

**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
(Frijol cocido)****1. Nomenclatura arancelaria***2005590000***2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**

Hortalizas preparadas o conservadas

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

- **Arancel General:** 15%
- Arancel para Perú Alianza Pacífico - Perú (0.0%)
Arancel Comunidad Andina - Perú (0.0%)
- **IVA:** 19%
- **Vistos buenos:** Visto bueno, expedido por el INIVIMA (obligatorio)
- **Registro Sanitario:**
Registro Fitosanitario y visto bueno: Requiere Registro Sanitario cuando sean importados en presentaciones comerciales listas para su consumo, excepto cuando sean importados sin marca para el sector gastronómico o como materia prima destinada a la industria de alimentos de consumo humano. Expedido por el INVIMA
- **Descripción Mínima Producto**
Nombre: frijoles cocidos
Estado de conservación: sellado de aire
Forma de presentación: grano
Marca: Si tiene

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

Existen dos clases de frijol de la cual se desprenden varias especies. El primero es el arbustivo, de crecimiento bajo; luego va el voluble, de crecimiento enramado. En el país se consume en mayor parte los frijoles volubles dado que se prefiere un grano más grande y de mejor cocción a la hora de cocinarlo.

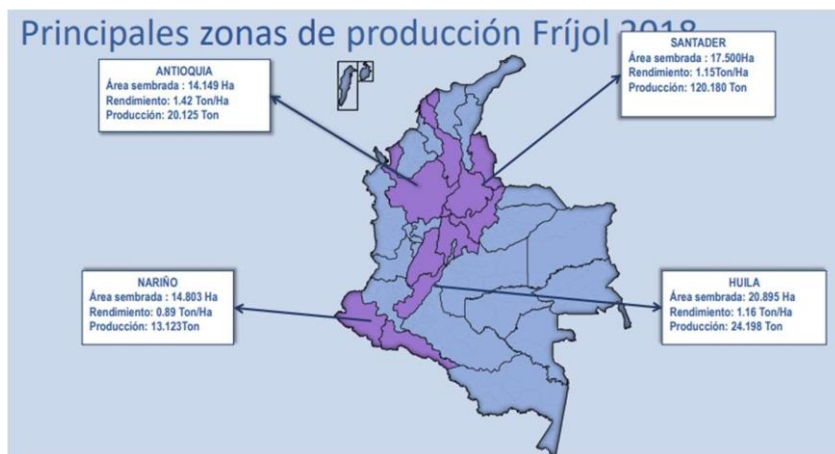
En la actualidad, Colombia cuenta con una cantidad importante de empresas molineras de granos y cereales. La mayoría están ubicadas en zonas con grandes concentraciones del mercado, como Bogotá, Barranquilla, Valle del Cauca, en cercanías a Buenaventura y algunos en Bucaramanga.

En relación con otras menestras, las lentejas son el mejor aliado de los colombianos cuando buscan una fuente de proteína a bajo costo. Esta leguminosa no se produce en el país, proviene de Canadá y Estados Unidos, quienes son los mayores exportadores de este producto. El primero ha aportado, desde 2013 hasta ahora, 83% del mercado de lentejas para Colombia, el segundo, 18%; y el 1% restante está repartido entre Argentina, España, Francia, Líbano y Tailandia cuya capacidad de exportación es menor comparada con EE.UU y Canadá.

5. Estacionalidad de la producción local

El frijol es una leguminosa que contiene altas cantidades de proteína, tiene cosecha todos los meses del año, se debe tener en cuenta los siguientes factores para tener una buena producción:







- Se adapta bien en altitudes que van desde los 800 msnm a los 2.800 msnm y a temperaturas entre los 13 y 28 grados centígrados.
- Requiere suelos francos, sueltos y con buen drenaje ya que no tolera encharcamientos.
- Las presentaciones más comunes del mercado nacional se encuentran: Bolsas plásticas y enlatados ya procesados.

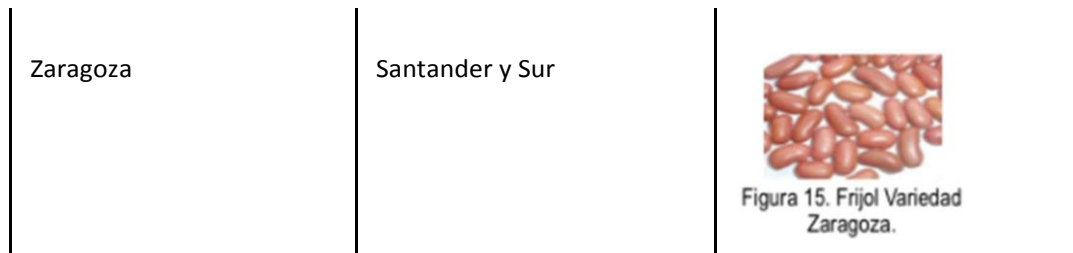


Fuente: *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural*

En Colombia, se cultivan principalmente variedades regionales y en menor escala variedades genéticamente modificadas. Las variedades del frijol difieren de acuerdo a la zona de cultivo; por ejemplo, en Antioquia es característica la variedad de frijol voluble de color crema con tintes de rojo, en Nariño el frijol rojo (bolones) o moteado rojo-crema, en el Huila, Cundinamarca y Boyacá se siembran frijoles volubles de color rojo (bolón), en el Valle del Cauca frijol tipo calima, al igual que en zonas del Huila y Tolima.

