



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“EL MERCADO COLOMBIANO COMO OPORTUNIDAD
DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GERMEN
DE TARA PERUANA, PERIODO 2016 - 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Clarita Abigail Dios Medina
Priscilla del Pilar Portal Zapata

Asesor:

Mg. Alan Enrique García Gutti

Trujillo – Perú
2015

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Clarita Abigail Dios Medina y Priscilla del Pilar Portal Zapata**, denominada:

**“EL MERCADO COLOMBIANO COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA
LA EXPORTACIÓN DE GERMEN DE TARA PERUANA, PERIODO 2016 - 2020”**

Mg. Alan Enrique García Gutti
ASESOR

Ing. Nombres y Apellidos
**JURADO
PRESIDENTE**

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	14
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.3. JUSTIFICACIÓN	15
1.3.1. JUSTIFICACIÓN APLICATIVA	15
1.3.2. JUSTIFICACIÓN VALORATIVA	15
1.3.3. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA	16
1.4. LIMITACIONES	16
1.5. OBJETIVOS	16
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	16
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	18
2.1. ANTECEDENTES	18
2.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES	20
2.1.2. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	21
2.2. BASES TEÓRICAS	22
2.2.1. MERCADO	22
2.2.1.1. Segmentación de Mercado	23
2.2.1.2. Análisis de Mercado	24
2.2.1.3. Estudio de Mercado	32
2.2.1.4. Oportunidad de Negocios	34
2.2.1.5. Análisis Cuantitativo	38
2.2.1.6. Análisis Cualitativo	44
2.2.1.7. Tendencia de Mercado	50
2.2.2. EXPORTACIÓN	54
2.2.2.1. Importancia de las exportaciones	55
2.2.2.2. Ventaja de las exportaciones	56
2.2.2.3. Tipos de Exportación	58
2.2.2.4. Régimen de Exportación	58
2.2.2.5. Oferta Exportable Nacional	59
2.2.2.6. Teoría de la Ventaja Competitiva	63
2.2.2.7. Teoría de la Ventaja Comparativa	65
2.2.2.8. Barreras Arancelarias	65
2.2.2.9. Barreras No Arancelarias	66
2.2.2.10. Incoterms	68
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	69
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS	73
3.1. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	73
3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	73
CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODOS	75
4.1. TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.	75
4.2. MATERIAL.	75
4.2.1. UNIDAD DE ESTUDIO.	75
4.2.2. POBLACIÓN.	75
4.2.3. MUESTRA.	76
4.3. MÉTODOS	76

4.3.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE DATOS	76
4.3.2. PROCEDIMIENTOS	76
CAPÍTULO 5. DESARROLLO	77
5.1. LA EMPRESA	77
5.2. PRODUCTO	77
5.2.1. CULTURA DEL PRODUCTO	77
5.2.2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	79
5.2.2.1. Número de la Partida Arancelaria Peruana	79
5.2.2.2. Número de Partida Arancelaria correspondiente al Sistema Armonizado para el Mercado de Colombia	79
5.2.3. FICHA TÉCNICA	79
5.2.4. ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE	82
5.3. SISTEMA DE ACOPIO	83
5.4. REQUISITOS DE INGRESO	84
5.4.1. DOCUMENTACIÓN DE INGRESO Y PROCEDIMIENTOS ADUANEROS	85
5.4.2. REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS	85
5.4.3. TASAS	86
5.4.4. CÓDIGO DE BARRAS	86
5.4.5. NORMAS DE ETIQUETADO	86
5.5. EXPORTACIONES PERUANAS DE TARA	87
5.6. PRECIOS	91
5.6.1. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS	91
5.7. DOING BUSINESS DE COLOMBIA 2013 – 2015	92
5.7.1. COMERCIO TRANSFRONTERIZO DE COLOMBIA 2013	92
5.7.2. COMERCIO TRANSFRONTERIZO DE COLOMBIA 2014	95
5.7.3. COMERCIO TRANSFRONTERIZO DE COLOMBIA 2015	95
CAPÍTULO 6. RESULTADOS	101
CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN	121

