



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

**FACTORES DE CRECIMIENTO EN LA EXPORTACIÓN  
DEL ARÁNDANO PRODUCIDO EN LA LIBERTAD,  
PERÚ, A LOS PAÍSES DEL MEDIO ORIENTE (ARABIA  
SAUDITA Y EMIRATOS ÁRABES UNIDOS) EN EL AÑO**

**2019**

**PRESENTADA POR  
LISSETH JACQUELINE CARRASCO MOREANO  
LOURDES ANDREA MONTALVO GORDILLO**

**ASESORA**

**SANDRA ELIZABETH HUAMÁN PASTORELLI**

**TESIS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**FACTORES DE CRECIMIENTO EN LA EXPORTACIÓN DEL ARÁNDANO**  
**PRODUCIDO EN LA LIBERTAD, PERÚ, A LOS PAÍSES DEL MEDIO**  
**ORIENTE (ARABIA SAUDITA Y EMIRATOS ÁRABES UNIDOS) EN EL AÑO**  
**2019.**

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

**PRESENTADO POR:**

**CARRASCO MOREANO, LISSETH JACQUELINE**  
**MONTALVO GORDILLO, LOURDES ANDREA**

**ASESORA:**

**DRA. SANDRA HUAMÁN PASTORELLI**

**Lima-Perú**

**2020**

## DEDICATORIA

A Dios, a nuestros padres, que siempre nos han dado lo mejor de sí y nos han motivado a seguir adelante. A nuestras familias, a nuestra asesora Sandra Huamán que desde el primer día ha estado apoyándonos en todo el avance. Gracias a todos por su apoyo y amor incondicional.

Andrea Montalvo Gordillo

Lisbeth Carrasco Moreano

## AGRADECIMIENTOS

La elaboración de este documento hubiera sido imposible sin el apoyo de nuestra asesora Dra. Sandra Huamán Pastorelli, por las facilidades en brindarnos información, su tiempo invertido en cada asesoría, los alcances para realizar nuestro trabajo de campo, todo se resume en la energía y dedicación que tuvo con nosotras y la tesis.

Como no agradecer a nuestros padres, que en todo momento nos alentaron a seguir esforzándonos por lograr nuestros objetivos, y cuando estuvimos en momentos críticos nos dieron palabras de aliento. Así mismo a nuestra familia, amigos, compañeros de trabajo, que nos ayudaron con su motivación y comprensión.

Muchas gracias a todos.

## INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS .....	3
INDICE DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS .....	8
ABSTRACT .....	10
INTRODUCCION .....	11
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.....	13
1.1 Antecedentes de la investigación .....	13
1.1.1 Antecedentes nacionales .....	13
1.1.2 Antecedentes Internacionales .....	21
1.2 Bases teóricas.....	27
1.2.1 Arándano.....	27
1.2.1.1 Definición del fruto.....	27
1.2.1.2 Descripción del fruto.....	27
1.2.1.3 Beneficios del fruto .....	28
1.2.1.4 Calidad del fruto .....	31
1.2.1.5 Estacionalidad del fruto .....	31
1.2.1.6 Áreas de producción del fruto en el Perú .....	35
1.2.2.1.2 Población.....	38
1.2.2.1.3 Clima .....	38
1.2.2.1.4 Principal actividad económica y exportaciones .....	40
1.2.2.2 Competencia nacional.....	40
1.2.3 Oferta .....	41
1.2.3.1 Oferta nacional .....	41
1.2.2.2 Oferta Internacional.....	46
1.2.3 Exportación al Medio Oriente .....	49
1.2.4 Promoción y Posicionamiento del Arándano .....	57
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS .....	59
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.....	59
2.1.1 Hipótesis General.....	59
2.1.2 Hipótesis Específicas .....	59
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	60
3.1 Diseño Metodológico .....	60
3.2 Procedimiento de muestreo.....	60

3.3 Instrumentación .....	63
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....	65
4.1. Factores de crecimiento en la exportación de arándanos producidos en Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos). .....	65
4.2 Factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú hacia los países de medio Oriente.....	68
4.3 Factores de incremento en la demanda de arándanos a nivel nacional, para su exportación al Medio Oriente.....	73
4.4 Factores que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en Perú, para su exportación al Medio Oriente .....	77
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	81
5.1. Comparación de los Resultados con Antecedentes y Marco Teórico .....	81
5.2. Contrastación de las Hipótesis con los Resultados .....	89
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES .....	94
FUENTES DE INFORMACION .....	96
ANEXOS .....	107
Anexo 1: Instrumento en blanco.....	107
Anexo 2: Validez de expertos.....	108
Anexo 3: Matriz de consistencia.....	117

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Zonas de producción de Arándano .....	14
Figura 2: Precios en EEUU de los principales proveedores en US\$/kg. (2018/19 y 2019/20) .....	21
Figura 3: Mercados importadores para arándanos y demás frutos del género “vaccinium” exportado por Chile 2019.....	22
Figura 4: Actividad antioxidante celular comparado con otras frutas.....	29
Figura 5: Nutrientes en los arándanos (145 gr.) .....	30
Figura 6: Proyección de países productores de arándanos en el 2021 .....	37
Figura 7: Ubicación del departamento de La Libertad .....	37
Figura 8: Clima en el departamento de La Libertad .....	39
Figura 9: Empresas peruanas exportadoras de Arándano. ....	40
Figura 10: Exportación de arándanos - estimado en FOB miles, del año 2015 al 2019 .....	42
Figura 11: Exportación de arándanos – estimado en FOB miles, del año 2015 al 2019 .....	43
Figura 12: Empresas peruanas exportadoras de Arándano.....	44
Figura 13: Empresas exportadoras de la región La Libertad.....	45
Figura 14: Exportación de arándanos (US\$ miles FOB) 2018-2019 .....	46
Figura 15: Factores de crecimiento en la exportación de arándanos, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos) .....	66
Figura 16: Principales variables para la exportación de arándanos según grado de importancia para las empresas encuestadas. ....	67
Figura 17: ¿Es el Medio Oriente un continente llamativo para la exportación peruana? .....	68
Figura 18: ¿Es el Medio Oriente uno de los mercados que más nos beneficiaría en el crecimiento económico peruano?.....	69
Figura 19: ¿Es el Medio Oriente un mercado de fácil acceso para un país en desarrollo como el nuestro? .....	70
Figura 20: ¿Son los arándanos los nuevos productos top de las exportaciones peruanas? .....	70
Figura 21: ¿Existe apoyo por parte del estado para crear enlace con otros países y presentar productos de exportación?.....	71
Figura 22: ¿Tiene Perú la capacidad de producir más arándanos en la actualidad? .....	72
Figura 23: ¿Perú está en la capacidad de cubrir la demanda externa en el sector de frutas secas? .....	72



Figura 24: ¿Es la salud un factor de incremento en la exportación del arándano? .....	73
Figura 25: ¿Los arándanos son productos que tienen una buena aceptación a nivel mundial? .....	74
Figura 26: ¿Son los documentos de exportación una traba para ingresar al mercado del Medio Oriente? .....	74
Figura 27: ¿El medio Oriente tiene mayores barreras de ingreso frente a otros continentes? .....	75
Figura 28: ¿El mercado internacional está con la mira en productos peruanos? .....	76
Figura 29: ¿Cree que la calidad es la mayor diferenciación de las frutas exportadas? .....	76
Figura 30: ¿Son las ferias internacionales una ventana para crear comercio externo? .....	77
Figura 31: ¿Se recomienda exportar arándanos a mercados como el Medio Oriente? .....	78
Figura 32: ¿Es el estado el principal agente que crea enlaces con otros países y presenta productos nuevos de exportación? .....	78
Figura 33: ¿Los tratados de libre comercio benefician al exportador? .....	79
Figura 34: ¿El estado incentiva y da herramientas para conocer los mercados más llamativos para nuestros productos? .....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones Peruanas del año 2015 al año 2019. (en miles de dólares) Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium". .....	15
Tabla 2: Propuestas de mejora para la producción de arándanos. ....	23
Tabla 3: Valor Nutricional del arándano .....	28
Tabla 4: Periodo estacional de la producción anual de arándanos.....	32
Tabla 5: Principales zonas productoras de arándanos en Perú .....	35
Tabla 6: Principales exportaciones a nivel mundial de arándanos (en toneladas) del año 2015 al 2019.....	47
Tabla 7: Principales exportaciones a nivel mundial de arándanos (en dólares) del año 2015 al 2019.....	48
Tabla 8: Productos top de exportación en Perú 2015-2019 en US\$ millones ..	48
Tabla 9: Valores del comercio exterior del 2015 al 2019.....	49
Tabla 10: Distribución de comercio por productos .....	50
Tabla 11: Estructura del % del PBI 2015-2019.....	52
Tabla 12: Lista de los 20 mercados proveedores para un producto (0810 Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos, etc.) importado por Arabia Saudita en 2019 (En miles de dólares / Toneladas). .....	55
Tabla 13: Lista de los 19 primeros mercados proveedores para un producto (0810 Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos, etc.) importado por Emiratos Árabes Unidos en 2019 (En miles de dólares / Toneladas).....	56
Tabla 14: Comparación de Bases teóricas con Resultados .....	89
Tabla 15: Contrastación de Hipótesis con Resultados .....	91

## RESUMEN

En nuestro país, el sector de agroexportación ha tenido un fuerte incremento en los últimos años, por ello en el presente trabajo de investigación realizamos un análisis del mercado nacional respecto al arándano producido en el departamento de La Libertad, los países a los que se está exportando en la actualidad y que son los mercados llamativos para este producto. Para ello se analizaron las siguientes variables en la investigación: calidad y estacionalidad del producto, mecanismos de producción óptimos y una región propicia para su cultivo y finalmente la promoción gubernamental y ferias internacionales; los que van acorde a nuestro objetivo general y buscan determinar los factores de crecimiento en la exportación de arándanos producidos en nuestro país, que van hacia los países del Medio Oriente -Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos-, de esta forma, el trabajo de investigación toma como herramienta una encuesta realizada a diversos productores y exportadores del rubro agroindustrial que puedan responder preguntas sobre los factores que tomamos en cuenta en la investigación según sus experiencias. Los resultados confirman que los factores de la investigación influyen en el crecimiento de la exportación (más del 60% de las personas encuestadas).

Es necesario que el Gobierno y el productor, empresario o emprendedor, trabajen de la mano para poder lograr un crecimiento en la exportación a este mercado y así poder ser uno de los principales abastecedores de arándanos al Medio Oriente.

Palabras clave: exportación de arándanos, mercado del Medio Oriente, producción peruana, factores de crecimiento.

## **ABSTRACT**

In our country, the agro-export sector has had a strong increase in these last years. In this research, we are doing an analysis of the national blueberry's market which are produced in the region "La Libertad", also the places where this product has been exported and the striking markets like the Middle East countries, that's why are evaluating these variables in this research: product quality and seasonality, optimal production mechanisms in favorable cultivations region and finally, government promotion and international fairs; these factors are according to the general objective which is to determine the growth factors in the blueberries exportation that are produced in our country and sending to the countries of the Middle East -Saudi Arabia and United Arab Emirates- in 2019, and that's how, this research uses surveys of various producers and exporters in the agroindustry who can answer questions about the factors we are taking in this research according to their experiences. The results confirm that the factors we took can influence the export growth (more of the 60% of the surveyed public).

It is necessary that the government, the producers and the companies or entrepreneurs, work side by side to achieve the export growth in this market and can be the principal provider of blueberries in Middle East.

Key words: blueberry export, Middle East market, Peruvian production, growth factors.

## INTRODUCCION

En el Perú, el arándano es un producto relativamente nuevo, no es oriundo de nuestra zona geográfica e ingresó hace más de diez años, sin embargo, en la región de La Libertad ha sabido adecuarse muy bien, siendo esta la ciudad que en la actualidad produce la mayor cantidad de arándanos en nuestro país.

Este fruto tiene una gran acogida a nivel mundial, gracias a su alto nivel nutricional, resaltando los antioxidantes que previenen el cáncer, las proantocianidinas que evitan infecciones urinarias y la vitamina C; además de su gran sabor y calidad.

El país que registra mayor demanda de este fruto es Estados Unidos, siendo el mayor importador de arándanos en el mundo, es por lo que nuestro país destina una gran cantidad de toneladas de nuestra producción a este país. Sin embargo, hemos detectado gracias a diferentes fuentes, que el Medio Oriente es una región que está empezando a importarlo en una cantidad importante, lo que ha llamado mucho nuestra atención.

Los objetivos de esta investigación son determinar los factores de incremento en la demanda de los arándanos producidos en Perú, los factores de incremento en la oferta de arándanos a nivel nacional y los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos). La hipótesis principal fue conocer si existen factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).

El enfoque de nuestra investigación es de tipo mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, con un diseño exploratorio no experimental.

Es por lo expuesto que la importancia de la presente investigación es poder conocer los factores que permitieron el crecimiento en la exportación del arándano producido en nuestro país al Medio Oriente.

Esta investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera:

En el capítulo I abordaremos básicamente antecedentes nacionales e internacionales bibliográficos acerca de la exportación de arándanos, así mismo, estarán las bases teóricas de la investigación.

En el capítulo II se encuentra la formulación del problema general y los problemas específicos, al igual que el objetivo general y los específicos, la viabilidad, justificación e importancia del trabajo de investigación, además de la hipótesis general y las específicas.

En el capítulo III se desarrolla el diseño y el procedimiento de investigación, se determina la población y la muestra. Se pueden encontrar los instrumentos elegidos y las técnicas utilizadas, aparte de los aspectos éticos.

En el capítulo IV se mostrarán los principales resultados obtenidos al aplicar la herramienta elegida.

En el capítulo V se reportarán los resultados de la investigación, haciendo una contrastación de las hipótesis con los resultados de la herramienta utilizada.

Finalmente encontraremos las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas, y anexos del trabajo de investigación.

## **CAPITULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

#### **1.1.1 Antecedentes nacionales**

Según el gerente general de Arándanos Perú, Álvaro Espinoza, en la entrevista realizada por Portal Frutícola (2019), menciona que el Perú ya cuenta con 8 mil hectáreas de arándanos, donde el 50% y 60% de ya producen, dando énfasis en la importancia que debemos de tener frente a un producto que está creciendo a paso agigantados y que debe de ser manejado como muchos otros que ya son principales productos de nuestro país, abriéndole paso a diferentes mercados.

De acuerdo con Aquino M., Delgado, C., Gonzales, H. y Sánchez M. (2017), en su trabajo “Plan de negocios para la producción de arándano fresco (*Vaccinium Myrtillus*) proveniente de la zona de Camball (distrito de Bolognesi, provincia de Pallasca, región Ancash), para exportación al mercado de Estados Unidos” realizado en Lima para la Universidad ESAN, la producción de este tipo de fruto en el hemisferio sur es liderada por Chile, pero el Perú cuenta con un ritmo de crecimiento mayor a los demás mercados como Argentina y Uruguay. Las exportaciones de nuestro país han crecido exponencialmente, poco más del 3,000%, basándonos en la producción del 2012 que rodeaba las 48 toneladas y para el 2014 ya teníamos una producción de 2,889 TM.

Según la Oficina Comercial de Perú en Miami (2017), en la investigación “Perfil de Mercado de Arándanos en los Estado Unidos de Norteamérica” realizado en Lima, en Cajamarca se puede observar un ámbito geográfico potencial y condiciones óptimas para la producción comercial de los arándanos con fines de exportación. Para variedades tempranas de arándanos se puede esperar un rendimiento de 6 mil a 8 mil kilogramos por hectárea, iniciando la época de

cosecha de octubre a febrero.

Para Salazar (2014), en su estudio de “Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de Arándanos Frescos provenientes de la región La Libertad” realizado en Trujillo, Perú para la Universidad Privada del Norte con objetivo de demostrar que en Estados Unidos existen oportunidades potenciales de negocio para las exportaciones peruanas de arándanos frescos de la región la Libertad, concluyó que nuestro país inició la oferta de este fruto hace 10 años, sin embargo, estamos en crecimiento gracias a las inversiones privadas y a los programas estatales que están fomentado el cultivo de arándanos, como es el Programa Sierra Exportadora y Perú Berries.

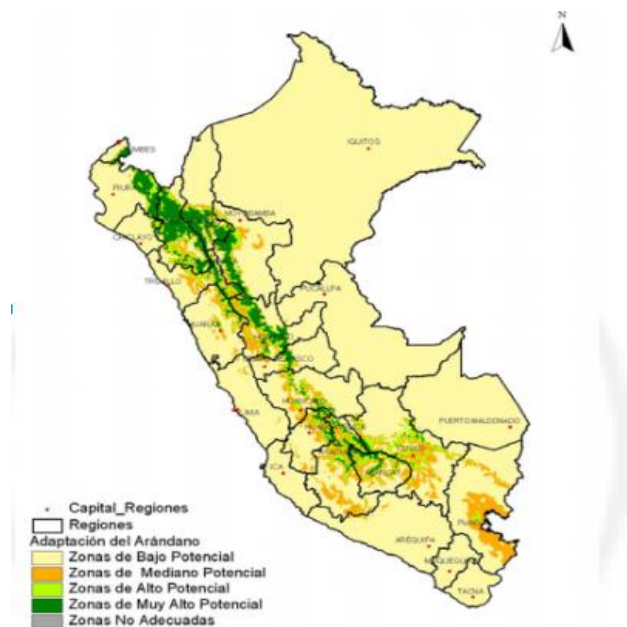


Figura 1: Zonas de producción de Arándano.  
Fuente: Huapaya (2017).

En la figura 1 se resaltan dentro del mapa de nuestro país, las diferentes zonas para el cultivo de arándanos, resaltando La Libertad y Cajamarca como zonas



de muy alto potencial para la producción de arándanos.

Según lo investigado en Trade Map (2020), las exportaciones peruanas de este fruto están focalizadas en el mercado americano, ya que Estados Unidos fue el mayor importador de arándanos peruanos entre los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 como se mostrará a continuación. Según ese estudio, la producción de arándanos también crecerá en un 50% gracias a las mejores condiciones meteorológicas en las regiones de La Libertad y Lambayeque, regiones que actualmente concentran el 78,9% y 17,5% de la producción nacional respectivamente.

Tabla 1. Exportaciones Peruanas del año 2015 al año 2019. (en miles de dólares)  
Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium".

País	Año 2015			Año 2016			Año 2017			Año 2018			Año 2019		
	Puesto	Cant.	Valor	Puesto	Cant.	Valor	Puesto	Cant.	Valor	Puesto	Cant.	Valor	Puesto	Cant.	Valor
E.E.U. U	1	6.14	57.134	1	15.635	132.188	1	20.072	164.105	1	40.3	292.651	1	69.198	454.023
P. Bajos	2	9.62	40.626	2	16.482	74.899	2	24.154	120.201	2	32.902	153.883	2	27.507	182.023
Reino U.	5	4.06	17.362	4	6.175	40.42	3	7.811	44.199	3	4.606	60.173	4	9.612	63.480
China	4	52	117	3	20	49	4	4.181	34.686	4	4.606	32.789	3	10.212	70.469
España	3	272	996	5	661	4.1	5	1.074	6.298	5	3.474	23.682	5	2.802	17.729

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Así mismo, la tabla 1 muestra la cantidad exportada de arándanos peruanos en toneladas y el valor exportado de arándanos en miles de dólares en los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 para los países que ocupan los 5 primeros puestos en la lista de mercados a los que exportamos arándanos.

En cuanto al 2019, según el Informe del mercado de arándanos de la consultora Maximixe realizado en el artículo titulado "Perú: Las exportaciones de arándanos aumentarán un 60,2% en 2019" por la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (2019), la exportación del arándano aumento un 60,2%,

alcanzando los 885 millones de dólares en valor exportado, dicho incremento se debe a los envíos a Estados Unidos, China y Países Bajos. Este crecimiento fomenta a que empresas del rubro busquen crecer y abrir más plantas, como es el caso de una empresa agroexportadora trujillana, que evalúa construir una nueva planta.

Se puede comprobar como cada año va creciendo la producción y valor FOB de las exportaciones de arándanos no solo a Estados Unidos, sino también a otros países como Países Bajos, Reino Unido, China y España, lo que demuestra que hay oportunidad de ventas de este producto en otros mercados a nivel mundial.

Según nos comenta Salazar (2014), en su estudio de "Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de Arándanos Frescos provenientes de la región La Libertad realizado en Trujillo, Perú para la Universidad Privada del Norte con objetivo de demostrar que en Estados Unidos existen oportunidades potenciales de negocio para las exportaciones peruanas de arándanos frescos de la región la Libertad, la región líder en exportación de arándanos en el Perú es La Libertad, pues muestra gran inversión privada a pesar de las deficiencias tecnológicas y logísticas en la región, lo que hace que pueda cubrir la demanda del mercado estadounidense que crece cada año. Por lo tanto, según este autor, es viable exportar a EE. UU. por las siguientes razones:

- Nuestro país cuenta con acuerdos comerciales como el Acuerdo de Promoción Comercial (APC).
- Formamos parte del Sistema Generalizado de Preferencias (GSP), lo que hace que el arancel preferencial GSP sea 0%.
- El IVA o IGV no existe en este país, ni otros impuestos para la

comercialización mayorista, lo que nos beneficiaría a la hora de vender nuestros productos en este país.

Estados Unidos es el país con mayor participación en cuanto a comercialización con nuestro país se refiere, sin embargo, el Medio Oriente también ha tenido una relación comercial con Perú, en menor grado, pero con historia.

En la III Cumbre América del Sur - Países Árabes del 2012 se mostró la intención de abrir una embajada peruana en Arabia, pero recién en el 2013 se inaugura oficialmente la Embajada en el Reino de Arabia Saudita, según nos comenta Rosadio (2018) en su investigación "La política exterior del Reino de Arabia Saudita (2015-2017): análisis y oportunidades para la relación bilateral con el Perú", presentado a la Academia Diplomática del Perú Javier Perez de Cuellar, con el objetivo de analizar los factores que produjeron los cambios en la política exterior de Arabia y de qué manera impacta en la relación diplomática con nuestro país.

Adicionalmente, Rosadio (2018) nos comenta:

Entre el 2005 y 2016, el comercio bilateral entre el Perú y Arabia Saudita registró un monto de US\$ 819 millones de dólares. Durante dicho periodo el Perú exportó a Arabia Saudita por un valor de US\$ 98 millones de dólares, mientras que las importaciones alcanzaron US\$ 721 millones de dólares. El Perú exporta principalmente frutas y hortalizas, mientras que las importaciones se componen sobre todo de productos petroquímicos.

Como se menciona, el Perú importa más productos de lo que exporta a Arabia Saudita, sin embargo, tenemos un mercado en el medio oriente que abre las puertas a los productos agrícolas, y sabiendo que el Perú es un país netamente agricultor esto nos conviene mucho para seguir impulsando el comercio de nuestras frutas y verduras, incluyendo el arándano.