CLASE PRODUCIDO EN COLOMBIA	COMERCIAL	DEPARTAMENTO	IMAGEN

Mungo	Costa atlántica, Tolima	 Figura 5. Frijol Variedad mungo.
Adzuki	Valle del cauca	 Figura 6. Frijol Variedad adzuki.
Bola blanca	Nariño y Huila	 Figura 7. Frijol Variedad bola blanca.
Bola roja	Nariño, Huila, Tolima, Putumayo, Cundinamarca y Boyacá	 Figura 9. Frijol Variedad Morado
Frijol morado	Nariño y Huila	 Figura 11. Frijol variedad cargamanto rojo.
Cargamanto blanco	Antioquia, Nariño, Tolima, Cundinamarca	 Figura 10. Frijol variedad cargamanto blanco.



Fuente: Cámara de comercio Bogotá

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

Según las importaciones en el 2019, el 80% de este producto en conserva proviene de España, seguido por Líbano (19%) y Francia (1%). De acuerdo con esto se observa en el siguiente cuadro, el producto ingresa por el suroccidente colombiano, específicamente por el norte en los puertos de Barranquilla y Cartagena.

Aduana presentación de la declaración	valor cif US \$	Participación
CARTAGENA (ADUANAS)	2978,39	0,8067
BARRANQUILLA (ADUANAS)	713,46	0,1933

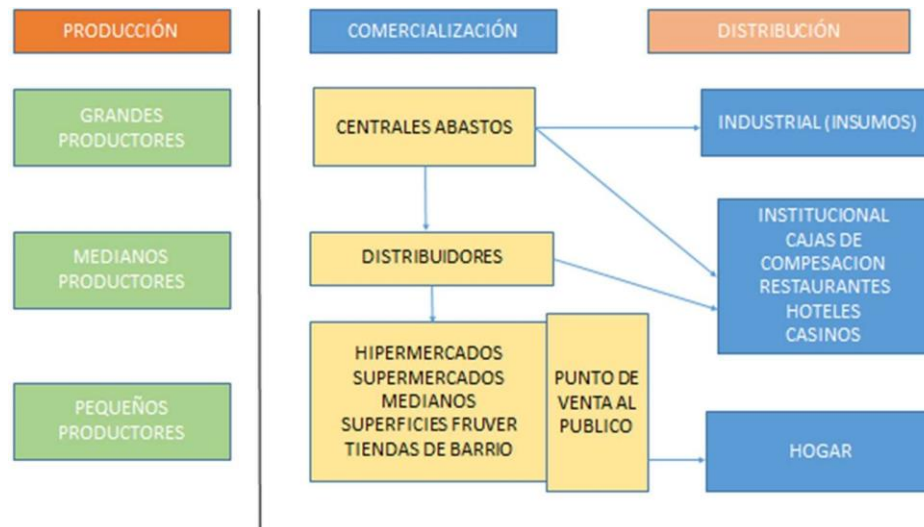
Fuente CVN

Los medios de transporte por los cuales éste bien ingresa al país son en su totalidad por transporte marítimo.

TRANSPORTE	PARTICIPACIÓN
MARITIMO	100%

Fuente CVN

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



Fuente: Cámara de Comercio Bogotá

En la siguiente ilustración se muestra cuáles son los diferentes canales de distribución, el elegir alguno de ellos depende únicamente de la forma en que se desea ingresar en el mercado, si se desea tercerizar la distribución y venta, delegando a organizaciones con mayor conocimiento y experiencia en el mercado, es decir a socios estratégicos.

Al tratarse de un producto con procesamiento existen dos canales recomendados para este producto. El primero se relaciona con los hipermercados, supermercados y superficies fruver. Este canal en su gran mayoría realiza procesos de importación de forma directa.

El segundo canal es el institucional o canal HORECA, para el momento en que se elabora esta ficha mercado producto nos enfrentamos ante una coyuntura especial causada por el COVID 19 y este canal está casi detenido, en el futuro puede representar una oportunidad para el frijol cocido. Para ello es recomendable buscar importadores y distribuidores que atienden este canal, pues pocas veces los establecimientos de este tipo realizan importaciones de forma directa. Un ejemplo de un distribuidor especializado en HORECA es Globalim o una gran superficie como Makro cuyo cliente principal es el institucional.

