EFE, 2019)

En los últimos años los colombianos han tenido la tendencia a inclinarse por un consumo de alimentos más nutritivos y orgánicos, que durante su producción no se les haga algún tipo de alteración. Esto va de la mano con el hecho que los colombianos hoy exigen una oferta de productos mucho más saludables, naturales y orgánicos y además porque están dispuestos a pagar por un producto más costoso pero que les brinde beneficios para llevar una vida mucho más natural.

Por otro lado, además del consumo normal de los hogares colombianos de jugos naturales, los restaurantes de alta categoría, como las cadenas hoteles y servicios de catering, han empezado a implementar en sus menús frutas exóticas o que difícilmente se consiguen en el país, para generar un valor agregado que atraiga muchos más clientes y para estar constantemente innovando. Los chefs de estos restaurantes demandan frutas totalmente naturales y que no tengan ningún tipo de aditivos, esto porque es el cliente final quien espera

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

consumir un plato que tenga ingredientes 100% naturales o tomar un jugo o bebidas que solamente este endulzado con su propio sabor.

Es aquí donde empresas exportadoras de pulpas de frutas 100% naturales, tienen oportunidad para entrar en el mercado colombiano con opciones de pulpa de frutas exóticas que no se dan en Colombia. Es importante considerar que la producción en Colombia de frutas es amplia debido a la variedad de climas que le brindan al país la capacidad de producir frutas durante todo el año. Es por ello que es fundamental buscar oportunidades en frutas que no tengan una amplia producción local porque caso contrario sería difícil para empresas extranjeras competir con el precio de la fruta local. A continuación, se presentan las líneas Hortofrutícolas más importantes en Colombia de acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Tabla 2. ÁREA SEMBRADA POR LÍNEA HORTIFRUTÍCOLA (Ha) 2018-2019*

LÍNEA PRODUCTIVA HORTIFRUTÍCOLA	2018*	2019*	% PARTICIPACIÓN	% Crecimiento
PLATANO	440.078	470.358	44%	7%
CITRICOS	88.565	96.080	9%	8%
AGUACATE	55.777	61.355	6%	10%
ÑAME	39.941	42.432	4%	6%
MANGO	29.276	31.824	3%	9%
PIÑA	28.093	30.701	3%	9%
COCO	20.496	20.497	2%	0%
GUAYABA	14.351	16.216	2%	13%
PASIFLORAS	17.049	17.496	2%	3%
MORA	14.584	15.216	1%	4%
Los otros cultivos Hortifrutícolas	248.690	258.621	23%	4%
TOTAL ÁREA SEMBRADA HORTIFRUTÍCOLA	1.036.901	1.060.796	100%	

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural- Evaluaciones Agropecuarias, Evas (Feb 2019)
*Proyecciones Unidad Técnica de Asofruco para 2018 y 2019.

5. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

El principal puerto de entrada para las pulpas de frutas de las partidas incluidas en esta ficha es el puerto de Buenaventura con una participación del 21,72%; seguido por Barranquilla con un 19,92%. En tercer lugar, está la capital, Bogotá que contó con una participación del 18,48%.

En cuanto a los medios de transporte por los cuales estos productos ingresaron al país; sobresale el medio marítimo con una participación del 80,48% utilizando puertos de entrada en Buenaventura, Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. En el modo terrestre, entro 13,41%. Por último, el modo aéreo tuvo una participación de 6,12%

Es importante resaltar que, de todas las partidas analizadas, Colombia en el 2019 solo importó de las siguientes partidas: 0811909900 Demás Frutas y otros frutos sin cocer o cocidos con agua o al vapor, congelados (56,6%); 2009900000 Mezclas de jugos (42,4%),

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior



0811909300 Lúcuma (0,73%) y 0811909400 Maracuyá (0,2%). El valor total de las importaciones fue de US\$1,904,951 valor CIF.

Aduana	Valor CIF USD	Participación
Buenaventura	413.804	21,72%
Barranquilla	379.508	19,92%
Bogotá	352.084	18,48%
Santa Marta	242.734	12,74%

Medio de transporte	Participación
Marítimo	80,48%
Terrestre	13,41%
Aéreo	6,12%

6. Estacionalidad de la producción local

A continuación, se presenta la estacionalidad de la producción local de las frutas que se están analizando en esta ficha mercado producto.

 Mango	<ul style="list-style-type: none">• Se produce en 17 de 32 departamentos.• Cosecha entre abril-octubre.• Temperatura entre 25°C-28°C
 Camú Camú	<ul style="list-style-type: none">• Se produce en los departamentos de Amazonas, Vaupés, Caquetá y Putumayo.• La cosecha se da en los meses de marzo, abril y mayo.






PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

 <p>Lúcuma</p>	<ul style="list-style-type: none">• Actualmente no hay producción en Colombia.
 <p>Maracuyá</p>	<ul style="list-style-type: none">• Temperatura entre 23°C-32°C.• La producción se concentra en 23 de los 32 departamentos de Colombia• Se da producción durante todo el año, la cosecha se da entre 7-8 meses después de la siembra.
 <p>Guanábana</p>	<ul style="list-style-type: none">• Temperatura entre 25°C-28°C.• Febrero-Marzo (primer pico).• Junio-Agosto (Segundo pico).

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (los principales actores en cada eslabón de la cadena)

- **Importadores / Distribuidores:** Los importadores son aquellos que deciden traer productos y distribuirlos entre los diferentes canales que hay y que muchos tienen conexión directa con el cliente final. De igual forma este actor es en muchos casos el puente entre el producto extranjero y los almacenes de cadena, tiendas, restaurantes, almacenes de retail, etc.
- **Grandes Superficies:** Las grandes superficies son una importante fuente de distribución del producto al consumidor final. Es una plaza que permite tener una gran variedad de clientela y generar varias opciones de compra. Algunos de los almacenes más importantes en Colombia son: Almacenes Éxito, Supertiendas Olímpica (y su filial Supertiendas Cañaveral), Cencosud Colombia (Jumbo), Alkosto, Home Sentry, Almacenes La 14, Super Inter Supermercados, Pricemart de Colombia. Este tipo de canal suele realizar importaciones de forma directa con los proveedores y cuenta con robustos programas o departamentos de comercio exterior.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

- **Plaza de Mercado:** La plaza es una superficie relativamente amplia en donde se instaura o se establece un mercado en donde se ofertan y se compran alimentos y productos, por lo general del campo como frutas, verduras, carnes y pescados, diferentes tipos de leche, etc. Los productos que se comercializan en la plaza de mercado se caracterizan por ser frescos ya que vienen directamente del campo a la plaza y eso es un valor agregado al cliente. En algunas plazas principales como Corabastos en Bogotá o la central mayorista de Antioquia, existen empresarios que realizan importaciones de forma directa, especialmente de productos que no tienen oferta nacional. Las negociaciones con este canal suelen enfocarse en el precio y en altas cantidades de producto.
- **Hard Discounts:** Los Hard Discounts son almacenes que en los últimos años han tomado fuerza en el país ya que tienen un formato de precios bajos y calidad buena. Los productos que se encuentran en este lugar son de buena calidad y cumplen con las expectativas de los consumidores generaron una des fidelización de las marcas tradicionales en el país. Las principales tiendas de Hard Discount en el país son ARA, D1 y Justo y Bueno. Estas tiendas cuentan con gran variedad de locales en distintas ciudades y pueblos, permitiendo tener una gran cobertura en el mercado. Si bien suelen trabajar sus marcas con productores locales, pueden ser importadores de determinados productos que no se den a precios competitivos en el mercado nacional.
- **Tiendas de Barrios:** Son el formato más tradicional del país para la comercialización de productos al detal. En las tiendas de barrio por lo general, los clientes compran lo que se va a consumir en el día. Los productos llegan a estos canales a través de distribuidoras.
- **Supermercados de frutas y verduras:** Los supermercados de frutas y verduras son comercios en donde cuentan con productos del campo, están ubicados en diversas partes de la ciudad y llegan a un público que desea mercar en sitios especializados de fruta y verduras sin tener que dirigirse a las plazas de mercado. Algunos importan de forma directa cuando se trata de productos que no tienen producción local

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

Los productos deberán cumplir con los siguientes requisitos, los cuales serán exigidos de manera general a todos los proveedores y productos: Requisitos legales y de calidad: los productos deben cumplir con las obligaciones legales vigentes para su comercialización en el territorio colombiano, las compañías por lo general verificarán como mínimo lo siguiente:

- Que cumpla con los estándares de calidad para el tipo de producto.
- Mínimo las garantías establecidas por la ley.
- Condiciones higiénico – sanitarias, incluyendo Registro Sanitario por cada producto, caso en el cual deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

- Cumplir con normas especiales sobre leyendas e información al consumidor como en el caso de tabaco, licores, juguetes, lacto – sueros y cualquier otro producto respecto del cual se establezca alguna disposición especial.
- Contar con todas las estampillas y sellos necesarios para su comercialización.