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla nº 1: Población de Colombia.
- Tabla nº 2: PIB – PER Cápita de Colombia.
- Tabla nº 3: Balanza Comercial de Colombia (Mil Mills. De dólares).
- Tabla Nº 4: Balanza Comercial de Perú (Mil Mills. De dólares)
- Tabla nº 5: Matriz FODA.
- Tabla nº 6: Matriz de Evaluación de factores internos – EFI.
- Tabla nº 7: Matriz de Evaluación de factores externos – EFE.
- Tabla nº 8: Operacionalización de las variables.
- Tabla nº 9: Ubicación Geográfica de producción de Tara.
- Tabla nº 10: Zonas de mayor producción de Tara.
- Tabla nº 11: Sub partida arancelaria Germen de Tara.
- Tabla nº 12: Contenido Nutricional de la Tara y sus derivados.
- Tabla nº 13: Costo de Tara en Chacra por meses
- Tabla nº 14: Principales 10 países exportadores de la partida arancelaria 130239900 “Los demás mucílago y espesativos derivados de los vegetales”.
- Tabla nº 15: Principales 10 países importadores de Germen de Tara.
- Tabla nº 16: Principales empresas peruanas exportadoras de Tara.
- Tabla nº 17: Principales países exportadores de Tara a Colombia.
- Tabla nº 18: Indicadores comerciales de los principales países exportadores de Germen de Tara a Colombia (2014).
- Tabla nº 19: Evolución de precios de Tara peruana (FOB /KGR / US\$).
- Tabla nº 20: Precios referenciales en kilogramos (US\$ / KGR).
- Tabla nº 21: Documentos, tiempo y costos de importar y exportar en Colombia 2013
- Tabla nº 22: Costos Anuales de Materia Prima – Tara
- Tabla nº 23: Oferta Exportable en TM.
- Tabla nº 24: Tabla de Resultados por Año.
- Tabla nº 25: Población total de Colombia (2010 – 2014).
- Tabla nº 26: PBI – Colombia (2010 – 2014).

Tabla nº 27: Balanza Comercial (2010 – 2014).

Tabla nº 28: Comportamiento de la oferta – 2014.

Tabla nº 29: Estratos socioeconómicos de Colombia – 2014

Tabla nº 30: indicadores del comercio transfronterizo de Brasil, Chile, Colombia y Perú –
DB 2016

Tabla nº 31: Crecimiento total en valor FOB por año (2010 – 2014).

Tabla nº 32: Resultados de la información de las principales entrevistas a expertos en
exportación de productos agrícolas.

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura nº 1: Oferta y Demanda.
- Figura nº 2: Los Incoterms 2010.
- Figura nº 3: La Tara.
- Figura nº 4: Germen de Tara.
- Figura nº 5: Ficha Comercial de la Tara.
- Figura nº 6: Presentación de envase de Germen de Tara para exportación.
- Figura nº 7: Operadores de la cadena y sus relaciones entre los mismos.
- Figura nº 8: Ejemplo Código de Barras UPC-A
- Figura nº 9: Tiempo para los trámites documentarios, aduaneros y portuarios en los principales puertos de Colombia y países de Latinoamérica
- Figura nº 10: Informaciones básicas de Colombia.
- Figura nº 11: Análisis FODA.
- Figura nº 12: Presentación de nuestro producto.
- Figura nº 13: Información nutricional del Germen de Tara
- Figura nº 14: Comercio transfronterizo: Importando por vía marítima
- Figura nº 15: Principales países importadores de Germen de Tara en el mundo.
- Figura nº 16: Crecimiento total en valor FOB por año (2010 – 2014).
- Figura nº 17: Principales países exportadores de Germen de Tara.
- Figura nº 18: Departamentos con mayor producción de Tara en el Perú.
- Figura nº 19: Precio FOB \$ - 2014
- Figura nº 20: Principales empresas exportadores de Germen de Tara.

RESUMEN

La presente investigación consiste en realizar un estudio de la oportunidad de negocio que ofrece el mercado Colombiano para la exportación de Germen de Tara Peruana en el periodo 2016 – 2020, dirigido a los emprendedores y/o empresarios que quieran incursionar, incrementar o diversificar los destinos y/o los productos de exportación, fundamentando que el mercado de Colombia es altamente atractivo para la venta de Germen de Tara Peruana.