Bravo (2017) menciona en la revista SIICEX que los países del Medio Oriente son el nuevo mercado objetivo, pues muestran una actitud positiva ante nuestros productos. Así mismo, menciona que los tres principales mercados de destino para los productos agropecuarios peruanos en Medio Oriente son Emiratos Árabes Unidos, Israel y Arabia Saudita; otros países podrían sumarse como plazas potenciales y diversificar las ventas de frutas y hortalizas al exterior donde el 73% de nuestras actuales ventas hortofrutícolas se concentra en el Medio Oriente, pero existen otras plazas que también muestran interesantes cifras iniciales que generan expectativas; por ejemplo, en Líbano, los pallares peruanos gozan de una importante acogida, mientras que en Kuwait el maíz gigante del Cusco tostado comienza a ganar terreno en el mercado de snacks. Llegando a este punto, es importante mencionar que existen ciertas certificaciones que nos permiten ingresar al mercado internacional, es por ello que resaltaremos que en nuestro país el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), envía a sus inspectores para velar que se cumpla con la sanidad adecuada en todos los procesos y que se respeten las normas sanitarias para así poder otorgar el certificado fitosanitario, como nos comenta Gutierrez y Legua (2020) en su estudio “Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana” realizado en Lima para la Universidad Tecnológica del Perú.

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), es el organismo del estado especializado con autoridad oficial en asunto de Calidad de Insumos, Inocuidad agroalimentaria, Sanidad Agraria y Producción Orgánica, que pertenece al Ministerio de Agricultura y Riego, y que se encarga de otorgar el servicio de certificación fitosanitaria y zoonosanitaria en este caso. Además, ayuda a los

empresarios a abrirse paso hacia mercados internacionales para la exportación de productos agropecuarios ya que implementa recomendaciones y normas de algunas instituciones internacionales y establece convenios con organismos de sanidad agraria de países con los que podemos comercializar, según lo que nos comenta Anculle (2017) en su investigación “Problemas y Soluciones de exportación de quinua en grano - exigencia de calidad” realizado en Lima para la Universidad Nacional Agraria La Molina, con el objetivo de mostrar los problemas relacionados a calidad e inocuidad que se presentan a los exportadores para ingresar a diversos mercados y recomendar soluciones para cumplir con los estándares internacionales.

Según Chavez, Lalich, Tenorio y Ugaz (2018) en su investigación “Lineamientos generales para la gestión de la comunicación estratégica de la certificación “Empresa B”.” realizado en Lima para el Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) con el objetivo de formular lineamientos para que sean implementados por una empresa y así asegurar el cumplimiento de sus propios objetivos, indica que: “Existen diferentes normas certificables que abarcan diferentes aspectos de la sostenibilidad como la ISO 9000 (certificación de procesos que redundan en la calidad de los productos y servicios), la ISO 14000 (gestión ambiental), la reciente ISO 45000 (anteriormente OHSAS 18000), la ISO 37000 (estándar antisoborno), y la SA 8000 (responsabilidad social en el trabajo).”

Estas normas certifican la sostenibilidad que existe en un producto, sector o proceso, influenciando específicamente en el impacto de la empresa sobre el medio ambiente. (Chavez *et al.* 2018).

De acuerdo con Gómez y Sender (2017), en su estudio “Impacto del uso de

drones para fumigación de cultivos de arándanos en el departamento de La Libertad – Perú” realizado en Lima para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), existen medidas fitosanitarias y normativas en la producción, y estas afectan directamente a las exportaciones de nuestro país ya que restringen el comercio con otras naciones, como Estados Unidos. Muchos de ellos aplican este tipo de medidas para conseguir objetivos relacionados a las políticas de protección del consumidor y de su salud frente a enfermedades. Por lo que, cada gobierno es totalmente libre de determinar sus propias normas de inocuidad alimentaria, lo que genera barreras al comercio internacional; es por lo que la FAO crea en 1961 el CODEX Alimentarius, que es la entidad que se encarga de estandarizar normas de este tipo y garantiza la inocuidad de los alimentos para todas las personas a nivel mundial.

Además, se debe tener en cuenta ciertos delimitantes a la hora de industrializar frutas tropicales, como es el caso del arándano, por ello Colina y Salgado (2018) mencionan en su Plan de Negocios para la Producción de Arándanos Cultivados en el Valle de Cañete (Región Lima) y su Exportación al Mercado de Estados Unidos de América, presentado en la Universidad ESAN de Lima, que se tienen las siguientes limitantes: bajo conocimiento en el manejo productivo, la adaptación insuficiente de los productores a las exigencias de calidad, la falta de investigación, el bajo nivel de transferencia tecnológica, esto dentro del marco técnico, donde puede verse la tecnología al igual que en la tabla previa es un punto muy importante al momento de buscar crecimiento.

Otros factores respecto a la gestión son: la baja difusión de la información de mercado, la falta de fluidez de información entre productoras y exportadoras, la heterogeneidad en la capacidad empresarial, el bajo nivel de los recursos

humanos y la baja integración y asociatividad del sector, y este último es muy importante ya que la competencia es algo natural y real en todo negocio, pero como una comunidad productora de un bien, es conveniente hacer crecer ese mercado para todos, que los beneficios puedan ser alcanzados y accesibles por los miembros que deseen estar en el rubro, de esa forma se mejora la comercialización y se enfrentan los desafíos en conjunto.

### 1.1.2 Antecedentes Internacionales

El crecimiento del consumo del arándano se debe a la toma de conciencia en la salud y seguir una alimentación sana.



Figura 2: Precios en EEUU de los principales proveedores en US\$/kg. (2018/19 y 2019/20).  
Fuente: Red Agrícola. (2020)

La figura 2 muestra a Estados Unidos como el principal mercado para el arándano, donde a pesar de que se incrementó el volumen de envío, el precio se redujo ya que existía mayor disponibilidad del producto por parte de otros proveedores como vemos en la figura. La diferencia en las cantidades o precios es según la producción y estacionalidad acorde al mes y esto también puede

tener conexión con su presentación, ya sea como fruta fresca o congelada.

Hablando de manera general, el arándano tiene diversas presentaciones para su exportación a nivel mundial. Este fruto no solo se exporta de manera fresca, sino también se busca otras presentaciones para poder ingresar a nuevos mercados.

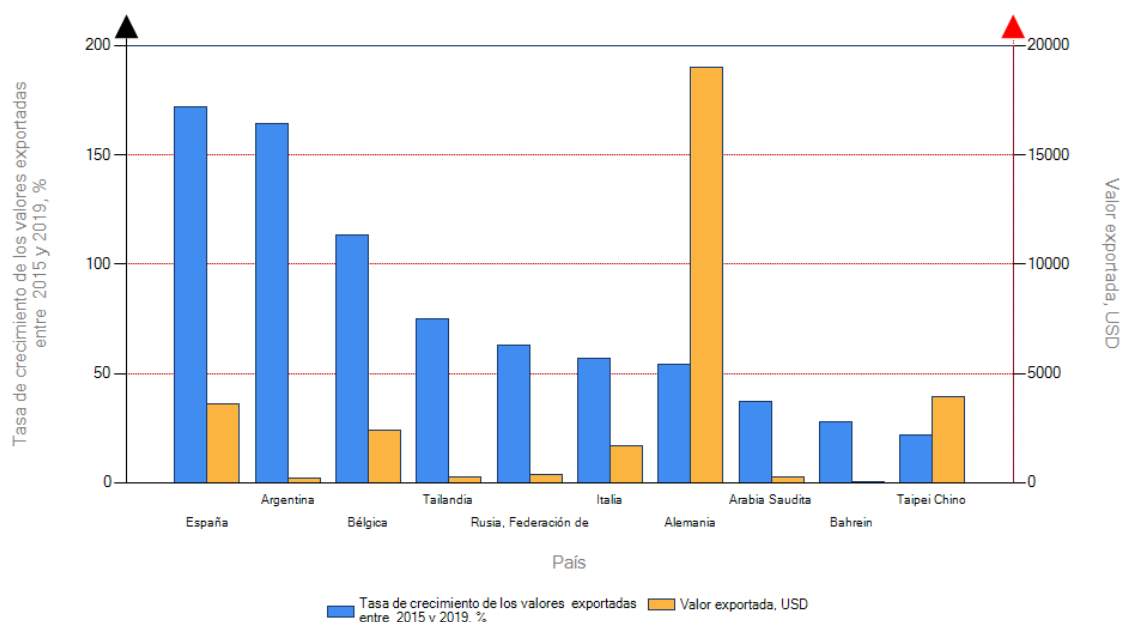


Figura 3: Mercados importadores para arándanos y demás frutos del género “vaccinium” exportado por Chile 2019.

Fuente: Trade Map (2020)

En la figura 3 podemos observar dos colores de barras, donde la azul muestra la tasa de crecimiento de valores exportados entre el 2015 y el 2019 por Chile, donde podemos ver que en este periodo España tuvo una tasa de 172% frente a Taipei con un crecimiento en este periodo de 22%. Las barras naranjas muestran el valor en dólares americanos de las cantidades exportadas en el 2019, donde Alemania fue el mayor importador con el monto de US\$ 18 982 mil y país con el menor monto de importación fue Bahrein con US\$19 mil.

En cuanto a temas de producción del arándano a nivel internacional, se investigó



que existen propuestas para su mejora, tal como se muestra a continuación.

Arias (2017), en su investigación Potencialidades y Retos en la Producción del Agraz en Antioquia presentado en la Universidad EAFIT, menciona también que:

Estados Unidos es uno de los principales países productores, exportadores e importadores de arándanos tanto azules como rojos. Entre sus principales arándanos de producción se encuentran el blueberry y el cranberry. El principal país de exportación es Canadá, país que en 2016 representó el 82% de las exportaciones de arándanos frescos, además tiene un historial de exportaciones al continente asiático (China, Corea del Sur y Singapur) que de a poco ha ido decreciendo gracias al interés de estos en ser productores. Los estados donde se cosechan arándanos en Estados Unidos son Wisconsin, Nueva Jersey, Oregon, Massachusetts y Washington, sus épocas de cosecha se dan entre septiembre y octubre y actualmente se estima que tienen un total de 14.570 hectáreas de arándano en el país. En Estados Unidos se practica dos métodos de cosecha: en agua y en seco. La cosecha en agua consiste en inundar las ciénagas donde se encuentran las plantas y así, aquellos arándanos listos para recolección flotarán dada una pequeña cavidad de aire que se forma cuando la baya madura. La recolección en seco se da por medio de cosechadoras mecánicas las cuales cortan los arándanos y los almacenan en bolsas de arpillera conjuntas a la máquina.

Tabla 2: Propuestas de mejora para la producción de arándanos.

<b>CAUSA</b>	<b>PROPUESTA</b>
<b>Implementación de tecnología</b>	Instalar un sistema de automatización con PLC. (Programmable Logic Controller)
<b>Mantenimiento periódico</b>	Incrementar una bitácora de fallas y planificar mantenimientos trimestrales y anuales.
<b>Falla de máquinas</b>	Personal técnico calificado para efectuar mantenimiento correspondiente.
<b>Plaga de insectos</b>	Aplicar insecticidas de mejor calidad y que no afecte la producción.
<b>Temperatura</b>	Dentro de un invernadero, instalar un sistema de ventilación automatizada.
<b>Sequía</b>	Instalar un sistema de riego por goteo automático.

<b>Maquinaria obsoleta</b>	Implementar maquinarias con mejor tecnología, que den mayor producción y en menos tiempo.
----------------------------	---

Fuente: Gonzales, C. (2016)

En la tabla 2 se puede visualizar que la implementación de tecnología ayuda a tener un mejor control que puede ser programado y ser más exacto al momento del cultivo de los arándanos. Otro punto importante es el llevar apuntes periódicos de los objetivos que se desean alcanzar, qué medidas se tomaron para llegar a ellas, cuales fueron viable y cuáles no, de esta forma tienes mapeado cada proceso y puedes cambiar o mejorar cada uno de ellos. Para dichos procesos se debe contar con personal calificado, que sería el tercer punto, de esta forma los que operan la maquinaria saben cómo responder ante una falla o en todo caso se crearía un equipo de mantenimiento. El cuarto punto es muy importante, el tema de las plagas puede devastar todo un cultivo y crear retrasos, para ello debe buscarse productos naturales que no varíen la composición del producto pero que puedan protegerlos de plagas o distintos organismos que logren variar su calidad.

Parte de tener ese cuidado es también controlar cosas tan generales como su temperatura, su exposición al medio ambiente, la cantidad de agua que necesita, e que periodos, entre otros, que solo ayudaran a mejorar y afrontar los retos que de forma general se mencionan en el cuadro.

Gonzales (2016), en su Estudio y Mejoramiento en los Procesos Productivos en el Cultivo de Arándanos de la Empresa Millaranda realizado en la Concepción, Chile, nos resalta que un invernadero protege a los cultivos de las plagas y de un medio ambiente adverso. Puede estar conformado por bases de madera o metálicas las cuales se encargan de sostener una cubierta de vidrio o plástico que tiene como función mantener una temperatura mayor que en el exterior y

esto lo logra aprovechando solo la radiación solar ya que al atravesar el vidrio o plástico calienta los objetos o cultivos que se encuentran adentro, los cuales a su vez emiten una radiación infrarroja que produce más calor, la que no puede salir del invernadero porque tiene una longitud de onda mayor que la solar. Cuando se utiliza un invernadero para un cultivo, se tienen cambios significativos en el clima interno. El efecto más visible es la reducción de la velocidad del viento en comparación con el exterior.

Como un punto importante, Ulloa (2015) en su tesis Propuesta de guía de exportación para el jugo de ananá (piña) de Costa Rica a Arabia Saudita para PROCOMER realizado en la Universidad de Costa Rica, nos menciona que, para ingresar al mercado saudí, la figura más común es la de distribuidor o agente, y solo los saudíes pueden vender y deben estar inscritos en el Registro de Comercio, y si comercializa alimentos debe indicarse tal cual. Es por ello, que se debe elegir bien al agente, para asegurar el éxito de nuestro negocio; asimismo, se debe tener en cuenta la documentación solicitada por las autoridades de dicho país, como el certificado de origen, un certificado de ingredientes, en caso el cliente lo indique, un certificado sanitario, uno de libre venta y otro de protección al consumidor.

Todos los alimentos que importa Arabia Saudita son revisados por la Saudi Food Drug Authority (SFDA) que inició en el puerto de entrada el sistema electrónico obligatorio de despacho de aduanas (E-Clearance) para todos los alimentos.

Cabe mencionar que en el 2013, Estados Unidos fue el mayor productor mundial de arándanos, como menciona Bascopé (2013) en su investigación Realidad Productiva del Arándano en EE. UU. y México, producido y editado por la Oficina de estudios y Políticas Agrarias, donde menciona que la producción alcanzada

fue de 230 millones de kilos en 2011, entre variedades comerciales y silvestres, con un valor comercial de US\$860 millones, siendo el segundo berry, luego de la frutilla, en tener una parte importante en la economía del país y que desde el año 2002 hubo una preferencia por el arándano fresco, superando al consumo de congelados. Desde entonces la demanda por fruta fresca ha seguido en aumento, alcanzando un consumo per cápita récord de 565 gramos en el año 2011. Por su parte, el consumo per cápita de arándano congelado aumentó de 100 gramos anuales en la década de los 80 a 256 gramos anuales en el año 2010.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Arándano**

#### **1.2.1.1 Definición del fruto**

La Oficina Comercial de Perú en Miami (2017) resalta que el género de arbusto *Vaccinium angustifolium* es el que incluye todas las especies llamadas arándano, y contiene más de 450 especies incluyendo la *Cyanococcus*, o comercialmente conocida como arándano azul (Blueberry). Son nativos de Norteamérica, creciendo en bosques y montañas de Canadá y Estados Unidos, esto debido a que el hábitat de esta especie se caracteriza por ser frío, sin embargo, podemos ver que también se cultiva en el hemisferio Sur.

#### **1.2.1.2 Descripción del fruto**

Según López y Urrutia (2014), este fruto presenta las siguientes características:

- Ricas en vitamina A, C y potasio
- Fuente primaria de antioxidantes
- Bajos en grasa y sodio
- Compuesto por 16% fibra
- Necesitan entre 800 a 1200 horas de frío
- Resisten muy bajas temperaturas, hasta -30°
- Se cultivan principalmente en suelos ácidos.

En la tabla 3 se presenta el valor nutricional del arándano, donde claramente podemos validar que tiene muy pocas calorías, y provee de vitamina C en gran cantidad.

Tabla 3: Valor Nutricional del arándano

<b>Información Nutricional (100g)</b>	<b>CANTIDAD</b>
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: Sierra y selva exportadora 2017

### **1.2.1.3 Beneficios del fruto**

Según el Consejo Consultivo de la Investigación de la Salud y Nutrición de Cítricos del Departamento de Florida en Estados Unidos el arándano tiene las siguientes bondades para nuestra salud:

Los antioxidantes, que permiten prevenir enfermedades como el cáncer y enfermedades cardiovasculares, ya que protege las células de nuestro cuerpo y aumenta el colesterol bueno, permitiendo la adecuada circulación de la sangre.

(López y Urrutia, 2014)

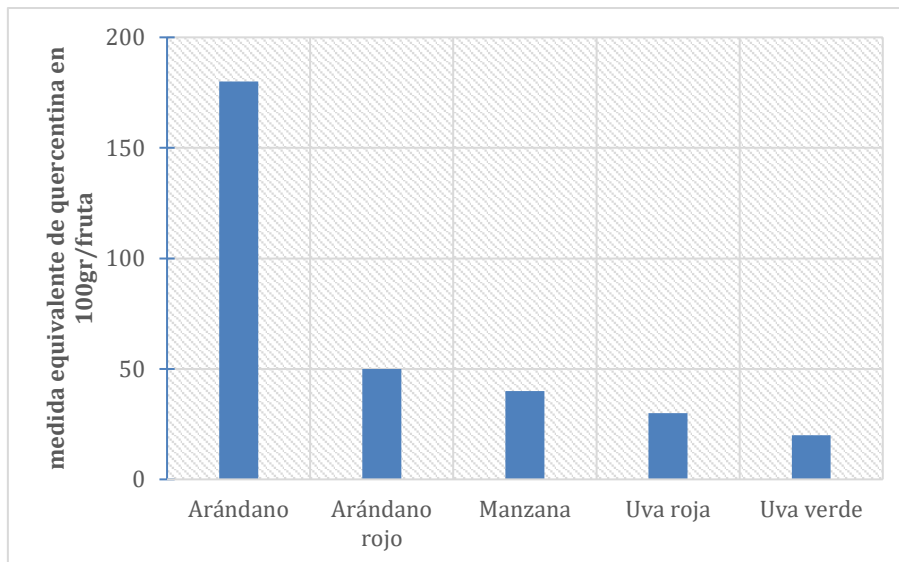


Figura 4: Actividad antioxidante celular comparado con otras frutas.  
Fuente: Wolfe, K. L., & Liu, R. H. (2007).

La figura 4 muestra como el arándano es el fruto con mayor medida equivalente de quercetina en 100 gr. por fruta.

Las proantocianidinas, que cumplen una función antiadherente con las bacterias, que evita que estas se queden adheridas a las paredes de nuestro sistema digestivo, tanto en la boca evitando placa dental o caries, como en el estómago, evitando úlceras y otras enfermedades.

Las proantocianidinas, también evitan que las bacterias como la *Escherichia coli* queden pegadas en las vías urinarias, evitando infecciones de este tipo, mucho más en mujeres las que comúnmente sufren más de este tipo de molestias (López y Urrutia, 2014).

Los arándanos no solo evitan las infecciones, según el estudio de Vargas, N. y Sibaja, L. (2013) se concluye lo siguiente:

Según el estudio realizado por el Instituto National de la Sante et de la Recherche Medicale In-vitro e in-vivo se reporta que la dosis de arándano es de tipo dependiente demostrando que la actividad de los PACs (protoantocianidinas) depende de la cantidad terapéutica y la duración de la misma, teniendo su máximo efecto a las 6 horas con una dosis de 36 mg

por día (...) Las poblaciones que han mostrado mayor beneficio son mujeres con antecedentes de ITUS previas o recurrentes sexualmente activas. En el adulto mayor reduce la incidencia de bacteriuria asintomática. Igualmente, en la edad pediátrica el efecto antiadherente es beneficioso ya que la infección urinaria es bastante frecuente y recidivante agravándose con la presencia de reflujo vesicoureteral.

Además, los arándanos, son una gran fuente de vitamina C, la que ayuda en la formación de colágeno, en la absorción de hierro y en mantener nuestro sistema inmunológico saludable.

Es una fuente de fibra, ayudando al corazón a mantener el colesterol en los niveles normales que nuestro cuerpo requiere, y al buen funcionamiento de nuestro sistema digestivo. Es una gran fuente de manganeso, aportando al desarrollo de los huesos, además de ayudar en el metabolismo de carbohidratos, fibras y grasas. (Oficina Comercial de Perú en Miami, 2017).

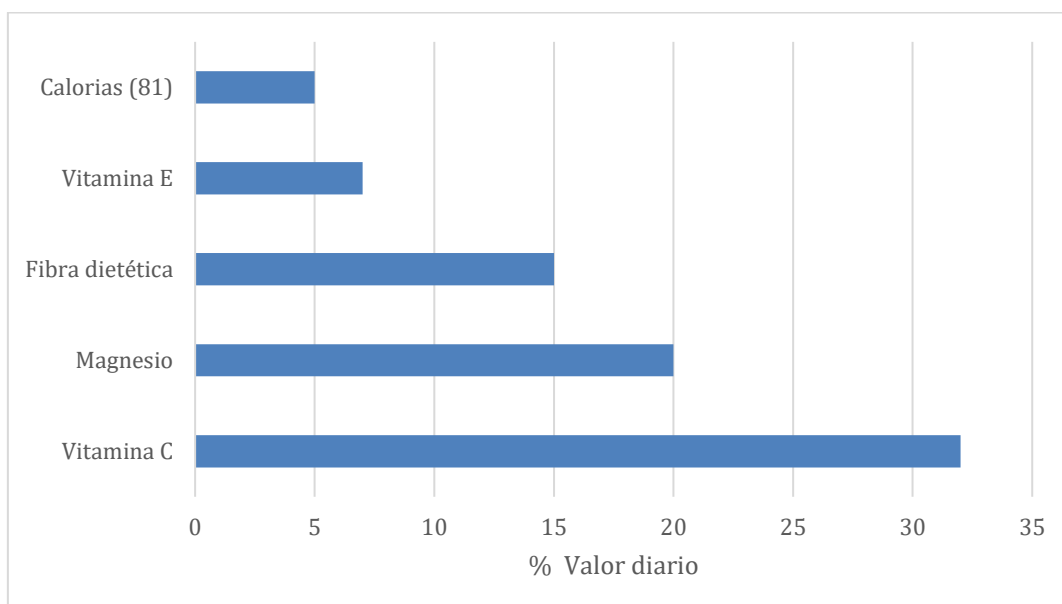


Figura 5: Nutrientes en los arándanos (145 gr.)

