



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN DE
ARÁNDANOS FRESCOS DE LA REGIÓN DE LIMA**

PRESENTADA POR

KEILA ROSA RUTH CHIPANA VALLEJOS

SOLANGE VELARDE PACHAS

ASESOR

NIVARDO RIOS ANGELES

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

Las autoras sólo permiten que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS

“FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS
FRESCOS DE LA REGIÓN DE LIMA”

PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

CHIPANA VALLEJOS KEILA ROSA RUTH & VELARDE PACHAS SOLANGE

ASESOR:

(MBA)NIVARDO RIOS ANGELES

LIMA, PERÚ

2017

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo, en primer lugar a Dios por darnos vida y aliento durante nuestro desarrollo profesional, así como también a nuestros padres por su apoyo y amor incondicional.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios, por ser el Señor y creador de nuestras vidas, por llenarnos de amor, fortaleza y confianza durante estos años de sacrificio y esfuerzo, guiándonos en cada una de las decisiones que tomamos, teniendo presente que su voluntad es buena, agradable y perfecta.

A nuestros padres, Jorge Chipana Rodríguez y Florisa Vallejos Sosa, así como Maricruz Pachas Kawajigashi, quienes son nuestro apoyo, sustento incondicional y constante, responsables de nuestra formación durante estos 25 años de vida para ser mujeres correctas, valientes y capaces de enfrentar diversos retos y aún situaciones difíciles por las que podamos atravesar.

A nuestra Universidad de San Martín de Porres por ser nuestra cuna de conocimientos y valores, permitiéndonos nuestro desarrollo profesional y ético, así también por la oportunidad que nos brindaron para la realización de nuestras prácticas pre profesionales, motivándonos y enseñándonos a mejorar nuestro desempeño profesional.

A nuestro asesor Nivardo Ríos, quien nos guió durante el desarrollo de nuestra tesis, aportando diversas opiniones y sugerencias correctivas y constructivas.

A cada uno de los docentes colaboradores quienes validaron nuestros instrumentos para el trabajo de campo, entre los cuales resaltan Pedro Ariza, Pedro Ramos Matta, Luis Maravi Zegarra, y MargroryMere.

Y por último, a los responsables y/o jefes de las diversas Entidades tales como Ministerio de Agricultura, ADEX, y Sierra Exportadora, quienes nos apoyaron con la realización de las entrevistas, aportándonos valiosos conocimientos y sugerencias, gracias a su experiencia y trayectoria a lo largo de los años.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS	6
RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema General.....	14
1.2.2. Problemas específicos.....	14
1.3. Objetivos de la investigación	14
1.3.1. Objetivo General:.....	14
1.3.2. Objetivos Específicos.....	15
1.4. Justificación de la investigación	15
1.5. Limitaciones del estudio	15
1.6. Viabilidad del estudio	16
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	17
2.1. Antecedentes	17
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	17
2.1.2. Antecedentes nacionales	22
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Sectores económicos - Agroexportación	24
2.2.2. Información general del arándano	32
2.2.3. Calidad del fruto del arándano.....	37
2.2.4. Generalidades sobre consumo y tendencia	39
2.2.5. Producción de arándanos en el mundo.....	42
2.2.6. Producción de arándanos en el Perú	46
2.2.7. Factores que impulsan a exportar	50
2.2.8. Análisis del factor Demanda internacional	54
2.2.9. Análisis del factor Precio	61
2.2.10. Análisis del factor Estacionalidad.....	63
2.3. Definiciones conceptuales	64
2.4. Hipótesis	67
2.4.1. Hipótesis General:.....	67
2.4.2. Hipótesis Específicas:	67
2.5. Matriz de consistencia.....	67
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	70
3.1. Diseño metodológico	70

3.2. Población y muestra.....	70
3.3. Operacionalización de variables	74
3.4. Técnicas de recolección de datos y/o información	75
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	82
3.6. Aspectos éticos.....	83
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	85
4.1 Resultados de la investigación	85
4.2 Discusión de resultados.....	100
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS.....	110
GLOSARIO DE TERMINOS.....	115

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS

Figuras

Figura 1. Exportaciones agropecuarias	25
Figura 2. Exportaciones - Participación de Sectores Económicos (Ene - Diciembre 2015)....	29
Figura 3. Evolución de las agroexportaciones	30
Figura 4. Arándano azul.....	33
Figura 5. Arándano negro	34
Figura 6. Arándano rojo.....	34
Figura 7. Dinámica de la producción mundial de arándanos.....	43
Figura 8. Superficie mundial de arándanos en el 2015 (Ha), por zonas	43
Figura 9. Producción de arándanos en Sudamérica -2015	44
Figura 10. Periodo Estacional de producción de arándanos a nivel mundial	46
Figura 11. Perú, producción de arándanos y áreas sembradas.....	48
Figura 12. Mapa de hectáreas de cultivo actual y potencial	49
Figura 13. Factores que impulsan en la internacionalización de la empresa	51
Figura 14. Estacionalidad de la producción mundial y ventana comercial para el Perú	64
Figura 15. Población y muestra de arándanos	71

Gráficos

Gráfico 1. Producto bruto interno por sectores productivos: Agropecuario – Agrícola.....	31
Gráfico 2. Producto bruto interno nacional.....	32
Gráfico 3. FODA del arándano	37
Gráfico 4. Representación de las exportaciones mundiales de arándanos frescos	55
Gráfico 5. Evolución de las exportaciones mundiales de arándanos frescos (2009-2016).....	56
Gráfico 6. Principales países exportadores de arándanos frescos – 2016.....	57
Gráfico 7. Evolución de las importaciones mundiales de arándanos frescos (2009-2016)	57
Gráfico 8. Principales países importadores de arándanos frescos – 2016	58
Gráfico 9. Representación de las exportaciones peruanas de arándanos frescos.....	59
Gráfico 10. Evolución de las exportaciones peruanas en cantidades y valores	60
Gráfico 11. Principales mercados de destino – 2016.....	61
Gráfico 12. Evolución de las exportaciones mundiales de arándanos frescos (2012-2016)....	61
Gráfico 13. Evolución de las exportaciones peruanas de arándanos frescos (2012-2016).....	62
Gráfico 14. ¿Considera la demanda como un factor importante para exportar?	85
Gráfico 15. ¿Existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las exportaciones?.....	86
Gráfico 16. ¿Considera que existe demanda insatisfecha?	86
Gráfico 17. De los países nombrados, ¿Cuál de ellos considera que el Perú debe exportar con mayor interés?.....	87
Gráfico 18. ¿Qué otro mercado considera como una oportunidad para exportar (mercado potencial)?.....	88
Gráfico 19. ¿Considera que la producción de arándanos frescos se destina principalmente a la exportación que al mercado local?.....	88
Gráfico 20. ¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos frescos en su empresa en los últimos 5 años?.....	89
Gráfico 21. ¿Considera que se ha incrementado la oferta exportable peruana de arándanos frescos en los últimos 5 años?.....	90

Gráfico 22. ¿Considera el precio como un factor importante para exportar?	91
Gráfico 23. ¿En qué rango se encuentra el precio que exporta por kg?.....	91
Gráfico 24. ¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar?	92
Gráfico 25. ¿Considera que el precio de exportación del arándano fresco se ha incrementado en los últimos años?.....	93
Gráfico 26. ¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar?	94
Gráfico 27.¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan nuestras exportaciones?	94
Gráfico 28. ¿Considera que el fenómeno “Estacionalidad” que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?.....	95
Gráfico 29. ¿Considera que en los meses donde la estacionalidad nos favorece, el margen de ganancia aumenta?.....	96

Tablas

Tabla 1. Tabla nutricional del arándano	36
Tabla 2. Crecimiento anual de hectáreas en el Perú	47
Tabla 3. Ficha comercial del arándano	54
Tabla 4. Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$/KGR)	62
Tabla 5. Matriz de consistencia	68
Tabla 6. MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima	72
Tabla 7. Volumen, precio y destino de exportación de empresas de la región de Lima.....	73

RESUMEN

La presente tesis está desarrollada con el objetivo de determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima, para ello se utilizó una metodología con un diseño exploratorio cualitativo documental y descriptivo simple.

Este estudio brindará información importante, como el valor positivo de las exportaciones de arándanos, expresado principalmente en el aumento del PBI agroindustrial y manifestado en el crecimiento constante en los últimos años; así como también la oportunidad de aumentar la PEA. Es decir, no sólo contribuye al desarrollo económico del país, sino también fomenta mayores oportunidades laborales, permitiendo una mejor calidad de vida.

Finalmente, con el trabajo de campo, se validaron nuestras hipótesis, confirmando que la demanda internacional, el precio y la estacionalidad son factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

Palabras claves: Arándanos, factores, demanda, precio, estacionalidad.

ABSTRACT

This thesis is developed in order to determine the factors that boost the export of fresh blueberries in the region of Lima, for this purpose, a methodology with an exploratory qualitative documental and descriptive simple design was used.

This study will provide important information, such as the positive value of blueberry exports, expressed mainly in the increase of agroindustrial GDP and manifested in the constant growth in recent years; As well as the opportunity to increase the EAP. In other words, it not only contributes to the economic development of the country, but also fosters greater job opportunities, allowing a better quality of life.

Finally, with the fieldwork, our hypotheses were validated, confirming that international demand, price and seasonality are factors that boost the export of fresh blueberries in the region of Lima.

Key words: Blueberries, factors, demand, price, seasonality.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis está elaborada por egresadas de la Universidad de San Martín de Porres con la finalidad de determinar los factores que impulsan la exportación de arándanos frescos de la región de Lima, ya que en los últimos años la exportación del arándano peruano superó las expectativas, debido al ritmo de crecimiento que tenía la producción de arándanos en el país; para ello se utilizó una metodología con un diseño exploratorio cualitativo, realizando diversos cuestionarios y entrevistas que contribuyan a la validación de tres hipótesis fundamentales, sobre la demanda, el precio y la estacionalidad como factores principales del aumento y/o impulso de las exportaciones de arándanos frescos en los últimos años. Asimismo se utilizó un diseño descriptivo simple, mediante investigación secundaria, documental; debido a que se obtiene información de diversas bases de datos y fuentes secundarias para su respectivo análisis, y valoración de los resultados.

Por otro lado, la investigación se divide en cuatro capítulos, el primer capítulo contiene información sobre la formulación del problema de investigación, objetivos, justificación, limitaciones y viabilidad del estudio.

El segundo capítulo contiene las bases teóricas necesarias para el correcto desarrollo de la presente investigación, así como también se describen las hipótesis para su respectivo análisis y validación de las mismas.

El tercer capítulo señala el diseño metodológico utilizado, la determinación de la población, que en este caso serán las empresas exportadoras de arándanos en la región de Lima; la operacionalización de variables y las técnicas de recolección y procesamiento de los datos y/o información recopilada, mediante los cuestionarios y entrevistas realizadas.

Para finalizar, el último capítulo contiene la validación de los resultados y discusión de los mismos, que conllevan a la formulación de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

La exportación de arándanos frescos se ha convertido en una de las principales exportaciones peruanas del sector agropecuario, Velásquez Tuesta, resaltó el incremento notable de las exportaciones de arándanos en los últimos cuatro años, desde que se lanzó el programa Perú Berries en noviembre del 2011, se empezó casi en cero; luego en el 2012 cerraron con US\$ 465,000 y se dio un gran salto en el 2013, nada menos que US\$ 15.1 millones, luego se duplicó en el 2014 con US\$ 29.2 millones, para concluir en el 2015 con más de US\$ 94 millones. (Sierra Exportadora, 2016)

Esto se da principalmente a la existencia de una gran demanda insatisfecha de berries en el mundo, por ese motivo se exhortó a los productores a seguir apostando por estos cultivos (fresa, frambuesa, arándanos, aguaymanto y cerezas) y responder a la demanda, no solo de volumen, sino también de calidad, diversificando no solo la canasta de productos, sino también los mercados.

Además señaló que el 95% de la producción de arándanos peruanos, es destinado a los mercados internacionales y que son EE.UU., Europa y Hong Kong los principales destinos.

Por otro lado, el gerente general de Sierra Exportadora, Miguel Cordano Rodríguez, estimó que si la producción de arándanos, también llamados blueberries, mantiene su actual ritmo de crecimiento, este año la exportación podría superar los US\$ 200 millones.(EL Comercio, 2016)

Los destinos que se encuentran en constante crecimiento son Estados Unidos el cual se ha convertido en el principal mercado con 328% de crecimiento, los Países Bajos con 268% y al Reino Unido en 214%. La demanda de arándanos en el mercado exterior está en crecimiento, principalmente en Japón, Corea del Sur y China, mercados a los que aún no se accede. (Gestión, 2016)

Debido al gran incremento de la demanda, actualmente en el Perú, hay cerca de 2,400 hectáreas, resaltando la región La Libertad, que representa el 90% de la producción total nacional.

La producción de arándanos se inició en el año 2010 y es que este fruto ocupa el primer lugar en el grupo de las denominadas “súper frutas” y el Perú es el tercer país exportador de este recurso en Sudamérica, señaló Miguel Bentín, copresidente del Primer Consejo Binacional del Arándano entre Estados Unidos y el Perú (USPBC), el cual tiene como objetivo fomentar la cooperación, el comercio bilateral y la inversión del sector agro exportador de arándanos. (Andina del Perú para el mundo, 2016)

Se demuestra que esta “súper fruta” está siendo más demandada por nuevos mercados y nuevos consumidores en todo el mundo, debido a la marcada tendencia por el consumo de productos sanos, ricos en antioxidantes, que mejoren y prolonguen la vida, siendo esta fruta un producto especial, tanto para su consumo en fresco, como procesado. (Sierra Exportadora, 2013)

Por último, la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Magali Silva, señaló que el Perú tiene la capacidad de producir arándanos durante todo el año. No obstante, la estrategia de posicionamiento que se promueve en el sector comercio exterior, es aprovechar mejor nuestra ventana comercial, es decir, exportar en contra estacionalidad. (MINCETUR, 2016)

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuáles son los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Es la demanda internacional un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?
- b) ¿Es el precio un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?
- c) ¿Es la estacionalidad un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General:

Determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer si la demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.
- b) Establecer si el precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.
- c) Establecer si la estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

1.4. Justificación de la investigación

La importancia de realizar la presente investigación radica en que éste permitirá reflejar el valor positivo de las exportaciones de arándanos, expresado, principalmente, en el aumento del PBI agroindustrial, manifestado en el crecimiento constante en los últimos años; así como también la oportunidad de aumentar la PEA. Es decir, no sólo contribuye al desarrollo económico del país, sino también fomenta mayores oportunidades laborales, permitiendo una mejor calidad de vida.

Asimismo, la presente investigación se emite recomendaciones y propuestas para optimizar la oferta exportable, obteniéndose un mayor impacto en el crecimiento económico del país.

1.5. Limitaciones del estudio

Las posibles limitaciones que pueden surgir en la presente investigación, son los factores climáticos, como desastres naturales; factores sociales como las huelgas agrícolas y factores comerciales, como la nulidad de los tratados de libre comercio, que son una de las principales ventanas para las exportaciones peruanas.

Por otro lado, en el estudio de campo se pueden dar las siguientes limitaciones:

- Desconfianza de las empresas exportadoras para brindar información, debido al principio de confidencialidad, lo que dificulta el otorgamiento de una cita.
- Dificultades para establecer contacto con las empresas exportadoras, lo cual involucra tiempo debido a la disponibilidad de la persona a entrevistar.

1.6. Viabilidad del estudio

La viabilidad de la presente investigación se fundamenta gracias a la disponibilidad de bases teóricas e información en diversas páginas web confiables, así como también aportes de las entrevistas otorgadas por especialistas de diversas entidades tanto públicas como privadas, y cuestionarios otorgados por los gerentes de diversas empresas exportadoras de Lima, basándose en su propia experiencia; logrando así la obtención de información relevante, que contribuyó con el análisis del presente estudio.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

Para el desarrollo de la presente investigación, es necesario analizar información teórica tanto nacional como internacional que sirvan como marco y fundamento para el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales se basan en determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima, tales como la demanda, el precio y la estacionalidad.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Según Escadón & Hurtado (2014), docentes de la Pontificia Universidad Javeriana y Universidad del Valle – Cali - Colombia respectivamente; desarrollan en su artículo el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los factores determinantes del desarrollo exportador de las pymes con internacionalización temprana en Colombia?, el cual está estructurado de la siguiente manera: una primera sección donde se hace una breve revisión literaria, basada en las diversas teorías sobre la internacionalización. La segunda sección presenta el modelo conceptual para el estudio y se explican las relaciones entre los constructos hipotéticos en el modelo propuesto. Posteriormente, se presenta la metodología utilizada, la cual es de tipo cuantitativo, donde la base de datos utilizada corresponde a la información del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia de 2010, construida a partir de unas encuestas realizadas por el Centro Nacional de Consultoría (CNC) en 5 ciudades capitales (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), 3 ciudades

capitales de departamento (Santa Marta, Cúcuta y Pasto) y en otros 23 municipios que se seleccionan de forma aleatoria y que se caracterizan por tener una población inferior a 10.000 habitantes.

Luego del respectivo desarrollo, el artículo expone los principales resultados y las conclusiones correspondientes; entre los principales resultados se confirma que la utilización eficiente de los conocimientos del empresario-fundador es una característica destacada de las empresas Born Global (hipótesis 1); además se confirma que los factores internos de la empresa tales como el tamaño de las ventas, las expectativas de crecimiento y de generación de empleo, la inversión en I + D y la percepción de la intensidad exportadora de la empresa están relacionados positivamente con la temprana internacionalización de las pequeñas empresas (hipótesis 2), a su vez, las características del sector económico al cual pertenece una pequeña empresa (hipótesis 3), se encontró que conservan una relación positiva con su proceso de internacionalización temprana, corroborando que el nivel de internacionalización de una empresa Born Global también depende de factores externos a la empresa, tales como el sector al que pertenece, dado que, generalmente, el rápido desarrollo exportador de una empresa naciente depende del impulso que genera la tradición exportadora del sector. Asimismo, se confirma que las características del entorno en el que se encuentran las empresas también ejercen una influencia significativa sobre la internacionalización temprana de las empresas pequeñas (hipótesis 4) y que las capacidades del emprendedor para identificar las oportunidades de negocio se relacionan positivamente con la temprana internacionalización de las pyme (hipótesis 5).

Por último, se concluye en que actualmente son cada vez más el número de jóvenes empresas que deciden exportar en sus primeros años de existencia. Este fenómeno, conocido como

Born Global, cada vez adquiere más auge en el mundo, y Colombia no es la excepción. Por lo tanto, con la finalidad de continuar los estudios de este fenómeno, se realiza este artículo para analizar los factores que contribuyen a la internacionalización de las pequeñas empresas que aún tienen temprana edad.

Por otro lado, Pérez, Guerra, & Dávila, (2016), de la Universidad Autónoma de Nuevo León – México, desarrollan en su artículo el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los factores que impulsan la internacionalización de las pyme manufactureras?, teniendo como objetivo principal determinar si la capacidad instalada de la empresa, la innovación tecnológica de la empresa, los apoyos financieros externos y la asistencia logística gubernamental a la exportación impulsan la internacionalización de las pyme manufactureras.

Para ello, en primera instancia desarrollan el marco teórico correspondiente a cada uno de los conceptos que forman parte del objetivo planteado, posteriormente se elabora sobre el método utilizado el cual fue en base a investigación secundaria, es decir, bibliográfica y documental, mediante el uso de bases de datos de artículos académicos y libros relacionados con el tema; y finalmente se presentaron los resultados y conclusiones del estudio, siendo los resultados que la internacionalización es un proceso por medio del cual las operaciones de la empresa se extienden al exterior del país, el cual se ve materializado a través de la exportación de sus productos o servicios. Además la capacidad instalada es el grado de influencia que tiene la capacidad de producción en exceso, es decir, contar con un colchón de capacidad de tal magnitud que justifique incurrir en los costos hundidos, en el proceso de internacionalización de las pyme. La innovación tecnológica es el grado en el que la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio) o un proceso de producción, en las prácticas internas de la empresa, influye en la

internacionalización de la pyme. Los apoyos financieros es el grado de influencia que tiene la disponibilidad, el acceso y el uso de fuentes de financiamiento externas en la internacionalización de las pyme, y por último la asistencia logística gubernamental para la exportación es el grado de influencia que tienen, en la internacionalización de las pyme, los programas diseñados por parte del sector público para ayudar a las empresas con sus actividades en cada una de las etapas del proceso de exportación.

Se concluye la presente investigación señalando que a partir de la definición de los conceptos anteriores, es necesario llevar a cabo un estudio empírico que provea evidencia sobre la posible relación entre la capacidad instalada de la empresa, la innovación tecnológica de la empresa, los apoyos financieros externos y la asistencia logística gubernamental en la internacionalización de las pyme manufactureras.

Por último, Oscar, (2015), de la Universidad de Deusto Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – ESTE – España, desarrolló en su tesis doctoral el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los factores determinantes del desempeño exportador del Perú?, cuyo objetivo principal es estudiar las variables que explican el desempeño exportador peruano y desarrollar un modelo empírico que relacione variables tanto externas como internas.

Para poder alcanzar el propósito de la investigación, se ha desarrollado una metodología de corte transversal, ya que se trata de un análisis multivariado, donde la data ha sido tomada en un momento determinado, específicamente, entre los meses de diciembre 2013, enero, febrero y marzo del 2014, por lo que la naturaleza de la investigación es establecer relaciones causales entre las variables que se han definido en el capítulo III de su investigación.

Luego del respectivo desarrollo, el artículo expone los principales resultados y las conclusiones correspondientes; entre los principales resultados se tiene que una de las principales contribuciones del estudio es explicar el desempeño exportador a partir del análisis comparativo de los efectos de una variable del entorno, como los PPE, con variables internas, como los recursos y capacidades, desempeño exportador del año anterior, relaciones y la estrategia de la empresa exportadora peruana. Asimismo, se han utilizado herramientas para el análisis de la heterogeneidad de la muestra, cuyo resultado fue el hallazgo de dos clases latentes (grupos), las cuales reflejan diferencias en el comportamiento de la empresa exportadora, medido a partir de las relaciones estudiadas. En vista de que el desempeño exportador del periodo anterior tiene un fuerte impacto en el desempeño exportador corriente, se requiere la identificación y evaluación de las variables que lo generan por parte de los empresarios. En ese sentido, deben tener especial cuidado en analizar las variables explicativas de los resultados, con el fin de corregir y/o potenciar de manera oportuna los factores específicos de los recursos y capacidades organizacionales, así como de la estrategia que no funcionan de manera adecuada. De esa manera, la empresa adopta una posición proactiva.