El problema de investigación se centra en saber en qué medida la exportación de Germen de Tara Peruana al mercado colombiano representa una oportunidad de negocio en el periodo 2016 – 2020. Por consiguiente, la hipótesis del trabajo de investigación es que el mercado colombiano constituye una oportunidad de negocio significativa para incrementar las exportaciones peruanas de Germen de Tara en el periodo 2016 – 2020.

Se utilizó, como diseño de investigación, una pesquisa longitudinal, así como la recolección de datos fuentes primarias como entrevistas, fuentes secundarias como información estadísticas de páginas web, estudios de mercados, etc. A lo largo de la investigación se pudo observar que el Germen de Tara Peruana constituye uno de los productos con tendencia a crecimiento así mayor potencial a futuro, pues éste es muy apreciado en los mercados extranjeros como Colombia, por el valor que éste producto posee respecto a sus propiedades y características complementándose con las tendencias favorables de consumo con que éste mercado cuenta.

En el estudio se resaltó que el Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto del mundo, no solo por poseer las tierras y la variedad climática que propician una importante primacía a nivel global, sino que también cuenta con el adicional de su posición geográfica, contando con estaciones anuales inversas a muchos mercados del mundo. Por otro lado, las estadísticas de años anteriores nos muestran el crecimiento que se fue dando y las perspectivas positivas que se tiene a futuro son satisfactorias.

Colombia es un país que cuenta con potencia favorable cuantitativa y cualitativa que favorecen notablemente el incremento de las exportaciones de Germen de Tara Peruana

para los próximos años. Además se concluyó que el comportamiento histórico de las exportaciones peruanas de Germen de Tara a Colombia resultó ser favorable, teniendo una tasa del 89% de crecimiento correspondiente al año 2014.

Esta propuesta de Negocio constituye una oportunidad para incrementar las exportaciones de Germen de Tara Peruana y dar como un valor agregado la oportunidad de desarrollo para los pequeños agricultores de la Región La Libertad.

ABSTRACT

This research is a study of the business opportunity offered by the Colombian export market for “Germen de Tara Peruana” in the period 2016 - 2020, aimed businessmen and / or entrepreneurs who want to enter, increase or diversify the destinations and / or export products, focused in Colombia market is highly attractive for the sale of “Germen de Tara Peruana”.

The research problem is focused on what extent the export of “Germen de Tara Peruana” Colombian market represents a business opportunity in the period 2016 - 2020. Therefore, the hypothesis of the research is that the Colombian market is a significant business opportunity to increase Peruvian exports of Tara germ in the period 2016-2020.

It was used as research design, a longitudinal research and data collection primary sources such as interviews, secondary sources such as web pages information statistics, market research, etc. Throughout the investigation was observed that “Germen de Tara Peruana” is one of the products that tend to well growth greater potential for the future, as this is very popular in foreign markets as Colombia, for the value that this product has respect their properties and characteristics complemented by favorable trends in consumption that this market has.

The study highlighted that Peru has competitive advantages over the rest of the world, not only for possessing land and variety of climates that foster an important global primacy; it also has the added of his geographical position, having annual seasons reverse many markets. On the other hand, statistics from previous years show that growth was giving and the positive outlook for the future is that they are satisfactory.

Colombia is a country with quantitative and qualitative absolute power that favor significantly increasing exports of Peruvian Tara seed for the coming years. In addition it was concluded that the historical behavior of Peruvian exports to Colombia Tara Germ proved positive, having an 89% rate of growth corresponding to 2014.

Business proposal is an opportunity to increase exports of Peruvian Tara germ and give as value-added development opportunities for small farmers in the region La Libertad.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

ADEX, http://www.adexperu.org.pe/Web_Adex/Prensa/Notas.html

Arauz, R. (2010). *“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora, procesadora y exportadora de goma de guarango (Tara) hacia Alemania, España e Italia”*. Tesis.

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES – ADEX. (2014). <http://www.adexperu.org.pe/BoletinesD/Prensa/BPrensa.asp?bol=2146&cod=5>

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES – ADEX. PROYECTO BID. (2009). *“Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado de EE.UU”*.