Fuente: Oficina Comercial de Perú en Miami. (2017).

En la figura 5 se muestra los nutrientes más relevantes en el arándano por cada



145 gramos de fruta, siendo la vitamina C la que mayor porcentaje de valor diario aporta en la salud de los consumidores, con un porcentaje del 32% aproximadamente del valor diario que debemos consumir de este nutriente.

#### **1.2.1.4 Calidad del fruto**

La calidad puede ser medida por diversos factores como la calidad visible, la calidad organoléptica y la calidad nutritiva.

La calidad visible hace referencia a la apariencia de la fruta, la cual tiene un color azul uniforme, presencia de cera en la superficie de la fruta también llamada “bloom”, no cuenta con daños o pudriciones, tiene una forma y tamaño general y cuenta con una firmeza adecuada.

La calidad organoléptica hace referencia al contenido adecuado de azúcares, ácidos y otros compuestos volátiles que son responsables del aroma característico del arándano, los cuales tienen que ver con las operaciones de precosecha y post cosecha, por ello ambas actividades deben ir orientadas a brindar un producto de calidad hasta el consumidor final. Normalmente los índices de calidad usados son los siguientes: color, tamaño, forma, ausencia de defectos, firmeza y sabor. (MINAGRI, 2016)

#### **1.2.1.5 Estacionalidad del fruto**

Cabe mencionar que el arándano se puede encontrar disponible todo el año, ya que los cultivos están en el hemisferio norte como en el sur, a esto se le llama producción de fruta contra estación. En el siguiente cuadro podemos ver el periodo estacional de la producción de arándanos.



En la tabla 4, se puede observar el beneficio que tiene Perú frente a otros países respecto a la producción, ya que por la diversidad de climas se puede producir arándanos todo el año, y esto ayuda a cubrir la demanda que no puede ser cubierta normalmente por los proveedores habituales. Los meses de más alta producción son de setiembre a noviembre (resaltados de verde) y el verde claro muestra los inicios o finales de producción; esta producción va principalmente enfocada al mercado europeo y americano.

Aunque el arándano aún es un producto no muy conocido para algunas personas, cada vez es demandado por más países; por ejemplo, en Argentina en el 2016 se ha dado un crecimiento del 250% en la demanda y consumo, y se han proporcionado 600 hectáreas para la producción de este producto, dándole un beneficio competitivo frente a otros países productores de América del Sur. (Ferri 2018).

En Uruguay la producción presenta una ventaja competitiva, ya que el tipo de tierra y variedad de climas influyen en la producción de fechas alternas a Canadá y Estados Unidos. Estos últimos 10 años este producto ha crecido en exportación y producción en este país, alcanzando las 450 hectáreas lo que ayuda a poder proveer a nuevos mercados y también diversificar el producto como arándanos congelados o confitados. (República 2013). A su vez, el arándano es la frutilla que ha tenido un mayor dinamismo entre el periodo del 2003 al 2012, las exportaciones mundiales crecieron en promedio un 10 % y dentro de ello se encuentra Estados Unidos que gracias al Programa de Acceso a los Mercados (MAP) apoya a grupos comerciales, pequeñas empresas, cooperativas,

entre otras, para que puedan construir mercados internacionales; un claro ejemplo es el Highbush Blueberry Council, que es un consejo que alberga 2500 productos agrícolas que producen y venden arándanos en distintas presentaciones a diferentes países como Japón, Medio Oriente, México, etc. (Panorama Agroalimentario 2016).

En el 2016, gracias a un acuerdo firmado entre China y Perú (un acuerdo fitosanitario), dio inicio al crecimiento en ventas de este producto al gran mercado asiático y el 2017 nos ubicamos en segundo lugar, detrás de Chile, como proveedores de arándanos a China. El pronóstico de crecimiento es positivo al tener un gran mercado que tiene una aceptación positiva de nuestro producto y poder posicionarse en el tercer país de mayor importación de dicho producto.

En el 2018, las exportaciones peruanas registraron un importe significativo en Estados Unidos, ya que respecto al 2017, tuvo un aumento en exportación del 313% (MINCETUR); este país se mantiene como un mercado importante de importación de el arándano peruano, seguido de Países Bajos, Reino Unido y Canadá.

En el 2019, en líneas generales sobre la exportación de frutos frescos, el primer trimestre, crecieron un 9.5% respecto al 2018 (MINCETUR). La viceministra, Sayura Bayona, menciona que se debe a las inversiones realizadas en la producción, el mercado europeo que tiene una alta demanda y la promoción por parte del estado en el exterior. Es importante mencionar que en este mismo trimestre las ventas a China crecieron un 150%. Es así como el 2019 cerró con un nuevo récord en exportación de productos no

tradicionales US\$5 537 millones, este incremento fue en su mayoría por la venta de fruta fresca o congelada (+11%), teniendo al arándano como principal actor (+53,9%).

### 1.2.1.6 Áreas de producción del fruto en el Perú

En un estudio realizado en el periodo del 2015 – 2016 por parte de la Cámara de Comercio de Lima (2017), se puede ver las hectáreas (superficie) de las ciudades donde se cosecha el arándano.

Tabla 5: Principales zonas productoras de arándanos en Perú

Departamento	Zona	Empresa	Hectáreas
La Libertad	Viru	Camposol SAC	2000
La Libertad	Trujillo	Tal SA	665.9
La Libertad	Trujillo	Hortifrut-Talsac	492.6
La Libertad	Viru	Hass Perú SA	222
La Libertad	Viru	Agroberries Perú SAC	221.8
La Libertad	Viru	Blueberries Perú SAC	186.8
La Libertad	Trujillo	Danper Trujillo SAC	157.7
La Libertad	Chepen	Agricola Cerro Prieto SA	300
Lambayeque	Chiclayo	Hfe Berries Perú SAC	285.6
Lambayeque	Chiclayo	Beta	250
Lambayeque	Olmos	Agrovision Perú SAC	400
Lambayeque	Olmos	Plantaciones Del Sol (Ingleby)	52
Lambayeque	Olmos	Frusan Agro SAC	90
		Agroinversiones Valle y Pampa	
Ica	Pisco	Perú SA	43.4
Ica	Ica	Agricola Don Ricardo SAC	17.1
Ica	Ica	Agricola Marsole SA	9.7
		Procesos Agroindustriales Sa-	
Ica	Ica	Proagro	3.1
Ica	Ica	Agroindustrias Mamacona SRL	3.5
		Exportadora Fruticola del Sur	
Ancash	Huaylas	SA	38.3
Ancash	Huarmey	Agricola La Venta SA	30.4
Lima	Barranca	Agricola Santa Azul	198
Lima	Huaura	Inkas Berries SAC	60.1
Lima	Huaura	Agropecuaria Pamajosa SA	15.1
Lima	Cañete	Proberries SAC	3.7
		Otros	300
<b>Total</b>			<b>6046.8</b>

Fuente: Llamoga, A. (2019)

En la tabla 5 se muestran las principales zonas en nuestro país en donde se produce el arándano, evidenciando claramente que el departamento de la Libertad es el que mayor hectáreas posee, siendo la empresa Camposol SAC la que tiene mayor área de producción con 2000 ha. Lambayeque es el segundo departamento con mayor área de producción del arándano, en donde resalta la empresa Agrovisión Perú SAC con 400 ha. Además, en la campaña agrícola realizada en 2017 al 2018 se observa que el área instalada de arándano fue de 7,884 hectáreas, sobresaliendo La Libertad con 16,8 toneladas por hectárea; además que se reportó un incremento, según el Ministerio de Agricultura y Riego, en la producción nacional de este fruto en más del 70% del 2017 al 2018, con 89,735 toneladas, y claro está que La Libertad contribuyó a esta cifra pues experimentó un alza en su producción del 78.4%. (Reyes, 2019).

En la figura 6, se observa la proyección para el 2021 con referencia a la producción del arándano, y este año también se está poniendo a Perú como competidor para ocupar el primer lugar desde este 2020; cabe mencionar que son proyecciones según el crecimiento que se ha ido yendo desde el 2013 aproximadamente.

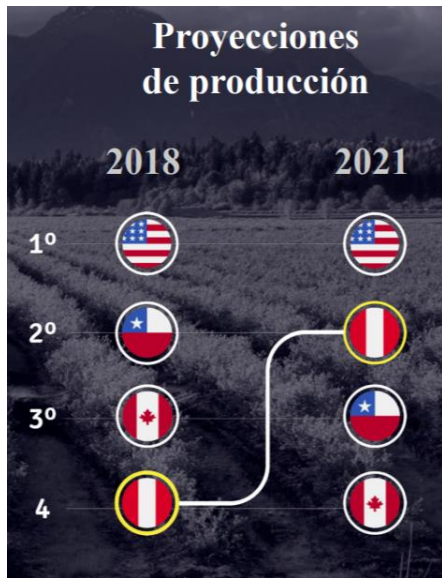


Figura 6: Proyección de países productores de arándanos en el 2021.  
Fuente: Varela. (2018)

## 1.2.2 La Libertad, región líder en la producción de arándanos

### 1.2.2.1 Región de La Libertad

#### 1.2.2.1.1 Geografía

El departamento de la Libertad, tal como nos muestra la figura 7, se ubica en la costa nor-occidental de nuestro país, abarcando una parte de la costa del Océano Pacífico, parte de la sierra andina y parte de la Amazonía.



Figura 7: Ubicación del departamento de La Libertad.

Fuente: Figueroa (2013).

Cabe resaltar que solo el 30% de su territorio pertenece a las costas de nuestro país, el 70% se encuentra en la parte escarpada de la sierra. (Figuerola, 2013).

#### **1.2.2.1.2 Población**

Según INEI (2017), el departamento de la Libertad cuenta con una población total estimada de 1'882,405 habitantes al año 2016, con una tasa de crecimiento promedio anual de 1.3% aproximadamente.

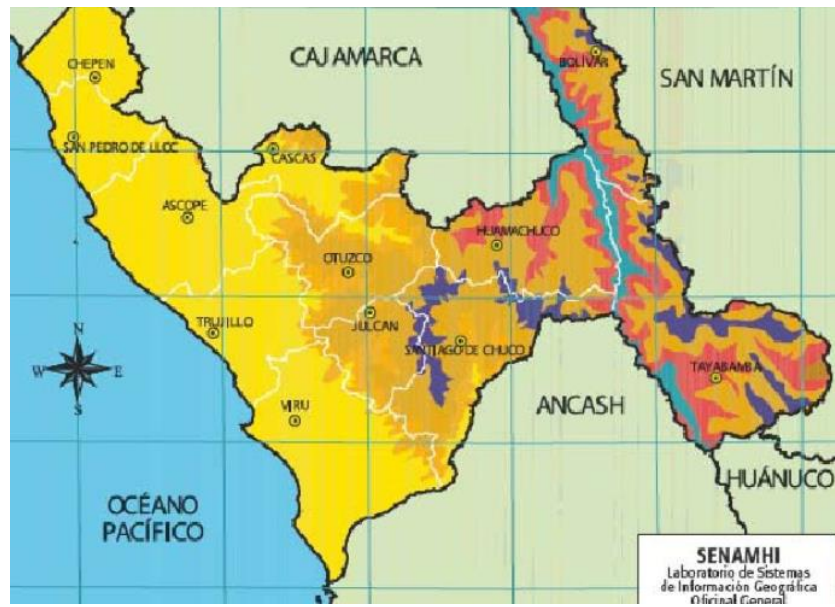
El 49.9% de los habitantes son hombres, mientras que el 50.1% son mujeres.

La población por área de residencia es 78.2% urbana y 21.8% rural.

#### **1.2.2.1.3 Clima**

El departamento de La Libertad cuenta con varios tipos de climas según la clasificación de Thornthwaite, los cuales serían: árido semi cálido, con algunas precipitaciones a lo largo del año; semi seco, templado y húmedo en otoño, invierno y primavera; y así existen diferentes según la zona.





### Descripción

- Árido, semisecado y húmedo, con deficiencia de lluvias en todas las estaciones
- Semiseco, templado y húmedo, con otoño e invierno y primavera seca
- Semiseco, semifrío y húmedo, con otoño e invierno y primavera seca
- Semiseco, frío y húmedo, con invierno seco
- Semiseco, frío y seco, con otoño e invierno y primavera seca
- Semiseco, cálido y húmedo, con otoño e invierno y primavera seca
- Lluvioso, semicálido y húmedo, con invierno seco

Figura 8: Clima en el departamento de La Libertad

Fuente: SENAMHI (2018)

La figura 8, presenta la parte costera de La Libertad, que comprende desde la provincia de Chepen hasta la provincia de Viru, podemos encontrar un clima árido, semiárido y húmedo, con deficientes lluvias; mientras que en la parte

La temperatura fluctúa entre 20 a 25° C en invierno, y en verano puede llegar a 30°C si es que hubiese algún problema como el Fenómeno del niño.

#### 1.2.2.1.4 Principal actividad económica y exportaciones

Según el INEI (2017), la ciudad de La Libertad tiene como principal actividad económica la agraria, siendo el producto que mayor se cultiva la caña de azúcar con 1'971,497 toneladas al 2016, siguiéndole en el listado el arroz cáscara con 333, 950 toneladas, y la papa con 311,822 toneladas al año 2016.

#### 1.2.2.2 Competencia nacional.

Rodrigo Manzo, Gerente de la línea de Arándanos de Camposol, en conjunto con la Asociación de Productores de Arándanos en el Perú (2017), dan a conocer el crecimiento del volumen de arándanos en el país en el período del 2014 al 2017. En estos periodos se ven un crecimiento del 2014 al del volumen de 102%.

Entre las principales empresas exportadoras de arándano en Perú tenemos a: Camposol, Talsa, Hortital, Santa Azul, Hass Perú y Blueberries Perú. (Manzo, 2017).

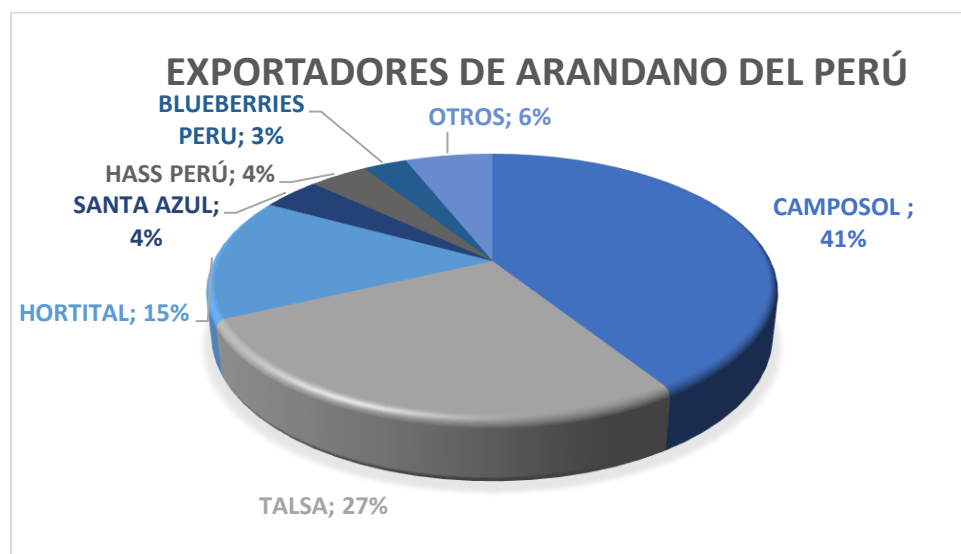


Figura 9: Empresas peruanas exportadoras de Arándano.

Fuente: Manzo (2017).

La figura 9 muestra que el mayor exportador es la empresa Camposol, con un 41% de participación en el año 2017.

A su vez, menciona que las expectativas del volumen futuro serán significativas pero que esto debe de ir de la mano con muchos desafíos ya que al tener un crecimiento rápido aún no se consolida la oferta peruana y, a su vez que con el tiempo se pedirán mayores exigencias del mercado y mayores estándares del producto. Esto debe de ir de la mano con una mejor infraestructura, propiciar nueva tecnología e información necesaria para mejores prácticas en producción y todo lo que implica la cadena logística. (Manzo, 2017).

### **1.2.3 Oferta**

#### **1.2.3.1 Oferta nacional**

La cosecha de arándanos en La Libertad tuvo importancia a partir del año 2010, exportándose mayormente frescos, y es en el año 2015 donde se exportaron en total 9,650 toneladas, con un valor de \$ 90'615,394.00, según Sierra Exportadora de la sede La Libertad del 2016. (Isasi, Silva, Tomanguilla y Torres, 2016)

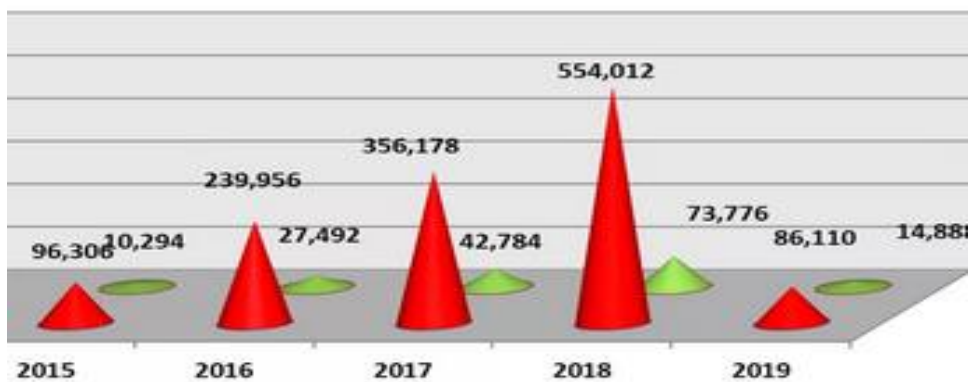
Además, según nos comentan Isasi et al., 2016:

La Libertad es la principal región productora puesto que concentra el 94.18% de las exportaciones nacionales, en ella se ubican las principales agroindustrias como Camposol S.A. y TAL S.A. quienes poseen el 43% y 42% de participación del mercado respectivamente.

Según el diario Gestión (2019), el Ministerio de Agricultura y Riego reportó que la producción de arándanos creció a una tasa promedio de 206% anual entre el año 2012 al 2018; donde el 2018 la producción registró 89,7 mil toneladas, siendo La Libertad y

Lambayeque las regiones más productoras del Perú, que cuentan con 7,884 hectáreas entre ambas hasta el 2018.

Asimismo, la producción va de la mano con el aumento de exportación, y a eso hace referencia la figura 9, donde vemos el crecimiento en el periodo del 2015 al 2018, teniendo en el 2019 un estimado de US\$ 86,110.00, y dicho número fue superado en el reporte del Ministerio de Agricultura y Riego que mencionó que de enero a octubre del 2019, se ha exportado un total de 73.866 TN con un valor FOB de US\$ 537,646.000, con la expectativa de cerrar con US\$ 700 millones.

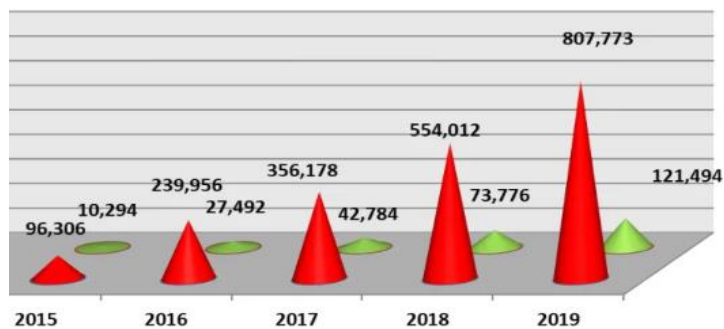


Leyenda: **FOB MILES** / **TM**

Figura 10: Exportación de arándanos- estimado en FOB miles, del año 2015 al 2019.

Fuente: Koo, W. (2019)

En la figura 10, la producción se ve incrementada por la demanda que existe en el país y en el extranjero, el poder cubrir en tiempos donde los países líderes de exportación de este producto no pueden cubrir, he ahí nuestra ventaja competitiva.



Leyenda: **FOB MILES** / **TM**

Figura 11: Exportación de arándanos – estimado en FOB miles, del año 2015 al 2019.

Fuente: Koo, W. (2020)

En la figura 11 se puede ver el cierre del 2019, que se predijo sería de 700 millones de dólares, pero el dato real es de US\$ 807,773 millones, con un total de 121,493.66 TM.

Manzo (2017), en conjunto con la Asociación de Productores de Arándanos en el Perú, dan a conocer el crecimiento del volumen de arándanos en el país en el período del 2014 al 2017. En estos periodos se ven un crecimiento del 2014 al 2015 del 302% y del 2015 al 2017 un crecimiento del volumen de 102%.

Entre las principales empresas exportadoras de arándano en Perú tenemos a: Camposol, y Talsa.

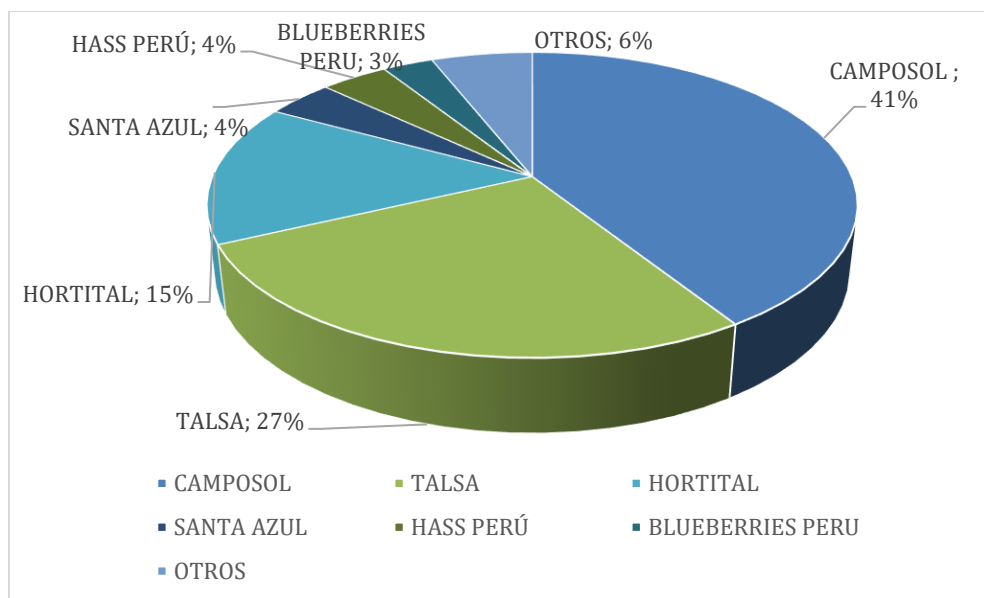


Figura 12: Empresas peruanas exportadoras de Arándano.  
Fuente: Manzo (2017).