Por último, se concluye que una de las principales contribuciones de la investigación es evidencia empírica de un país emergente, como es el caso del Perú, y el análisis del desempeño exportador de las empresas peruanas, a partir de la interrelación de factores externos e internos. Para ello, y luego de la revisión de la literatura expuesta en el capítulo segundo, se desarrolló un modelo teórico que analiza la interrelación de factores externos, en este el caso, los Programas de Promoción de Exportaciones – PPE, con factores internos, como los recursos y capacidades de la empresa, los efectos dinámicos del resultado exportador del año anterior y el impacto en el desempeño exportador de la empresa peruana.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Albuquerque, (2014), de la Universidad Privada Antenor Orrego, desarrolló en su tesis para obtener el Título Profesional de Economista, el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los factores que determinaron la demanda internacional del espárrago fresco del Perú en el periodo 1992-2013? , cuyo objetivo principal es demostrar los factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú durante el periodo 1992-2013, fueron el precio del espárrago peruano, precio del espárrago de otros orígenes y los ingresos de los consumidores del exterior.

Para poder alcanzar el propósito de la investigación, se desarrolló una metodología con diseño explicativo y correlacional, buscando determinar mediante funciones matemáticas el efecto en las exportaciones de espárrago fresco peruano, características que corresponden a los consumidores y a las exportaciones de dicho producto.

Luego del respectivo desarrollo, se llegó a la conclusión que la variación del precio de México se relaciona de forma directa con la demanda del producto peruano; un incremento en el precio de México hace que la dirección de la demanda gire en mayor grado hacia Perú y se amplíe la oportunidad de incrementar el volumen de nuestras exportaciones.

Asimismo, Huerta & Cerna, (2015), de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión desarrollaron en su Tesis para optar el título profesional de licenciado en negocios internacionales, el siguiente problema de investigación:¿La identificación de ventajas competitivas se relaciona con las agroexportaciones al mercado de los Estados Unidos de las empresas ubicadas en la provincia Huaral?, cuyo objetivo principal es establecer si la

identificación de ventajas competitivas se relaciona con las agroexportaciones al mercado de los Estados Unidos de las empresas ubicadas en la provincia Huaral.

Para poder alcanzar el propósito de la investigación, se desarrolló una metodología con diseño metodológico de tipo descriptivo correlacional, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, siendo de tipo transaccional.

Luego del respectivo desarrollo, se llegó a la conclusión de que existe correlación entre ventajas competitivas en la dimensión de ventajas de producto y de fijación de precios en las agroexportaciones al mercado de los Estados Unidos de las empresas ubicadas en la provincia Huaral se determinó que existe una correlación positiva, es decir a medida que exista un aumento considerable en las ventajas producto o ventajas de fijación de precios existirá un crecimiento considerable en las agroexportaciones al mercado de Estados Unidos.

Por último, Mendoza, (2014), de la Universidad Nacional de Trujillo desarrolló, en su Tesis para optar el título profesional de economista, el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de Cascas?, cuyo objetivo principal es describir los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de Cascas.

Para poder alcanzar el propósito de la investigación, este estudio se ubica dentro del tipo de investigación aplicada, cuya metodología empleada es el científico (deductivo), asimismo se emplea el método descriptivo para describir los determinantes de la producción y comercialización de uva de la zona de estudio, para llevar adelante el análisis de estudio se

recurrió a la recolección de información, que fue relevante para el desarrollo de la presente investigación.

Luego del respectivo desarrollo, se llegó a las siguientes conclusiones, las condiciones naturales que posee el distrito de Cascas, con un clima predominante, cálido de temperatura, permite la adaptabilidad para el cultivo. Así también el precio de la uva en chacra como en el mercado varía según la oferta siendo la época en que aumenta a partir de junio hasta octubre o noviembre, época que los productores e intermediarios obtienen mayores ganancias. Permitiendo mayor fuente de empleo para el 28% de los pobladores que viven fuera de la zona.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Sectores económicos - Agroexportación

La economía del país ha estado vinculada a las agroexportaciones durante una parte importante de su historia, en la década de 1990 se inicia un nuevo periodo en las agroexportaciones, más amplio y diversificado que los anteriores, ya que entre 1994 y 2014, el valor total de las exportaciones agrícolas pasó de USD 476 millones a USD 5079 millones. El valor de las exportaciones de los productos agrícolas «tradicionales» se multiplicó por 3.4 veces, y por nueve veces el de los «no tradicionales». El principal producto de exportación agrario por valor es el café, seguido por el espárrago y el conjunto de frutales. (Eguren & Marapi, 2015)

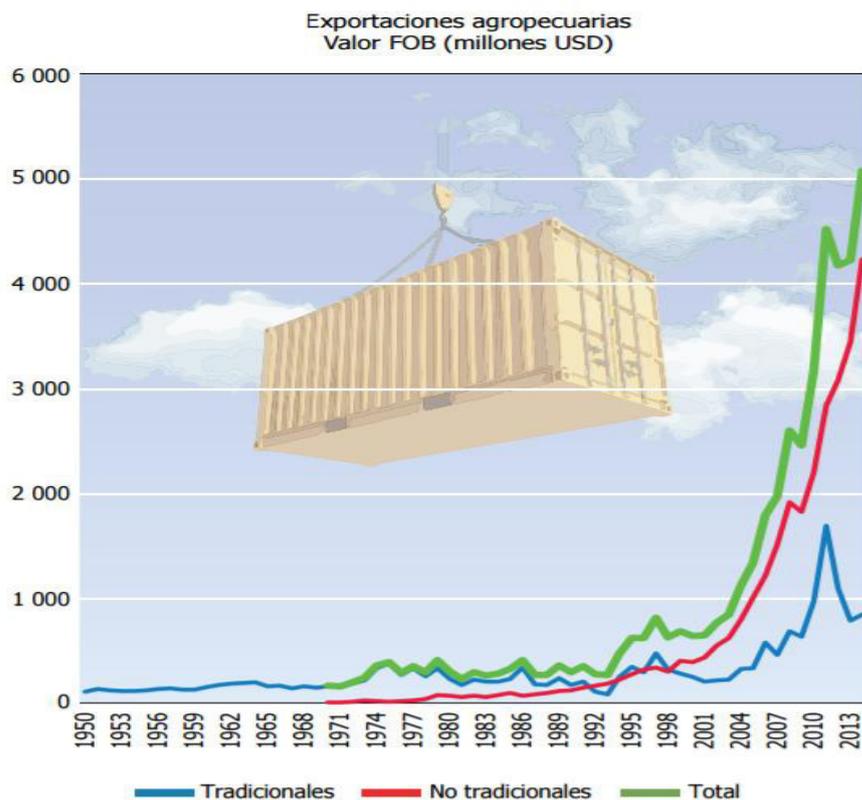


Figura 1. Exportaciones agropecuarias
Fuente:(Eguren & Marapi, 2015)

En la gestación y consolidación de este poderoso sector agroexportador, el Estado ha cumplido un papel decisivo al crear, a lo largo de las dos últimas décadas, favorables condiciones legales (Constitución de 1993; Ley 26505, de tierras; Ley 27360, sobre las normas de Promoción del Sector Agrario, entre otras), económicas (menor tasa de impuesto a la renta; importantes inversiones fiscales), sociales (régimen laboral más flexible y menos oneroso) e institucionales (agencias del Estado al servicio de la Agroexportación Prompex; agregados comerciales; ferias internacionales; delegaciones oficiales; tratados de libre comercio).(Eguren & Marapi, 2015)

Asimismo la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO, (2013), señala que en todos los países en desarrollo, el crecimiento de la población se está transformando en, sobre todo, un fenómeno urbano, con un aumento del papel de la agroindustria como mediador entre la producción de alimentos y el consumo final. Si bien desde hace mucho tiempo la importancia de muchas exportaciones de materias primas ha disminuido, las denominadas exportaciones de alimentos «no tradicionales», en especial frutas, productos hortícolas y pesqueros, además de otras fuentes de proteínas animales, se han transformado en elementos fundamentales de las exportaciones de los países en desarrollo. Ya sea desde el punto de vista del mercado nacional o de las exportaciones, la agroindustria desempeña una función fundamental en la creación de ingresos y de oportunidades de empleo en los países en desarrollo.

Para los países basados en la agricultura, por ejemplo, trasladar las actividades económicas principales desde la puerta de la explotación hacia el sector agroindustrial y sus servicios puede representar una diversificación productiva y conllevar mayores niveles de productividad y de generación de ingresos, así como también una mayor participación del empleo no agrícola en las áreas rurales.

A pesar de que la participación de las exportaciones se ha mantenido constante en los países desarrollados y en desarrollo durante las últimas dos décadas, el comercio agrícola se ha caracterizado por drásticos cambios en la composición de las materias primas. Las exportaciones de productos agrícolas de valor elevado y de alimentos procesados (como frutas, hortalizas y pescados frescos y procesados) se han expandido significativamente, estimuladas por el cambio en los gustos de los consumidores y los avances en las tecnologías de producción, transporte y otras tecnologías de la cadena de abastecimiento.

Además, Vásquez, (2014), especialista Sectorial del BCRP, señala que las exportaciones agrícolas comprenden a las tradicionales y las no tradicionales. Las tradicionales (de larga data) refieren las ventas al exterior de algodón y azúcar desde el siglo XVI, y del café desde 1887, a diferencia de las no tradicionales que fueron incentivadas a fines del siglo XX y que abarcan una amplia gama de frutas y hortalizas, frescas y procesadas.

Las exportaciones agrícolas han mostrado una evolución interesante en los últimos años. Al cierre de 2014, las exportaciones agrícolas registraron un valor de US\$ 5 048 millones, crecieron a una tasa anual de 19,6 por ciento y representan el 13 por ciento del total de exportaciones del país.

Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI, (2017), las exportaciones agrícolas tradicionales sumaron US\$ 843 millones, y crecieron a una tasa anual de 7,4 por ciento. Las exportaciones agrícolas no tradicionales alcanzaron los US\$ 4205 millones, crecieron a una tasa anual de 22,5 por ciento y significaron el 36 por ciento del total de las exportaciones no tradicionales.

El componente no tradicional es más dinámico que el tradicional y su tendencia describe un crecimiento exponencial en los últimos diecisiete años, evidenciando una constante búsqueda para incorporar con éxito productos rentables con alta demanda externa y cada vez con mayor valor agregado. El notable crecimiento del sector agrícola de los últimos años, es el resultado de la confluencia de múltiples factores, entre los cuales se pueden destacar:

- (i) El desarrollo tecnológico, con mejor tecnificación del riego y mejoras en el manejo agronómico y en la gestión agroindustrial.

- (ii) Adecuado trabajo sanitario, control de la mosca de la fruta y establecimiento de protocolos sanitarios por parte del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).
- (iii) Expansión de mercados de destino a través de los Tratados de Libre Comercio (TLC) y promoción de la oferta exportable.

Ese dinamismo de las agroexportaciones, se refuerza con la incorporación de nuevas áreas, 38 mil hectáreas en la irrigación Olmos con plantaciones de hortalizas, cereales y frutales, comercializables en uno y tres años según el período vegetativo del cultivo y con la expansión de métodos de riego tecnificado. Ambas acciones, flexibilizan el calendario de cosechas para atender envíos anticipados con mejores precios. La renovación de plantaciones y la introducción de variedades resistentes a plagas (como en el caso del café afectado por la roya), la ubicación de Perú en el mapa mundial de cacao finos y de “aroma” rescatando variedades originarias de alto valor, también contribuyen a la expansión de la oferta exportadora.

Asimismo, el espíritu emprendedor de los agroexportadores se revela en la continua diversificación de la canasta exportadora. Un ejemplo de ello es la apuesta por los arándanos, con la ampliación de sus áreas de cultivo en La Libertad; éstas pasarán de 200 hectáreas en 2014 a 2 mil hectáreas en 2016 y posiblemente a 3 mil hectáreas en 2018.

Por otro lado, Gerencia de Estudios Económicos (ADEX, 2015) - Inteligencia Comercial, señala que a diciembre 2015, los sectores económicos con mayor participación fueron minería tradicional, con una participación de 53.9% y Agropecuario-Agroindustrias con una

participación de 13.1%, siendo ambos los más representativos de los sectores tradicional y no tradicional, respectivamente, tal y como se muestra en la Figura N° 2.

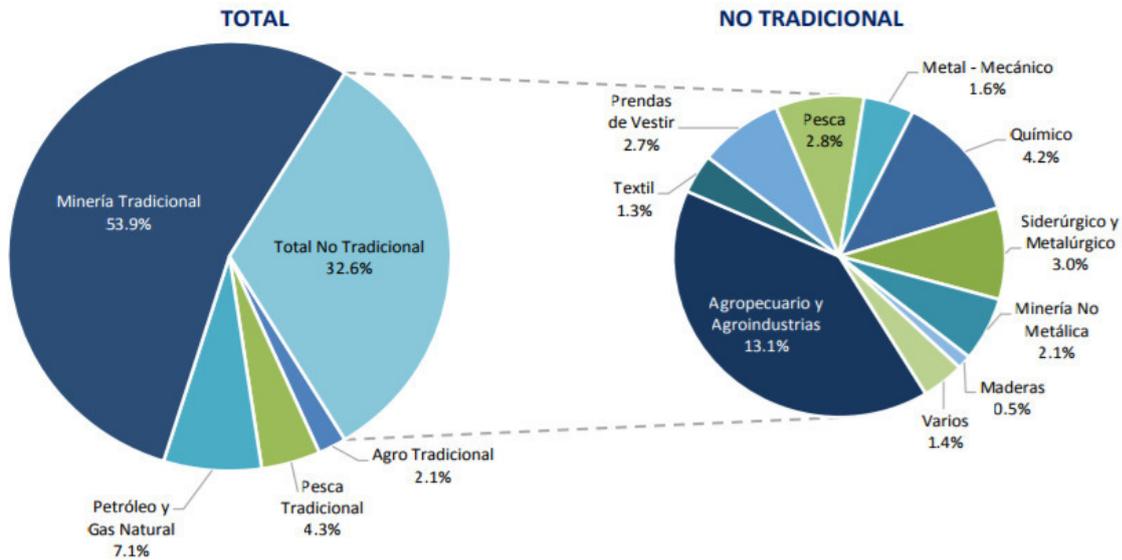
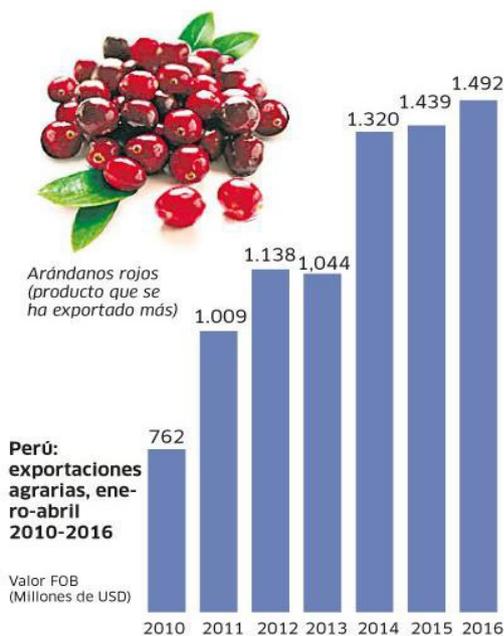


Figura 2. Exportaciones - Participación de Sectores Económicos (Ene - Diciembre 2015)

Fuente: Gerencia de Estudios Económicos ADEX- Inteligencia Comercial, basado en (SUNAT, 2015)

En el periodo de Enero-Abril 2010-2016 el valor de las exportaciones agrarias alcanzaron un valor FOB de 1.492 (millones de dólares), y las exportaciones agrarias no tradicionales alcanzaron un valor FOB de 1.388 (millones de dólares), siendo el arándano rojo el producto que más se exportó. (La República, 2016)

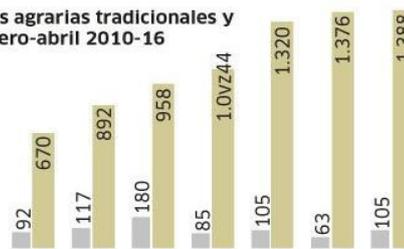
Evolución de las agroexportaciones



PERÚ: exportaciones agrarias tradicionales y no tradicionales, enero-abril 2010-16

Valor FOB (Millones USD)

Ref: ■ Tradicional
■ No tradicional



Principales destinos (valor FOB)

Ref: ■ 2015
■ 2016



Figura 3. Evolución de las agroexportaciones

Fuente: (La República, 2016)

Por otro lado, según el Censo Agropecuario del 2012, el desarrollo de la agroindustria no solamente ayuda a la diversificación económica sino también a la creación de empleo y generación de ingresos. Si bien el Perú es un país económicamente minero, es también un país socialmente agrícola, lo cual encamina a aprovechar e insertar en actividades más productivas a la Población Económicamente Activa (PEA) involucrada en este sector que representa aproximadamente al 25% de la PEA total del país. (Núñez Pazos, 2015)

El sector agrario solo representa el 6% del Producto Bruto Interno (PBI) nacional pero emplea a más del 25% de la Población Económicamente Activa (PEA), lo que lo convierte en el sector productivo con mayor demanda de mano de obra, reportó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú). Asimismo, se resaltó que una de las principales herramientas para promover el desarrollo y crecimiento del sector ha sido la actual normativa laboral de promoción agraria, que ha permitido crear 1.5 millones de nuevos puestos de trabajo en la última década. (Gestión, 2013)

Según Miguel Bentín, para la producción de los arándanos requiere al menos 2.5 veces más mano de obra de cosecha que el espárrago, lo cual es un buen indicador de generación de empleo. (Bentín, 2014)

Por lo tanto, la exportación de arándanos es fuente de empleo y creación de oportunidades laborales para muchos ciudadanos.

El Perú ha avanzado mucho en los últimos años en materia de agroexportación, y esto contribuye al aumento del PBI agroindustrial, y por ende del PBI nacional, tal y como se muestra en los siguientes gráficos:

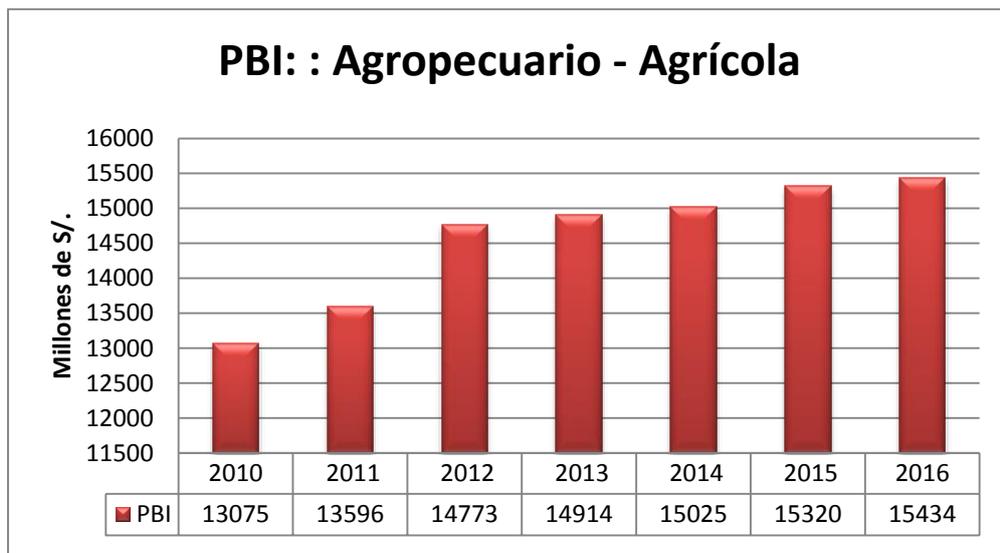


Gráfico 1. Producto bruto interno por sectores productivos: Agropecuario – Agrícola
Fuente: Elaboración propia, basada en el (BCRP, 2016)

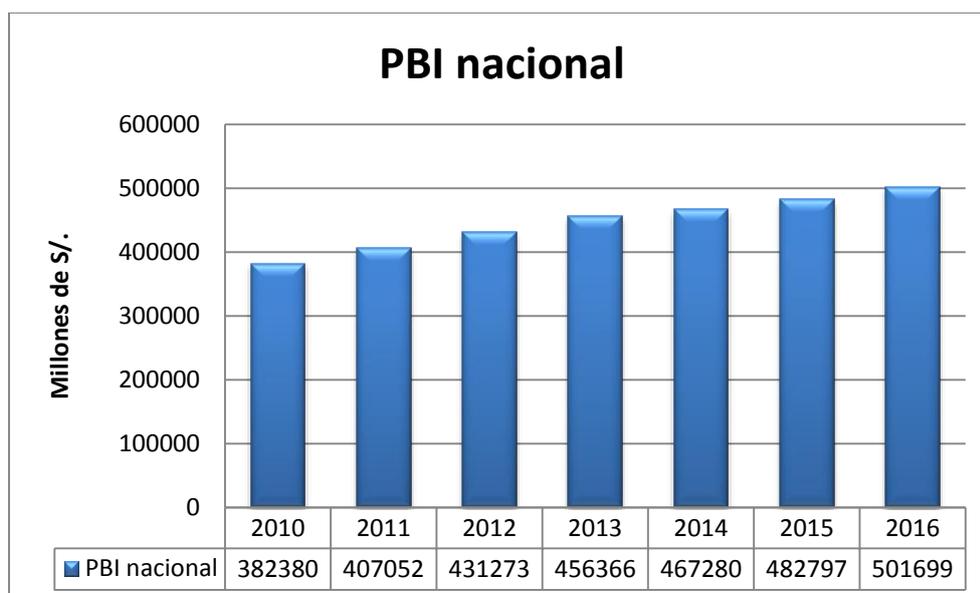


Gráfico 2. Producto bruto interno nacional
 Fuente: Elaboración propia, basada en el (BCRP, 2016)

2.2.2. Información general del arándano

El arándano es una baya originaria de América del Norte, donde crece en forma silvestre. Generalmente se cultivan dos tipos de arándano: Lowbushblueberry (*Vacciniumangustifolium*) que comprende las especies más pequeñas y Highbushblueberry, también conocido como el arándano azul (*Vacciniumcorymbosum*) que abarca los arbustos más grandes, dentro de los cuales se encuentran muchas variedades comerciales.