Adicionalmente hay otros criterios para la evaluación de proveedores

- ✓ **Reputación:** Teniendo en cuenta la tendencia que se ha presentado en Colombia en los últimos años, las empresas que decidan importar este tipo de alimentos buscan generar confianza en los consumidores. Es por ello que la reputación del proveedor y sus certificados de calidad cumplen un papel muy importante al momento de la selección
- ✓ **Precio:** Este es un factor importante en especial considerando el margen que se maneja en algunos canales como supermercados que puede llegar a ser de hasta el 30% . Considerando la producción local que hay de frutas, el precio debe ser competitivo para que el comprador opte por un producto importado
- ✓ **Cumplimiento en los tiempos de envío:** Las grandes superficies, las plazas de mercado tienen la característica común de tener una alta rotación de productos así también como los hard discount. Es por eso que ellos demandan un cumplimiento en tiempo y cantidad de productos requerida.
- ✓ **Localización:** Es un factor a tener en cuenta ya que, si se toman las medidas pertinentes para llegar a cierto lugar, se pueden optimizar costos de envíos y fletes. Por otro lado, se debe tener en cuenta las condiciones climáticas del destino final para poder buscar una manera de mantener el producto fresco.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado:

En la gráfica a continuación, se puede observar que Perú tuvo presencia en el mercado colombiano con productos de pulpa. Sin embargo, su participación fue baja (3,53%) en comparación con países como Estados Unidos, Chile, Bélgica y Alemania.

País de origen	Participación
EE. UU.	54,84%
Chile	20,32%
Bélgica	12,74%
Alemania	3,52%
Perú	3,51%

Las empresas peruanas que tiene presencia en el mercado colombiano son: Food Partners y Agro Alimentos Andinos SAC quienes reportaron ventas por USD 53.095 y USD 13.939 respectivamente. Las empresas a las que proveen usan estos productos como materia prima para la producción de producto final (jugos y helados).

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto:

AGROEXPO FUTURO: Agro Expo Futuro es una de las plataformas de negocios y conocimiento más importantes para el sector agro en América Latina. Se ha posicionado como el centro de negocios más importante con una contundente oferta de valor, pues además de ser la feria que integra productores, comercializadores de productos y servicios agropecuarios, es el lugar donde se unen la oferta y la demanda en todos los segmentos de negocios y para todos los ecosistemas del sector. Es el escenario donde los agentes de la agenda productiva encuentran aliados estratégicos, distribuidores y representantes para sus productos.

Alimentec: Es una de las ferias más importantes para la industria alimentaria en Colombia y América Latina. Es una plataforma ideal para compartir con los colegas y hacer contactos de negocios. En la feria, los expertos se reúnen en casa y en el extranjero en los sectores de alimentos y bebidas, frutas y verduras, la agricultura, embalaje, tecnología y servicios para la industria alimentaria. Esta feria abarca diferentes tipos de alimentos en los cuales destacan los cárnicos, lácteos y huevos, panadería, pastelería y también frutas, vegetales y orgánicos. Es la Feria de alimentos que brinda a los expositores la posibilidad de generar negocios en la región Andina y Caribe.

EXPO ALIMENTOS: Expo Alimentos es el encuentro especializado para la industria de alimentos y bebidas, en el cual se llevan a cabo espacios de actualización, relacionamiento y oportunidades de negocios entre los proveedores del sector de alimentos y las industrias procesadoras. En este evento anual, se reúnen más de 100 expositores para ofrecer soluciones y servicios especializados para la industria y a más de 2300 decisores de compra. Además, el evento cuenta con cuatro importantes agendas académicas en los temas de Food Safety, Tecnología y empaque, Nutrición e Innoval, las cuales tienen como ponentes experimentados y reconocidos conferencistas nacionales e internacionales. Cabe aclarar que para su versión 2020, la feria se hará de forma digital teniendo en cuenta la situación actual mundial relacionada al COVID-19. **AGROEXPO:** Es una feria tradicional consolidada y madura que se celebra desde 1977 en Corferias. Es el certamen del sector agropecuario más importante de Colombia, Centro América y el Caribe y uno de los mayores en Latino América. Agroexpo impulsa la industria agropecuaria de Colombia al mercado internacional, logrando reunir la más completa muestra comercial nacional e internacional en un espacio propicio para que los expositores realicen contactos comerciales, concreten negocios, intercambien conocimientos y se actualicen en los nuevos desarrollos tecnológicos de las industrias afines.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto**

Punto de venta	Unidad (caja, kg, otro)	Precio USD por unidad	Forma de presentación	Foto
Éxito	900 gramos	4,06 USD	Pack 5 unidades diferente sabor.	
	250 gramos	1,44 USD	Pulpa de Borojón	
Jumbo	900 gramos.	3,70 USD	Pack 5 unidades diferente sabor.	
	2000 gramos	5,08 USD	Pulpa de fruta x10 unidades.	
	250 gramos	1,41 USD	Borojón, Pulpa.	
	1200 gramos	2,20 USD	Frukids pague 10, lleve 12	
		1,38 USD		



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Carulla	250 gramos		Presentación individual Sacht	
	230 gramos	1,10 USD	Pulpa de fruta x unidad	
	250 gramos	1,35 USD	Pulpa de tamarindo sin semilla	
D1	480 gramos	1,23 USD	Pulpa congelada Tree Fruts 3 unidades	