En la figura 12, se muestran estas empresas, la principal es Camposol, con una participación del 41% en las exportaciones de arándanos a nivel nacional; está Talsa, con una participación del 27%; Hortital, con una participación del 15% en las exportaciones de arándano; Santa Azul, con un 4%; Hass Perú, también con un 4% y Blueberries Perú, con un 3% de participación en la exportación nacional de arándanos.

A su vez, menciona que las expectativas del volumen futuro serán significativas pero que esto debe de ir de la mano con muchos desafíos ya que al tener un crecimiento rápido aún no se consolida la oferta peruana y a su vez que con el tiempo se pedirán mayores exigencias del mercado y mayores estándares del producto. Esto debe de ir de la mano con una mejor infraestructura, propiciar nueva tecnología e información necesaria para mejores prácticas en producción y todo lo que implica la cadena logística. (Manzo, 2017).

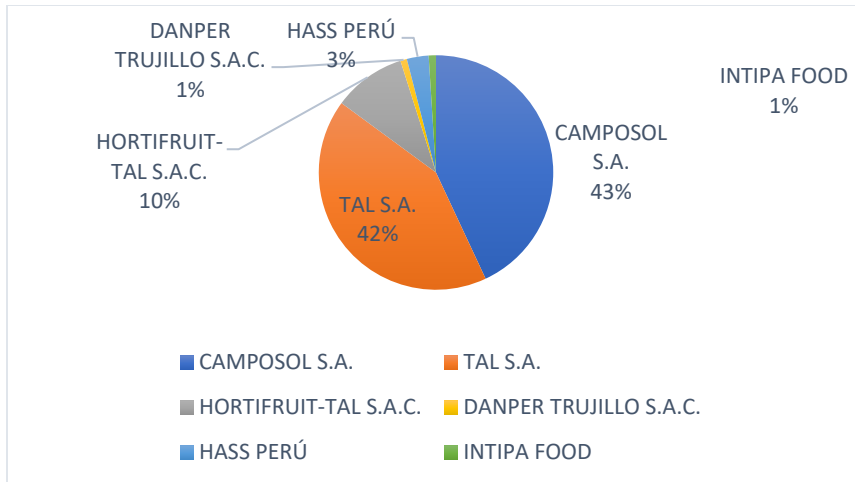


Figura 13: Empresas exportadoras de la región La Libertad.  
Fuente: Isasi et al. (2016)

En la figura 13 se puede apreciar las empresas que exportan arándano y que están ubicadas en La Libertad, teniendo mayor participación Camposol con 43% de las exportaciones del arándano en la región, y Talsa con el 42% de la participación, lo que hace que solo 2 empresas representen el 85% de toda la exportación de arándanos en la región La Libertad.

En el 2018, el presidente de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, Hermes Escalante Añorga, mencionó que el sector agroexportador registró un importante crecimiento en comparación a otros años; sustentado principalmente los envíos de arándano que incrementaron de 12.3 a 41.2 millones de dólares en el periodo de enero-febrero, es decir, 235 % respecto al año 2017.

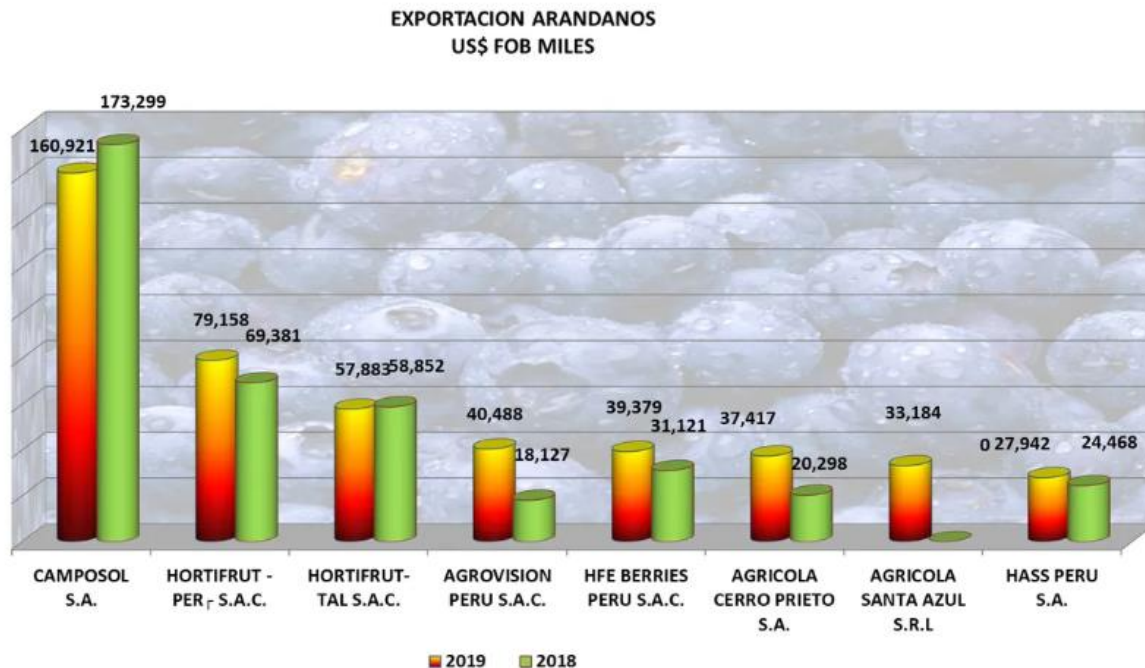


Figura 14: Exportación de arándanos (US\$ miles FOB) 2018-2019  
Fuente: Koo, W. (2019).

En el 2019, como podemos apreciar en la figura 14, tres empresas lideraron las exportaciones, Camposol SA con 160 mil, luego Hortifrut Perú SAC con U\$ 79 mil y finalmente Hortifrut Tal con U\$ 58 mil, teniendo estas 3 empresas un mejor desempeño el 2018.

### 1.2.2.2 Oferta Internacional

Según el informe de la Dirección General de Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura y Riego (2016) el crecimiento en la producción de arándanos a nivel mundial se ha visto incrementada desde el 2013 alcanzando 420 mil toneladas, siendo los mayores productores en dicho año Estados Unidos y Canadá; esto sin contar que la información del gran productor de arándanos de América del Sur, fue Chile, con una producción de 141,9 mil toneladas en el 2014.



En la tabla 6 se puede apreciar el crecimiento de la exportación en toneladas, pero de años posteriores, del 2015 al 2019, y se ve que este escenario ha cambiado a través de los años.

Tabla 6. Principales exportaciones a nivel mundial de arándanos (en toneladas) del año 2015 al 2019.

<b>Exportadores</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Chile	108.026	140.577	109.329	141.303	138.372
Perú	10.210	27.240	43.039	72.583	122.449
Canadá	106.888	100.808	82.789	105.258	75.932
España	28.934	36.505	46.579	58.772	68.479
Países Bajos	17.312	26.854	33.034	42.715	65.480
EE.UU	42.147	45.561	39.212	36.110	56.899

Adaptado de: Trade Map (s/f.).

De la tabla 6 podemos concluir que Chile se mantiene como el mayor exportador en toneladas de arándanos a nivel mundial, a lo largo de este periodo. Perú, ha ido incrementando su exportación de este fruto, posicionándose a nivel mundial para el 2019 como el segundo mayor exportador en toneladas de arándanos.

En cuanto a valor exportado, según MINCETUR (2018), las exportaciones peruanas de arándano registraron un importante crecimiento en el cuatrimestre del 2018, donde los envíos alcanzaron US\$ 32 millones, lo cual reflejó un aumento de 313% respecto al mismo periodo del 2017 (US\$ 8 millones).

En la tabla 7, se muestra que para el año 2019, Perú se consolida como principal exportador de arándanos a nivel mundial si hablamos de valor exportado, destronando a Chile, país que estaba en el primer lugar hasta el año 2018.

Tabla 7. Principales exportaciones a nivel mundial de arándanos (en dólares) del año 2015 al 2019.

<b>Exportadores</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Perú	95.804	237.120	361.613	548.104	809.619
Chile	434.355	571.676	407.415	579.673	571.198
Países Bajos	155.856	245.194	299.033	381.876	496.997
España	217.125	288.217	308.831	389.857	377.942
EE.UU	181.614	191.161	189.844	211.530	252.072
Marruecos	49.324	71.737	99.503	125.876	182.103

Adaptado de: Trade Map (s/f.).

Es por estas cifras que como país hemos incrementado la oferta de arándanos a lo largo del tiempo, y es por ello por lo que en la tabla 8 podemos ver los 10 productos top de exportación de Perú, donde el arándano se encuentra en el puesto 4 hasta el 2018 y en el 2019 escalando al segundo puesto. Según el informe anual de PromPerú presentado en SIICEX (2017), las agroexportaciones crecieron del 2014 al 2018 un 31%, de 5 mil millones a 6,6 mil millones de dólares, donde el principal mercado como ya se mencionó anteriormente fue Estados Unidos.

Tabla 8: Productos top de exportación en Perú 2015-2019 en US\$ millones.

<b>PARTIDA-DESCRIPCION</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
0806100000 - UVAS FRESCAS	708 524 021	660 953 938	653 056 556	818 171 150	875 000 000
0804400000 – PALTAS FRESCAS	306 269 083	396 887 566	581 033 741	723 255 059	752 000 000
0709200000 - ESPÁRRAGO FRESCOS	421 489 947	422 476 639	409 832 978	384 026 588	400 000 000
0810400000 - ARÁNDANO FRESCO	97 187 319	241 255 986	361 720 046	548 026 070	825 000 000
0804502000 - MANGOS FRESCOS	193 460 779	194 875 064	186 215 284	249 683 519	
0803901100 – BANANO ORGANICO FRESCO	145 170 295	152 174 228	148 557 355	166 787 272	
0805299000 – MANDARINAS FRESCAS			107 987 142	169 457 465	
0703100000 - CEBOLLA BLANCA FRESCA	62 816 338	71 074 975	68 811 413	73 886 779	
0810909000 – GRANADA FRESCA	32 312 234	39 599 621	58 939 418	69 390 673	
0910110000 - JENGIBRE FRESCO	22 327 568	24 398 757	50 447 359		
RESTO	175 474 939	169 014 652	89 201 799	130 218 838	
<b>TOTAL</b>	<b>2 165 032 523</b>	<b>2 372 711 426</b>	<b>2 715 803 091</b>	<b>3 332 903 413</b>	

Fuente: Elaboración propia tomada de SIICEX (2017 y 2018).

En la tabla 9, se muestra la distribución del comercio por importación y exportación de

bienes y servicios del al año 2015 al 2019, donde se puede apreciar la gran diferencia en montos que existe entre las importaciones de bienes y la de servicios, ya que muchos bienes no son producidos por la zona geográfica y clima de Arabia Saudita y por ende deben de importarse.

Tabla 9: Valores del comercio exterior de Arabia Saudita del 2015 al 2019.

<b>Valores del comercio exterior</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	172.252	139.39	134.519	137.065	141.656
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	201.739	174.919	221.835	294.373	268.145
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	56.52	71.159	54.305	55.477	
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	13.807	15.958	17.447	17.386	

Fuente: Adecuado de Santander TradeMarkets (2018) y Expansión (2019).

### 1.2.3 Exportación al Medio Oriente

En la Encuesta Demográfica del Departamento Central de Estadísticas estimó que la población del Arabia Saudita era de más de 23.6 millones, de la cual el 55,3% son hombres y el 44,6% son mujeres. En la actualidad, se estima que casi la mitad de la población saudí tiene menos de 20 años. (Oficina de Información Diplomática)

El gobierno se ha enfocado en el desarrollo de su población, a través de programas educativos aplicados para todos los niveles, siendo gratuitas, garantizando dos puntos, la igualdad de oportunidades y la fuerza de trabajo capacitada y educada, que generen desarrollo al reino. (The Saudi Arabian Information Resource)

En cuanto a la religión, el 85% de la población es musulmana sunies, el 14% es musulmanes chiíes y solo el 1% son cristianos.

Su lenguaje oficial es el árabe, sin embargo, como en todo país, el idioma que predomina en las relaciones comerciales es el inglés. (Oficina de Información Diplomática)

Además, nos mencionan que el crecimiento económico de Arabia Saudita en los últimos años ha estado influenciado por el aumento de los ingresos provenientes del petróleo y la política presupuestaria del gobierno.

En cuanto al comercio, los principales países que compran productos árabes son los Estados Unidos, China, Japón, Corea del Sur y la India; y los principales proveedores son Estados Unidos, China, Alemania, Corea del Sur y la India.

A continuación, se muestra la distribución del comercio por productos al año 2015.

Tabla 10: Distribución de comercio por productos.

<b>EXPORTACIONES PRINCIPALES</b>	<b>MILES DE MILLONES DE USD</b>
Combustible, aceite mineral	158
Productos químicos y relacionados	47
<b>PRINCIPALES IMPORTACIONES</b>	<b>MILES DE MILLONES DE USD</b>
Máquinas y aparatos mecánicos	171
Equipos de transporte	108
Metales y sus productos	79
Productos químicos y relacionados	56
Vegetales	34

Fuente: Oficina de Información Diplomática (2017).

Como se puede observar en la tabla 10, los productos que más se exportan de Arabia Saudita son los combustibles y el aceite mineral, mientras que los que menos se exportan son los productos químicos. A su vez, los productos que más se importan son las máquinas y los aparatos mecánicos, y en quinto lugar se encuentran los vegetales, en donde podemos encontrar a los arándanos.

En el caso de los Emiratos Árabes Unidos cuentan con 7 emiratos netamente independientes dentro de esta federación; fue constituida en 1971 como un estado independiente y en 1996 se estableció como capital de la federación a Abu Dabhi.

La población total en el 2017 fue de 9´400,000 millones, con un aproximado de 112 personas por cada km<sup>2</sup>. La tasa de alfabetización es de 88.7%. El idioma de enseñanza es el árabe con el inglés como segunda lengua.

Respecto a la alimentación se ha generado un cambio progresivo. Se hizo un estudio a 300 personas para identificar las determinantes por las cuales los consumidores están dispuestos a pagar por productos certificados como orgánico, usando variables significativas como edad, nacionalidad, educación, ingresos y el tamaño de su vivienda; se pudo ver que a mayor edad mayor era el consumo de dichos productos, y esto tiene relación ya que mientras más adulto se vuelve una persona, aumentan sus ingresos y la conciencia de cuidar su salud. También otras variables importantes fueron el ingreso económico, educación y nacionalidad. Cabe mencionar que el ingreso económico es de una persona local de los Emiratos Árabes Unidos, ya que cuentan con sueldos altos en

comparación con inmigrantes. (Muhammada, S., Fathelrahmanb, E.& Tasbih Ullahc, R., 2015)

Tabla 11: Estructura del % del PBI 2015-2019.

SECTORES	2015	2016	2017	2018	2019
Agropecuario	2,6	2,7	2,5	2,4	2,2
Industria	45.3	43.2	45.9	48.7	49,5
Servicios	52	54.1	51.6	48.9	52,5

Fuente: Adaptado de Santander TradeMarket (2020) y Ministerio de Asuntos exteriores Unión Europea y Cooperación (2019).

La tabla 11, cuál detalla el PBI del año 2015 al 2019 de los tres principales sectores económicos donde los de mayor porcentaje son el sector industrial y el de servicio; el sector de agricultura tiene el menor porcentaje pese a todos los esfuerzo e inversiones por parte del Estado para que se desarrolle, pero las limitaciones geográficas y climáticas entorpecen que esta actividad se desenvuelva de forma normal, por ello es que se importa gran parte de los productos agrícolas y alimentarios.

En la actualidad, el mercado de Medio Oriente está considerado como el de mayor crecimiento en cuanto a productos orgánicos y de origen natural. Esto se demuestra en el mercado mundial, que alcanza para esta alternativa alimenticia 220 billones de dólares, de los cuales 500 millones se estiman para todo el mercado asiático, y de los cuales 300 millones van a Medio Oriente. (Morales, 2015).

Los países de Catar, Kuwait, Bahréin, Omán, Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos, integrantes del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC), indican que podría haber una dependencia de la importación de productos alimenticios, proyectando un incremento

que llegará a los 53,1 mil millones de dólares al año 2020. (Produce Marketing Association, 2017).

Lo que nos comenta Morales (2015) es que Emiratos Árabes se distingue por ser un país cosmopolita, habitado por personas de diferentes nacionalidades y culturas, por lo que los hábitos alimenticios también se definen claramente.

La segmentación del mercado está compuesta en su mayoría por gente joven y crece un 3% al año; una de las enfermedades que está presente en un alto porcentaje a nivel mundial es la diabetes, por ello que las campañas del gobierno influyen en el consumo de productos saludables. El nivel de ingreso es mayor en comparación a Europa y Asia. Dubai y Abu Dhabi, por ser los emiratos más grandes, atraen mayor cantidad de extranjeros, por lo que normalmente los occidentales están dispuestos a consumir alimentos orgánicos.

En Emiratos Árabes Unidos se maneja una política exterior en base a normas y principios que se fundamentan en la cordialidad y el respeto internacional, y esto lo demuestran las relaciones diplomáticas con más de 60 países que posee actualmente. Además, es miembro de la Liga Árabe y del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG). (Portal Oficial del Gobierno de Emiratos Árabes Unidos, 2019).

Es necesario recalcar que existen certificaciones que garantizan el ingreso de los productos a Medio Oriente, tales como la Certificación Halal, donde Estrada (2019) nos indica que es una palabra de origen árabe que significa permitido o dentro de la ley, mientras que Haram es todo lo contrario, significa ilegal o prohibido, y ambos son términos que aplican a diferentes aspectos, pero para nuestro estudio nos enfocaremos en el aspecto alimenticio y materiales en contacto con los alimentos. Es importante tener

en cuenta que los musulmanes, de acuerdo con la ley islámica, solo deben consumir productos halal.

En base a lo indicado anteriormente, Damin (2014) menciona que el Sagrado Corán señala que un producto “Halal” no debe contener sangre, alcohol, carne de cerdo y derivados, carne de un animal hallado muerto, animales carroñeros, animales con garras, animales muertos por otro animal, animales sacrificados fuera del rito islámico; además no debe tener contacto con estos “ingredientes” durante el empaquetado o transporte.

La certificación, según nos indica Estrada (2019), es un procedimiento en el que se acredita a través de una verificación que el proceso de manufactura de un producto y su contenido estén en orden con la Normativa Islámica relacionado al Halal o Haram, lo que se ha convertido en una tendencia mundial, reconocida como estándar de calidad y seguridad, además de preocuparse por el respeto al bienestar social para este tipo de consumidores.

La Asociación Islámica del Perú es la única institución en nuestro país acreditada para poder brindar esta certificación Halal para los servicios como restaurantes y hoteles, productos alimenticios, alimentos manufacturados, aditivos, golosinas, bebidas, medicamentos, conservas y cosméticos.

Abarcando el tema de importaciones, según la PMA (Produce Marketing Association) (2017): “Arabia Saudí, los EAU, Kuwait y Egipto son los mercados más grandes en lo que respecta a las importaciones de frutas y vegetales frescos. Arabia Saudí y los EAU representan más del 2 % de las importaciones de frutas y vegetales frescos, y las



importaciones de estos productos de Arabia Saudí durante los últimos cinco años han crecido a un ritmo más rápido que las importaciones globales.”

Tabla 12: Lista de los 16 mercados proveedores para un producto (081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium") importado por Arabia Saudita en 2019 (En miles de dólares / Toneladas).

Exportadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2015-2019 (% p.a.)
Mundo	3463	29
Países Bajos	2078	
Tailandia	554	
Estados Unidos de América	408	
India	98	13
Líbano	82	
Australia	55	
Zona Nep	55	-26
Sri Lanka	54	
España	34	
Indonesia	13	
Bangladesh	11	
Kenya	6	
Marruecos	4	
Francia	3	
Filipinas	3	
Uganda	3	

Fuente: Trade Map. (2020)

Como se puede ver en la tabla 12, Arabia Saudita importó frutos como, arándanos, berries, (entre otros dentro de este grupo) desde Países Bajos como principal proveedor, teniendo a la India en cuarto puesto con una tasa de crecimiento del 13% de la cantidad importada en el periodo del 2015 al 2019 lo cual demuestra que si existió una demanda positiva frente a la de otros países que salen en porcentajes negativos.

Tabla 13: Lista de los 16 primeros mercados proveedores para un producto (081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium") importado por Emiratos Árabes Unidos en 2019 (En miles de dólares / Toneladas).

Exportadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2015-2019 (% p.a.)
Total	8825	11
Países Bajos	2422	10
Estados Unidos de América	1986	14
Sudáfrica	1532	69
España	1026	22
Marruecos	349	171
Polonia	336	34
Argentina	294	3
Turquía	163	
Perú	140	4
México	134	
Chile	121	-35
Georgia	98	94
Italia	42	
Zambia	36	
Nueva Zelandia	35	-26
Reino Unido	33	-43

Fuente: Trade Map (2020)

En la tabla 13, los Emiratos Árabes importó frutos como, arándanos, berries, albaricoques (entre otros dentro de este grupo) desde los Países Bajos como principal proveedor, teniendo a nuestro país en la lista ubicado en el puesto 09, donde la tasa de crecimiento de la cantidad importada en el periodo del 2015 al 2019 fue del 4% lo cual demuestra que existió una demanda positiva frente a la de otros países que cuentan con porcentajes más bajos o negativos.

#### **1.2.4 Promoción y Posicionamiento del Arándano**

Según Morales (2015), tenemos un arancel del 0% a China en la exportación de arándanos desde el año 2015, y para exportar a Rusia hay un arancel del 10%. El golfo Pérsico, los Emiratos Árabes Unidos, Qatar y Arabia Saudita compran algunos frutos con arancel del 0% y algunos alimentos elaborados con arancel del 5%.

Entonces, a partir de lo comentado, nos indica que debemos establecer una estrategia como la prospección de mercados en forma conjunta; además de asistir a ferias y participar en misiones comerciales.

Es importante recalcar que existe un nicho de mercado en el canal Horeca, que es de suma importancia para Perú por preferir las marcas internacionales, y apreciar la calidad sin importar que el precio sea mucho mayor. (Morales 2011).