Son arbustos que alcanzan alturas que van desde unos pocos centímetros hasta 2,5 metros, sus hojas son simples y caedizas, su forma varía de ovalada a lanceolada, se distribuyen en forma alterna a lo largo de la ramilla, los estomas están ubicados exclusivamente en el envés de las hojas en densidades de hasta 300 por mm cuadrado.

El fruto es una baya redondeada, de 7 a 9 mm de diámetro, de color negro azulado, cubierta de pruina azul y con un ribete en lo alto a modo de coronita, su carne, de un agradable sabor agridulce, es de color vinoso, y en la parte central contiene diversas simientes. Las variedades Biloxi, Misty y Legacy, son las que mejor se adaptan en el Perú.

Asimismo, existen 3 tipos principales de arándanos frescos, los cuales son:

- Arándano Azul (*Vacciniumcorymbosum*): Crece en la zona Noreste de Estados Unidos, se caracteriza por sus hojas caducas, que adquieren un tono escarlata, al llegar el otoño, es un arbusto de aspecto vertical, que alcanza 1.8 metros de altura, con flores rocosas e inflorescencias péndulas de color rosa palo pálido. Destaca por sus frutos de color negro – azulado, bastantes grandes y sabrosos, es la especie más ampliamente cultivada.



Figura 4. Arándano azul
Fuente: (Sierra exportadora, 2013)

- Arándano Negro / Arándano Uliginoso (*Vacciniumuliginosum*), Se encuentra en el hemisferio norte, por lo que es muy importante y abundante en el nivel del mar, en zonas de regiones más frías de Europa, Asia y América, hasta más de 3000 metros en las montañas del sur de estas regiones. Se trata de un arbusto que difícilmente el medio metro de altura, siendo 15 o 20 cm, su altura habitual, crece en suelos ácidos de la tundra, zonas pantanosas y bosques de coníferas. Sus frutos son negros con pulpa

blanca y sus flores rosa pálido, florece en primavera y fructifica en verano. No se suele cultivar, aunque se recogen los frutos en forma silvestre.



Figura 5. Arándano negro
Fuente: (Sierra exportadora, 2013)

- Arándano Rojo (*Vaccinium vitis-idaea*): Es otro tipo de arándanos cuyos frutos se suelen recoger de las plantas silvestres. Crece en la zona norte de Europa, América, Asia y en las montañas del hemisferio norte. Normalmente, aparece formando un bultopor debajo de los árboles de 10 y 30 cm de altura, aunque es muy similar al ráspero, se diferencian porque las flores de este último, son rosadas mientras que este arándano presenta tonos rosados y estambres incluidos dentro de la corola. Los frutos son redondeados y rojizos y aparecen a finales de otoño, su sabor es muy ácido por lo que se utiliza fundamentalmente en la elaboración de compotas y mermeladas.



Figura 6. Arándano rojo
Fuente: (Sierra exportadora, 2013)

El arándano es considerado un alimento funcional, presenta altas perspectivas de crecimiento en el mercado internacional, debido a sus características nutricionales, pues contiene una gran cantidad de antioxidantes, a continuación se detalla los principales beneficios y propiedades de este fruto:

Beneficios:

- Muy rico en Vitamina C
- Buena fuente de fibra, potasio, hierro y calcio
- Gracias a sus propiedades está considerado como un buen: antioxidante, antibiótico, desinflamatorio y desinfectante.
- Ayuda a prevenir infecciones de vejiga ya que evita la acumulación de ciertas bacterias relacionadas con infecciones en el tracto urinario.
- Ayuda a prevenir o disolver los cálculos en los riñones.
- Funciona para el tratamiento de ciertas úlceras estomacales.
- Reduce el denominado colesterol malo.
- Medicina natural para la salud de los ojos.
- Puede disminuir el riesgo de enfermedades en las encías y estomacales.
- Permite mejorar la circulación sanguínea, gracias a sus propiedades vasodilatadoras, antiagregantes, antihemorrágicas y fortalecedoras de los capilares.
- Reduce riesgo de sufrir enfermedades cardíacas.
- Retrasa el envejecimiento, es decir permite frenar la senilidad de las personas mayores.
- Ayuda a controlar el estreñimiento.

Propiedades:

Las hojas del arándano contienen cantidades importantes de tanino, quercetina, arbutina, ácido químico; y una sustancia amarga, la ericolina, a la que se atribuyen propiedades glucosídicas, pero que, según otros, no es sino la arbutina misma. En estado fresco, las hojas contienen 64mg. de vitamina C, y como tres veces más cuando están secas.(Sierra y Selva exportadora, 2017)

Asimismo, se analiza los componentes nutricionales que contiene esta fruta, en aproximadamente 100 gramos de sustancia comestible:

Tabla 1. Tabla nutricional del arándano

Información Nutricional (100g)	CANTIDAD
Calorías	57 kcal
Proteínas	0.74 g
Grasas	0.33 g
Carbohidratos	14.49 g
Fibra alimentaria	2.4 g
Vitamina C	9.7 mg

Fuente: Elaboración propia basada en(Sierra y Selva exportadora, 2017)

Finalmente se presenta el FODA de esta fruta:

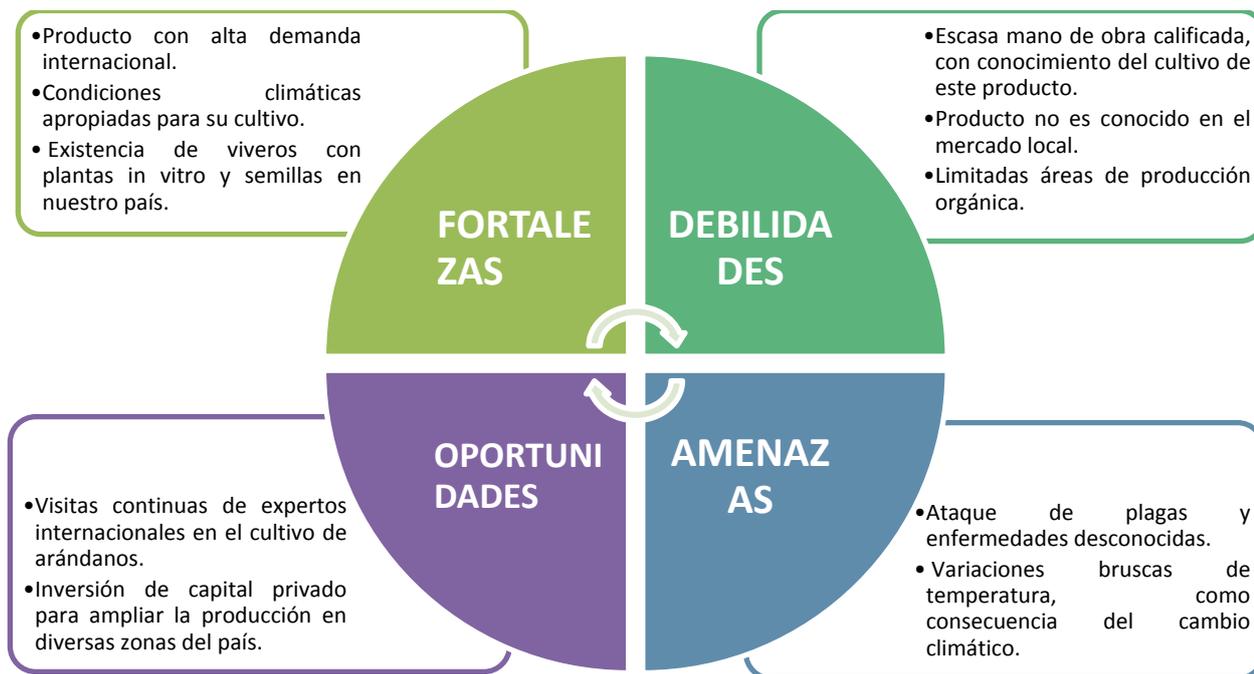


Gráfico 3. FODA del arándano

Fuente: Elaboración propia, basada en (Sierra exportadora, 2013)

2.2.3. Calidad del fruto del arándano

Ministerio de agricultura y riego, (2016), señala que la calidad está definida por una serie de factores agrupados como calidad visible, calidad organoléptica y calidad nutritiva. La calidad visible se refiere a la apariencia de la fruta, la cual en arándanos se define como:

- (i) Un fruto de color azul uniforme
- (ii) Presencia de cera en la superficie de la fruta (conocida como bloom) que el consumidor relaciona a una fruta fresca
- (iii) Ausencia de defectos como daño mecánico y pudriciones
- (iv) Forma y tamaño de la fruta
- (v) Fruta con firmeza adecuada.

La calidad organoléptica está determinada por un contenido adecuado de azúcares, ácidos y compuestos volátiles responsables del aroma característico de la fruta. Por lo tanto, todas las operaciones de pre cosecha y post cosecha deben ir orientadas a maximizar la llegada de un producto de calidad hasta el consumidor. Los índices de calidad normalmente usados por la industria de fruta fresca son: color, tamaño, forma, ausencia de defectos, firmeza y sabor.

El cómo desarrollarse en un mercado en el que la aparición de competidores y nuevos mercados ha obligado a subir la calidad, es una de las claves para el futuro del arándano nacional.

Para la exportación de arándanos en el Perú, el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) tiene al Servicio nacional de sanidad agraria (SENASA) quien emite y/o aprueba los requisitos fitosanitarios para el tránsito internacional por territorio peruano y la exportación de los mismos, dicha entidad coordina con las entidades reguladoras de cada país para cumplir con los requisitos. Es por ello que todos los lugares de producción y emparadoras que procesan arándanos frescos para exportación deben estar certificados por el SENASA.

Ejemplos de entidades que emiten requisitos fitosanitarios:

- Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS (Servicio de Inspección de Animales y Plantas) que pertenece al Ministerio de Agricultura de Estados Unidos (USDA).
- Food and Drug Administration - FDA (Administración de Alimentos y medicamentos)- EEUU

- Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ, por sus siglas en inglés). Esta entidad representante en China.
- Canadian Food Inspection Agency (CFIA), que pertenece a Canadá.
- Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento – MAPA de Brasil

PROMPERU (2017) De igual forma existen certificaciones voluntarias para la exportación, entre las cuales tenemos:

- Global G.A.P.
- HACCP - BRC Global Standard for Food Safety issue 7
- Safe Quality Food Program - SQF
- Fair Trade

2.2.4. Generalidades sobre consumo y tendencia

Según todas las características descritas del arándano principalmente el alto nivel de vitaminas, minerales y antioxidantes, que son elementos beneficioso para la salud, y que ayudan a prevenir enfermedades, es el principal motivo por el cual la demanda de arándanos se sigue incrementando en a nivel mundial, principalmente en Estado Unidos, siguiendo con la tendencia de consumir alimentos saludables.

El arándano o blueberry se consume tradicionalmente en Norteamérica (EE.UU. y Canadá), y algunos países europeos como así también en Japón.

Estados Unidos es el principal productor, consumidor, exportador e importador de arándano del mundo y constituye un megamercado de más de 275 millones de consumidores con una tasa de natalidad anual de alrededor del 1% y un crecimiento en las expectativas de vida de sus habitantes.

El arándano aparece en forma silvestre en diversas regiones de Norteamérica y Europa desde hace siglos, está incorporado a la dieta habitual de canadienses, estadounidenses y europeos, quienes la consumen como fruta fresca, deshidratada o congelada, en comidas dulces o saladas, y en aplicaciones industriales tan diversas como productos farmacéuticos, colorantes, pastelería, jugos concentrados, purés, mermeladas, salsas, helados, yogurts, golosinas, conservas, etc.

En Norteamérica, su popularidad en el consumo ha logrado que se cultive desde comienzos del 1900, en lugares tan distantes y distintos agroclimáticamente como Canadá y los estados de Arkansas, California, Carolina del Norte, Florida, Georgia, Louisiana, Massachusetts, Michigan, Mississippi, Nueva Jersey, Oregón, Texas y Washington en Estados Unidos.

En 1997 estos estados participaron proporcionalmente de la producción norteamericana de arándano de la siguiente forma: Michigan (41%), Nueva Jersey (22%), Oregón (13%), Georgia (7%), Carolina del Norte (5%), Washington (5%) y el resto (7%).

La tendencia de consumo del arándano y otras berries (frambuesas, moras, zarzas), es creciente en Norteamérica, Canadá y algunos países europeos por la incorporación progresiva del concepto de la alimentación sana y natural y porque a este tipo de frutas se las vincula con su origen silvestre.

Los norteamericanos comienzan a consumir esta fruta desde muy jóvenes. En todos los supermercados siempre está disponible el Blueberry Buckle de la Gerber Products Company; un alimento muy popular para bebés que consiste en un puré compuesto por arándano y tapioca.

Según un estudio realizado por US Highbush Blueberry sobre la tendencia del consumo de arándanos, el 73% de las personas estadounidenses ven los arándanos como una parte de su dieta y de su estilo de vida y dedican tiempo y energía a entender la composición nutricional de los alimentos que contienen estos frutos. Se espera que su compra de este tipo de productos, tanto frescos como congelados, aumente un 5% durante el año en curso.

Asimismo, en Estados Unidos, a principios de los 90 el consumo per cápita estaba en torno a los 250 gr/habitante y año, y hoy en día está próximo a los 800 gr/habitante. Además del continente americano los mayores consumos se sitúan en Europa, Alemania sola supera los 950 gr/persona. Reino Unido, Alemania y Holanda juntas superan los 450 gr/persona por año, aunque en el caso de España, donde el arándano es aún un fruto poco conocido y de difícil acceso, se ha pasado de 0.5 gr/habitante, en menos de diez años a 5 gr.

Respecto a las perspectivas para la próxima década, se espera que la demanda mundial de arándanos se triplique, debido a que en todas las regiones del mundo está aumentando su consumo por los beneficios que brinda a la salud señaló el director de Desarrollo de Negocios y Negocios Internacionales de Fall Creek Farm & Nursery, CortBrazelton.

“En Europa Continental el consumo de este berry crece por encima de 25% al año, en Canadá aumenta 15%, en Estados Unidos 13%,...”.

El representante de Fall Creek Farm & Nursery, destacó los mercados potenciales para el arándano. Al respecto, manifestó que entre Estados Unidos y Canadá hay 140 millones de consumidores de dicha fruta, en Europa hay potencial para 380 millones de consumidores, quienes están dispuestos a pagar precios altos, pero por productos de calidad, mientras que en China hay grandes oportunidades porque es imposible que ellos mismos abastezcan su mercado. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016)

2.2.5. Producción de arándanos en el mundo

Según las últimas cifras disponibles en la base de datos de la FAO (FAOSTAT) al año 2013, la evolución de la producción de arándanos muestra una tendencia creciente, aunque muy poco dinámicas en los primeros años. En el año 2000 se registra un volumen de producción de 257 mil toneladas y hasta el 2005 se observa un limitado crecimiento (0,6% promedio anual) registrando un volumen de 265 mil toneladas. En los siguientes años la producción se eleva en un 6%, registrando un volumen de 334 mil toneladas en el 2009. (Ministerio de agricultura y riego, 2016)

Esta situación va mejorar a partir del 2010, cuando la tasa de crecimiento promedio anual se eleva a un 9,1%, con un volumen de producción de 324 mil toneladas y alcanzar las 420 mil toneladas en el 2013, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

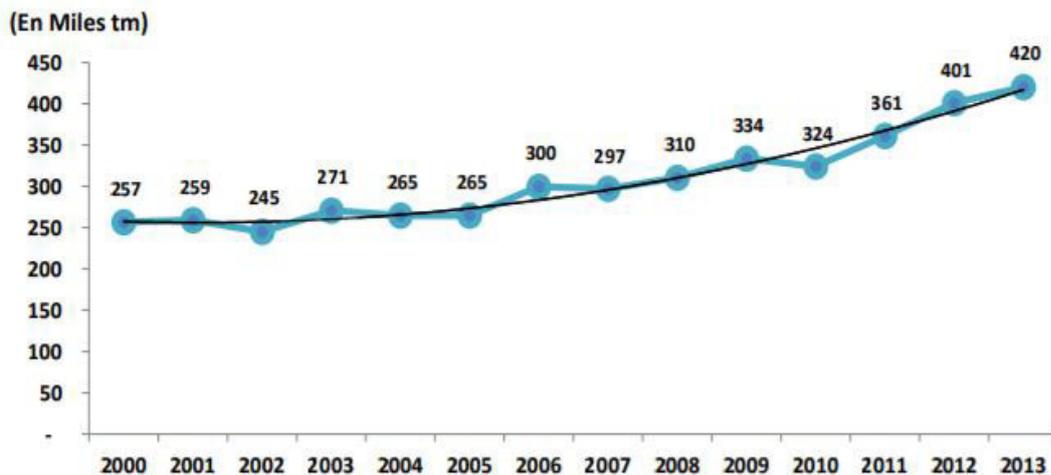


Figura 7. Dinámica de la producción mundial de arándanos
 Fuente: Ministerio de agricultura y riego, basado en la (FAO, 2016)

La situación mundial de arándanos al 2015, de acuerdo a las zonas, se distribuye de la siguiente manera: Norteamérica cuenta con 52,103 hectáreas, siendo así el principal productor, seguido de Sudamérica con 18,551 ha, Asia con 14,152 ha, Europa con 10,245 ha y por último Oceanía y África con 1,836 ha y 1,106 ha respectivamente. (Ver Figura N° 8)

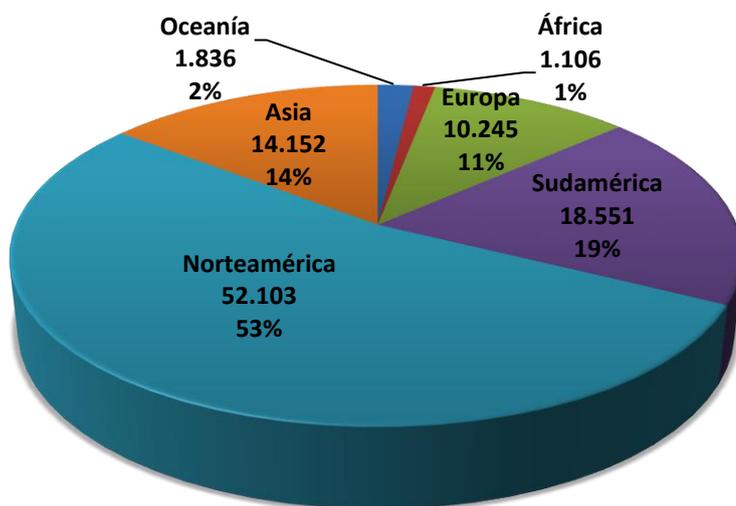


Figura 8. Superficie mundial de arándanos en el 2015 (Ha), por zonas
 Fuente :Elaboración propia

Entre los principales países productores de arándano, destacan Estados Unidos y Canadá, que participan con el 56,9% y 25,9% respectivamente del total producido en el año 2013.

La producción de arándanos en Sudamérica al 2015 esta liderada por Chile que tiene 15,560 ha que representa 135,000 toneladas, seguida por Argentina con 2700 ha que representa 21,000 toneladas. Por su parte, Perú cuenta con 1300 ha que representa 4000 toneladas y se ubica como el tercer productor de Sudamerica. Finalmente, Brasil, Colombia y Ecuador tienen 150 ha, 40 ha y 15 ha respectivamente. (Vasquez, 2015)

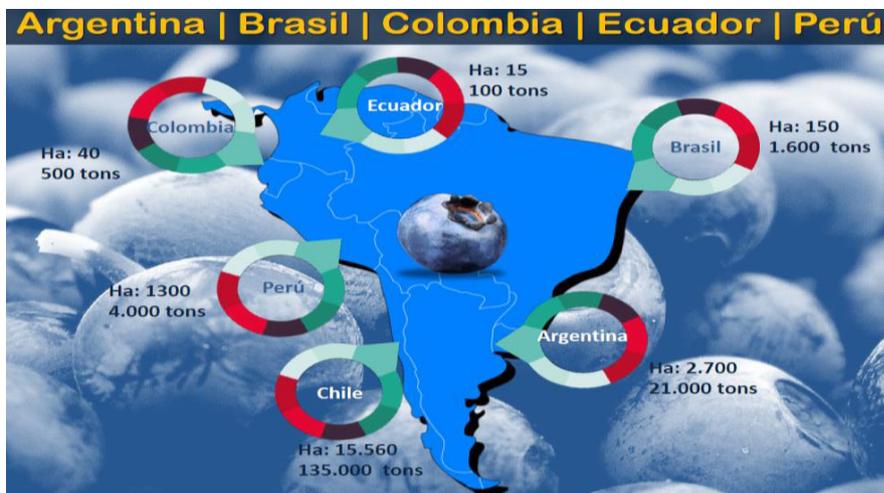


Figura 9. Producción de arándanos en Sudamérica -2015

Fuente: (Vasquez 2015)

En el transcurso de los últimos años la comercialización de arándanos frescos ha cambiado considerablemente, lo cual permite encontrar la fruta durante todo el año, debido a la expansión del cultivo en los diversos países, tanto del hemisferio norte como del sur (lo que se conoce como producción de fruta en contra estación) y, por otro, al avance en las técnicas de conservación, que ha hecho posible que la fruta pueda viajar durante muchos días en perfectas condiciones sin mermas de calidad.