Atkinson, P. & Coffey. A. (2004). *“Analyzing documentary realities”*.

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – BCRP, <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/correlacionador-exportaciones-no-tradicionales-por-sector-economico.html>

Banco mundial – BM. (2013). <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

Cabello, I. (2009). *“Monografía para el cultivo de la Tara *Caesalpinia Spinosa* (Molina) Kuntze”*.

Cabrera, C; Gutiérrez, A. Miguel, R. (2005). *“Introducción a los indicadores económicos y sociales de México”*.

Cánovas, A. (2013). *“Transporte internacional marítimo en contenedor”*.

Castel, J. (2012). *“TARA (*Cæsalpinia spinosa*): The sustainable source of tannins for innovative tanning processes”*.

Cateora, P. (1997). *“Marketing internacional”*.

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO –
PROMPERU,

<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA – CEPAL. (1992). *“La Exportación de productos básicos no tradicionales de américa latina”*.

COMISIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIÓN – PROMPEX,
<http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2013/08/Guia-Comercial-Productos-Orgánicos-Peru.pdf>

Cravens, D. (1987). *“Strategic marketing, Richard Irwin, Illinois, Inc.”*

Czinkota, M. & Kotabe. M. (2001). *“Administración de Mercadotecnia”*.

Czinkota, R. y Moffett. (2007). *“Negocios internacionales. 7a edición”*.

Chávez, L. & Otros. (2009). *“Proyecto de Pre factibilidad para la Instalación de una Planta Procesadora de Goma de Semilla de Tara (Caesalpinia spinosa)”*.

De la Cruz, P. (2004). *“Aprovechamiento integral y racional de la Tara: Caesalpinia spinosa - Caesalpinia tinctoria”*.

De la Oliva, M. & González, N. (2010). *“Producción y exportación de derivados de la Tara”*.

Del Águila, E. (2008). *“Identificación de la demanda del mercado internacional para los productos con potencial exportador del sector agrícola – Sierra de La Libertad”*.

Departamento de cooperación técnica FAO. (2000).
<http://www.fao.org/docrep/meeting/x4329s.htm>

Ferré Trenzano, José María (1997). *“Los Estudios de Mercado: Cómo hacer un estudio*

de Mercado”.

Granel, F. (1989). *“La exportación y los mercados internacionales. 5ª edición”*

Gómez, G. (2009). *“Todo prevención de riesgos laborales, medio ambiente y seguridad industrial”.*

Goycochea, R. (2010). *“Evaluación de taninos y goma del fruto de la Tara Caesalpinia spinosa (Molina) Kuntze provenientes de las lomas de Atiquipa, Arequipa – Perú”.*

Heredia, F. (2002). *“Explotación de la Tara, apuntes agrarios”.*

Hernández, R; Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *“Metodología de la investigación, 4a edición”.*

INDEXRRED DE SEGURIDAD Y DEFENSA DE AMÉRICA LATINA – RESDAL,
<http://www.resdal.org>

INSTITUTO NACIONAL DE RECURSOS NATURALES – INRENA,
<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/5.pdf>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *“Marketing: Edición para Latinoamérica”.*

Kotler, P. (1984). *“Marketing management: Analysis, planning, and control”.*

Kotler, P. (1993). *“Dirección de la Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y control”.*