La Feria Gulfood, es la feria para la industria alimentaria y de la hospitalidad más grande de Medio Oriente, un acceso a millones de consumidores de la región y de los Emiratos Árabes Unidos. (Villa, 2013)

Además, Villa (2013), nos indica: “Esta feria atrae a profesionales, claves en decisión de compra de gobiernos, compañías de cruceros, de la industria de transporte y aviación, e instituciones hospitalarias y educacionales que ofrecen catering y servicios de comida.” Por lo tanto, hay mercados en esta zona del mundo que permitirían la promoción del arándano peruano, permitiendo una oportunidad de negocio.

Como se menciona líneas arriba, las ferias son uno de los principales canales para dar a conocer un producto y ponerlo en bandeja ante futuros clientes potenciales; existen entidades que ayudan a las pequeñas y medianas empresarios a poder ser parte de dichas ferias, que son como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), también está el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP) y la Asociación de Exportadores (ADEX). Parte de la labor de estas entidades es dar a conocer los procesos que deben de seguir las Mypes que deseen participar en las diversas ferias que hay anualmente y de esa forma incentivar a la oferta exportable. (Mincetur).

Parte de la promoción de este producto y el crecimiento se debe también al proyecto especial Chavimochic, el cual es un proyecto de irrigación en la costa del departamento de La Libertad el cual beneficia a 160 mil hectáreas y también provee agua potable a la ciudad de Trujillo; este proyecto permitió un gran avance en el norte del país el cual empezó en 1988 con la primera etapa y continua hasta la fecha en la etapa III la cual comprende otros canales y valles. Este proyecto ha impulsado la producción agrícola y esto se debe básicamente a la irrigación, ya que sin ello no existiría ninguna producción y como menciona Carlos Matos Izquierdo, gerente del Proyecto Especial CHAVIMOCHIC, la región La Libertad lidera en la producción de palta, arándanos y espárragos y esto es el resultado del desarrollo e inversiones agrícolas en el Proyecto.

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS**

### **2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.**

#### **2.1.1 Hipótesis General**

Existen factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).

#### **2.1.2 Hipótesis Específicas**

1. La calidad del producto y la estacionalidad de la producción son los factores de crecimiento en la demanda de arándanos producidos en La Libertad, Perú, por parte de los consumidores del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).

2. Existen factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú, como son los mecanismos óptimos de producción y una región propicia para su cultivo y desarrollo para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).

3. La promoción gubernamental y las ferias internacionales especializadas son los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en La Libertad, Perú para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).

#### **2.1.3 Variables**

- La calidad del producto y la estacionalidad del cultivo del arándano.
- Mecanismos de producción óptimos y una región propicia para el cultivo de arándanos.
- La promoción gubernamental y ferias internacionales.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño Metodológico**

Nuestro trabajo está enfocado en un tipo de investigación mixto, es decir de tipo cuantitativo y cualitativo, ya que se recogerán datos limitados teniendo como finalidad ampliar y precisar los factores de crecimiento de las exportaciones de arándanos al Medio Oriente en un periodo de tiempo específico. Además, se busca determinar los factores de crecimiento de la oferta y demanda de los arándanos y las estrategias de marketing utilizadas.

Este trabajo de investigación tiene un diseño exploratorio no experimental documental, y al utilizar esta información, los productores y exportadores nacionales tendrán una herramienta importante de competitividad, en donde podrán realizar un análisis para poder optar por la exportación de arándanos al Medio Oriente.

Es un estudio cuantitativo ya que para confirmar que los factores de crecimiento mencionados son veraces, se realizarán encuestas a empresas exportadoras o productoras peruanas de frutos que incluyan el arándano, ya sea el producto al natural o transformados. Finalmente se utilizarán técnicas de análisis como gráficos de barras, gráficos circulares, de líneas y porcentajes para verificar los resultados.

### **3.2 Procedimiento de muestreo**

Como ya se mencionó, el diseño utilizado es el mixto conformado por un diseño

descriptivo simple y un diseño exploratorio documental.

En primer lugar, como parte del diseño descriptivo simple (cuantitativo) se definirá la unidad de análisis que serán empresas exportadoras o productoras peruanas de frutos que incluyan el arándano. La muestra se ubica en la feria Expo alimentaria 2019 que se desarrolló en la ciudad de Lima los días 25, 26 y 27 de setiembre.

La población está compuesta por las 49 empresas peruanas que producen y exportan el arándano, es necesario indicar que se tomará como muestra solo a las empresas que hayan participado de la Feria Expo Alimentaria 2019, y se aplicará la encuesta a las personas que estén dentro de áreas relacionadas a la producción y/o exportación de productos agrícolas.

En segundo lugar, se utilizaron fuentes primarias y secundarias (libros, revistas, fuentes digitales, diarios, tesis, entre otras) como parte del análisis cualitativo, ya que se trabajará con una población pequeña (13 empresas) como parte del análisis cuantitativo.

Se uso el instrumento exploratorio cualitativo documental (ya que estudiaremos en profundidad cada información recolectada, utilizando, a la vez, varias fuentes posibles, cotejándolas cuidadosamente) y un instrumento cuantitativo como la encuesta.

### **3.2.1 Población**

En la investigación se está trabajando con una población compuesta por las empresas productoras y exportadoras peruanas de berries a nivel nacional que son 49 empresas.

Se tomo una serie de puntos para poder delimitar la población para nuestro trabajo, siendo los siguientes:

- Tipo de empresa: Las empresas elegidas deben pertenecer al sector agrícola o agropecuario.
- Producto: Estas deben producir y/o exportar productos agrícolas naturales o elaborados, entre ellos los berries.
- Tiempo en el mercado: Mínimo 1 año en el mercado de producción o exportación.
- Tamaño: Medianas o grandes empresas.

### **3.2.2 Muestra**

Para elegir la muestra, primero se detalla el tipo de muestreo que se utilizó, que es de tipo no probabilístico, intencional o de criterio ya que nos basaríamos en la información preliminar que hemos encontrado en las diferentes fuentes confiables de estadística al recolectar datos.

El procedimiento para elegir nuestra muestra para el trabajo de investigación fue el siguiente:

- Iniciamos un recorrido a través del sector “Alimentos y bebidas” en la feria Expo Alimentaria 2019 para tener una mejor visión de todas las empresas que estaban participando.
- El tipo de muestreo que utilizamos fue de tipo no probabilístico, de criterio intencional.
- Nos acercamos a las personas expositoras de las empresas relacionadas al rubro agrícola o agropecuario, teniendo en cuenta que en su oferta incluían a los berries, presentándonos previamente les informamos el motivo de nuestro estudio,



además les explicábamos la finalidad de las encuestas, solicitando de esta manera su apoyo con las respuestas.

- Teniendo la confirmación, se procedió a aplicar la encuesta, explicando los puntos a llenar.
- Luego de unos minutos entre intercambio de experiencias e información adicional acompañadas a las preguntas, culminábamos con la encuesta y les agradecíamos por su ayuda y su tiempo.

-

La muestra fue de 13 empresas del sector agrícola y agropecuario, relacionada a la exportación de berries que se eligieron en la feria Expo Alimentaria del 2019. Las personas que respondieron a las encuestas fueron colaboradores, tanto del área comercial como de logística y calidad.

### **3.3 Instrumentación**

Para realizar el presente trabajo, se han elegido los siguientes instrumentos:

#### **1. Revisión documental.**

Esta es la primera herramienta utilizada en nuestra investigación, ya que para recolectar datos e información de calidad acerca del tema de tesis hemos recurrido a trabajos de investigación ya existentes, revistas y artículos científicos, diferentes tesis, tanto nacionales como internacionales relacionadas al tema de producción y exportación de arándanos, y a páginas web confiables en donde nos muestran datos estadísticos y numéricos de nuestro interés.

## 2. La encuesta.

También hemos utilizado este tipo de herramienta ya que nos permite recolectar información real y relevante acerca de las exportaciones y producción de los berries peruanos. Esta herramienta nos ayuda a entender un poco más del tema gracias a la experiencia que posee el encuestado, y conocer las opiniones y puntos de vista de personas con autoridad en el tema. Además, conocer acerca de las limitaciones y las oportunidades que han tenido las empresas nuevas y las que ya cuentan con más tiempo en el mercado, nos ayuda a obtener información sumamente valiosa para enriquecer el trabajo de investigación y beneficiar al público interesado.

Este instrumento es fiable, ya que estaremos en el momento exacto en el que se realizarán las encuestas dentro de las instalaciones de la feria, y tiene validez, ya que se aplicará a personas dentro del rubro que tengan relación con la producción y exportación de los arándanos, y que cuentan con colaboradores con conocimiento en el tema.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

Este capítulo mostrará los principales resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las diferentes empresas del rubro agroindustrial con conocimientos en la exportación de berries, las cuales estuvieron presentes en la feria Expo alimentaria 2019. Estos resultados ayudarán a conocer los principales factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente.

### **4.1. Factores de crecimiento en la exportación de arándanos producidos en Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos).**

En nuestro país, el arándano es un producto agrario que se ha ido ganando la acogida de los consumidores, y no solo en Perú, sino que a nivel mundial ha sido un fruto muy demandado por países desarrollados como es Estados Unidos, Canadá, China y ahora Medio Oriente, gracias a sus propiedades nutritivas. Es por ello queremos dar a conocer los factores de crecimiento, como se pueden visualizar en la figura 15, que permitirá que la exportación de este fruto siga incrementándose, permitiendo a su vez el crecimiento de nuestra producción nacional.

Según nuestra investigación en campo, hemos detectado tres factores de crecimiento que son las variables que los productores e interesados en el rubro deben conocer y que podría favorecer el ingreso del arándano al nuevo Mercado de Medio Oriente.



Figura 15: Factores de crecimiento en la exportación de arándanos, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos).

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta realizada.

Se debe tener en cuenta que las empresas a las que se les realizó la encuesta cerrada reconfirmaron estas variables, siendo promoción gubernamental y las ferias internacionales la que es considerada el mayor factor de crecimiento en la exportación de arándanos, según los colaboradores.

De igual manera, se realizó un cuadro de barras para poder determinar cual fueron los resultados de cada variable, según las preguntas cerradas que realizamos.

De manera general, podríamos resaltar que, según los resultados de las encuestas, para este grupo de empresas, las variables que indicamos tendrían el siguiente resultado de manera porcentual:

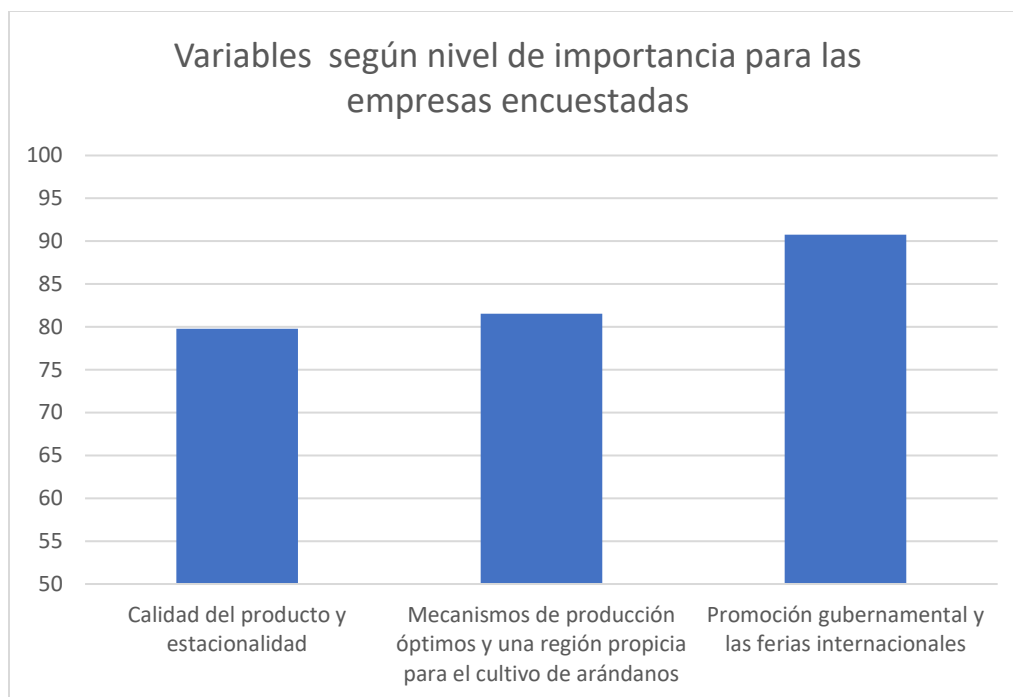


Figura 16: Principales variables para la exportación de arándanos según grado de importancia para las empresas encuestadas.

Fuente: Elaboración propia

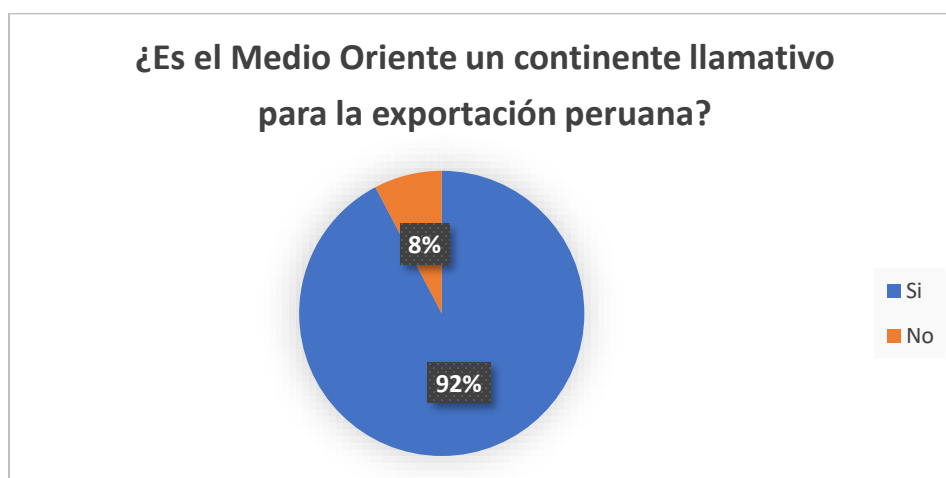
Según la figura 16, el 79.77% de las empresas encuestadas, confirmaron que la calidad de producto y la estacionalidad son una variable importante que definen los factores para el crecimiento de las exportaciones de arándanos; el 81.54% confirmaron que los mecanismos de producción óptimos y una región propicia para el cultivo de arándanos también es una variable importante, mientras que el 90.77% de las empresas encuestadas indicaron que la promoción gubernamental y las ferias internacionales sí lo es.

## 4.2 Factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú hacia los países de medio Oriente.

Llamoga, A. (2019) comenta, las importaciones de arándanos a nivel mundial incrementan año con año, más aún que las exportaciones, tanto así, que en el 2017 el volumen en toneladas que se logró importar fue de 460,245 mil, y en el 2018 fue de 562,148 mil toneladas.

Medio Oriente aún es un mercado en potencia, el principal mercado que importa arándanos desde nuestro país es Estados Unidos, sin embargo, año tras año va aumentando la demanda.

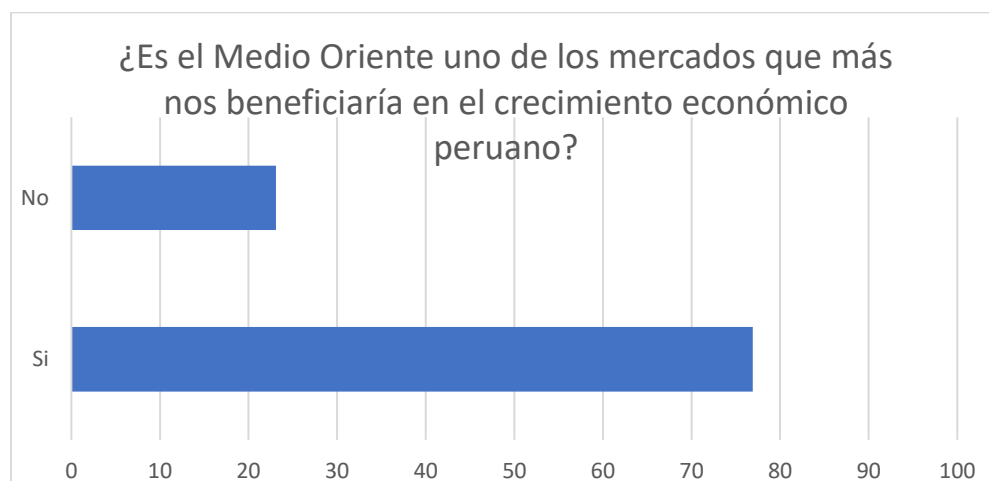
Esto lo confirmamos en las preguntas realizadas en la encuesta cerrada que a continuación se muestra.



**Figura 17: ¿Es el Medio Oriente un continente llamativo para la exportación peruana?**

Fuente. Elaboración propia.

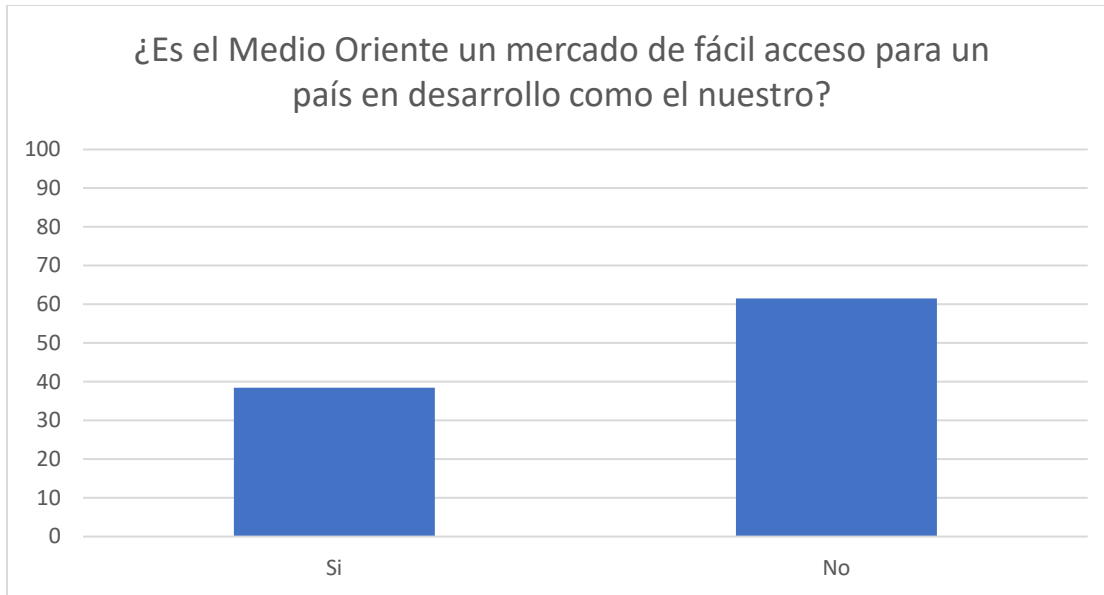
Como se observa en la figura 17, el 92% de las personas encuestadas confirmaron que el Medio Oriente era un continente llamativo para la exportación de nuestro arándano, y solo el 8% de ellos indica que no lo es (1 empresa de las 13 encuestadas).



**Figura 18: ¿Es el Medio Oriente uno de los mercados que más nos beneficiaría en el crecimiento económico peruano?**

Fuente: Elaboración propia.

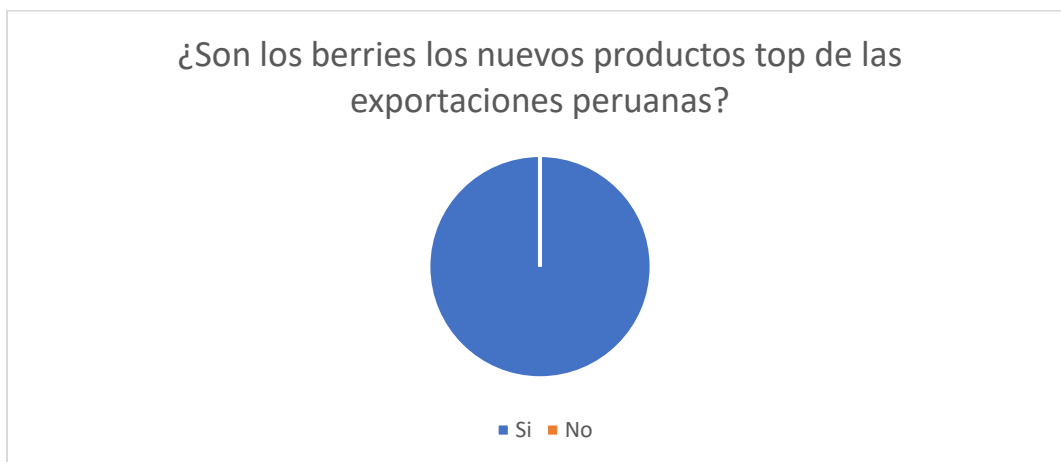
En la figura 18 se puede identificar que el 76.92% de los encuestados creen que el Medio oriente es uno de los mercados que más beneficiaría en el crecimiento económico peruano, y solo el 23.08% cree que no lo es.



**Figura 19: ¿Es el Medio Oriente un mercado de fácil acceso para un país en desarrollo como el nuestro?**

Fuente: Elaboración propia

La figura 19, muestra que solo el 38.46% de los encuestados creen que Medio Oriente es un mercado de fácil acceso para nuestro país que aún está en vías de desarrollo, mientras que el 61.54% piensa que no lo es.

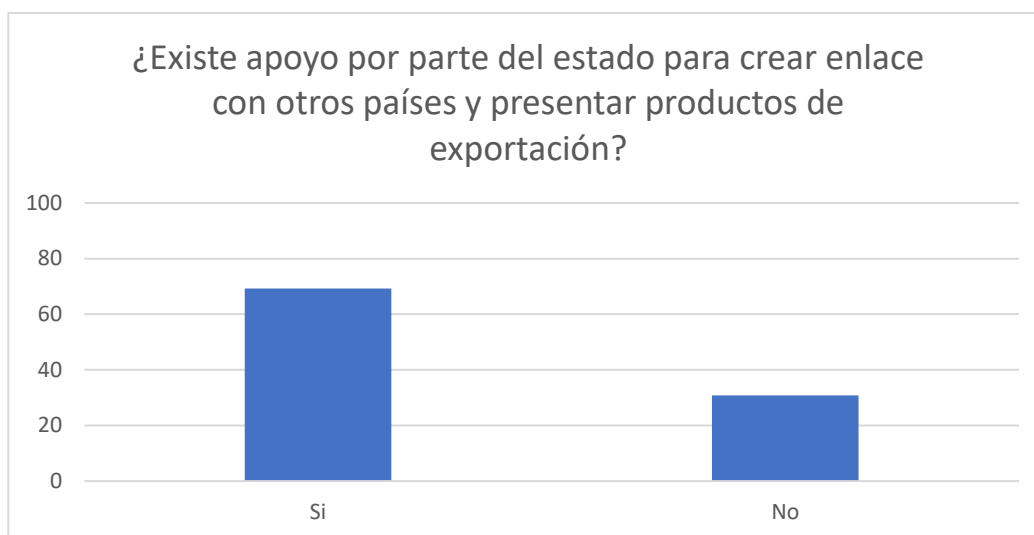


**Figura 20: ¿Son los berries los nuevos productos top de las exportaciones peruanas?**

Fuente. Elaboración propia.