Como se puede ver en la Figura N° 10, la producción mundial del arándano es un círculo cerrado, lo que permite, junto con la agilidad del transporte, tener fruta fresca todo el año, en cualquier parte del mundo. Comenzando por el hemisferio sur, en el mes de septiembre se inicia la cosecha en las zonas de clima cálido, como son Uruguay y Argentina, cuya producción se prolonga de septiembre a noviembre, para continuar con Chile, Australia, Nueva Zelanda y África del Sur, que cubren el período de noviembre a abril, fundamentalmente. Todos estos países del hemisferio sur, con poca tradición de consumo, destinan sus producciones a la exportación, hacia América del norte y Europa fundamentalmente, para su consumo en fresco. Cuando la temporada está llegando a su fin en este hemisferio, se inician en el hemisferio norte las cosechas tempranas en las zonas cálidas de Marruecos en África (febrero-abril), Huelva (España) en Europa (marzo-junio) y en algunos Estados del sur de EEUU, como Florida, Georgia, California etc. (marzo-junio). Se continúa con la cosecha de verano a otoño en la cornisa Cantábrica (España), centro-norte Portugal, Francia, Italia, Alemania, Polonia etc., durante los meses de junio a octubre. De igual forma, en esta misma época, se produce en numerosas zonas de América del norte y Canadá, como Maine, New Jersey, Michigan, Oregón, Columbia Británica etc.

Desde el punto de vista económico, el periodo más interesante se ubica cuando la oferta del producto fresco es menor y se consiguen mejores precios. Este período dura desde mediados de agosto a mediados de octubre, cuando la producción en los países de Centro Europa se reduce, y las importaciones procedentes del hemisferio Sur (Argentina principalmente) aún no han alcanzado su mayor volumen.

En el Perú, dada la diversidad de climas existentes se puede producir arándanos durante todo el año, sin embargo el grueso de la producción anual se centra entre los meses de setiembre a

con relación a 2015). Lo cual refleja la enorme expectativa que este cultivo ha generado en el país y que muestra el crecimiento promedio anual de las áreas sembradas en un 68%.

Tabla 2. Crecimiento anual de hectáreas en el Perú

PERÚ	AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	HA	10	400	700	1900	2500	3200

Fuente: Elaboración propia, basada en (Sierra Exportadora, 2016)

El 90% de la producción total de arándanos se concentra en el departamento de La Libertad, seguido por Lambayeque, Ica, Lima, Ancash y Cajamarca que representan el 10% restante de la producción. (El comercio, 2016)

La evolución de la producción nacional durante los años 2012 al 2016, se estima en un 144,5% de crecimiento promedio anual, explicado por las nuevas áreas sembradas y paralelamente por el incremento del rendimiento de las plantas de arándano que van entrando en producción a partir del segundo año, hasta alcanzar su madurez a partir del 8° o 9° año y mantener un rendimiento constante en los siguientes diez años. En ese sentido, en el 2012 el volumen de la producción nacional fue de 560 toneladas, pero al 2013 esta producción casi se triplica con 1668 toneladas, en el año 2014 se incrementa en casi un 80% respecto al año anterior, con un volumen de producción de 3000 toneladas. Sin embargo, el crecimiento más relevante se aprecia en el 2015 cuando alcanza un volumen de producción de 10300 toneladas, que es el reflejo de las mayores áreas sembradas que van entrando en producción y representan un 243% de incremento respecto al año 2014. Duplicando para el 2016, con una producción de aproximadamente 20 000 toneladas, que representa un 94% de aumento con relación al 2015.

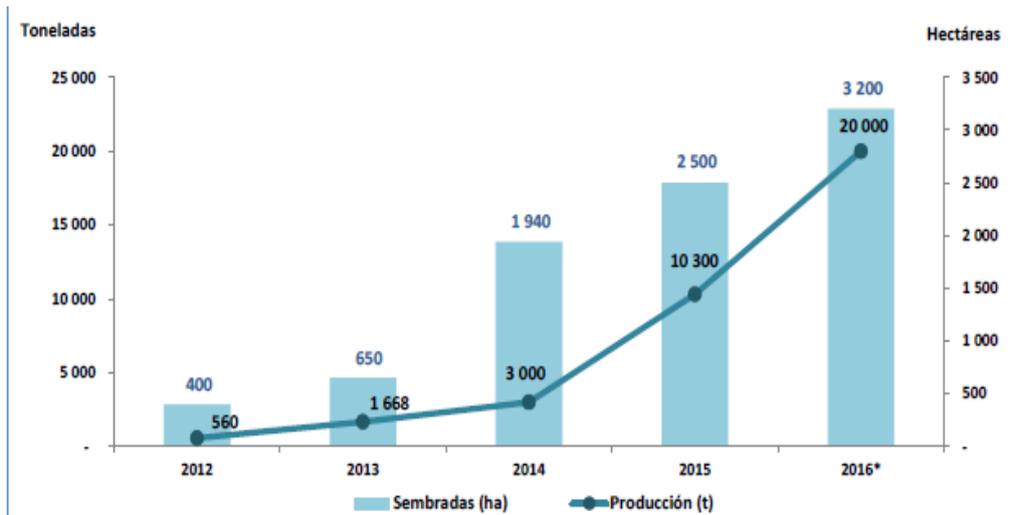


Figura 11. Perú, producción de arándanos y áreas sembradas
 Fuente: (Sierra Exportadora, 2016)

Debido a los microclimas que favorecen al Perú, se puede determinar áreas potenciales para la producción de los arándanos en diferentes regiones, tales como Lambayeque y La Libertad con un 1000 hectáreas potenciales, seguidos por Ancash, Arequipa y Cusco con 500 hectáreas potenciales. (Ver Figura N° 12)

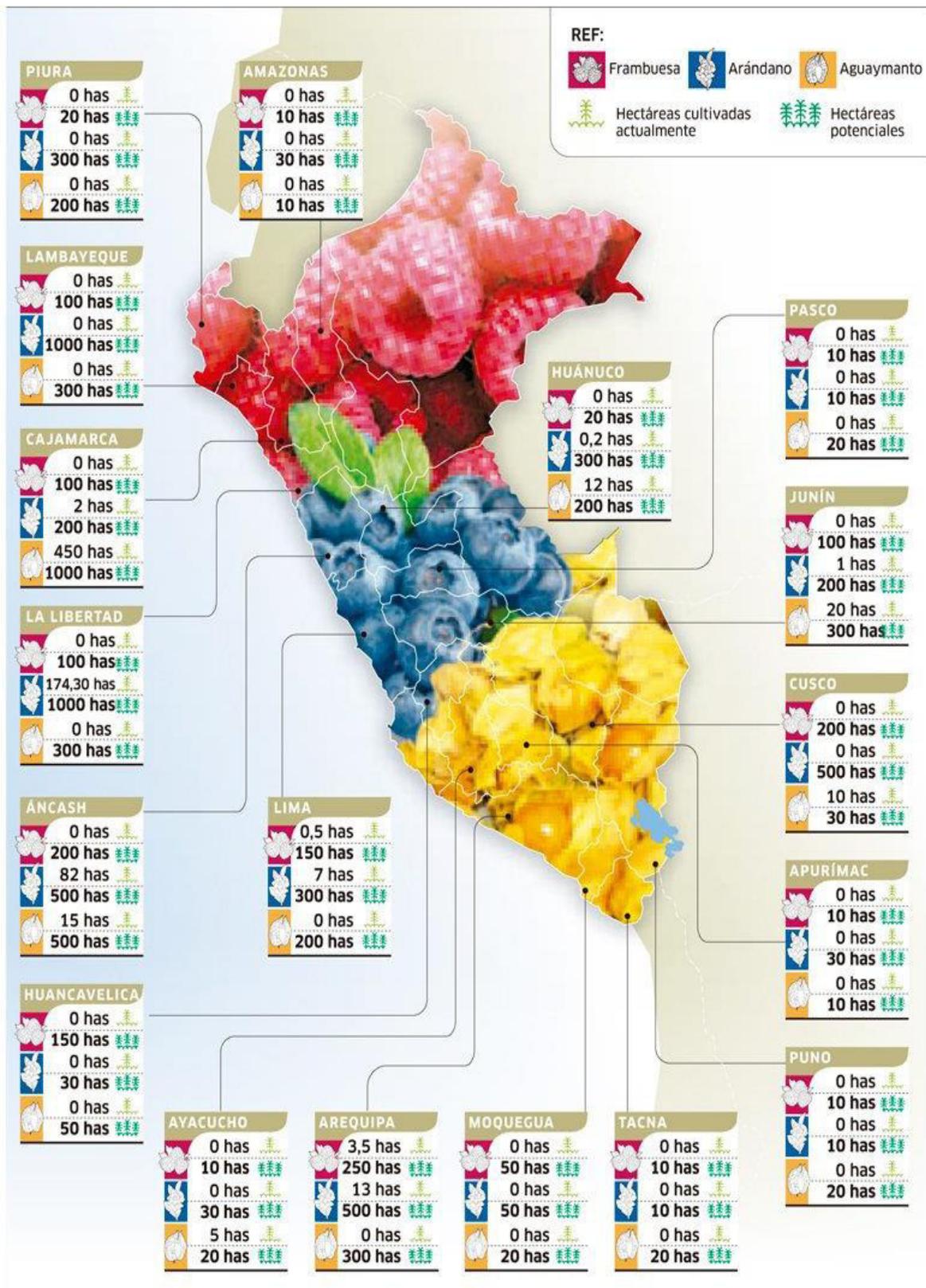


Figura 12. Mapa de hectáreas de cultivo actual y potencial
 Fuente:(La Republica, 2014), basado en Sierra Exportadora

2.2.7. Factores que impulsan a exportar

El proceso actual de globalización conduce a la investigación de los nuevos paradigmas que rigen a las empresas, y uno de los aspectos más relevantes presentados en este proceso de globalización es la internacionalización de la empresa, reconocida como la entrada de las empresas a mercados extranjeros, con el firme objetivo de contribuir al crecimiento de su empresa, la generación de valor y el desarrollo económico de un país.

Bajo ese contexto la naturaleza verdaderamente compleja, dinámica y multidimensional del comportamiento internacional de la empresa da lugar al surgimiento de muchas teorías que intentan explicar este fenómeno. El primer enfoque se encuentra conformado por las teorías que se basan en la perspectiva económica, centradas en el análisis de las operaciones internacionales de la empresa multinacional, a través de variables relacionadas con los costos y ventajas económicas de la internacionalización. El segundo enfoque lo conforman las teorías de la internacionalización desde una perspectiva de proceso, que conciben dicha internacionalización como un proceso en el que se incrementa el aprendizaje gracias a la acumulación de conocimientos y al aumento de recursos que garantizan la permanencia en los mercados exteriores. El tercer enfoque se centra en la perspectiva estratégica, y prueba que el éxito de la internacionalización depende de la integración de los recursos de las empresas en redes, y de su adaptación a ambientes internacionales, explicando lo anterior a través de la teoría de redes y de la teoría de capacidades organizacionales.

Sin embargo, se analiza un nuevo enfoque de la internacionalización de las empresas, conocido como el fenómeno del Born Global, que son empresas internacionales de reciente creación, las cuales se internacionalizan en los 2 primeros años de existencia y esto se construye a partir 6 grupos de factores determinantes de la internacionalización temprana de

pequeñas empresas o fenómeno Born Global, tales como: características del emprendedor (fundador), factores internos de la empresa, características del sector, características del entorno regional, recursos y capacidades e innovación. (Escadón & Hurtado, 2014)

Por otro lado, Jiménez, (2015), Magister en la Economía de la empresa, por la Universidad Autónoma de Barcelona, España; señala que existen 5 factores que en mayor medida han potenciado el desarrollo del proceso de internacionalización de las PYME, bajo la siguiente figura:

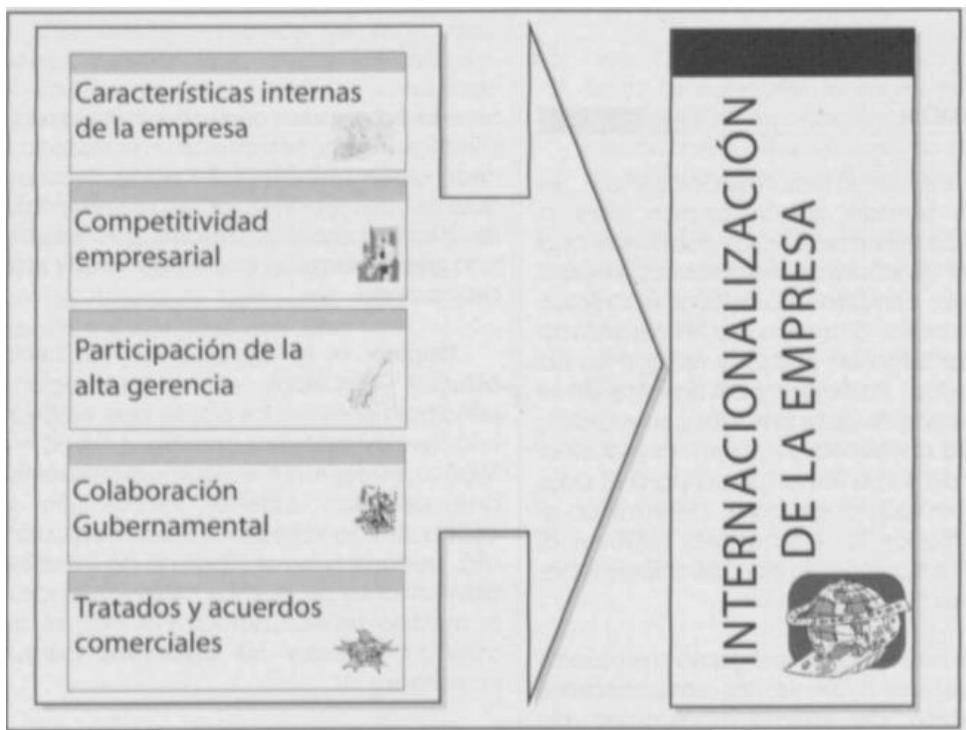


Figura 13. Factores que impulsan en la internacionalización de la empresa
Fuente: (Jiménez, 2015)

Las características internas hacen referencia a que los canales de distribución, la ubicación, las ventas, el acceso a proveedores y mano de obra calificada. La competitividad hace referencia a que la adaptación del producto y calidad, principalmente en la atención al cliente, constituyen elementos que impulsan considerablemente al proceso de internacionalización de

las mismas. La colaboración gubernamental es de suma importancia para las pyme, ya que mediante asistencia técnica y financiera, y promoción de programas de colaboración estratégica se podrá impulsar al desempeño exportador de las industrias. La participación de alta gerencia es un factor determinante en el presente proceso, ya que la actitud favorable de la dirección hacia los negocios internacionales tiene como consecuencia una mayor propensión exportadora; por último, los tratados comerciales, constituyen también uno de los elementos de mayor importancia en el proceso de internacionalización, ya que se pueden aprovechar plenamente las ventajas de la apertura comercial y asegurar su presencia en terceros países, asimismo sirven como detonante de las operaciones de las empresas en los mercados exteriores e incide directamente en el desarrollo continuo del proceso de internacionalización.

Asimismo, el Dr. Vázquez, (2010), consultor de negocios en Puerto Rico, señala que un factor importante y de apertura al comercio global es la práctica de la política pública y legal que tiene un país. Es de suma importancia conocer el sistema político y económico de un país, ya que a través de dicha gestión se podrá observar cómo es su movimiento legal.

El factor cultural es vital en el desarrollo del comercio global. La cultura es decisiva, ya que describe una sociedad, y nos brinda un diagrama claro de sus valores y comportamiento como sociedad. Los ciudadanos de un estado tienen tradiciones que son trascendentales y tienen un gran peso a la hora de expansión de un mercado. Muchos productos o servicios son exitosos en un país y en otros hasta pueden resultar en un fracaso, por lo tanto, la cultura es un indicativo importante, ya que arroja luz de las preferencias y creencias del mercado prospecto. La fuerza económica y la influencia geográfica son otros factores a considerar sobre el comercio global, los mismos tienen un carácter imprescindible y considerable en la toma de

decisiones. Cuando se analiza la economía de un país prospecto para hacer negocios se tiene que tomar en cuenta los cuatro principios económicos tales como: tierra, trabajo, capital y recursos. Estos principios van enlazados con la influencia geográfica y demográfica de un país y nos da una idea de las ventajas y desventajas que tiene ese estado; dentro de estos factores encontramos la relación de la balanza de pagos del país en cuestión el Producto Interno Bruto, la tasa de fuerza laboral, incluyendo el nivel de desempleo y costo y estilo de vida. La localización geográfica es imprescindible en el movimiento de productos, ya sean importados o exportados, dependiendo del tipo de transporte utilizado.

Los factores y objetivos que promueve el comercio global van enlazados unos con otros para la función vital de la operación de negocios internacionales. Las empresas buscan la maximizar sus ganancias, las cuales deben de hacerse con responsabilidad social y respetando los parámetros políticos, legales, culturales y económicos de cualquier país del mundo.

Por último, Moral & Lanzas, (2008), autores de “La exportación de aceite de oliva virgen en Andalucía: Dinámica y factores determinantes” de la Universidad de Jaén, elaboran el estudio en mención, con la finalidad de analizar la dinámica exportadora protagonizada por las empresas oleícolas andaluzas durante la última década, para ello analizan los siguientes factores: la demanda mundial de aceite de oliva virgen, en donde se examina: 1. La evolución reciente del consumo de aceite de oliva en el mundo, que se compara con la trayectoria seguida por la producción; 2. La exportación de aceite de oliva virgen en Andalucía, en donde se analiza los volúmenes exportados, la producción del mismo por sectores, según la estacionalidad del producto; y 3. Las condicionantes en la estrategia exportadora de las empresas oleícolas andaluzas, la cual depende de las capacidades de su sistema empresarial, tradicionalmente, partiendo de la consideración de mercados altamente estandarizados, la

competitividad de la producción ofertada por una región en el mercado mundial depende de la disponibilidad de recursos y del uso eficiente de los mismos, que determinan mínimos costes de producción y un precio competitivo.

En base a los diferentes factores mencionados anteriormente, es que se procederá a analizar para la presente investigación, solo tres factores importantes sobre la exportación de arándanos frescos: la demanda internacional, el precio y la estacionalidad.

2.2.8. Análisis del factor Demanda internacional

Para analizar la demanda de este fruto es necesario primero determinar la partida arancelaria del mismo, para ello se elaboró una ficha comercial, la misma que contiene principalmente el nombre comercial, partida, breve descripción del producto, presentaciones, zonas de producción local, entre otros.

Tabla 3. Ficha comercial del arándano

Nombre Comercial	Arándanos rojos, arándanos azules (blueberry), Vaccinium corymbosum
Partida arancelaria	0810400000: ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS
Descripción del producto	Vaccinium es un género de arbustos que incluye a diferentes especies llamados arándanos. Tiene un sabor agrio y a la vez es un poco dulce.
Presentaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Frescos - Congelados - Deshidratados - Jugos - Enlatados - Mermelada Generalmente en cajas.
Origen	Norteamérica, Estados Unidos

Zonas de producción local	<ul style="list-style-type: none"> - Ancash - Arequipa - Ica - Cajamarca - La Libertad (Zona de mayor producción) - Lambayeque - Lima - Piura
Composición/Propiedades	<p>Contiene un alto valor en antioxidante según el USDA (Departamento de agricultura de Estados Unidos). Además, contiene vitamina C para fortalecer las defensas y antocianina para mejorar los problemas de la vista.</p>

Fuente: Elaboración propia, basada en (Sierra exportadora, 2013)

Es importante resaltar que del total de las exportaciones mundiales de frutas frescas en general, el arándano fresco representa el 6%, con una cantidad total exportada de 434 mil toneladas para el 2016.



Gráfico 4. Representación de las exportaciones mundiales de arándanos frescos
Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Asimismo, las exportaciones mundiales de arándano fresco muestran un comportamiento sostenidamente crecientes, con una tasa de crecimiento promedio anual de 13%. Sin embargo, en el 2016 el incremento fue de 23% respecto al año anterior (434mil toneladas).

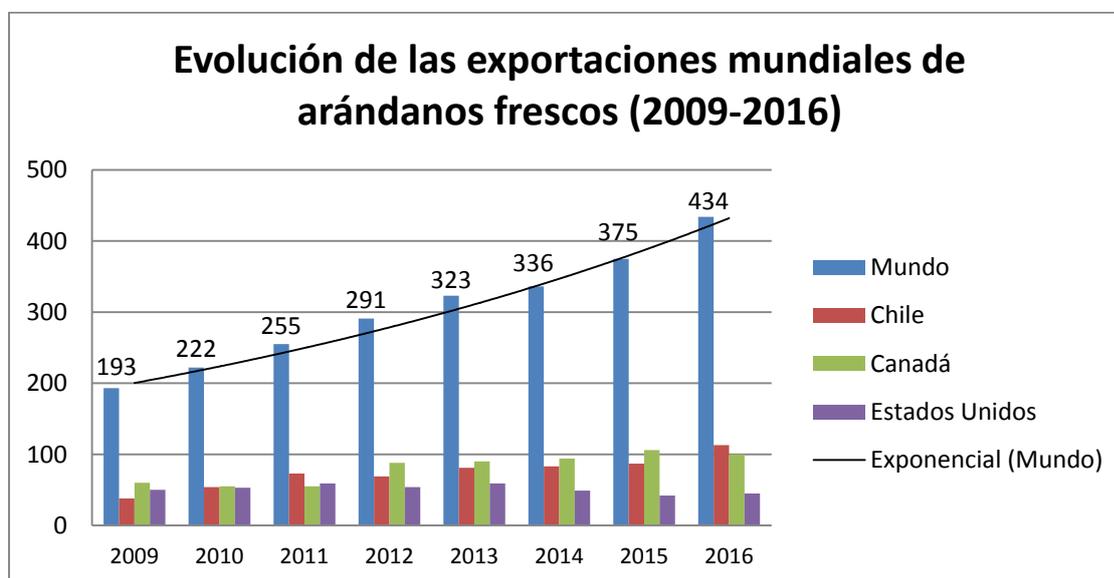


Gráfico 5. Evolución de las exportaciones mundiales de arándanos frescos (2009-2016)

Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Es de destacar que este crecimiento no solo se debe al importante comportamiento de los principales países exportadores, sino que a este proceso mundial se han incorporado año tras año nuevos países, en la medida que el incremento de los precios del arándano ha hecho rentable nuevos proyectos de desarrollo de éste cultivo. En ese sentido, en el 2008 alrededor de 59 países se dedicaban a las exportaciones en mayor o menor volumen, pero al 2015 se eleva a 73 el número de países dedicados a las exportaciones de arándanos.