Kotler. P. (2006). *“Dirección de marketing”.*

Lambin, J. (2003). *“Marketing estratégico”.*

Lee, H. (2005). *“Marketing internacional”.*

- Lerma Kirchner, A. (2004). *“Comercio y Mercadotecnia Internacional. 3a edición”*.
- López, B; Valcárce, C. & Barbancho, M. *“Indicadores cuantitativos y cualitativos para la evaluación de la actividad investigadora: ¿Complementarios? ¿Contradictorios? ¿Excluyentes?”*. s.f.
- López, L. (2009). *“La importancia de exportar”*.
- López, I. & Otros. (2011). *“Gestión del comercio exterior de la empresa, manual teórico y práctico. 2a edición”*.
- Marcero, L. (2009). *“La Tara (Caesalpinia spinosa) en Perú, Bolivia y Ecuador: Análisis de la Cadena Productiva en la Región”*.
- Marcuse, R. (2012). *“Economía para todos”*.
- Megías, J. (2013). *“10 claves para identificar nuevas oportunidades de negocio”*.
<http://javiermegias.com/blog/2013/03/identificar-nuevas-oportunidades-de-negocio/>
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – MINCETUR.
www.mincetur.gob.pe
- Muñoz C. (2010). *“¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidad?”*.
<http://www.fae.usach.cl/blogadmin/wp-content/uploads/2012/08/De-que-hablamos13.pdf>
- Oliva, M. & Gonzales, N. (2013). *“Producción y exportación de derivados de la Tara”*.
- Parkin, M. (2001). *“Microeconomía versión para Latinoamérica. 7a edición”*.
- Porter, M. & Van der Linde, C. (1995). *“Toward a New Conception of the Environment – Competitiveness Relationship”*.
- Porter, M. (1985). *“Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior”*.

PROFOUND – ADVIDERS IN DEVELOPMENT. (2008). *“Estudio de Mercado Tara, Caesalpinia spinosa”*.

Quispe, H. (2012). *“Proyecto de pre factibilidad para la instalación de 100 hectáreas de Tara (caesalpiniaspinosa) en Jayanca-Lambayeque”*.

Ramos, F. (2004). *“El comportamiento del consumidor a través del concepto demanda”*. Tesis.

http://www1.uprh.edu/ccs/ADEM/EI%20comportamiento%20del%20consumidor%20a%20traves%20del%20concepto%20demanda/ADEM_ECDCATDCD.pdf

RED DE SEGURIDAD Y DEFENSA DE AMÉRICA LATINA – RESDAL,
<http://www.resdal.org/Archivo/cap2-mundo-pe.pdf>

Render, B; Stair, J; Ralph, M. & Hanna, M. (2006). *“Métodos cuantitativos para los negocios. 9a edición”*.

Reynel, C. & Leon, J. (1990). *“Árboles y Arbustos Andinos para Agroforestería y Conservación de Suelos. Tomo II”*.

Rojas, O. & Otros. (2007). *“La Tara y condiciones de reforestación en el Alto Jequetepeque, Microcuenca de San Juan-Cajamarca”*.

Rojas, O. & Otros. (2010). *“Forestación piloto con Tara en Cajamarca”*.

Rossmann, G. & Rallis, S. (1998). *“Learning in the field. An introduction to qualitative research”*.

Salinas, G. (2002). *“Diccionario de Comercio Internacional, Términos Marítimos, Aduaneros”*.

https://books.google.com.pe/books/about/Diccionario_de_Comercio_Internacional_Te.html?hl=es&id=8pG1q7TvkoQC

Sapag, N. (2001). *“Evaluación de proyectos de inversión en la empresa”*.

Schiaffino, J. (2004). *“Perfil de mercado de la Tara”*.

Schiffman, L. & Kanuk, L. (2001). *“Comportamiento del consumidor. 7a edición”*.

Schnarch, K. (2005). *“Desarrollo de nuevos productos”*.

SERVICIOS Y ESTUDIOS PARA LA NAVEGACIÓN AÉREA Y LA SEGURIDAD
AERONÁUTICA S.A. – SENASA, <http://www.senasa.gob.pe/senasa/produccion-organica-3/>

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA – SENASA.
<http://www.senasa.gob.pe/senasa/>

SIICEX (2014) http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000

Sulser, R; Pedroza. E. (2004). *“Exportación Efectiva”*.

Sunat. (2014). <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/acuerdoscomerciales/>

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN
TRIBUTARIA – SUNAT,
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/inta-pg.02.htm>

Varela V. (2001). *“Innovación empresarial. 2a edición”*.

Vera, M. (2014). *“Los Incoterms 2010: Guía paso a paso”*.

Villacorta, M. (2010). *“Introducción al marketing estratégico”*.

Yépez, S. (2006). *“Determinación del potencial de producción y comercialización de semillas de Tara (Caesalpinia spinosa) en la región norte del Ecuador”*. Tesis