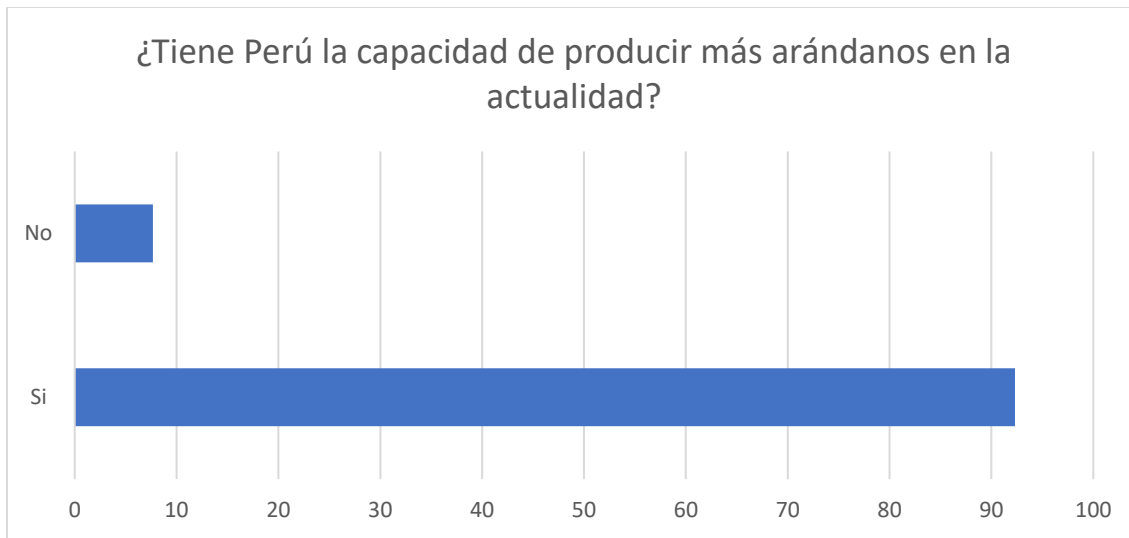
Según la figura 20, para el 100% de las empresas encuestadas los arándanos son los nuevos productos top que nuestro país estaría exportando en la actualidad y lo será también a futuro.



**Figura 21: ¿Existe apoyo por parte del estado para crear enlace con otros países y presentar productos de exportación?**

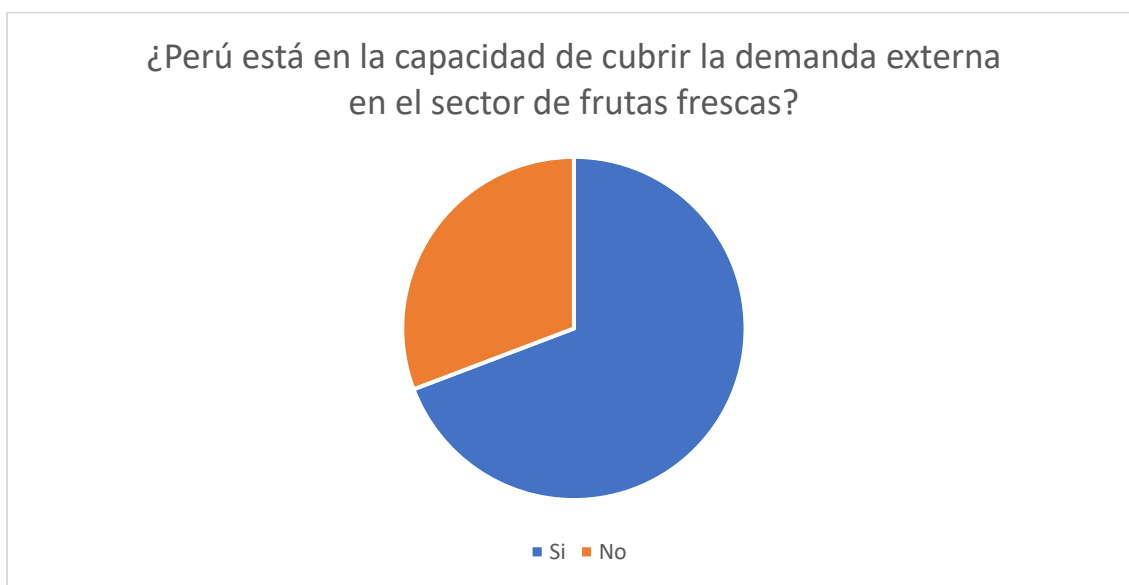
Fuente: Elaboración propia.

Lo que muestra la figura 21 es que el 69.23% de los encuestados piensan que si existe apoyo por parte del estado para crear enlace con otros países y presentar productos de exportación como es el arándano. Solo el 30.77% piensa que el estado no da este apoyo tan necesario.



**Figura 22: ¿Tiene Perú la capacidad de producir más arándanos en la actualidad?**  
Fuente: Elaboración propia.

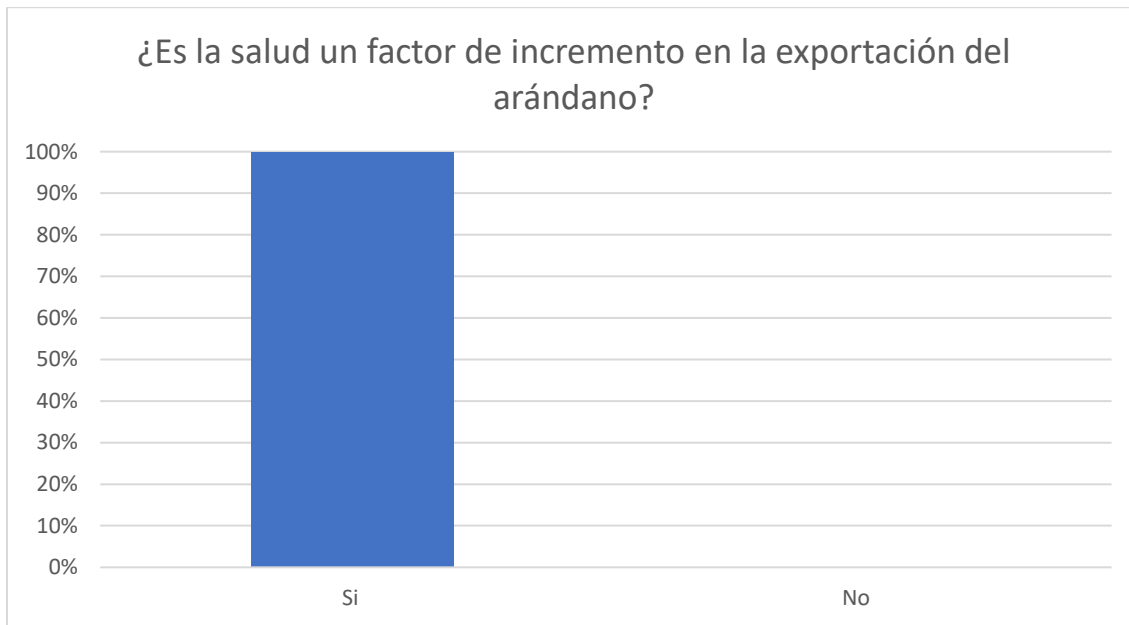
Como muestra la figura 22, el 92.31% de los encuestados creen que nuestro país si tiene la capacidad de producir más arándanos en la actualidad. El 7.69% del total cree que no.



**Figura 23: ¿Perú está en la capacidad de cubrir la demanda externa en el sector de frutas frescas?**  
Fuente: Elaboración propia.

Lo que muestra la figura 23 es que el del personal encuestado, el 69.23% cree que nuestro país está en la capacidad de cubrir la demanda externa en lo que compete el

sector de frutas frescas, mientras que el 30.77% cree que el Perú no tiene esta capacidad.



**Figura 24: ¿Es la salud un factor de incremento en la exportación del arándano?**  
Fuente: Elaboración propia

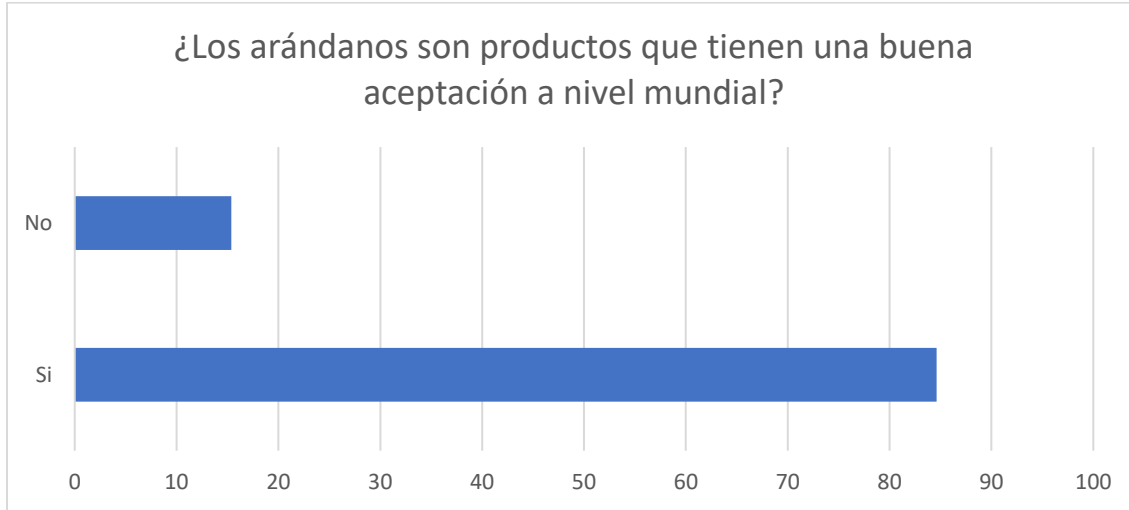
En la figura 24 indica claramente que el 100% de los encuestados nos confirman que la salud es un factor de incremento en la exportación de este fruto.

#### **4.3 Factores de incremento en la demanda de arándanos a nivel nacional, para su exportación al Medio Oriente.**

Gracias a la gran demanda a nivel mundial del arándano, es que muchas empresas desean ofrecer este producto, tanto es la tendencia, que para el año 2014 había 15 empresas exportadoras y para el año 2018 ya se contaba con 33 de ellas, duplicando el número en solo 4 años, demostrando que cada año hay más empresas interesadas en abrir paso a nuevos mercados, creando nuevas oportunidades. (Llamoga, 2019)

A continuación, las preguntas que se realizaron a los encuestados respecto a la oferta

nacional del arándano.



**Figura 25: ¿Los arándanos son productos que tienen una buena aceptación a nivel mundial?**

Fuente: Elaboración propia.

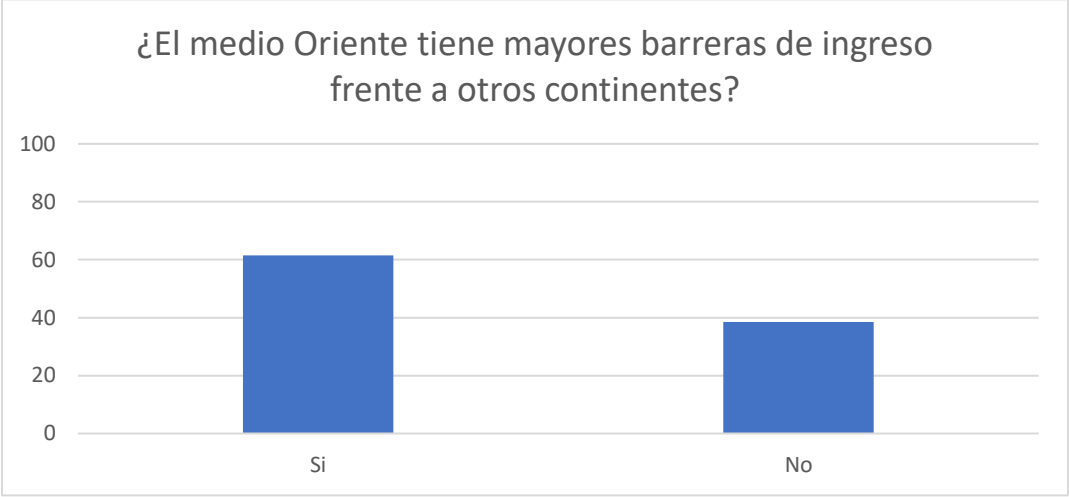
En la figura 25, se observa que el 84.62% de los encuestados creen que los arándanos son productos que tienen una buena aceptación a nivel mundial. El 15.38% de las empresas creen que no tienen una buena aceptación internacional.



**Figura 26: ¿Son los documentos de exportación una traba para ingresar al mercado del Medio Oriente?**

Fuente: Elaboración propia

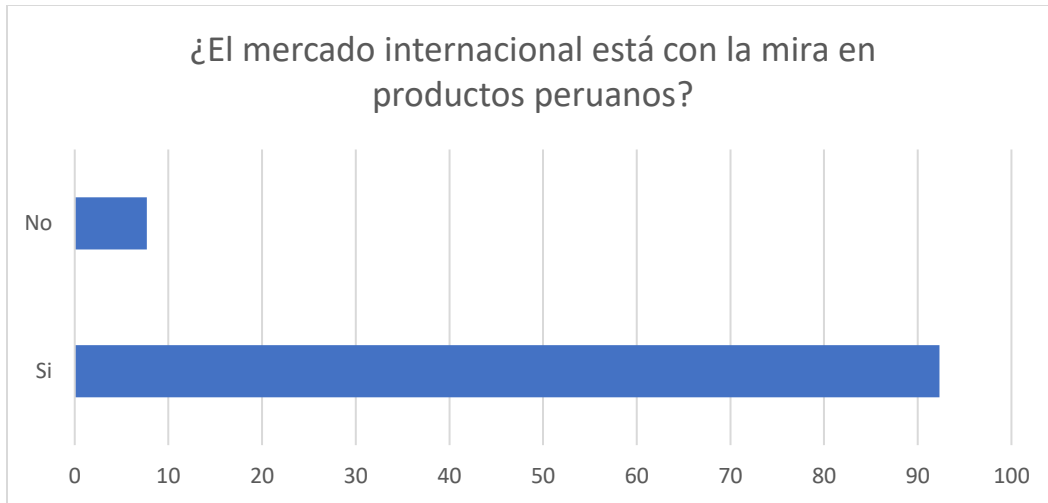
En la figura 26 se muestra que el 69.23% de los encuestados confirman que los documentos de exportación sí son una traba para ingresar al mercado del Medio Oriente, mientras que el 30.77% de ellos creen que no son una traba real.



**Figura 27: ¿El medio Oriente tiene mayores barreras de ingreso frente a otros continentes?**

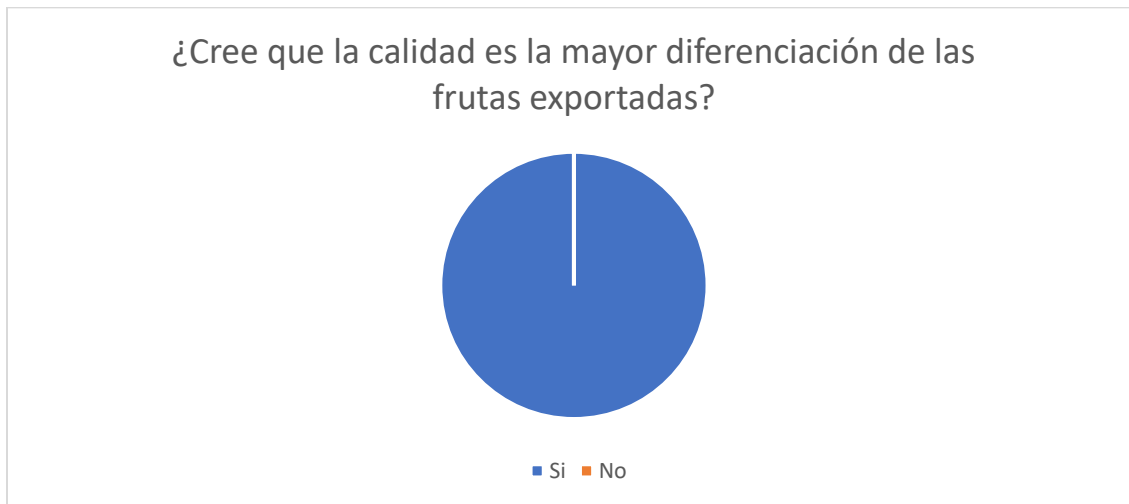
Fuente: Elaboración propia.

Gracias a la figura 27 se comprueba que el 61.54% del total cree que el Medio Oriente tiene mayores barreras de ingreso frente a otros continentes, y el 38.46% piensa que otros continentes tienen mayores barreras.



**Figura 28: ¿El mercado internacional está con la mira en productos peruanos?**  
 Fuente: Elaboración propia

Esta figura 28 muestra que el 92.31% opina que el mercado internacional tiene en la mira a productos peruanos, pero solo el 7.69% piensa que no solo tiene en la mira a nuestros productos si no al de otros países.



**Figura 29: ¿Cree que la calidad es la mayor diferenciación de las frutas exportadas?**  
 Fuente: Elaboración propia.

Claramente se observa en la figura 29, el 100% de los encuestados cree que la calidad si es la mayor diferenciación de las frutas exportadas.

#### **4.4 Factores que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en Perú, para su exportación al Medio Oriente**

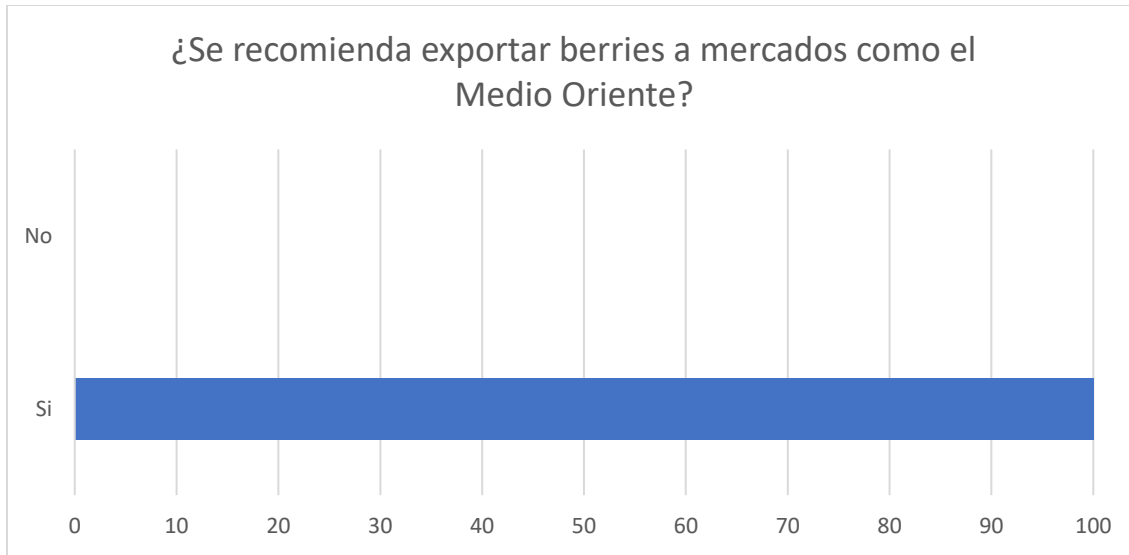
Los resultados de la encuesta realizada con respecto a este punto son las siguientes:



**Figura 30: ¿Son las ferias internacionales una ventana para crear comercio externo?**

Fuente: Elaboración propia.

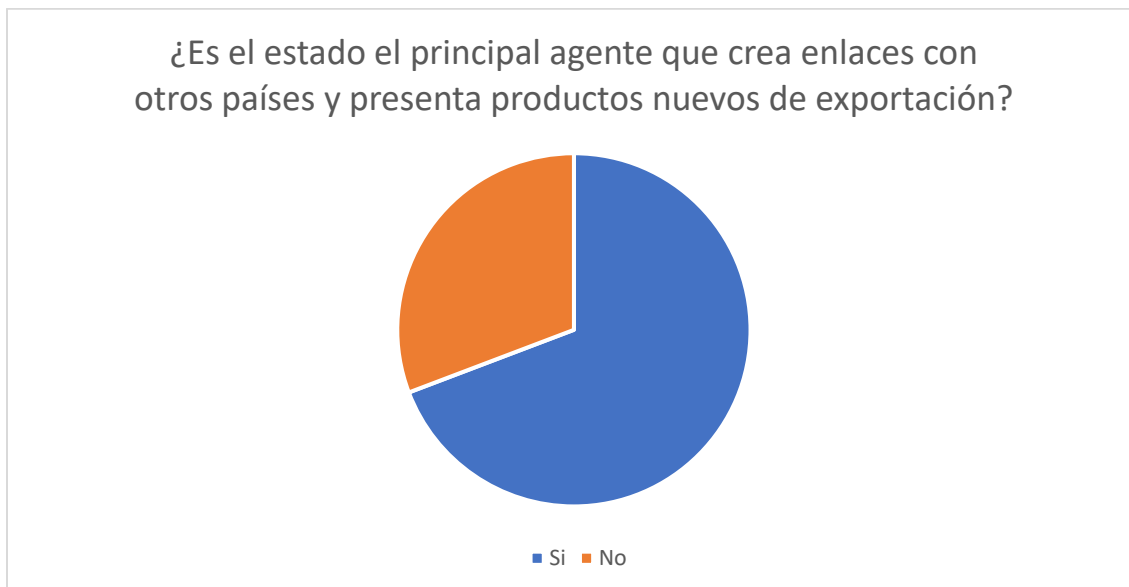
La figura 30 muestra que efectivamente el 100% de los encuestados creen que las ferias sí son una ventana para crear comercio a nivel internacional.



**Figura 31: ¿Se recomienda exportar arándanos a mercados como el Medio Oriente?**

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 31 se confirma que el 100% de las empresas encuestadas sí recomiendan exportar arándanos a mercados como el de Medio Oriente.