Asimismo, los principales países exportadores en el año 2016, son Chile con un 29.6% de participación, seguido por España con un 12.5%, Perú ocupando el tercer lugar con un 10.4%, desplazando a Estados Unidos, Países bajos y Canadá con un 8.4, 7.7 y 7.2% respectivamente.

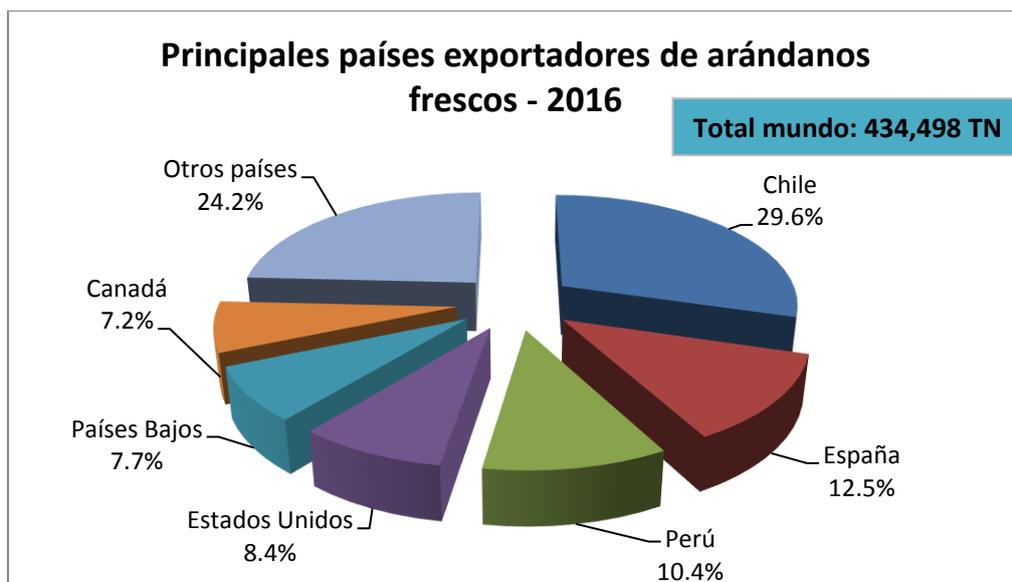


Gráfico 6. Principales países exportadores de arándanos frescos – 2016

Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Por otro lado, el comportamiento de las importaciones de arándanos es sostenidamente creciente en el tiempo, con una tasa promedio anual de 16%, nos muestra un mayor dinamismo que la evolución de las exportaciones debido a la mayor presión de la demanda mundial por este fruto. En el 2009 el volumen importado fue de 188 mil toneladas, pero en el 2016 el volumen importado ha registrado las 431 mil toneladas.

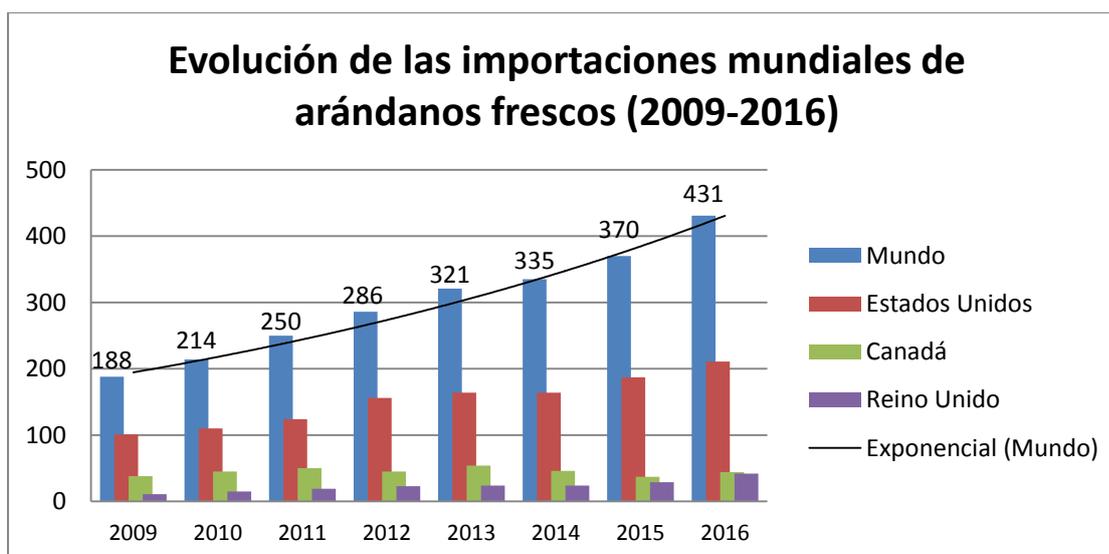


Gráfico 7. Evolución de las importaciones mundiales de arándanos frescos (2009-2016)

Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Asimismo, los principales países importadores de arándanos frescos son Estados Unidos con una participación del 39.2%, Reino Unido con 13.5%, Países bajos con 8.1%, seguido por Canadá, Alemania y China, con una participación del 7.6, 5.9 y 3.1% respectivamente.

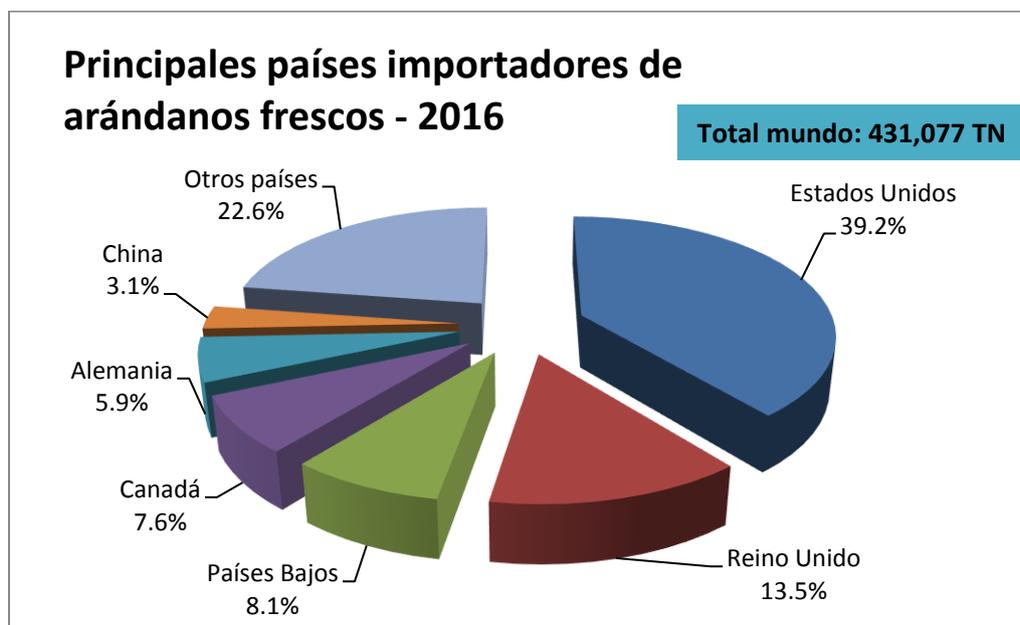


Gráfico 8. Principales países importadores de arándanos frescos – 2016
Fuente: Elaboración propia, en base a ITC-TradeMap 2017

Por otro lado, del total de las exportaciones peruanas de frutas frescas en general, el arándano fresco representa el 42%, con una cantidad total exportada de 27 mil toneladas para el 2016, lo cual refleja la importancia de seguir apostando por esta fruta, ya que genera ingresos económicos al país, rentabilidad y oportunidades laborales.



Gráfico 9. Representación de las exportaciones peruanas de arándanos frescos
Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Las exportaciones de arándanos en el Perú inician su crecimiento en el 2013, cuando se exporta 1513 toneladas, volumen que refleja un incremento de 3350% respecto al año 2012. Este volumen, en términos de valor alcanza US\$ 17 mil dólares, con 3697% de crecimiento. En el siguiente año 2014, las exportaciones aumentan en un 76% registrando un volumen de 2899 toneladas, que representa un valor de US\$ 30 mil dólares. Durante el 2015 se aprecia un gran salto de las exportaciones, aumenta en 289% en términos de volumen 10,210 toneladas, mientras que en términos de valor éste alcanza la cifra de US\$ 95 mil dólares (+244% respecto a 2014). Duplicando el monto para el 2016 con un volumen registrado de 27,240 toneladas, que representa un valor de US\$ 237 mil dólares (+148% respecto al 2015).

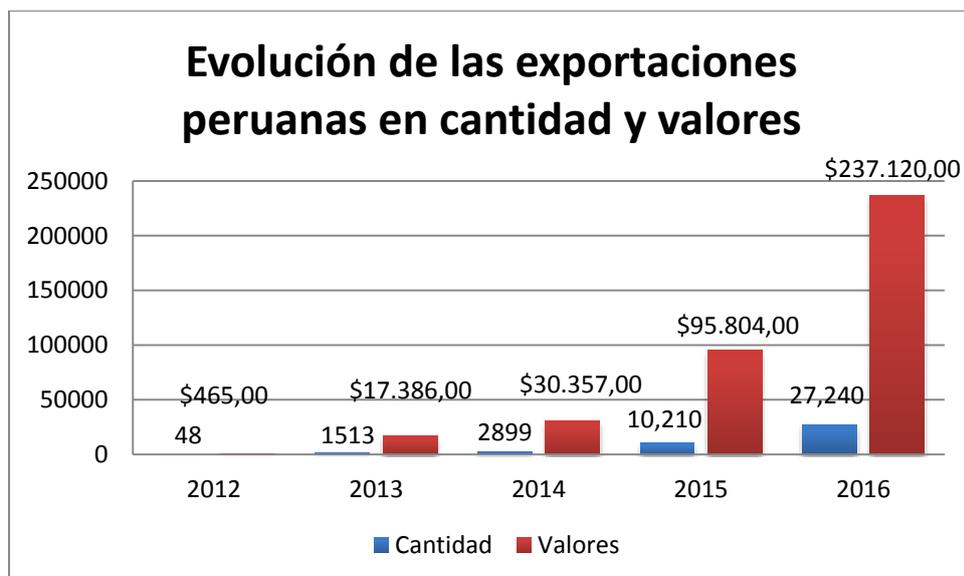


Gráfico 10. Evolución de las exportaciones peruanas en cantidades y valores
 Fuente: Elaboración propia, basado en ITC-TradeMap 2017

Los mercados de destino de las exportaciones de arándanos, se han venido diversificando año tras año, de 5 mercados en el 2010 y 2011, a 7 mercados en el 2012, 16 mercados en el 2014, 20 mercados en el 2015 y 27 mercados en el 2016. Todos los mercados de destino se encuentran ubicados en el Hemisferio Norte, lo cual nos indica que Perú exporta básicamente en aquellas temporadas que éstos mercados no cuentan con producción local.

Entre los principales mercados de destino se encuentran Estados Unidos con un 55.0%, Países Bajos 24.4%, Reino Unido con un 12.4%, seguidos por Canadá, Hong Kong, China y España con un 2.0, 1.7 y 1.2% respectivamente.

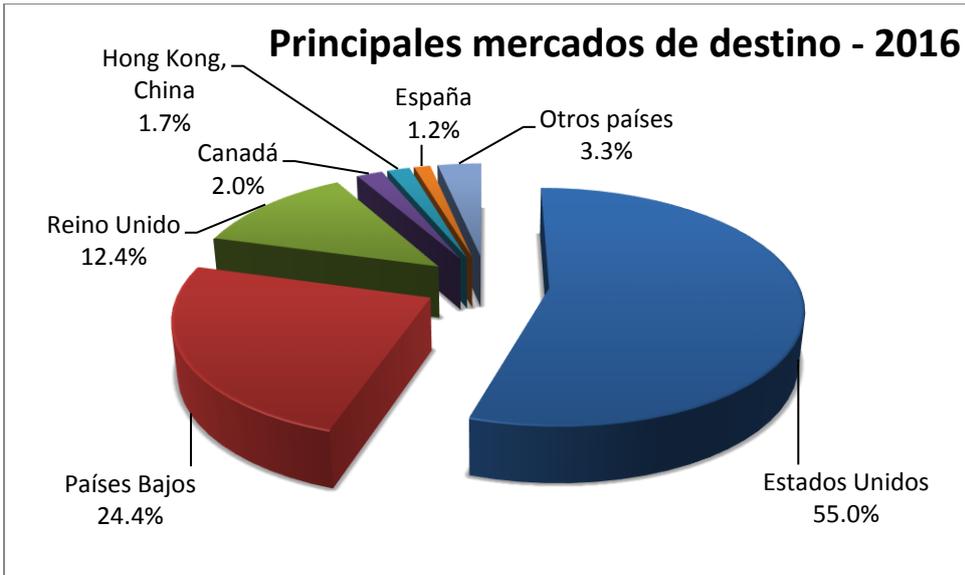


Gráfico 11. Principales mercados de destino – 2016

Fuente: Elaboración propia, basado en ITC-TradeMap 2017

2.2.9. Análisis del factor Precio

Las exportaciones de arándanos frescos han aumentado significativamente en términos de valores en los últimos años, presentando un valor exportado de \$2, 285,141.00 en el 2016, lo cual representa un 22% más con respecto al año anterior. (Ver Gráfico N°10)



Gráfico 12. Evolución de las exportaciones mundiales de arándanos frescos (2012-2016)

Fuente: Elaboración propia, basado en ITC-TradeMap 2017

Asimismo se analiza la evolución de las exportaciones peruanas en valores US\$, el cual refleja una tendencia creciente, con un valor total exportado de US\$ 237,120 en el último año 2016 (+148% con respecto al año anterior).

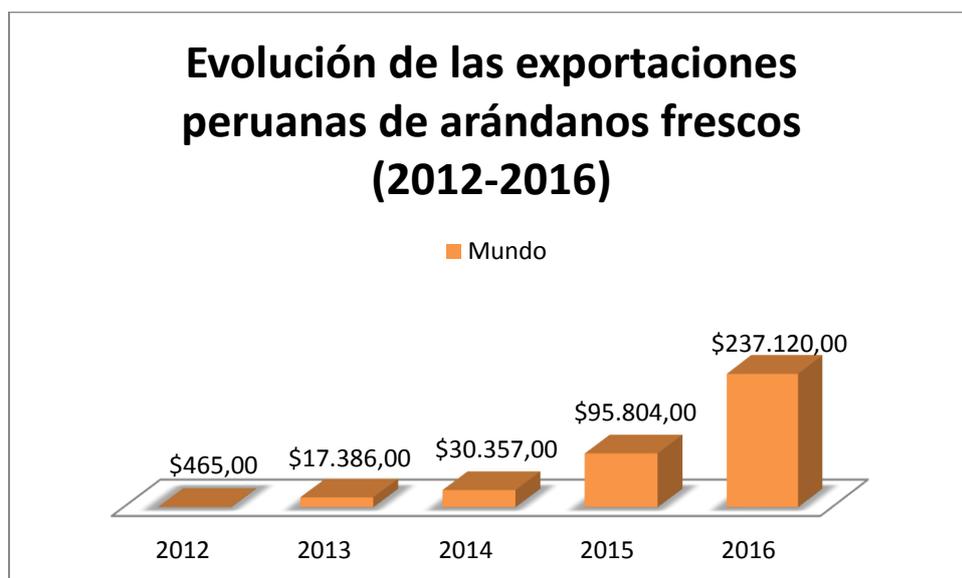


Gráfico 13. Evolución de las exportaciones peruanas de arándanos frescos (2012-2016)
Fuente: Elaboración propia, basada en ITC-TradeMap 2017

Por otro lado, se muestra los precios FOB referenciales en kilogramos (US\$/KGR), expresados en dólares (\$) en los últimos dos años, siendo el precio FOB promedio de \$9.56 por kilogramo.

Tabla 4. Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$/KGR)

2016												2015											
DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
5.40	7.33	11.15	12.51	9.43	4.48	11.81	10.72	8.78	10.13	7.09	5.74	6.91	9.94	11.14	11.64	9.34	6.57	8.56	9.30	7.55	10.90	6.73	6.22

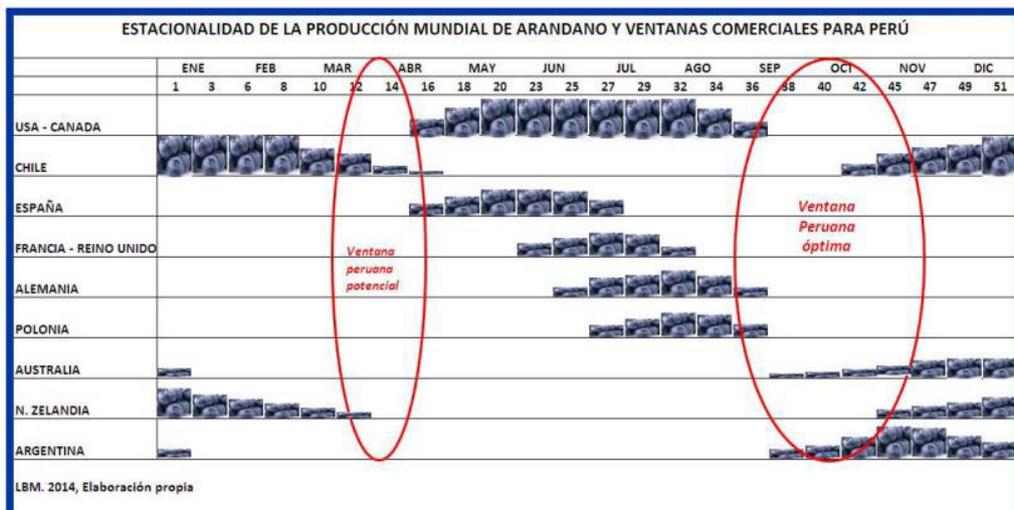
Fuente: Elaboración propia, basada en (SIICEX, 2017)

2.2.10. Análisis del factor Estacionalidad

Estados Unidos es el país líder en la producción de arándanos del mundo junto a Canadá, lo que representan en conjunto el 90% de la producción total de arándanos a nivel mundial, seguida por Chile, Argentina, Nueva Zelanda, Sudáfrica y Asia y otros que representan el 10% restante de la producción.

“Entramos en una temporada en la que prácticamente son escasos los países que lo producen y hay mucha demanda en Estados Unidos y Europa. El 50% de los arándanos son destinados al primero y el 30%, al segundo; la diferencia (20%) se divide entre Asia y Centroamérica. Otros países como Chile empiezan la cosecha en noviembre, cuando nosotros ya estamos a medio camino. Tal vez el único país latinoamericano que podría ser un competidor importante es México, porque puede producir casi en los mismos momentos y está empezando a coger cada vez más mercado, sobre todo, el de los Estados Unidos”. (Parodi, 2016)

En el Perú, se tiene producción de arándanos para los 12 meses del año, pero para que se exporte la producción de arándanos inicia en el periodo de setiembre y noviembre, tiempo en el cual Chile y Argentina aún no tienen producción alguna y en el que Estados Unidos y Europa terminan su cultivo.



Ventana Potencial de Oferta Peruana : se estima entre semana 10-15

Ventana Óptima de Oferta Peruana: se estima entre semana 35-47

Figura 14. Estacionalidad de la producción mundial y ventana comercial para el Perú
Fuente: (Sierra Exportadora, 2014)

El Perú ante esto tiene una ventaja competitiva respecto al resto, ya que gracias a la estacionalidad se tiene producción para poder ofrecer al mercado a un precio más alto. Por ello, tiene la oportunidad de cubrir la demanda del hemisferio norte (EEUU, Canadá y algunos países de Europa) cuando la oferta es limitada. (Benavides, 2015)

2.3. Definiciones conceptuales

A continuación, se procede a definir algunos términos básicos relacionados con el presente trabajo de investigación, los mismos que son:

- a) **Agroexportación:** es la fase final y la de mayores exigencias de la producción agropecuaria, a la que se debe brindar especial atención. En una economía global se compete en todos los mercados y las demandas de los consumidores en cada mercado exigen que la calidad, oportunidad, precio y forma de presentación de los productos, entre otras exigencias, satisfagan sus deseos, que de no ser atendidas

convenientemente conllevan al fracaso de cualquier proyecto de exportación.
(Universidad Nacional Agraria La Molina, 2005)

- b) **PBI:** se define como el valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un periodo determinado mensual, trimestral, anual. Para fines contables, no se calculan los bienes intermedios sino solo los finales para evitar la duplicación de valores. La producción puede medirse de tres formas distintas: sumando el valor agregado de todas las unidades de producción, sumando los gastos de los consumidores (menos importaciones) o sumando todos los ingresos recibidos por los agentes económicos. En teoría las tres metodologías deberían arrojar el mismo resultado. (Gestión, 2014)

- c) **Factor:** se define el factor como un elemento o causa que actúa junto con otros. (Real Academia Española, 2016)

- d) **Demanda:** la demanda en economía como cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Real Academia Española, 2016)

- e) **Precio:** se define como valor pecuniario en que se estima algo. Así también en la economía denomina el precio como la cantidad de dinero que la sociedad debe pagar a cambio de un bien o servicio. (Real Academia Española, 2016)

- f) **Estacionalidad:** la estacionalidad como relación de dependencia con respecto a una estación del año. Del mismo modo en términos de producción son las condiciones que deben presentar ciertos productos para desarrollarse sin ningún problema, ya que el

clima puede ser un favor importante que determina la eficiencia de la cosecha. (Real Academia Española, 2016)

- g) PEA:** Son todas las personas en edad de trabajar que en la semana de referencia se encontraban trabajando (ocupados) o buscando activamente trabajo (desocupados).(Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, 2016)
- h) Competencia:** la competencia como disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo. De igual forma puede definirse como la situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.(Real Academia Española, 2016)
- i) Tendencia:** se define la tendencia como propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines. Es decir factores que pueden marcar rasgos que permiten establecer una relación ser constante a través de un periodo de tiempo.(Real Academia Española, 2016)
- j) Producción:** se define la producción como la suma de los productos del suelo o de la industria. Creación de un bien o servicio por medio de diversos factores que permiten atender una demanda. (Real Academia Española, 2016)
- k) Hectáreas:** Medida de superficie equivalente a 100 áreas o 10 000 metros cuadrados (m²). (Real Academia Española, 2016)

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General:

Existen diversos factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

2.4.2. Hipótesis Específicas:

- a) La demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.
- b) El precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.
- c) La estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

2.5. Matriz de consistencia

Tabla 5. Matriz de consistencia

TITULO DE LA TESIS: FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS FRESCOS DE LA REGIÓN DE LIMA					
MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	CATEGORÍAS	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?	Determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima	Existen diversos factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima	Factores	<ul style="list-style-type: none"> • Exportaciones de arándanos frescos • Demanda internacional • Precio • Estacionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cualitativo • Alcance: Explicativo, descriptivo simple • Tipo: Básica (Genera conocimiento) • Diseño: No experimental • Unidad de investigación: Veinte (20) MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		Indicadores	Fuentes de información
¿Es la demanda internacional un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?	Establecer si la demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima	La demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima	Demanda internacional	<ul style="list-style-type: none"> - Exportaciones peruanas en cantidades por países, en el último año. - Cantidades exportadas de Perú en los últimos 5 años. - Empresas comercializadoras de arándanos frescos en la región de Lima. - Exportaciones mundiales en cantidades por países (número de toneladas métricas) en el último año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tesis internacionales y nacionales • Artículos • Páginas web de Entidades Públicas • Documentos de páginas web • Entrevistas a profundidad • Cuestionarios estructurados

<p>¿Es el precio un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?</p>	<p>Establecer si el precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima</p>	<p>El precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima</p>	<p>Precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Exportaciones peruanas en valores (\$) por países, en el último año. - Valores exportados de Perú (\$) en los últimos 5 años. - Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.
<p>¿Es la estacionalidad un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima?</p>	<p>Establecer si la estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima</p>	<p>La estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima</p>	<p>Estacionalidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producción de arándanos frescos en Perú. - Estacionalidad de la producción peruana. - Empresas productoras de arándanos frescos en la región de Lima.
				<ul style="list-style-type: none"> - Producción mundial de arándanos frescos. - Estacionalidad de la producción mundial.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1. Diseño metodológico

La presente investigación utiliza un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo y un alcance explicativo, a través de hipótesis causales, realizando estudios exploratorios, teóricos e históricos, con la finalidad de determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en un mercado específico como son las MYPES exportadoras de arándanos de la región de Lima.