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

- **Posicionamiento de la marca**

La confianza es un factor importante a la hora de vender, cuando se trata de seleccionar un proveedor la reputación y credibilidad que tenga son requisitos clave a la hora de establecer una relación comercial. Teniendo en cuenta lo crítico que resulta para la operación del negocio el rol de los proveedores y el poder contar con los insumos y las materias primas



en las cantidades, los plazos y en las condiciones requeridas en cuanto a calidad y especificaciones

- **Posición geográfica del proveedor**

Es importante para facilitar la cadena de abastecimiento de los productos, tener un proveedor cercano puede recortar costos y tiempo en la cadena logística.

- **Métodos de pago**

Se realiza una evaluación de las posibles formas de pago que ofrece el proveedor, siempre es importante ver si este ofrece descuentos por pronto pago o cuál es el plazo máximo de pago sin recargo.

- **Servicio postventa y garantías**

Es un factor que le genera seguridad al comprador, es importante que se garantice un producto de calidad, garantías en torno a: duración, sabor de producto y presentación.

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

DPTO DEL IMPORTADOR	PAIS DE ORIGEN	IMPORTADORES	PRECIO FOB UNIT USD
ANTIOQUIA	ESPAÑA	ALMACENES ÉXITO S.A	1,7
ATLANTICO	LIBANO	COMERCIALIZADORA VEA S.A	1,3
BOGOTA	FRANCIA	EMBAJADA DE FRANCIA	3,05
	ESPAÑA	LA PESETA GOURMENT S.A	3,53

Fuente: CVN

En las importaciones del 2019 en torno al frijol en presentaciones de conserva la empresa que más importa este producto es el retail Éxito con una participación en el mercado de del 80% a un precio unitario de 1,7 USD, también tienen presencia en el mercado la Comercializadora Vea y la Peseta gourmet que es una tienda especializada. Perú aún no tiene participación en el mercado de frijoles o granos en conserva.

Sin embargo, en los últimos cuatro años Perú ha liderado el ranking de importaciones de frijol en grano, es un producto muy apetecido por los distribuidores de granos en Colombia, al ser un producto de primera necesidad este se comercializa en los principales canales de distribución del país.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- **WEBINAR SOBRE REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO COLOMBIANO**

Este webinar está dirigido a empresas del sector de agroindustria y pesca interesados en ingresar al mercado colombiano. Este espacio permitirá a los asistentes conocer los requisitos previos que deben tener en cuenta para la exportación de productos a Colombia,



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

por ejemplo registros fitosanitarios, registros o permisos sanitarios y registro de marca, entre otros. El foro contará con la participación de expertos en la materia. 14 de mayo 2020.

- **RUEDA VIRTUAL DE AGRONEGOCIOS & PESCA PERÚ – COLOMBIA**

Actividad organizada por la Oficina de PROMPERÚ en Colombia. Tiene por objetivo conectar a los principales compradores colombianos de las líneas priorizadas (incluida el frijol) con exportadores peruanos. Se tiene programada realizarse en el mes de julio de forma virtual.

- **AGROEXPO**

Es el certamen del sector agropecuario más importante de Colombia, Centroamérica y el Caribe y uno de los más representativos en Latinoamérica.

La feria nació en 1977 bajo la dirección de Corferias, se convirtió entonces en la primera plataforma del sector agropecuario del país. Agro expo se ha realizado de forma bienal siendo el evento en donde el Agro colombiano se reúne en un solo escenario para fortalecer el intercambio comercial, actualización y fortalecimiento del campo en Colombia.

- **EXPOALIMENTOS**

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 negocio 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, además de contar con 4 agendas académicas con más de 30 conferencistas nacionales e internacionales.

- **ALIMENTEC**

Es el escenario adecuado para fortalecer la imagen de su empresa, posicionar su marca, lanzar nuevos productos y presentar las nuevas tendencias en la industria. Interacción con el canal institucional debido a la participación de misiones comerciales, distribuidores nacionales e internacionales, mayoristas y especialistas. Le acercará visitantes profesionales y decisivos con una relevante capacidad de compra de Colombia, la Región Andina además de toda Latinoamérica y el Caribe. Para los expositores locales con capacidad de exportación: Posibilidad de participar en la Agendamiento de Citas de Negocios con compradores internacionales y lograr contactos cualificados con compradores nacionales e internacionales. Para los expositores internacionales: Posibilidad de participar en las reuniones B2B con los compradores locales de conformidad con las necesidades del mercado colombiano.

- **EXPOAGROFUTURO**

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 negocio y para todos los ecosistemas del sector. Es una de las Plataformas de Negocios y Conocimiento más importantes para el sector Agro en América Latina. En 2018 tuvo más de 12 países asistentes y 330 empresas participantes.






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

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Caracterís- ticas o forma de presentaci- ón	Foto
Sutifruver	250 gramos	COP 8,800 US \$2,22	Bolsa	
Éxito Jumbo Olímpica Carulla	310 gramos	COP 4,440 US \$1,12	Lata	
Jumbo Éxito	1 Kilo	COP 10.300 US \$2,6	Bolsa	





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

Jumbo Alkosto Éxito Olímpica	580 gramos	COP 6.650 US \$1,68	Lata	
Éxito	580 gramos	COP 3.930 US \$0.99	Lata	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.