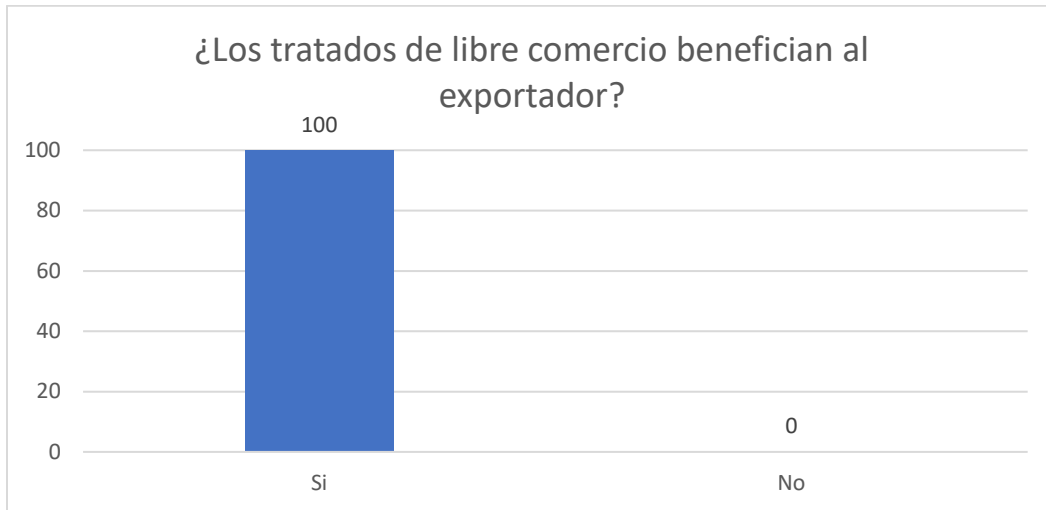


**Figura 32: ¿Es el estado el principal agente que crea enlaces con otros países y presenta productos nuevos de exportación?**

Fuente: Elaboración propia



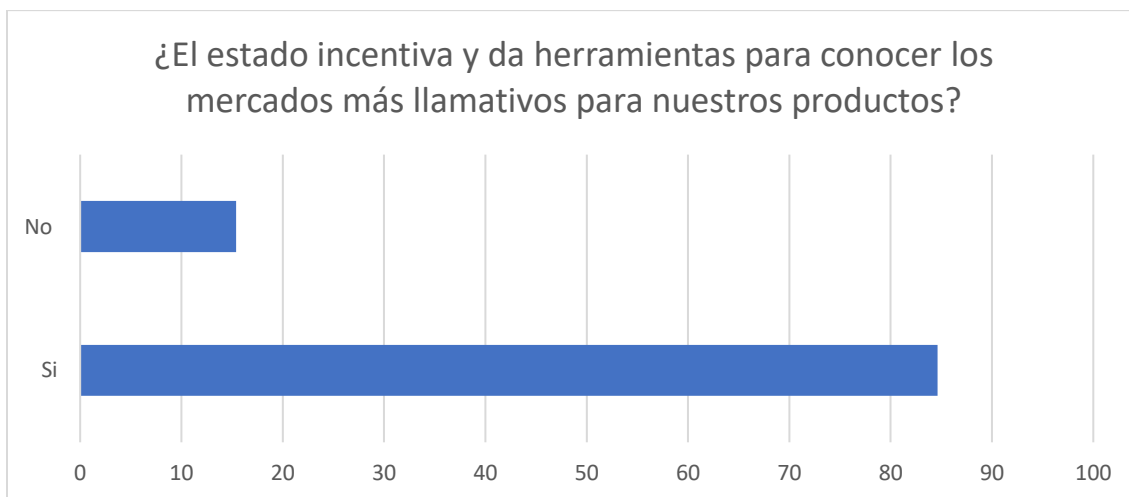
Según la figura 32, el 69.23% de los encuestados indican que el estado sí es el principal agente que crea enlaces con otros países y presenta productos nuevos de exportación, mientras que el 30.77% cree que no.



**Figura 33: ¿Los tratados de libre comercio benefician al exportador?**

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 33, el 100% de los encuestados está de acuerdo con que los tratados de libre comercio benefician al exportador.



**Figura 34: ¿El estado incentiva y da herramientas para conocer los mercados más llamativos para nuestros productos?**

Fuente: Elaboración propia

Según la figura 34, el 84.62% del total de encuestados opina que el estado sí incentiva y da herramientas para conocer los mercados más llamativos para nuestros productos, y solo el 15.38% opinan lo contrario.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación han sido obtenidos por medio de un instrumento cuantitativo, el cual es la encuesta aplicada. Se pudo concluir que los factores identificados en la presente investigación fueron coincidentes en ciertos puntos con las encuestas desarrolladas.

### 5.1. Comparación de los Resultados con Antecedentes y Marco Teórico

Los instrumentos utilizados en la presente investigación como ya se mencionaron, fueron encuestas estructuradas que son ideales para este tipo de investigación.

Tabla 14: Comparación de Bases teóricas con Resultados.

MARCO TEÓRICO	RESULTADOS
Según el Informe del Mercado de Arándanos de la consultora Maximixe (2019), la exportación del arándano aumento un 60,2%, alcanzando los 885 millones de dólares, dicho incremento se debe a los envíos a Estados Unidos, China y Países Bajos. Este crecimiento fomenta a que empresas del rubro busquen crecer y abrir más plantas, como es el caso de Danper Trujillo, que evalúa construir una nueva planta.	De las empresas encuestadas el 100% opina que los arándanos (de todo tipo, ya sean rojos o azules) son los nuevos productos top que nuestro país estaría exportando en la actualidad y lo será también a futuro.  A su vez, esta información es respaldada por el 92.31% de los encuestados, que opinan que el mercado internacional tiene en la mira a productos peruanos.

<p>Rosadio (2018) nos comenta:</p> <p><i>“Entre el 2005 y 2016, el comercio bilateral entre el Perú y Arabia Saudita registró un monto de US\$ 819 millones de dólares. Durante dicho periodo el Perú exportó a Arabia Saudita por un valor de US\$ 98 millones de dólares, mientras que las importaciones alcanzaron US\$ 721 millones de dólares. El Perú exporta principalmente frutas y hortalizas, mientras que las importaciones se componen sobre todo de productos petroquímicos.”</i></p>	<p>El 92% de las empresas encuestadas confirmaron que el Medio Oriente era un continente llamativo para la exportación del arándano peruano.</p>
<p>Según la PMA (Produce Marketing Association) (2017): “Arabia Saudí, los EAU, Kuwait y Egipto son los mercados más grandes en lo que respecta a las importaciones de frutas y vegetales frescos. Arabia Saudí y los EAU representan más del 2 % de las importaciones de frutas y vegetales frescos a nivel mundial, y las importaciones de estos productos en Arabia Saudí durante los últimos cinco años</p>	<p>A su vez, el 76.92% de los encuestados creen que el Medio oriente es uno de los mercados que más nos beneficiarían en el crecimiento económico peruano.</p> <p>Además, el 100% de las empresas encuestadas sí recomiendan exportar arándanos a mercados como el de Medio Oriente.</p>

<p>han crecido a un ritmo más rápido que las importaciones globales.”</p>	
<p>Bravo (2017) menciona que los tres principales mercados de destino para los productos agropecuarios peruanos en Medio Oriente son Emiratos Árabes Unidos, Israel y Arabia Saudita; otros países podrían sumarse como plazas potenciales y diversificar las ventas de frutas y hortalizas al exterior donde el 73% de nuestras actuales ventas hortofrutícolas se concentra en el Medio Oriente, pero existen otras plazas que también muestran interesantes cifras iniciales que generan expectativas.</p>	<p>El 38.46% de los encuestados creen que Medio Oriente es un mercado de fácil acceso para nuestro país que aún está en vías de desarrollo, pero se observa que la mayoría cree que el ingreso no es fácil, quizá por falta de información o por el estilo de la cultura del Medio Oriente.</p>
<p>Las ferias son uno de los principales canales para dar a conocer un producto y ponerlo en bandeja ante futuros clientes potenciales.</p>	<p>El 100% de las empresas encuestadas respaldan que sí son una ventana para crear comercio internacional, según lo expuesto.</p>
<p>Existen entidades que ayudan a las pequeñas y medianas empresarios a poder</p>	<p>Ante esta base teórica, el 69.23% de los encuestados piensan que si existe apoyo</p>

<p>ser parte de dichas ferias, que son como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), también está el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP) y la Asociación de Exportadores (ADEX). Parte de la labor de estas entidades es dar a conocer los procesos que deben de seguir las Mypes que deseen participar en las diversas ferias que hay anualmente y de esa forma incentivar a la oferta exportable. (Mincetur).</p>	<p>por parte del estado para crear enlace con otros países y presentar productos de exportación como es el arándano.</p> <p>Asimismo, teniendo en cuenta esta premisa, el 84.62% del total de encuestados opina que el estado sí incentiva y da herramientas para conocer los mercados más llamativos para nuestros productos, y solo el 15.38% opinan lo contrario.</p>
<p>Según el gerente general de Arándanos Perú, Álvaro Espinoza (Portal Frutícola, 2019), menciona que el Perú ya cuenta con 8 mil hectáreas con arándanos, donde el 50% y 60% de estas hectáreas ya producen; Espinoza da énfasis en la importancia que debemos de tener frente a un producto que está creciendo a paso agigantados y que debe de ser manejado</p>	<p>De todos nuestros encuestados el 92.31% cree que nuestro país si tiene la capacidad de producir más arándanos en la actualidad.</p>

<p>como muchos otros que ya son principales productos de nuestro país, abriéndole paso a diferentes mercados.</p> <p>Según Aquino M., Delgado, C., Gonzales, H. y Sánchez M. (2017), la producción de este tipo de fruto en el hemisferio sur es liderada por Chile, pero el Perú cuenta con un ritmo de crecimiento mayor a los demás mercados.</p>	
<p>Según nos comenta Salazar (2014), la región líder en exportación de arándanos en el Perú es La Libertad, pues muestra gran inversión privada a pesar de las deficiencias tecnológicas y logísticas, lo que hace que pueda cubrir la demanda del mercado estadounidense que crece cada año.</p> <p>Además, en la tabla 4 mostrada en el trabajo de investigación (Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego), se puede observar el beneficio que tiene Perú frente a otros países respecto a la producción, ya que por la diversidad de climas se puede producir</p>	<p>Según la encuesta realizada, el 69.23% cree que nuestro país está en la capacidad de cubrir la demanda externa en lo que compete el sector de frutas frescas.</p>

<p>arándanos todo el año, y esto ayuda a cubrir la demanda que no puede ser cubierta normalmente por los proveedores habituales.</p>	
<p>Damin (2014) menciona que el Sagrado Corán señala que un producto “Halal” no debe contener sangre, alcohol, carne de cerdo y derivados, carne de un animal hallado muerto, animales carroñeros, animales con garras, animales muertos por otro animal, animales sacrificados fuera del rito islámico; además no debe tener contacto con estos “ingredientes” durante el empaquetado o transporte.</p>	<p>Lo indicado por el autor es respaldado por el 61.54% de los encuestados que cree que el Medio Oriente tiene mayores barreras de ingreso frente a otros continentes, como este tipo de Certificación Halal.</p>
<p>El mercado de Medio Oriente está considerado como el de mayor crecimiento en cuanto a productos orgánicos y de origen natural. Esto se demuestra en el mercado mundial, que alcanza para esta alternativa alimenticia 220 billones de dólares, de los cuales 500 millones se estiman para todo el mercado asiático, y de los cuales 300 millones van a Medio</p>	<p>El 100% de las empresas encuestadas sí recomiendan exportar arándanos a mercados como el de Medio Oriente, ya que demanda productos orgánicos y naturales.</p>



<p>Oriente. (Morales, 2015)</p>	
<p>Este fruto tiene una gran acogida a nivel mundial, gracias a su alto nivel nutricional, resaltando los antioxidantes, que permiten prevenir enfermedades como el cáncer y enfermedades cardiovasculares, ya que protege las células de nuestro cuerpo y aumenta el colesterol bueno, permitiendo la adecuada circulación de la sangre; las proantocianidinas que evitan infecciones urinarias y la vitamina C; además de su gran sabor.</p> <p>(López y Urrutia, 2014).</p>	<p>El 100% de los encuestados nos confirman que la salud es un factor de incremento en la exportación de este fruto por los beneficios que brindan.</p>
<p>Aunque el arándano aún es un producto desconocido para muchas personas, cada vez es demandado por más países; por ejemplo, en Argentina en el 2016 se ha dado un crecimiento del 250% en la demanda y consumo, y se han proporcionado 600 hectáreas para la producción de este producto, dándole un beneficio competitivo frente a otros países productores de América del Sur. (Ferri</p>	<p>El 84.62% de los encuestados confirman que la teoría indicada es correcta ya que piensan que existe una buena aceptación del arándano a nivel mundial.</p>

<p>2018).</p>	
<p>Según Estrada (2019), la Normativa Islámica relacionado al Halal o Haram, se ha convertido en una tendencia mundial, reconocida como estándar de calidad y seguridad, además de preocuparse por el respeto al bienestar social para este tipo de consumidores.</p> <p>Según Chavez, Lalich, Tenorio y Ugaz (2018): “Existen diferentes normas certificables que abarcan diferentes aspectos de la sostenibilidad como, por ejemplo; la ISO 9000 (certificación de procesos que redundan en la calidad de los productos y servicios)</p>	<p>De nuestros encuestados, el 100% cree que la calidad si es la mayor diferenciación de las frutas exportadas.</p>
<p>Se debe tener en cuenta la documentación solicitada por las autoridades de dicho país, como el certificado de origen, un certificado de ingredientes, en caso el cliente lo indique, un certificado sanitario, uno de libre venta y otro de protección al consumidor.</p> <p>Todos los alimentos que importa Arabia Saudita son revisados por la Saudi Food</p>	<p>Esta premisa se ve resaltada en la respuesta de nuestros encuestados, en donde el 69.23% confirman que los documentos de exportación sí son una traba para ingresar al mercado del Medio Oriente, mientras que el 30.77% de ellos creen que no son una verdadera traba.</p>

Drug Authority (SFDA) que inició en el puerto de entrada el sistema electrónico obligatorio de despacho de aduanas (E-Clearance) para todos los alimentos. (Ulloa, 2015)	
--	--

Fuente: Elaboración Propia

## 5.2. Contrastación de las Hipótesis con los Resultados

Los resultados contrastados con la hipótesis se presentan a continuación:

Tabla 15: Comparación de Hipótesis con Resultados.

HIPÓTESIS	RESULTADOS
La calidad del producto y la estacionalidad de la producción son los factores de crecimiento en la demanda de arándanos producidos en Perú, por parte de los consumidores del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).	<p>El 79.77% de las empresas encuestadas, confirmaron que la calidad de producto y la estacionalidad son una variable importante que definen los factores para el crecimiento de las exportaciones de arándanos.</p> <p>El 100% de los encuestados cree que la calidad si es la mayor diferenciación de las frutas exportadas.</p>
Existen factores de incremento en la	El 81.54% confirmaron que los

<p>oferta de arándanos a nivel nacional, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos), como los mecanismos óptimos de producción y una región propicia para su cultivo y desarrollo.</p>	<p>mecanismos de producción óptimos y una región propicia para el cultivo de arándanos también es una variable importante.</p> <p>Se identificó que el 92% de las personas encuestadas confirmaron que el Medio Oriente era un continente llamativo para la exportación de nuestro arándano, y solo el 8% de ellos indica que no lo es (1 empresa de las 13 encuestadas).</p> <p>El 92.31% de los encuestados creen que nuestro país si tiene la capacidad de producir más arándanos en la actualidad. El 7.69% del total cree que no.</p>
<p>La promoción gubernamental y las ferias internacionales especializadas son los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en Perú para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).</p>	<p>El 100% de los encuestados creen que las ferias sí son una ventana para crear comercio a nivel internacional.</p> <p>El 69.23% de los encuestados indican que el estado sí es el principal agente que crea enlaces con otros países y presenta</p>

	productos nuevos de exportación, mientras que el 30.77% cree que no.
--	---

Fuente: Elaboración Propia

## CONCLUSIONES

Las conclusiones de este trabajo de investigación se han determinado gracias a los resultados del instrumento aplicado; y son las siguientes:

1. Se determinó que existen factores de crecimiento en la exportación del arándano peruano, tales como la calidad y estacionalidad, mecanismos de producción óptimos, una región propicia para el cultivo de arándanos, promoción gubernamental y las ferias internacionales, considerando estas dos últimas como las principales gracias a los resultados obtenidos de personas expertas en el tema, involucradas en la oferta y demanda de este fruto.
2. Se confirmó que uno de los factores de crecimiento en la demanda del arándano fue la calidad del producto (100% de los encuestados confirmaron ello), ya que es un factor de diferenciación de las frutas exportadas y es considerado un producto top por sus cualidades haciéndolo llamativo al mercado externo como el Medio Oriente.
3. Se corroboró que la estacionalidad de la producción del arándano peruano es un beneficio ya que la producción se da en nuestro país cuando en otras zonas se encuentra detenida por su cambio climatológico, por ello nuestra oferta puede cubrir la demanda de países que necesiten abastecimiento en esos periodos.

4. Se determinó que el uso de mecanismos óptimos de producción en una región propicia para el cultivo para el desarrollo del arándano son factores que influyen en la oferta de este, ya que al contar con un clima, tierra y sistema de producción adecuado permite tener una siembra progresiva y escalable para otras posibles zonas.
  
5. Se confirmó que los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano peruano son básicamente dos; en primer lugar el Estado, considerado como un agente que crea enlaces con otros países a través de tratados de libre comercio que benefician a los exportadores y comerciantes, además de incentivar y dar herramientas para hacer conocidos los productos que se producen; y en segundo lugar las Ferias Internacionales, que son ventanas de comercio exterior para nuestros productos.

## RECOMENDACIONES

Tenemos las siguientes recomendaciones en base al trabajo de investigación realizado:

1. Es importante tener presente que conocer los factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en nuestro país y la coyuntura, tanto como productor, agricultor, emprendedor, exportador, gran empresario, o como interesado en el tema, impulsará el crecimiento del negocio, y dará noción para saber en qué proceso se puede invertir.
2. La calidad es un factor importante que debemos aprovechar en cualquier rubro y crea diferenciación frente a la competencia; el mercado de Medio Oriente es amplio para el arándano peruano y aún hay mucho por seguir investigando sobre las preferencias de un consumidor exquisito como lo es el del Medio Oriente, por ello debe existir una actualización constante a las bases de datos de información y de procesos de mejora continua.
3. Al tener el beneficio de contar con microclimas en nuestro país y tener diferentes zonas de producción de arándanos, - lo que permite contar con producción en periodos donde otros países competidores no pueden abastecer la demanda requerida -, se debería invertir en mejorar las áreas de producción, de irrigación y de capacitación al personal para que de esta forma se pueda cubrir la demanda no cubierta.



4. Es recomendable invertir en procesos óptimos de producción, ya sea en maquinaria o en capacitación de mano de obra, desde la ejecución del labrado de tierra para la cosecha del arándano. El contar con mecanismos óptimos de producción puede crear que dichos procesos sean escalables en diferentes zonas y poder sacar productos de la misma calidad con procesos ya estandarizados en cada zona de producción del arándano.
  
5. Finalmente, se recomienda participar de foros, conferencias y ferias, tanto nacionales como internacionales, que se relacionen con el tema de la agroexportación, pues siempre se toca el tema de la comercialización del arándano en nuestro país, lo que permitiría tener dinamismo en el tema, hacer relaciones importantes con personas del rubro y hacer conocido nuestro producto.