Asimismo, se realizó una investigación descriptiva simple, recolectando información a través de fuentes primarias, utilizando dos instrumentos principales como son las entrevistas y el cuestionario estructurado a un determinado grupo de personas, y fuentes secundarias a través de la información obtenida de SUNAT, INEI, TradeMap, SIICEX, entre otros.

3.2. Población y muestra

La población determinada para la presente investigación son: “Las MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima”, para ello se aplica el método del embudo, el cual nos lleva de lo general a lo específico, considerando diversos criterios de inclusión y exclusión que contribuyen a la delimitación poblacional.

- Que exporten frutas frescas
- Que exporten arándanos frescos
- Que sean empresas ubicadas en la región de Lima

- Que sean MYPE

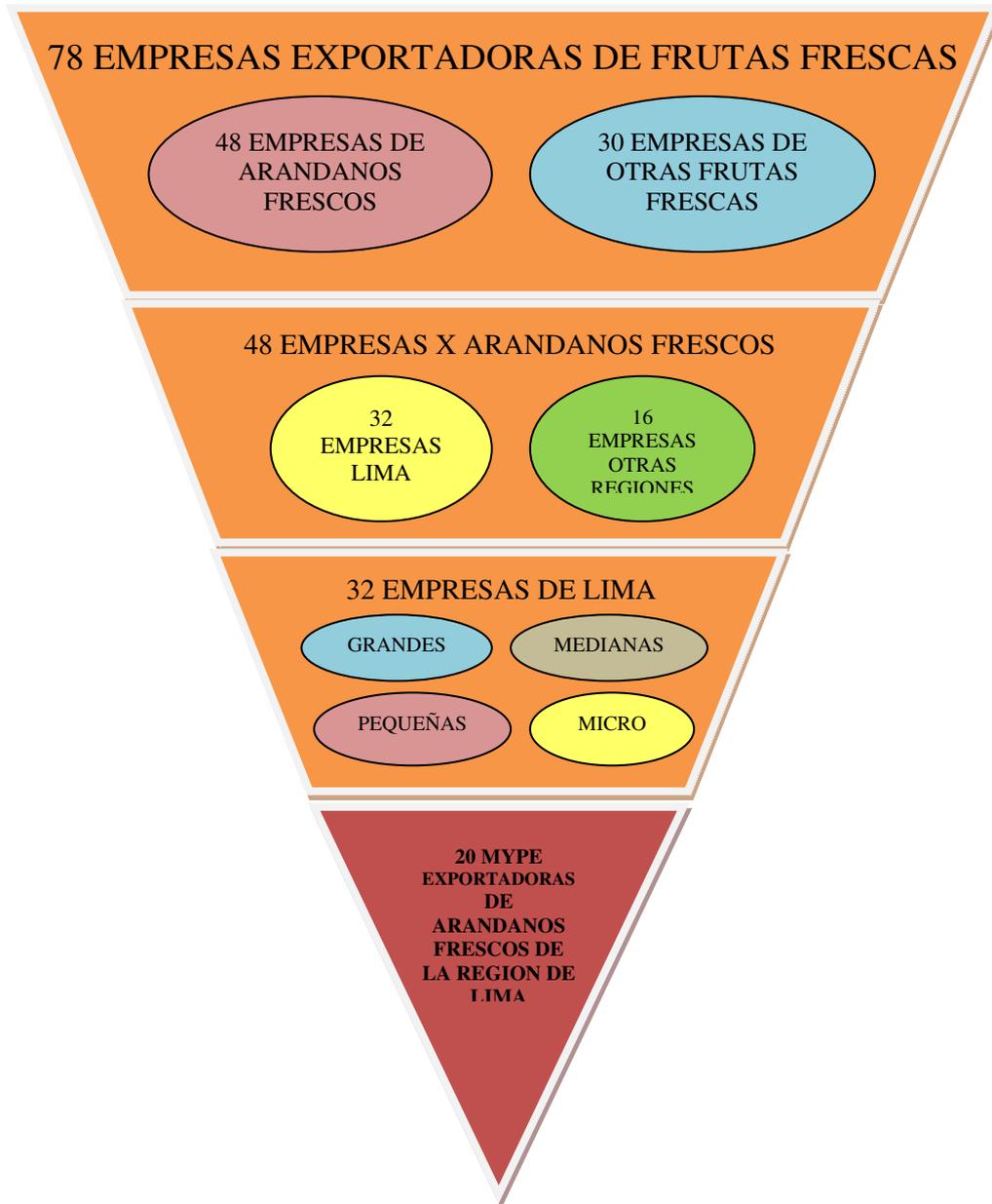


Figura 15. Población y muestra de arándanos
 Fuente: Elaboración propia, basado en SIICEX, 2017

1. De un total de 78 empresas exportadoras de frutas frescas, se derivan 48 empresas exportadoras de arándanos frescos y 30 empresas de otras frutas frescas
2. Las empresas exportadoras de arándanos frescos están ubicadas en diferentes departamentos del Perú, principalmente en las regiones de La Libertad, Ancash,

Arequipa, Lima, entre otros, y por concepto de delimitación geográfica, clasificamos las empresas ubicadas en la región de Lima, representado por 32 empresas, las cuales se encuentran dentro de nuestro alcance geográfico.

- Las 32 empresas exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima, se clasifican en grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, siendo un total de 20 MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima, las cuales representarían nuestra muestra objetivo, para el respectivo análisis.

Tabla 6. MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima

Nº	EMPRESAS EXPORTADORAS	REGIÓN	CLASIFICACION	RUC Nº	HA
1	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	LIMA	PEQUEÑA	20433758499	15
2	INKA'S BERRIES S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20520866630	15
3	AGROPECUARIA LAS LOMAS DE CHILCA	LIMA	PEQUEÑA	20336956677	12
4	INKA FRESH S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20517142965	9
5	INCA FRUT S.A.	LIMA	PEQUEÑA	20102269617	9
6	FRUTÍCOLA LA JOYITA S.A.C	LIMA	PEQUEÑA	20522563723	17
7	TERRA BUSINESS S.A.C.	LIMA	MICRO	20538072916	6
8	CONSORCIO SANGUINETI S.A.C	LIMA	PEQUEÑA	20519331412	7
9	BCG PUBLICIDAD & AGRONEGOCIOS S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20555863731	6
10	NEGOCIOS INCLUSIVOS E.I.R.L.	LIMA	MICRO	20552244550	7
11	AGROINDUSTRIA JALCAN E.I.R.L.	LIMA	MICRO	20549859837	9
12	CONSORCIO IBERIA S.A.C.	LIMA	MICRO	20538717551	6
13	FRESH RESULTS PERU S.A.C.	LIMA	MICRO	20547760558	10
14	DAVES EXOTIC PERU S.A.C.	LIMA	MICRO	20600568575	8
15	FUNDO RIO GRANDE S.A.C.	LIMA	MICRO	20557401947	9
16	VALLE Y PAMPA TRADING S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20557066382	36
17	GRUPO EXPERTOS EN ALIMENTOS S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20492328538	8
18	INCAVO S.A.C	LIMA	PEQUEÑA	20555881801	10
19	PROBERRIES S.A.C.	LIMA	PEQUEÑA	20549172360	15
20	PRODUCTOS DEL VALLE S.A.C.	LIMA	MICRO	20530990096	14

Fuente: Elaboración propia, basada en(SUNAT, 2017)

Según Veritrade, se analiza el volumen, precio y destino de exportación de arándanos frescos de las empresas de la región de Lima:

Tabla 7. Volumen, precio y destino de exportación de empresas de la región de Lima

EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGION LIMA			
Datos	2015	2016	2017
Periodo	Enero-Diciembre	Enero-Diciembre	Enero al 6 de Agosto
Participación de las exportaciones (%)	4.03%	4.87%	9.95%
Precio promedio (US\$)	\$ 10.44	\$ 9.55	\$ 6.97
Volumen de exportación (Kg)	439530	1394415	214247
Países destino	EEUU	EEUU	EEUU
	Holanda	Holanda	Holanda
	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido
	Hong Kong	Canadá	España
	España	Hong Kong	Tailandia

Fuente: Elaboración propia, basada en (Veritrade, 2017)

El Perú exporta arándanos frescos a nivel mundial, debido a las diversas empresas que lo conforman, obteniendo un 100%, de las cuales las empresas de la región Lima representaron el 4.03 % de participación en las exportaciones a nivel mundial en el 2015, 4.87% en el 2016 y hasta inicio de agosto aporta un 9.95%.

Asimismo, se muestra los precios FOB por Kilogramo, expresado en dólares (\$) que las empresas de la región lima alcanzaron, siendo el precio FOB promedio en el 2015 de \$10.44 por kilogramo, en el 2016 obtuvo un \$ 9.55 y hasta inicios de agosto del 2017 es \$ 6.97.

Además, se analiza la evolución de los valores exportados, se refleja una tendencia creciente, en el 2015 obtuvo 439530 kg, mientras que el 2016 alcanzo 439530 kg, y en lo que va del 2017 ha exportado 214247 kg, lo cual se espera que se incremente en los meses siguientes para lograr superar las exportaciones de años anteriores.

De igual forma se observa que en los últimos las exportaciones de las empresas de la región Lima están dirigidas a los principales mercados, que son Estados Unidos, Holanda y Reino Unido, presentando una ligera variación entre Hong Kong, Canadá y España.

3.3. Operacionalización de variables

De acuerdo a la hipótesis general: “Existen diversos factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima”

Variable dependiente:

- Exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

Variable independiente:

- Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

De acuerdo a la hipótesis específica 1: “La demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima”

Variable dependiente: Exportación de arándanos frescos de la región de Lima

Variable independiente: Demanda internacional

De acuerdo a la hipótesis específica 2: “El precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima”

Variable dependiente: Exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

Variable independiente: Precio

De acuerdo a la hipótesis específica 3: “La estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima”

Variable dependiente: Exportación de arándanos frescos de la región de Lima.

Variable independiente: Estacionalidad

3.4. Técnicas de recolección de datos y/o información

Para ello se utilizará dos instrumentos:

1. Entrevistas a diversos especialistas de Entidades públicas como privadas (Ministerio de Agricultura, Sierra y Selva Exportadora y ADEX).
2. Cuestionario estructurado dirigido a los Gerentes Generales y/o Comerciales de las MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima

Para ello, se contará con la siguiente estructura:

ENTREVISTA

Apellidos y Nombres:.....

Empresa:

Cargo en la Empresa:.....Edad:

Tiempo en la empresa:

Fecha:/...../.....

Preguntas:

Para analizar la demanda:

1. ¿Cuál es el crecimiento de la demanda de arándanos frescos en los últimos 5 años?
2. ¿Cuáles son los factores que lo impulsan a la exportación de arándanos frescos?
3. ¿Cuáles son los principales mercados para comercializar arándanos frescos?

Para analizar el precio:

1. ¿Cómo ha evolucionado el precio de arándanos frescos en los últimos 5 años?
2. ¿Qué factores influyen para determinar el precio adecuado y poder competir en el mercado?
3. ¿Cómo considera que será el comportamiento de los precios de exportación en los próximos años?

Para analizar la estacionalidad:

1. ¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de arándanos frescos?
2. ¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable?
3. ¿Cómo afronta la demanda en los meses en los cuales contamos con baja producción?

Otros:

1. De los siguientes tres factores, cuál es el orden de importancia que les daría a cada uno de ellos, considerando que 1 es más importante y 3 menos importante?
 - a. Demanda
 - b. Precio
 - c. Estacionalidad
2. ¿Qué otros factores considera necesarios para aumentar las exportaciones de arándanos frescos?

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

La presente investigación tiene por finalidad analizar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región de lima.

Sobre este particular se solicita que elija la alternativa que considere correcta, marcando con un aspa (x), de acuerdo a la pregunta formulada.

N°	Preguntas	Alternativas de respuesta
Demanda:		
1.	¿Considera la demanda como un factor importante para exportar?	a. Si b. No
2.	¿Existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las exportaciones?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
3.	¿Considera que existe demanda insatisfecha?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
4.	¿Cuál considera que sea el continente al cual deberíamos exportar con mayor interés?	a. Asia b. Europa c. Sudamérica d. Norteamérica e. Otro: _____
5.	De los países nombrados, ¿Cuál de ellos considera que el Perú debe exportar con mayor interés?	a. Estados Unidos b. Reino Unido c. Canadá d. Países bajos e. Otro: _____

6.	¿Qué otro mercado considera como una oportunidad para exportar (mercado potencial)?	<ul style="list-style-type: none"> a. Alemania b. China c. España d. Noruega e. Otro: _____
7.	¿Cuál es la variedad de arándanos más consumida?	<ul style="list-style-type: none"> a. Biloxi b. Misty c. Legacy d. Otro: _____
8.	¿Considera que la inversión en la producción de arándanos, limita el ingreso de nuevos productores?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
9.	¿Considera que su empresa está preparada para cubrir nuevos mercados que soliciten de arándanos frescos?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
10.	¿Cuáles considera que son los principales demandantes de arándanos frescos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Restaurantes b. Supermercados c. Tiendas gourmet d. Otros: _____
11.	¿Considera que los principales demandantes de arándanos frescos son los Supermercados?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
12.	¿Considera que la producción de arándanos frescos se destina principalmente a la exportación que al mercado local?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
13.	¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos frescos en su empresa en los últimos 5 años?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo

14.	¿Considera que se ha incrementado la demanda peruana de arándanos frescos en los últimos 5 años?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
15.	¿Considera que la demanda internacional de arándanos frescos ha incrementado debido a la tendencia de consumir productos saludables?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
16.	¿Considera que la demanda internacional de arándanos frescos ha incrementado debido a sus propiedades curativas para diversas enfermedades?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
Precio:		
17.	¿Considera el precio como un factor importante para exportar? Si /no	<ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No
18.	¿Considera que el valor nutricional de los arándanos influye en el precio?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
19.	¿En qué rango se encuentra el precio que exporta por kg?	<ul style="list-style-type: none"> a. \$1 - \$5 b. \$6 - \$10 c. \$11 - \$15 d. \$16 - \$20 e. \$21 a más
20.	¿Considera que en los momentos de menor producción a nivel mundial, el Perú logra un precio más competitivo?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
21.	¿Considera que el precio que ofertan los competidores influye en la fijación del precio en el mercado peruano para la exportación de arándanos frescos?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
22.	¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo

23.	¿Considera que el precio de exportación del arándano fresco se ha incrementado en los últimos años?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
24.	¿Considera que el precio de exportación del arándano fresco ha disminuido en los últimos años?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
25.	¿Considera que el precio de exportación del arándano fresco se ha incrementado en su empresa, en los últimos años?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
26.	¿Considera que el tener un buen control en los costos de producción influye en tener un precio competitivo en el mercado?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
27.	¿Considera que el precio de exportación incrementa cuando la demanda internacional de arándanos frescos disminuye?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
28.	¿Considera que el precio de exportación disminuye cuando la estacionalidad de los arándanos frescos en el Perú no es favorable?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
Estacionalidad:		
29.	¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar?	a. Si b. No
30.	¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan nuestras exportaciones?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
31.	¿Cuáles son los meses que se presenta mayor demanda de esta fruta?	a. Enero-Marzo b. Abril-Junio c. Julio-Setiembre d. Octubre-Diciembre e. Otros: _____ —

32.	¿Cuáles son los meses que se presenta menor demanda de esta fruta?	<ul style="list-style-type: none"> a. Enero-Marzo b. Abril-Junio c. Julio-Setiembre d. Octubre-Diciembre e. Otros:_____
33.	¿Considera que la estacionalidad afecta la producción de los arándanos?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
34.	¿En qué mes el Perú tiene mayor producción de arándanos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Agosto b. Setiembre c. Octubre d. Noviembre e. Otro:_____
35.	¿En qué mes el Perú tiene menor producción de arándanos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Enero b. Febrero c. Marzo d. Abril e. Otro:_____
36.	¿Considera que los meses de mayor demanda internacional de arándanos coinciden con los meses de mayor producción peruana?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
37.	¿Considera que en los meses de julio-agosto la exportación de arándanos se contrae, a razón de que la cosecha se concentra para la exportación en los meses donde nuestros competidores disminuyen sus exportaciones?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
38.	¿Considera que el fenómeno “Estacionalidad” que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
39.	¿Considera que en los meses donde la estacionalidad nos favorece, el rendimiento por hectárea aumenta?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
40.	¿Considera que en los meses donde la estacionalidad no es favorable, el rendimiento por hectárea disminuye?	<ul style="list-style-type: none"> a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo

41.	¿Considera que en los meses donde la estacionalidad nos favorece, el margen de ganancia aumenta?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
42.	¿Considera que en los meses donde la estacionalidad no es favorable, el margen de ganancia disminuye?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
43.	¿Considera que en los meses donde la estacionalidad no es favorable, sus costos de producción aumentan?	a. De acuerdo b. Indeciso c. En desacuerdo
44.	¿Cuál es la cadena productiva que utiliza para la exportación de arándanos frescos?	a. Productor – comercializador – cliente final b. Productor – comercializador – mayorista – cliente final c. Otro:
45.	¿Cuáles considera que son los principales limitantes para la producción de arándanos frescos?	a. Clima b. Agua c. Suelo d. Otros:

Gracias por su colaboración.

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

INSTRUMENTOS DEL TRABAJO DE CAMPO: (Para Validar)

Para el instrumento N° 1: Entrevista, se realizó el siguiente procedimiento:

1. Primero se coordinó diversas citas vía telefónica con los especialistas de entidades públicas y privadas, concretando fecha y hora para realizar la entrevista a profundidad.

2. La entrevista tuvo una duración aproximada de 20 minutos.
3. Luego, se analizó la información obtenida a través de informes narrativos y/o explicativos.
4. Por último, se contrastó los resultados con nuestra información recopilada a través de los antecedentes y marco teórico, verificando la validez de las hipótesis planteadas.

Para el instrumento N°2: Cuestionario estructurado, se realizará el siguiente procedimiento:

1. Se elaboró la estructura del cuestionario dirigido a los Gerentes Generales y/o Comerciales de las MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima.
2. Se contactó vía telefónica con todas las empresas de Lima (32), para enviarles por correo electrónico un primer cuestionario que define la clasificación empresarial, según el tamaño de sus ventas.
3. Una vez obtenida la clasificación empresarial, se aplicó el cuestionario sólo a las pequeñas y microempresas.
4. Luego, se analizó la información obtenida, a través de herramientas de tabulación y/o gráficos estadísticos.
5. Por último, se contrastó los resultados con la información recopilada a través de los antecedentes y marco teórico, verificando la validez de las hipótesis planteadas.

3.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se tiene en cuenta el consentimiento previo e informado tanto de los especialistas como de las pymes exportadoras para participar en las entrevistas y cuestionarios respectivamente, tomándose en cuenta todos aspectos éticos establecidos al

respecto; permitiendo que el desarrollo de la investigación sea factible y pertinente, es decir, contando con los recursos necesarios para la misma.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la investigación

A. Según los veinte (20) cuestionarios realizados a los Gerentes generales o comerciales de las veinte (20) MYPE exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima, se analizan las respuestas obtenidas:

De la hipótesis 1: La demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

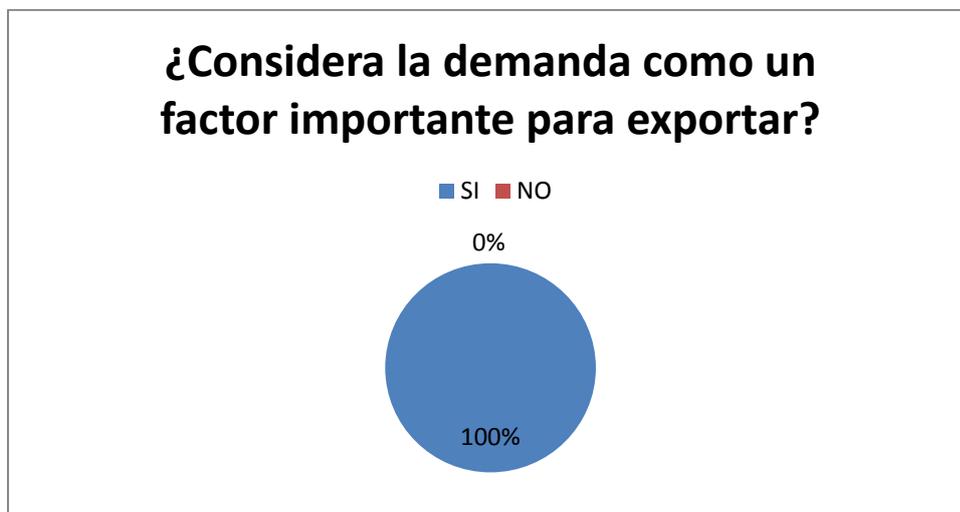


Gráfico 14. ¿Considera la demanda como un factor importante para exportar?
Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera la demanda como un factor importante para exportar arándanos frescos confirmándose la hipótesis planteada.



Gráfico 15. ¿Existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las exportaciones?
 Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que existen oportunidades de ampliar el mercado y aumentar las exportaciones, es decir la demanda de arándanos frescos seguirá en aumento, siendo un factor trascendental para la exportación.



Gráfico 16. ¿Considera que existe demanda insatisfecha?
 Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que existe demanda insatisfecha, es decir que los proveedores no se abastecen para cubrir la demanda total de arándanos, por lo tanto se confirma que la demanda es un factor importante para la exportación de esta fruta.



Gráfico 17. De los países nombrados, ¿Cuál de ellos considera que el Perú debe exportar con mayor interés?

Fuente: Elaboración Propia

Del total de personas encuestadas el 70% considera que Estado Unidos es el país que se debe exportar con mayor interés, confirmando nuestras bases teóricas sobre el principal destino de nuestras exportaciones peruanas, el cual es Estados Unidos.



Gráfico 18. ¿Qué otro mercado considera como una oportunidad para exportar (mercado potencial)?
 Fuente: Elaboración Propia

Del total de personas encuestadas el 100% considera a China como una oportunidad para exportar arándanos frescos, y es que debido a la creciente demanda por consumir productos saludables, es que se están abriendo nuevos mercados, lo cual debemos de aprovechar y exigir aún más en nuestra calidad de arándano.



Gráfico 19. ¿Considera que la producción de arándanos frescos se destina principalmente a la exportación que al mercado local?
 Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que la producción de arándanos frescos se destina principalmente a la exportación que al mercado local, es decir se confirma que la demanda internacional es significativa e impulsa la exportación.



Gráfico 20. ¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos frescos en su empresa en los últimos 5 años?

Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que el 100% de las personas encuestadas, considera que se ha incrementado la exportación de arándanos frescos en cada una de sus empresas en los últimos 5 años, confirmando la tendencia creciente de la demanda de esta fruta.

¿Considera que se ha incrementado la oferta exportable peruana de arándanos frescos en los últimos 5 años?

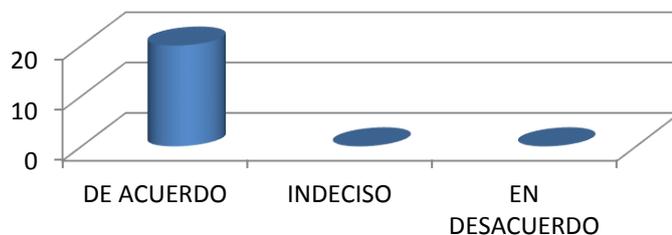


Gráfico 21. ¿Considera que se ha incrementado la oferta exportable peruana de arándanos frescos en los últimos 5 años?

Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que se ha incrementado la oferta exportable peruana de arándanos frescos en los últimos 5 años, confirmando que la demanda es un factor importante en las exportaciones de esta fruta.

De la hipótesis 2: El precio es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

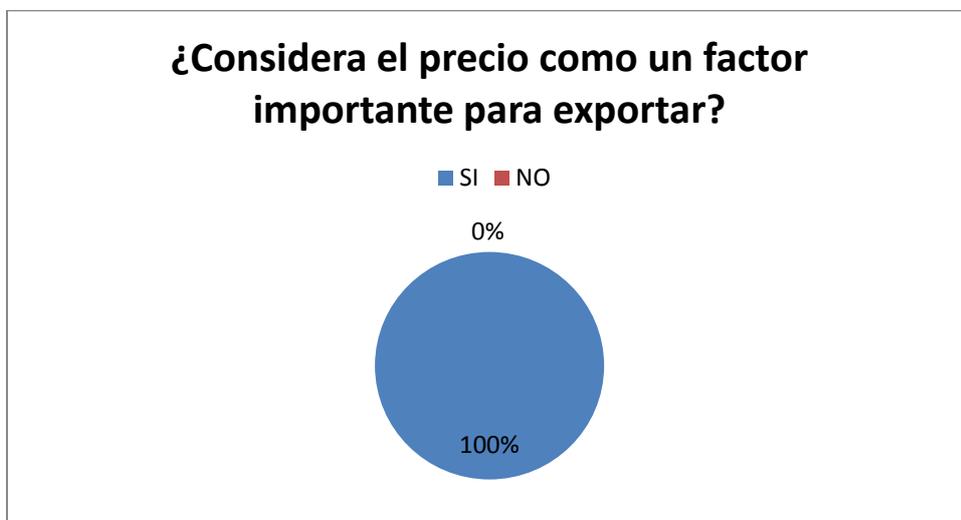


Gráfico 22. ¿Considera el precio como un factor importante para exportar?
Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera el precio como un factor importante para exportar arándanos frescos, confirmando la hipótesis planteada.



Gráfico 23. ¿En qué rango se encuentra el precio que exporta por kg?
Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 95% señala que el precio de exportación por kilogramo está entre \$11-\$15 dólares, considerándose un precio competitivo, lo cual contribuye a que sea un factor importante para exportar, además de estar relacionado con nuestras bases teóricas sobre el precio promedio de exportación.

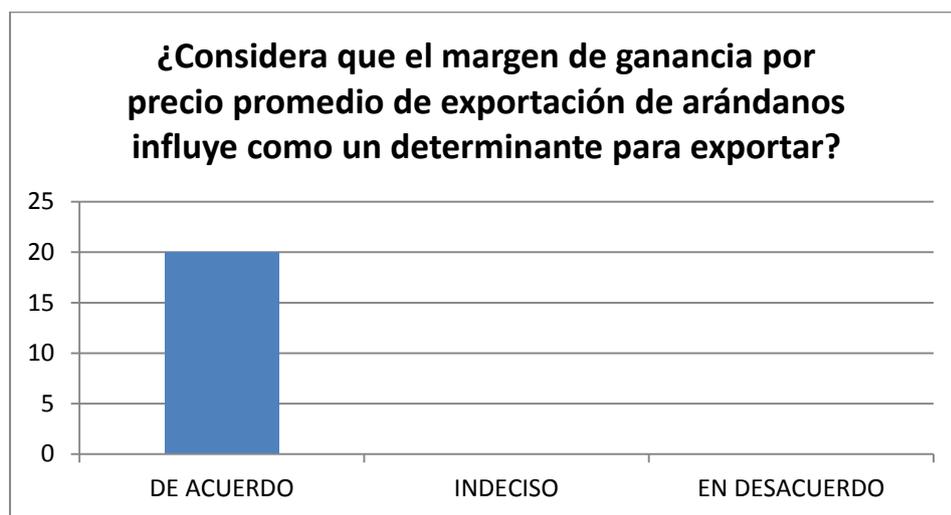


Gráfico 24. ¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar?

Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar, confirmando que el precio es un factor relevante para la exportación.

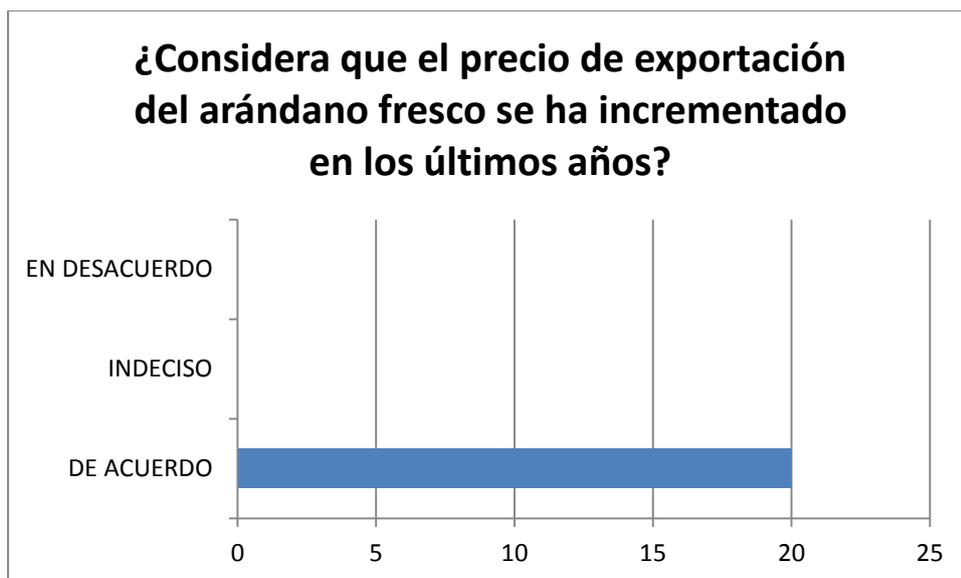


Gráfico 25. ¿Considera que el precio de exportación del arándano fresco se ha incrementado en los últimos años?

Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que el precio de exportación del arándano fresco se ha incrementado en los últimos años, lo cual incentiva a las empresas exportadoras, y se confirma la importancia del precio en las exportaciones.

De la hipótesis 3: La estacionalidad es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

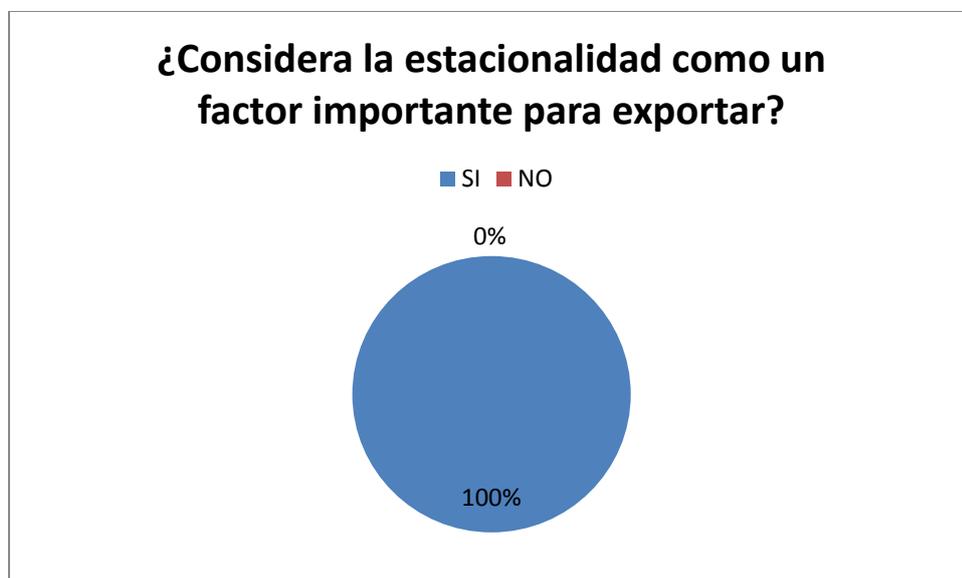


Gráfico 26. ¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar?
Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera la estacionalidad como un factor importante para exportar.

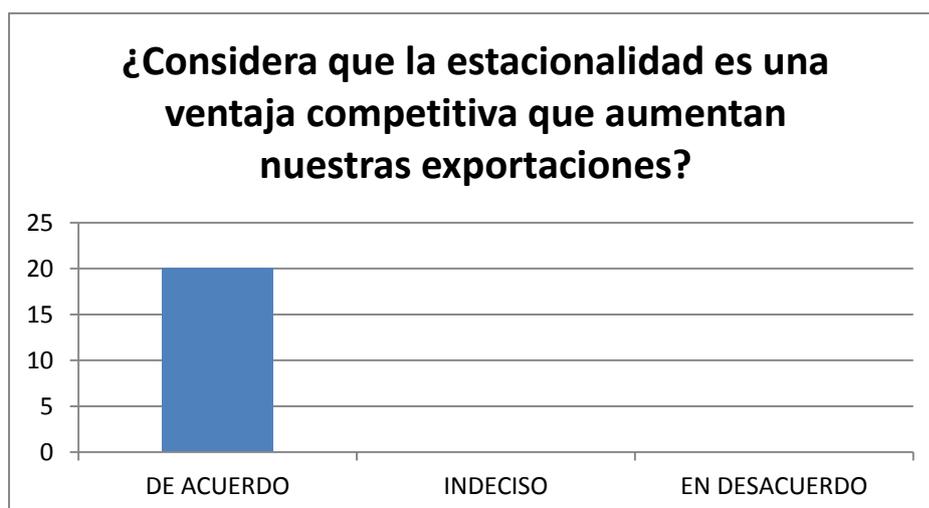


Gráfico 27. ¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan nuestras exportaciones?
Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan las exportaciones, ya que en los meses de Abril-Mayo y Setiembre-Octubre se tiene mayor producción, constituyéndose una ventana comercial para el país, corroborándose la información con nuestras bases teóricas sobre la estacionalidad como ventaja competitiva para nuestro país.



Gráfico 28. ¿Considera que el fenómeno “Estacionalidad” que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?

Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que el fenómeno “Estacionalidad” que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones, lo cual demuestra la importancia de este factor para poder exportar, confirmando así la hipótesis planteada.

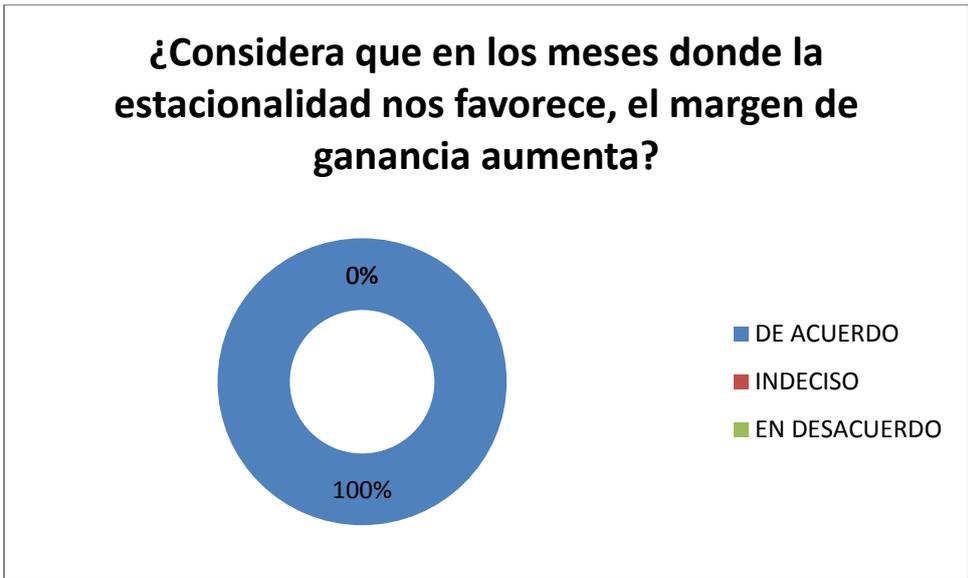


Gráfico 29. ¿Considera que en los meses donde la estacionalidad nos favorece, el margen de ganancia aumenta?
 Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico muestra que del total de las personas encuestadas, el 100% considera que en los meses donde la estacionalidad es favorable, el margen de ganancia aumenta, lo cual se refleja en la rentabilidad de las empresas exportadoras de esta fruta, confirmando la importancia de dicho factor que impulsan a la exportación de esta fruta.

B. Según las tres (3) entrevistas realizadas a los especialistas de Entidades tales como Ministerio de Agricultura, Sierra y Selva Exportadora y ADEX, se analizan las respuestas obtenidas:

Con relación a la Demanda:

La demanda internacional de arándanos frescos se ha incrementado en los últimos 5 años, siendo uno de los motivos el aumento del consumo de alimentos nutraceuticos, por su alto contenido de antioxidantes.

De igual forma en los últimos 5 años se ve un mejor rendimiento por hectárea que va de 2 a 3 veces más, esto debido a que la tierra necesita este periodo de tiempo para llegar a su rendimiento óptimo. En la actualidad el Perú produce arándanos en las 3 regiones, pero entre el 80 % y 95% de la producción es proveniente del departamento de La libertad y Lambayeque debido al costo de inversión que tiene un promedio de 40 mil dólares. Siendo así, nuestros volúmenes exportables son mucho menor a comparación con nuestro principal competidor que es Chile.

Actualmente, se tiene como principales mercados a Estados Unidos y la Unión Europea. Por otro lado, debido a que los arándanos frescos son un mercado en constante crecimiento y cada vez más atractivos para otros países se tiene como mercados potenciales a China y Japón, con los cuales actualmente estamos ya nos encontramos iniciando la comercialización, siendo estos países más estrictos con el ingreso de dicho fruto. A si también se podría introducir este fruto en los países Árabes, que poseen la capacidad adquisitiva para adquirir este producto y se encuentran siempre a la vanguardia.

Con relación al Precio:

El precio de los arándanos frescos se ha mantenido en 9 dólares por kilo, sin embargo tenemos que en los picos de producción el precio se incrementa, gracias a la ventana comercial importante.

El precio básicamente lo define el mercado, sin embargo la rentabilidad del negocio es un tema más logístico, es decir, ya que al ser un producto fresco se debe enviar en condiciones

óptimas y en los tiempos esperados, para que llegue fresco al destino y no sobre madurado, el volumen de la fruta es pequeño pero su valor en precio es mayor, y por ende rentable.

Actualmente, la exportación de arándanos está en etapa de crecimiento, es un producto que tiene bastante potencial, nos caracteriza nuestro arándano de calidad, en cuanto a aroma y sabor, además considerado un alimento nutritivo, sin embargo, es necesario tener un manejo responsable de cultivos. El 95% de la producción está en Lambayeque, a cargo de Camposol y Talsa.

El precio se va a mantener unos 5 años, va a ser un negocio rentable. El arándano recién está iniciando a construirse en un negocio, ya que el patrón de consumo ha hecho que la dinámica sea muy fuerte, por ello se espera que en 5 y 7 años el negocio continúe.

Con relación a la Estacionalidad:

La estacionalidad del arándano en el Perú es de abril a mayo y de septiembre a octubre, no obstante contamos con la capacidad geográfica a nuestro favor que permite se pueda producir durante todo el año, pero estos 2 picos permiten una ventaja competitiva a nivel mundial debido a la contra estación de la competencia, es decir exportamos en mayor cantidad en estos meses en los cual los otros países están saliendo o no están en temporada de producción, logrando ser el único en el mercado en ese periodo. Evitando así salir en aquellos meses donde los principales países importadores (Estados Unidos, Unión Europea) se encuentran en plena cosecha, ya que cuentan con producción interna y los precios son menores.

Entre los principales competidores de Perú que abastecen mundialmente esta Chile, Uruguay entre otro. Por ello se empieza a salir entre los meses de agosto y setiembre con fuerza a partir de octubre hasta enero del siguiente año, disminuyendo en los siguientes meses, volviéndose este periodo una ventana comercial muy importante para nuestro país.

El Perú tiene posibilidades y condiciones climáticas favorables para continuar con la creciente producción de arándanos frescos, así como variedades que necesita el mercado mundial.

En resumen de los tres factores antes mencionados, todos tienen igual de importancia, ya que es una combinación de todo, es decir las empresas evalúan su rentabilidad, si hay demanda y buen precio, esto cubre financieramente este negocio, con un adecuado manejo de nuestros costos logísticos, asimismo se obtiene un buen precio gracias a nuestra ventana comercial en los meses de mayor producción, es por ello la rentabilidad de este negocio.

Asimismo, es necesario considerar otros factores para aumentar las exportaciones de arándanos frescos:

- La apertura de accesos a nuevos mercados, ya que cada mercado tiene protocolos o normas distintas sobre el producto que desean, lo cual acarrea de inversión, tiempo y experiencia, el país más exigente para exportar es Japón.
- Son 5 años de experiencia que te permite saber que variedad se adapta a la condición de clima, que te da el nivel de azúcar que el mercado está pidiendo, es bastante investigación para poder determinar que variedad según tu ubicación y según lo que el cliente quiere.

- Trabajar en la promoción, es necesario difundir, ya que en muchos países como China no conocen sus beneficios.
- Formar una alianza estratégica quizás con Chile, para no enfrentarnos, si no complementarnos, ya que entramos en diferentes estaciones del año.
- El arándano de la sierra es mejor que el de la costa, pese a ello no es el que mayor se exporta, es mas solo representa el 2%. La sierra necesita mayor inversión, ya que el arándano de la sierra tiene mayor vida útil porque estos no tienen tanta agua y tienen sustancias solubles propias de la tierra.
- Mayor responsabilidad social, tener visión de negocio, sin ser tan mercantilistas. Formar alianzas con los pequeños productores.

4.2 Discusión de resultados

A continuación se analiza el aporte de los antecedentes y marco teórico, contrastando las hipótesis con los resultados obtenidos:

Según los antecedentes internacionales entre los factores que impulsan a la exportación (internacionalización) de las pymes en Colombia, es la utilización eficiente de conocimientos y capacidades del empresario, los factores internos de una empresa, como el tamaño de las ventas (demanda), las expectativas de crecimiento, generación de empleo, inversión I & D, y

las características del sector económico al que pertenece una empresa, es decir su entorno. Asimismo se consideran otros factores importantes como la capacidad instalada, innovación tecnológica, apoyos financieros externos, asistencia logística gubernamental, programas de promoción de exportadores PPE y recursos y capacidades de una empresa.

En conclusión, contribuye a la validación de nuestra primera hipótesis sobre la demanda, considerada como uno de los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos.

Según los antecedentes nacionales, uno de los factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco en Perú, es la variación (incremento) del precio en otros países, debido a la estacionalidad del espárrago, es decir a mayor precio, mayor volumen de exportaciones peruanas. Lo cual está directamente relacionado con el planteamiento de nuestras hipótesis en cuanto al precio y estacionalidad, ya que en los meses de setiembre y octubre aumentan el volumen de las exportaciones peruanas de arándanos frescos, debido a la disminución de producción de nuestros principales competidores, y por ende nuestro precio aumenta también.

Por otro lado, se tiene como referencia los determinantes de la producción y comercialización de uva en Cascas, dado por las condiciones climáticas que favorecen la adaptabilidad del cultivo de uva y la estacionalidad de junio a octubre, meses en los cuales se obtienen mayores ganancias; esto contribuye también con nuestros factores planteados sobre la estacionalidad, factor importante para el desarrollo y éxito del aumento de las exportaciones de arándanos frescos, y por ende del sector agroindustrial.

Según el marco teórico utilizado, el sector agroindustrial ha ido creciendo a través de los años, contribuyendo a la economía del país, gracias al incremento de las exportaciones de productos agrícolas, desempeñando una función fundamental en la creación de ingresos y oportunidades de empleo. Uno de los principales productos agrícolas que contribuyen al aumento del sector agroindustrial es el arándano fresco, debido a la importancia del concepto de vida sana, gracias a las vitaminas y propiedades, reflejado en el alto valor nutricional de esta fruta, que permite una creciente demanda lo cual intensifica las exportaciones a nuevos mercados.

Sin embargo, es importante mantener los estándares de calidad exigidos a nivel mundial, en cuanto a tamaño, forma, ausencia de defectos, firmeza y sabor, ya que la aparición de competidores y nuevos mercados ha obligado a intensificar la calidad, siendo clave para el futuro del arándano nacional.

Asimismo gracias al aumento de la demanda internacional, la producción mundial de arándanos ha ido creciendo considerablemente en los últimos años, llegando a 420mil toneladas en el 2013, siendo los principales países productores Estados Unidos y Canadá.

En el Perú, dada la diversidad de climas existentes se puede producir arándanos durante todo el año, teniendo 3200 hectáreas sembradas al 2016, sin embargo el grueso de la producción anual se centra entre los meses de setiembre a noviembre de cada año, esta situación nos muestra una producción estacional, teniendo como principales competidores Chile, Argentina, Uruguay y Nueva Zelanda.

Según fuentes estadísticas sobre demanda internacional del arándano, se registra un volumen exportado a nivel mundial de 434 mil toneladas en el año 2016 (+23% respecto al año

anterior), siendo los principales países exportadores Chile con un 29.6% de participación, seguido por España con un 12.5%, y Perú ocupando el tercer lugar con un 10.4%, desplazando a Estados Unidos, Países bajos y Canadá, reflejado en el volumen de las exportaciones peruanas para el año 2016 de 27,240 toneladas, que representa un valor de US\$ 237 mil dólares (+148% respecto al 2015). Dichas fuentes, contribuyen a nuestra hipótesis sobre la demanda como factor importante que impulsa las exportaciones de arándanos frescos.

Por otro lado, según fuentes estadísticas sobre el precio del arándano, se registra una variación creciente significativa, presentando un valor exportado a nivel mundial de \$2, 285,141.00 en el 2016, lo cual representa un 22% más con respecto al año anterior. De los cuales las exportaciones peruanas reflejan una tendencia creciente, con un valor total exportado de US\$ 237,120 en el último año 2016 (+148% con respecto al año anterior), teniendo relación directa con el incremento de la demanda.

Finalmente la estacionalidad juega un papel importante para el incremento de las exportaciones en contra estación (setiembre – noviembre), logrando así un mejor precio (\$11-\$12/KG) al no tener competencia directa por parte de los principales competidores, lo cual contribuye con la rentabilidad de este negocio.

Un estudio de pre factibilidad para la producción de arándanos encargada por Sierra Exportadora, presenta una estructura de costos de producción referencial, con tecnología media, que se compone de la siguiente manera: El monto total de las inversiones requerido, por hectárea producida, es de US\$ 47,902 (sin IGV), dicho monto se aplica en los dos (02) primeros períodos anuales. US\$ 41,431 (1er. año) y US\$ 6,471 (2do. año), sobre un total de 10 años de horizonte de vida útil del proyecto.

Este valor de inversión se desagrega de la siguiente manera:

- a. Inversiones en infraestructura: referidas a la construcción de edificaciones, inmuebles diversos, reservorios, entre otros. US\$ 10,420 (1er año) y US\$ 3,700 (2do año).
- b. Inversiones en equipos: referidas principalmente a equipos de riego. US\$ 12,200 (1er. año).
- c. Inversiones en activos biológicos: referidas a las plantas de arándano y toda la inversión que se realiza para mantenerla viva tanto en preparación y adecuación del terreno. US\$ 15,708 (1er. año)
- d. Inversiones en gastos pre operativos: referida a gastos iniciales como gastos notariales, levantamiento de planos, entre otros. US\$ 1,350 (1er. año)
- e. Capital de trabajo: referida al monto necesario para mantener los cultivos desde su siembra hasta su primera cosecha. US\$ 1,753 (1er. año) y US\$ 2,771 (2do. año).

Ingresos y Gastos: en el estudio realizado por la Ing. Benavides por encargo de Sierra Exportadora, se establece un programa de producción y programa de ventas durante el horizonte de planeamiento del proyecto. El programa de producción comprende el procesamiento de la producción de campo en las siguientes categorías de productos finales: a)

Fresco y b) Congelado, para el mercado de exportación, y la categoría c) Local para la venta interna. La categoría d) descarte no sería aprovechable económicamente. Para la determinación de dichas categorías se ha establecido un porcentaje de asignación de producción fijado sobre la base del aprovechamiento de la industria actual, pero puede replantearse según la estrategia comercial que se enfrente: a) Fresco, 85% b) Congelado 12% c) Mercado Local: 7% y d) Descarte 3%.

Presupuesto de ingresos por venta anual: en relación al programa de ventas, el mismo asume la colocación en el mercado todo lo determinado en el programa de producción, es decir, que no se tendrá inventarios de productos en proceso ni de productos finales, todo lo que se produce se vende. Bajo esta premisa se asume que las ventas se inician en el año 2, alcanzando su máxima capacidad de venta a partir del séptimo (07) año, cuando se estará en la capacidad de vender el pleno de la capacidad de producción de campo, es decir se estima un ingreso por ventas de US\$ 101 mil/hectárea, por el mix de las tres categorías comerciales (fresco, congelado y local).

Cabe destacar que el margen bruto es positivo a partir del año 2 en adelante y tiene la capacidad de poder afrontar los costos operativos brindando un margen operativo positivo, lo cual es muy destacable por cuanto ello denota que se atienden todos los costos de producción directos e indirectos y además se tiene un margen de beneficio.

El flujo de caja económico muestra saldos positivos de caja a partir del año 2 en adelante, por lo que el proyecto podría ser sostenible por sí mismo, es decir el proyecto es viable.

Para efecto de determinar el VAN (Valor Actual Neto) se ha asumido como premisa que el costo de oportunidad para descontar los flujos de caja económicos es de 5% basados en las alternativas de rentabilidad que pudiera tener un campesino de manera alternativa a involucrarse en este proyecto. Bajo la premisa antes dicha, el valor del VAN que se obtiene de descontar el flujo de caja económico es de US\$ 134,321 con lo cual nos indica que además de recuperarse la inversión el proyecto brinda una rentabilidad neta de los costos en que se incurre en el mismo.

La tasa de retorno del proyecto aplicada sobre el flujo de caja económico es de 25.54% (anual); siendo esta tasa mayor al costo de oportunidad empleado para determinar el VAN y asimismo siendo superior a cero; también es un indicador que denota que el proyecto es rentable a nivel económico. (Sierra y Selva Exportadora, 2016)

Asimismo, La Republica, (2013) afirma que el país tiene potencial para convertirse en uno de los mayores exportadores de arándanos en el exterior, ya que al año se puede llegar a producir entre 18 mil y 20 mil kilos por hectárea. Así lo consideró el presidente ejecutivo de Sierra Exportadora, Alfonso Velásquez, quien sostuvo que si bien se realiza una fuerte inversión de casi US\$ 45 mil por hectárea, el nivel de retorno de dicha inversión es de US\$ 80 mil por cada hectárea.

Gestión, (2015). La expectativa por hectárea es que ésta rinda entre 10,000 a 15,000 kilos; sin embargo, tomando en cuenta que la inversión por hectárea de arándano es de US\$ 40 mil a US\$ 45 mil, con una rendición mínima de 5 mil kg/ha, a US\$ 10 dólares el kilogramo, en un año se obtendría 50 mil dólares. “Con estos ingresos, los productores ya están cubriendo el costo de la instalación por hectárea”, concluyó Velásquez Tuesta.

Gestión (2015) La producción de arándanos requiere una inversión inicial de aproximadamente US\$ 45,000 y el retorno se logra en tres o cuatro años por montos aproximados de US\$ 120 mil, ya que su precio internacional es alto (US\$ 15 el kilo) justamente en la etapa del año que el Perú produce y exporta.

CONCLUSIONES

1. El incremento de las exportaciones del arándano peruano ha sido intenso durante los últimos cuatro años, ya que se pasó de casi cero exportaciones en el 2011, para culminar con más de los US\$ 232.9 millones en el 2016, esto debido a diversos factores que impulsan a la exportación de arándanos, tales como la demanda, el precio y la estacionalidad.
2. En los últimos 5 años se ha incrementado la demanda de arándanos frescos, lo cual ha generado que la producción de dicho producto sea destinada principalmente a las exportaciones, pese a ello aún existe demanda insatisfecha, teniendo así oportunidades de ampliar el mercado, lo cual confirma el objetivo planteado sobre la demanda internacional como un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.
3. El precio de exportación de los arándanos frescos se ha incrementado en los últimos años, ya que al estar directamente relacionado con la estacionalidad, permite obtener un margen de ganancia considerable, lo cual incentiva a la empresas exportadoras y confirma el objetivo planteado sobre el precio como un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.
4. El Perú presenta una ventaja competitiva con respecto a la estacionalidad, ya que en los meses de producción alta, somos los únicos proveedores de esta fruta, obteniendo un precio óptimo y por ende considerándose un negocio rentable, con lo cual se confirma el objetivo planteado sobre la estacionalidad como un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima.

RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a los resultados obtenidos sobre la exportación de arándanos frescos, la cual está en aumento, es necesario poder fortalecer diversas áreas de las empresas exportadoras, para ello se recomienda una excelente organización, la cual involucre un sistema de trabajo correcto, personal capacitado, mano de obra, el marco de plantación que se utiliza y la manera en que se deben trabajar las plantas para pronosticar su producción y afrontar la creciente demanda a nivel mundial.
2. Asimismo, se recomienda el fomento de capacitaciones al personal sobre el buen manejo de campo, cumpliendo con las normas de salubridad vigentes, que estén correctamente uniformados, y que no exista contaminación de ningún tipo; ya que ante la demanda internacional se debe mantener los estándares de calidad exigidos y la confiabilidad de poder abastecer al mundo.
3. Por otro lado, es necesario que las empresas exportadoras inviertan en carreteras y puertos de acceso en diversas provincias, ya que al estar centralizado solo en Lima, aumentan los costos logísticos y el tiempo de entrega para el cliente final, lo que dificulta nuestra competencia con otros países.
4. Por último al ser los arándanos una fruta estacional y de altos costos de inversión, es necesario que los agricultores protejan la producción y/o cosecha, para ello se recomienda un seguro agrícola, ante cualquier desastre natural o cambio climático.

REFERENCIAS

1. ADEX. (Diciembre de 2015). *Boletín exportaciones*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de http://www.adexperu.org.pe/images/Boletines/Exportaciones/BOLETIN_DE_EXPORTACIONES_DICIEMBRE_2015.pdf
2. Albuquerque, M. C. (06 de 2014). *FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA INTERNACIONAL DEL ESPÁRRAGO FRESCO DEL PERÚ, PERIODO 1992-2013*. Recuperado el 06 de 12 de 2016, de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE_MARIA_FACTORES_DEMANDA_ESPARRAGO.pdf
3. Andina del Perú para el mundo. (11 de abril de 2016). *Perú es uno de los principales países exportadores de arándanos en Sudamérica*. Recuperado el 13 de febrero de 2017, de <http://www.andina.com.pe/Agencia/noticia-peru-es-tercer-pais-exportador-arandanos-sudamerica-607435.aspx>
4. Banco Central de Reserva del Perú - BCRP. (2016). *Producto bruto interno por sectores productivos*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM04969AA/html#no-back-button>
5. Bentin, M. (11 de Noviembre de 2014). *perspectivas, Arándanos en el Perú: Desafíos y perspectivas*. Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/berries/foro-berries/MIGUEL%20BENTIN>
6. Eguren, F., & Marapi, R. (05 de 2015). *La agroexportación en el Perú*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de http://www.larevistaagraria.info/sites/default/files//revista/LRA173/LRA173_Agroexportacion_MesaRedonda.pdf
7. EL Comercio. (10 de mayo de 2016). *Exportación de arándanos cerraría este año en US\$200 millones*. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/exportacion-arandanos-cerraria-ano-us-200-millones-216725>
8. El comercio. (04 de Agosto de 2016). *Sierra Exportadora: Producción de arándanos se duplicará el 2016*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2016, de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/sierra-exportadora-produccion-arandanos-duplicara-2016-244485>

9. Escadón, D. M., & Hurtado, A. (06 de 2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*.
10. FAO. (2016). *FAO Corporate Document Repository*. Recuperado el 1 de Agosto de 2017, de <http://www.fao.org/search/es/?cx=018170620143701104933%3Aqq82jsfba7w&q=BERRIES&cof=FORID%3A9&siteurl=www.fao.org%2Fsearch%2Fes%2F%3Fcx%3D018170620143701104933%253Aqq82jsfba7w%26q%3Dtaches%2520de%25201%2527assistant%2520charg%25C3%25A9%2520de%2520programme>
11. Gestión. (22 de abril de 2014). *Gestión te explica: ¿Qué es y cómo se calcula el PBI?*. Obtenido de <http://gestion.pe/opinion/gestion-te-explica-que-y-como-se-calcula-pbi-2095156>
12. Gestión. (18 de Marzo de 2015). *El sector agrario representa el 6% del PBI, pero emplea a más del 25% de la PEA*. Recuperado el 2 de enero de 2016, de <http://gestion.pe/economia/sector-agrario-representa-6-pbi-emplea-mas-25-pea-2061757>
13. Gestión.(08 de setiembre de 2015).Minagri: arándanos peruanos ya pueden ingresar al mercado de Canadá. Recuperado el 25 de agosto del 2017 de <http://gestion.pe/economia/minagri-arandanos-peruanos-ya-ingresan-al-mercado-canada-2142219>
14. Gestión. (26 de abril de 2016). *Exportación de arándanos peruanos creció en 289% en primeros meses del año*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de <http://gestion.pe/economia/exportacion-arandanos-peruanos-crecio-289-primeros-meses-ano-2159442>
15. Huerta, C. R., & Cerna, K. J. (2015). *Identificación de las ventajas competitivas y su relación con las agroexportaciones al mercado de los estados unidos de las empresas ubicadas en la provincia de huaral*. Recuperado el 06 de 05 de 2016, de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/345/TFCE_TCE25.pdf?sequence=1&isAllowed=y
16. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (Junio de 2017). *Evolución de las exportaciones e importaciones*. Recuperado el 5 de Agosto de 2017, de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/06-informe-tecnico-n06_exportaciones-e-importaciones-abr2017.pdf
17. Jiménez Martínez, I. (2015). Recuperado el 05 de Diciembre de 2016, de Factores determinantes del comportamiento exportador de las pymes de Aguas Calientes.: <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista32/Articulo%203.pdf>

18. La Republica. (06 de Enero de 2014). *El mapa de los berries en el Perú*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <http://larepublica.pe/infografias/el-mapa-de-los-berries-en-el-peru-06-01-2014>
19. La República. (13 de Junio de 2016). *Evolución de las agroexportaciones*. Recuperado el 4 de Julio del 2017.
20. 23. Malca Guaylupo, O. (2015). *FACTORES DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO EXPORTADOR DEL PERÚ*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de [file:///Downloads/TESIS%20%20MALCA%204%20oct%2030%20v4\(3\)_b3768099-491d-7bd7-147f-aaa4301b3c8c.pdf](file:///Downloads/TESIS%20%20MALCA%204%20oct%2030%20v4(3)_b3768099-491d-7bd7-147f-aaa4301b3c8c.pdf)
21. Mendoza, E. M. (09 de 2014). *Los determinantes de la producción y comercialización de uva del distrito de Cascas*. Recuperado el 06 de 12 de 2016, de http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/2989/mendoza_elc_a.pdf?sequence=1
22. MINCETUR. (2016). *Exportaciones de arándanos peruanos a canada suman US\$ 788 mil*. Recuperado el 12 de abril de 2017, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/Comunicaciones/BoletinesComercioExterior/Boletin_Mincetur_ComercioExterior_21.html
23. Ministerio de agricultura y riego. (2016). *El arándano en el Perú y el mundo*. Recuperado el 27 de julio de 2017, de www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2016%3Fdownload%3D10356:estudio-del-arandano-en-el-peru-y-el-mundo+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe
24. Ministerio de Trabajo y Prmoción del empleo. (2016). *GLOSARIO DE TÉRMINO DE TEMAS DE EMPLEO*. Recuperado el 08 de 12 de 2016, de <http://www.trabajo.gob.pe/portalinclusivo/mostrarContenido.php?id=165&tip=130>
25. Moral, E., & Lanzas, J. R. (10 de 2008). *La exportación de aceite de oliva virgen en Andalucía: Dinámica y factores determinantes*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf1108.pdf>
26. Núñez Pazos, F. (06 de 2015). *Las exportaciones en el Perú*. Recuperado el 08 de 12 de 2016, de <http://www.ey.com/pe/es/newsroom/newsroom-am-exportaciones-peru>
27. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO. (2013). *Agroindustrias para el desarrollo*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <http://www.fao.org/3/a-i3125s.pdf>
28. Oscar, M. (2015). *FACTORES DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO EXPORTADOR DEL PERÚ*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de

file:///C:/Users/KEYLA/Downloads/TESIS%20%20MALCA%204%20oct%2030%20v4(3)_b3768099-491d-7bd7-147f-aaa4301b3c8c.pdf

29. Pazos, F. N. (05 de Junio de 2015). *Building a better working Word*. Obtenido de <http://www.ey.com/pe/es/newsroom/newsroom-am-exportaciones-peru>
30. Pérez, I., Guerra, P., & Dávila, M. C. (16 de 05 de 2016). *FACTORES QUE IMPULSAN LA INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES MANUFACTURERAS*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/1494-1520%20-%20Factores%20Que%20Impulsan%20La%20Internacionalizacion%20De%20Las%20Pymes%20Manufactureras.pdf>
31. PROMPERU (2017). Requisitos de acceso a mercados (RAM). Recuperado el 20 de agosto del 2017 de <http://ram.promperu.gob.pe/#>
32. Real Academia Española. (2016). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.rae.es/>
33. Sierra Exportadora. (30 de junio de 2013). *Situación mundial de los arándanos frescos y procesados y perspectivas próxima temporada 2013/2014*. Recuperado el 26 de marzo de 2017, de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/biblioteca-virtual/SITUACI%C3%93N%20MUNDIAL%20DE%20LOS%20AR%C3%81NDANOS%20FRESCOS.pdf>
34. Sierra Exportadora. (11 de mayo de 2016). *Trabajo de Sierra Exportadora incrementó la exportación de arándanos*. Obtenido de <http://blog.camexperu.org.pe/trabajo-de-sierra-exportadora-en-la-exportacion-de-arandanos/>
35. Sierra y Selva exportadora. (2017). *Arándano*. Recuperado el 10 de Julio de 2017, de <https://www.sierraexportadora.gob.pe/arandano/>
36. SIICEX. (2017). *Sistema integrado de información de comercio exterior*. Recuperado el 30 de julio de 2017, de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%20810400000%20&pnomproducto=%20ARANDANOS%20%20ROJOS,%20%20MIRTILOS%20Y%20DEMÁS%20FRUTOS%20%20DEL%20%20GENERO%20%20VACCINIUM,%20FRE
37. SUNAT. (2017). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Recuperado el 1 de agosto de 2017, de <http://www.sunat.gob.pe/>
38. Universidad Nacional Agraria La Molina. (28 de 06 de 2005). *AGROEXPORTACIÓN ¿qué es y cómo se hace?* Recuperado el 08 de 12 de 2016, de <http://www.lamolina.edu.pe/proyeccion/oaeps/noticias/detalledenoticial.asp?Id=36>

39. Vásquez, K. (2014). *Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-161/moneda-161-05.pdf>
40. Vazquez, E. (15 de 12 de 2010). *Factores y objetivos que promueven el comercio internacional*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de <http://www.degerencia.com/articulo/factores-y-objetivos-que-promueven-el-comercio-internacional>
41. Vasquez, T. (2015). Exportación de arandanos ascendera a \$9484 Recuperado el 08 de mayo de 2016, de <http://agraria.pe/noticias/exportacion-de-arandanos-ascendera-a-us-9484>
42. Veritrade. (2017). Recuperado el 2 de agosto de 2017, de <http://www.veritrade.info/index.aspx>

GLOSARIO DE TERMINOS

ADEX: Asociación de exportadores.

BCRP: Banco central de reserva del Perú.

COMEXPERU: Sociedad de comercio exterior del Perú

FAO: Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura.

HA: Hectárea

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática

MINAGRI: Ministerio de agricultura y riego

MINCETUR: Ministerio de comercio exterior y turismo.

PBI: Producto bruto interno

PEA: Población económicamente activa

PPE: programas de promoción de exportaciones

PROMPERÚ: Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo.

SENASA: Servicio nacional de sanidad agraria.

SIICEX: Sistema integrado de información de comercio exterior.

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

TLC: Tratados de libre comercio