## FUENTES DE INFORMACION

- Agencia Peruana de noticias. (2018). Perú vive semana de logros para promoción de productos agropecuarios. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-vive-semana-logros-para-promocion-productos-agropecuarios-719123.aspx>
- Agencia Agraria. Minagri: Producción nacional de arándanos en Perú creció 796% entre el 2015 y 2018. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/produccion-nacional-de-arandanos-en-peru-crecio-796-entre-el-20302>
- Anculle, M. (2017). Problemas y soluciones de exportación de quinua en grano – Exigencia de Calidad. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2992/E71-A5578-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, D. (2008). Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares ecuatorianos. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>
- Alvarado, F. (2004). El movimiento de agricultura ecológica en el Perú: balance 1980-2003. América Latina en Movimiento (ALAI). Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/active/6419>
- APA. (2016). Socioeconomic status. Recuperado de <http://www.apa.org/topics/socioeconomic-status/>
- Aquino, M., Delgado, C., Gonzales, H., & Sánchez, M. (2017). Plan de negocios para la producción de arándano fresco (*Vaccinium Myrtillus*) proveniente de la zona de Camball, distrito de Bolognesi, provincia de Pallasca, región Ancash), para exportación al mercado de Estados Unidos. Recuperado de [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/861/2017\\_MAAA\\_15-1\\_05\\_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/861/2017_MAAA_15-1_05_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arándanos serían la tercera fruta más exportada en el 2017 (2016). El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/arandanos-serian-tercera-fruta-exportada-2017-216986>
- Arias, A. (2017). Potencialidades y retos en la producción del agraz en Antioquia. Universidad EAFIT. Medellín, Colombia. Recuperada de: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12582/Andr%C3%A9s\\_AriasPineda\\_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12582/Andr%C3%A9s_AriasPineda_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Asociación de gremios productores agrarios del Perú (AGAP). (2019). Perú: Las exportaciones de arándanos aumentarán un 60,2% en 2019. Recuperado de: <https://agapperu.org/noticias/peru-las-exportaciones-de-arandanos-aumentaran-un-602-en-2019/>
- Banco Mundial (2016). Perú Panorama general. Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Bascope, A. (2013). Realidad productiva del arándano en EEUU y México. Recuperado

- de: <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/9666.pdf>
- Beharrell B., MacFie, J. (1991) "Consumer Attitudes to Organic Foods", British Food Journal, Vol. 93 Issue: 2, pp.25-30. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/00070709110002706>
- Berges, M, Casellas, K., Garrido, L., Gentile, N. (2004). El consumo de alimentos orgánicos en Argentina. Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de: [http://nulan.mdp.edu.ar/763/1/JDifInvEcon\\_2004\\_5\\_8-12.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/763/1/JDifInvEcon_2004_5_8-12.pdf)
- Caravedo, L. (2017). Exportación de Harina de quinua a California, Estados Unidos. Recuperado de: Banco Mundial (2016). Perú Panorama general. Recuperado de: [http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6088/Caravedo\\_Guidino\\_L\\_eopoldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6088/Caravedo_Guidino_L_eopoldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cámara de comercio de La Libertad. (2018). Exportación de arándanos en La Libertad crece 235% en lo que va el 2018. Recuperado de: <http://www.camaratru.org.pe/web2/index.php/jstuff/noticias-destacadas/item/3290-exportacion-de-arandanos-en-la-libertad-crece-235-en-lo-que-va-del-2018>
- Cámara de Comercio de Lima (2017). Arándanos. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/estudio8/oportunidades-y-retos-en-la-exportaci%C3%B3n-de-ar%C3%A1ndanos.pdf>
- Chavez, M., Lalich, A., Tenorio, P., Ugaz, R. (2018). Lineamientos generales para la gestión de la comunicación estratégica de la certificación "Empresa B". Recuperado de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625220/Ch%c3%a1vezC\\_M.pdf?sequence=15&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625220/Ch%c3%a1vezC_M.pdf?sequence=15&isAllowed=y)
- Codex Alimentarius (1999): Alimentos producidos orgánicamente. (2da edición). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-a0369s.pdf>
- Colussi, J. (2017). Califórnia: do fast food ao reino da alimentação saudável. Recuperado de: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/campo-e-lavoura/noticia/2017/07/california-do-fast-food-ao-reino-da-alimentacao-saudavel-9841549.html>
- Colina V. y Salgado J. (2018). Tesis Plan de negocios para la producción de arándanos cultivados en el valle de Cañete (Región Lima) y su exportación al mercado de Estados Unidos de América. Recuperado de: [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1258/2018\\_RET\\_MBA\\_1\\_3-1\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1258/2018_RET_MBA_1_3-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Damin, A. (2014). Certificación Halal: Requisitos del mercado musulmán. Repositorio Institucional PromPerú. Recuperado de: <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/758/Certificacio>

- [n\\_halal\\_2014\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1](#)
- Datosmacro. Emiratos Árabes Unidos: Economía y demografía. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/emiratos-arabes-unidos>
- Del Greco, N. (2010). Estudio sobre tendencias de consumo de alimentos. Recuperado de: <http://www.vet.unicen.edu.ar/ActividadesCurriculares/PlaneamientoEstrategicoEvaluacionProyectos/images/Documentos/2012/TendenciasConsumoAlimentos.pdf>
- Delgado, D. (2016). Percepciones, aspiraciones y retos sobre alimentación saludable que tienen las madres de bajo nivel socioeconómico con hijos preescolares de un distrito de Lima Metropolitana. (Tesis para optar el grado de Doctor en Ciencias de la Salud). Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4959/Delgado\\_pdf.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4959/Delgado_pdf.pdf?sequence=1)
- Emiratos Árabes Unidos. (2017). Oficina de Información Diplomática: Ficha País. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/EMIRATOSARABESUNIDOS\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/EMIRATOSARABESUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf)
- EE. UU. aprueba tratamiento alternativo para arándanos peruanos. (2018). El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/arandanos-ee-uu-aprueba-tratamiento-sanitario-alternativo-noticia-505562>
- Estrada, B. (2019). Certificación Halal. Repositorio de Promperu. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=1B4540E1-8A7F-4EAA-AEED-D1AAE05018EC.PDF>
- Expansión. (2019). Arabia Saudita - Exportaciones de Mercancías. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/arabia-saudita>
- Exportaciones de arándanos acumulan un crecimiento de 24% a octubre. (2018). El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportaciones-arandanos-acumulan-crecimiento-24-octubre-noticia-nndc-577067>
- Exportando.pe. (2017) (p.p. 24- 26). Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/630078659rad15465.pdf>
- Falguera, V. & Aliguer, N. & Falguera, M. (2012). An integrated approach to current trends in food consumption: Moving toward functional and organic products? *Food Control*. 26. 274–281. Doi: 10.1016/j.foodcont.2012.01.051.
- Faracha, F.; Nogueria, M. & Peñaloza, E. (2009). Plan de Negocios para Producir y Comercializar Productos Vegetales Orgánicos en Lima. *Tesis para obtener el Grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú*. Recuperado en: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1674/DE\\_SOUSA\\_MONTOYA\\_PE%C3%91ALOZA\\_VEGETALES\\_ORGANICOS.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1674/DE_SOUSA_MONTOYA_PE%C3%91ALOZA_VEGETALES_ORGANICOS.pdf?sequence=1)

- FAO (2016). Organic Agriculture. Recuperado de: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq6/es/>
- Fathelrahman, E.; Muhammad, S. y Tasbih, R. (2015). Factors Affecting Consumers' Willingness to Pay for Certified Organic Food Products in United Arab Emirates. *Food Distribution Research Society*. Recuperado de: <https://ageconsearch.umn.edu/record/199045/files/6%20Muhammad.pdf>
- Ferri, L. (2018). El Consumo Del Arándano Y Su Potencial. Projar group. Recuperado de: <https://www.projargroup.com/el-consumo-del-arandano-y-su-potencial/>
- FIBL, RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE, e IFOAM. (2014). The World of Organic Agriculture. *Statistics and Emerging Trends 2014*. Frick y Bonn: FIBL / Ifoam.
- Fransson, N., & Gärling, T. (1999). Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings. *Journal of environmental psychology*, 19(4), 369-382.
- Gentile, N., Rodríguez, E. (2002). El Consumo de alimentos orgánicos.: Aplicación de un modelo logit multinomial en la elección del canal de compra. *Economía Agraria. Facultad de Cs. Económicas y Sociales-Universidad Nacional de Mar del Plata*. Recogido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11676724.pdf>
- Gestión (2019). Arándanos: Radiografía del cultivo cuya producción crece 206% anual en el Perú. Recuperado de : <https://gestion.pe/economia/arandanos-radiografia-cultivo-cuya-produccion-crece-206-anual-peru-257019-noticia/>
- Gonzales, C. (2016). Estudio y mejoramiento en los procesos productivos en el cultivo de arándanos de la empresa Millaranda. Recuperado de: [http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/2751/a116245\\_Gonzalez\\_C\\_Estudio\\_y\\_mejoramiento\\_en\\_los\\_2016\\_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/2751/a116245_Gonzalez_C_Estudio_y_mejoramiento_en_los_2016_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gómez, S. & Sender, J. (2017). Impacto del uso de drones para fumigación de cultivos de arándanos en el departamento de La Libertad – Perú. Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623455/Sender\\_UJ.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623455/Sender_UJ.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Guía Climático Turístico (2008). SENAMHI. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/102647602/Peru-Guia-GuiaClimaticaTuristica-2008>
- Gutierrez, S. y Legua, R. (2020). Importancia de la Certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes – población musulmana. Recuperado de [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2726/1/Shirley%20Gutierrez\\_Rocio%20Legua\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2726/1/Shirley%20Gutierrez_Rocio%20Legua_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf)
- Higuchi, A. (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/apuntes/v42n77/a02v42n77.pdf>
- Huapaya, M. (2017). Factores a Considerar para la Exportación de Arándanos Frescos al Mercado Alemán, 2017. Recuperado

- de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12870/Huapaya%20Mendoza%20Manuel%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- IFOAM. (2014). «Principles of Organic Agriculture». Recuperado de: <http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>
- Ipsos - Apoyo Opinión y Mercado. (2008). Tendencia en salud y alimentación. Recuperado de <http://www.ipsosapoyo.com.pe/html/marketing-data-ipsos-apoyo.php>
- Isasi Tadeo, L. A., Silva Cubillas, M. A., Tomanguilla Osis, J. N., & Torres de la Cruz, D. A. (2016). El impacto del trabajador conjunto entre el sector público y privado para fortalecer el posicionamiento de las exportaciones peruanas de arándanos frescos en el mercado internacional en los últimos 5 años. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620977/TESIS%20ORIGINAL%20-%20LICENCIATURA%20UPC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Izquierdo, A. (2003). Revista Cubana de enfermería. Alimentación Saludable. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03192004000100012](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012)
- Jave, J. (2011). Rol del SENASA en la Producción Orgánica. Recuperado de: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=6E4AE9C2-5544-4927-997F-E3B496021847.PDF>
- Koo, W. (2019). Agrodata Perú: Arándanos Perú Exportación. Recuperado de: <https://www.agrodataperu.com/2019/07/arandanos-peru-exportacion-2019-junio.html>
- Koo, W. (2019). Agrodata Perú: Arándanos Perú Exportación. Recuperado de: <https://www.agrodataperu.com/2019/12/arandanos-peru-exportacion-2019-noviembre.html>
- Koo, W. (2020). Agrodata Perú: Arándanos Perú Exportación. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2020/01/arandanos-peru-exportacion-2019-diciembre.html>
- Kortbech-Olesen, Rudy (2000). World trends in consumption and trade of exotic food and beverages with emphasis on organic products. *Buyer/Sellers Meeting on Exotic Food and Beverages*, Johannesburgo, Sudáfrica.
- Lee, H. & Yun, Z-S. (2015). Consumers' Perceptions of Organic Food Attributes and Cognitive and Affective Attitudes as Determinants of their Purchase Intentions toward Organic Food. En: *Food Quality and Preference*, vol. 39, pp. 259-267.
- Llamoga, A. (2019). Viabilidad técnica, económica y financiera de la producción de arándano orgánico (*vaccinium corymbosum* L.) con fines de exportación. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/4220/llamoga-alvarez-anthony-thomas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- López, P. y Urrutia, R. (2014). Potencial del arándano deshidratado en la región del Biobío. Recuperado de:  
<http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/445/1/L%C3%B3pez%20P%C3%A9rez%2c%20Patricio.pdf>
- Maggie Kisaka-Lwayo and Ajuruchukwu, O. (2014) Organic Agriculture Towards Sustainability. Chapter 2: Analysis of Production and Consumption of Organic Products in South Africa. Recuperado de <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/46505.pdf>
- Magnusson, M., Shepherd, R., Sjöden, Per-Olow. (2005). Determinants of Consumer Behavior Related to Organic Foods. *Ambio*, Vol. 34, No. 4/5. Recuperado de:  
<https://iuccommonsproject.wikispaces.com/file/view/Determinants+of+Consumer+Behavior+re+Organic+Food.pdf>
- Manzo, R. (2017). PROARANDANOS: Arándanos en Perú, Situación Actual de Producción y Perspectiva Futura. Recuperado de:  
<http://congresofrutosrojos.com/wp-content/uploads/2017/07/Rodrigo-Manzo-Arandano-en-Peru%CC%81-FRESHUELVA-2017.pdf>
- Minagri (2019). Exportaciones de arándanos llegaron a los US\$ 589 millones el año pasado. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/24651-minagri-exportaciones-de-arandanos-llegaron-a-los-us-589-millones-el-ano-pasado>
- Ministerio de Agricultura y Riego (2016). El arándano en el Perú y el mundo. Recuperado de: [http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia\\_plantas/f01-cultivo/el\\_arandano.pdf](http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia_plantas/f01-cultivo/el_arandano.pdf)
- Mincetur. (2013). Perú destacará en principal feria de frutas y hortalizas del mundo. Recuperado de:  
<https://www.mincetur.gob.pe/evento-se-realizara-del-5-al-7-de-febrero-en-alemania/>
- Mincetur (2028). Exportación de Arándanos a Estados Unidos Crecieron más de 300%. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/13211-2/>
- Mincetur (2020). Exportaciones agropecuarias no tradicionales crecen más de 7% entre enero y noviembre. Recuperado de:  
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/76588-exportaciones-agropecuarias-no-tradicionales-crecen-mas-de-7-entre-enero-y-noviembre>
- Mincetur (2019). Exportaciones peruanas crecen 2,8% en octubre tras 13 meses de caída. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/70458-mincetur-exportaciones-peruanas-crecen-2-8-en-octubre-tras-13-meses-de-caida>
- Mincetur (2018). Arándano peruano se consolida en el mercado chino. Recuperado de:  
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1359-arandano-peruano-se-consolida-en-el-mercado-chino>
- Mincetur (2018). Exportaciones de arándanos a Estados Unidos crecieron más de 300%.

- Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/9893-exportaciones-de-arandanos-a-estados-unidos-crecieron-mas-de-300>
- Mincetur (2019). Exportaciones Perú. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/presentacion-exportaciones-peru-2019.pdf>
- Ministerio de Asuntos exteriores Unión Europea y Cooperación (2019). Ficha País: Arabia Saudita. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ARABIASAUDI\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ARABIASAUDI_FICHA%20PAIS.pdf)
- Morales, F. (2015). Mercados Emergentes: qué mercados deberíamos potenciar de acuerdo con el nuevo escenario mundial. Recuperado de: [http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/109/Mercados\\_emergentes\\_mercados\\_deberiamos\\_potenciar\\_acuerdo\\_nuevo\\_escenario\\_mundial\\_2015\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/109/Mercados_emergentes_mercados_deberiamos_potenciar_acuerdo_nuevo_escenario_mundial_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nam, K.; Jo, C. & Lee, M. (2010). Meat Products and Consumption Culture in the East. En: *Meat Science*, vol. 86, pp. 95-102.
- Nova, A. (2000). La producción y el mercado de los productos orgánicos en el mundo 2000-2005. *Estudios de la Economía Cubana de la Universidad de La Habana*. Recuperado de: [https://www.nodo50.org/cubasiigloXXI/economia/nova6\\_300903.pdf](https://www.nodo50.org/cubasiigloXXI/economia/nova6_300903.pdf)
- Novella, R. y Salcedo R. (2005). Determinantes de la adopción de tecnologías de producción orgánica: el caso del café. SEPIA XI, Agosto del 2005.
- Oficina de información diplomática. (2017). Arabia Saudí. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ARABIASAUDI\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ARABIASAUDI_FICHA%20PAIS.pdf)
- Oficina Comercial de Perú en Miami. (2017). Perfil de mercado de arándanos en los Estados Unidos de Norteamérica. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/679028340radE80FF.pdf>
- Panorama Agroalimentario. (2016). Berries 2016. Recuperado de: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200633/Panorama\\_Agroalimentario\\_Berries\\_2016.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200633/Panorama_Agroalimentario_Berries_2016.pdf)
- Park, K; Jeong W.; Shin Y.; Kim E.; Kim H. & Cheong H. (2007) World Food and Food Consumption Culture. Seoul: *Hyoil Book Co*. Korea.
- Perú Halal. Centro de Certificación Halal de Perú. Recuperado de <http://peruhalal.com/>
- Portal Oficial del Gobierno de Emiratos Árabes Unidos. (2019). Recuperado de: [https://www.government.ae/Portal\\_Agrario\\_La\\_Libertad](https://www.government.ae/Portal_Agrario_La_Libertad). (2019). Recuperado de: <http://www.agrolalibertad.gob.pe/?q=node/1479>
- Portal Frutícola. (2019). Perú y su camino en convertirse en el mayor exportador de arándanos. Recuperado de:



- <https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/03/20/peru-y-su-camino-a-convertirse-en-el-mayor-exportador-de-arandanos/>
- Prado, J. (2014). Consumidores verdes y sus motivaciones para la compra ecológica. Recuperado de: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT13-Jorge-Prado.pdf>
- Produce Marketing Association. (2017). ¿Quién abastece la demanda creciente de frutas y vegetales frescos de Oriente Medio?. Recuperado de: <https://www.pma.com/es/Content/Articles/2017/10/Frutas-y-Vegetales-Frescos-en-Oriente-Medio>
- Proexpansión (2014). Perú, ¿país orgánico? Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/laeconomiadelainclusion/2014/12/agriculturaorganica.html>
- Proyecto Chavimochic. (2019). La Libertad concentra mayor producción nacional de arándanos, palta y espárrago. Recuperado de: <http://www.chavimochic.gob.pe/noticia.php?id=la-libertad-concentra-mayor-produccion-nacional-de-arandanos-palta-y-esparrago>
- RAAA, Red de Acción de Agricultura Alternativa. (2008). Diálogo nacional concertado de la sociedad civil para impulsar la agricultura sostenible. Recuperado de: <http://www.raaa.org.pe/index.php?catid=0&id=14>
- Red Agrícola (2018). Arándanos en Perú: Rumbo a superar las 12,000 hectáreas. Recuperado de: <https://www.redagricola.com/pe/rumbo-a-superar-las-12000-hectareas/>
- Red Agrícola (2020). El arándano peruano alcanza el liderazgo mundial. Recuperado de: <https://www.redagricola.com/pe/arandano-peruano-alcanza-liderazgo-mundial/>
- Republica. (2013). Arándanos es la segunda fruta de exportación. Recuperado de: <https://www.republica.com.uy/exportacion-de-arandanos>
- Reyes, M. (2019). Procesamiento de Arándanos frescos para Exportación (*Vaccinium* sp.). Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/4548/BC-TES-3367%20REYES%20CARRASCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, C. (2016). El arándano en el Perú y el mundo: Producción, comercio y perspectiva. Recuperado de: [http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia\\_plantas/f01-cultivo/el\\_arandano.pdf](http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia_plantas/f01-cultivo/el_arandano.pdf)
- Rosadio, S. (2018). La política exterior del Reino de Arabia Saudita (2015-2017): análisis y oportunidades para la relación bilateral con el Perú. Recuperado de [http://repositorio.adp.edu.pe/bitstream/handle/ADP/36/T812\\_45862898\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.adp.edu.pe/bitstream/handle/ADP/36/T812_45862898_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rozin, P., Fischler, C., Imada, S., Sarubin, A., & Wrzesniewski, A. (1999). Attitudes to food and the role of food in life in the USA, Japan, Flemish Belgium and France:

- possible implications for the diet health debate. *Appetite*, 33(2), 163e180.
- Salazar, K. (2014). Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región La Libertad. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/3595>
- Schiffman L. & Kanuk L. Comportamiento transcultural del consumidor: una perspectiva internacional. En: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. (10ma ed.) Comportamiento del consumidor. (pp. 406- 429) Recuperado de: <http://biblioteca.soymercadologo.com/wp-content/uploads/2016/04/Comportamiento-del-Consumidor-10ed-Schiffman-y-Lazar-Kanuk.pdf>
- Sierra y Selva exportadora. (2017). Arándano. Recuperado de: <https://www.sierraexportadora.gob.pe/arandano/>
- SIICEX. (2017). Desarrollo del comercio exterior 2018. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Desarrollo%20agroexportador%202017.pdf>
- SIICEX. (2018). Desarrollo del comercio exterior 2018. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Desarrollo%20agroexportador%202018.pdf>
- The Saudi Arabian Information Resource. Market Information Resource. Recuperado de <http://www.saudinf.com/>
- Thomas, T., & Carraher, C. (2014). A retail perspective on the shopping behavior, cultures and personalities for China, United Arab Emirates, Belgium, India, Germany and America. *Journal of Technology Management in China*, 9(3), 289–296. Doi: 10.1108/jtmc-08-2014-0050
- Trade Map. Recuperado de: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Trade Map. Recuperado de: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c682%7c%7c%7c%7c081040%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c682%7c%7c%7c%7c081040%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map. Recuperado de: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c784%7c%7c%7c%7c081040%7c%7c%7c6%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c784%7c%7c%7c%7c081040%7c%7c%7c6%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Tudela, J. (2014). Adopción de Tecnologías Orgánicas en Productores Cafetaleros del Perú: Identificación y caracterización. Recuperado de: [http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/informefinal\\_jwtm\\_cies2013\\_final.pdf](http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/informefinal_jwtm_cies2013_final.pdf)
- Ulloa, E. (2015). Propuesta de Guía de Exportación para el jugo de ananá (piña) de Costa Rica a Arabia Saudita para Procomer. Recuperado de <file:///C:/Users/SESA372102/Downloads/38928.pdf>

- Unzueta, J. (2017). Arándanos en Perú: Situación actual y perspectivas. Red Agrícola. Recuperado de: <http://www.redagricola.com/cl/arandanos-en-peru-situacion-actual-y-perspectivas/>
- USDA. (1980). Report and recommendations on organic farming. Preparado por United States Department of Agriculture. Study Team on Organic Farming. Recuperado de: <https://naldc.nal.usda.gov/download/CAT80742660/PDF>
- Valcárcel, M. (2011). Inversiones, productos orgánicos y biocombustibles en el sector rural del Perú. Recuperado de: [http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/52664/inversiones\\_productos\\_org%E1nicos\\_valcarcel.pdf?sequence=1](http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/52664/inversiones_productos_org%E1nicos_valcarcel.pdf?sequence=1)
- Vallejos, C. (2008). Vida sana. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com.pe/ediciononline/HTML/2008-10-13/el-inen-inaugura-semana-peru-contracancer-y-promueve-vida-saludable.html>
- Varela, J. Chilean Blueberry Committee. Oportunidades y desafíos para Chile. Recuperado de: <https://www.asoex.cl/ciclos-regionales-fruticolas-arandanos/finish/56-ciclos-regionales-fruticolas-arandanos-agosto/983-escenario-mundial-de-la-industria-del-arandano-oportunidades-y-desafios-para-chile.html>
- Vargas, N. y Sibaja, L. (2013). Actividad antimicrobiana del arándano (*Vaccinium macrocarpon*). *Revista médica de Costa Rica y Centroamérica*, 70(605), 9-12. Recuperado de <https://www.medigraphic.com/pdfs/revmedcoscen/rmc-2013/rmc131c.pdf>
- Velásquez, A. (2016). El Comercio: Arándano sería la tercera fruta más exportada en 2017. (2016). Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-sierra-exportadora-arandano-seria-tercera-fruta-mas-exportada-2017-612478.aspx>
- Villamar, J. (2017). Tesis Proyecto de investigación sobre el impacto de la exportación de aceite de aguacate proveniente de la economía popular y solidaria hacia Marsella, Francia. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12584/1/T-ESPE-053641.pdf>
- Villa, C. (2013). Proyecto de factibilidad para producción y exportación de jugo natural de arándano al mercado Árabe. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6721/1/T-ESPE-038107.pdf>
- Wandel, M., & Bugge, A. (1997). Environmental concern in consumer evaluation of food quality. *Food quality and preference*, 8(1), 19-26.
- Watrous, M (2016). Food Business News: Organic market reaching new heights. Recuperado de: [http://www.foodbusinessnews.net/articles/news\\_home/Business\\_News/2016/05/Organic\\_market\\_reaching\\_new\\_he.aspx?ID=%7B080CBB95-C025-424D-9E0E-C8EF94DA910B%7D&cck=1](http://www.foodbusinessnews.net/articles/news_home/Business_News/2016/05/Organic_market_reaching_new_he.aspx?ID=%7B080CBB95-C025-424D-9E0E-C8EF94DA910B%7D&cck=1)
- Willer, H. & Lernoud, J. (2014). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging

Trends 2014.

Willer, H. y Yussefi, M. Organic Agriculture Worldwide. 2001.

Wolfe, K. L., & Liu, R. H. (2007). Cellular Antioxidant Activity (CAA) Assay for Assessing Antioxidants, Foods, and Dietary Supplements. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. Recuperado de: <https://sci-hub.tw/10.1021/jf0715166>

Zurita, M. (2018). Fall Creek: Queremos que Perú sea fuente de exportación de plantas. El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/fall-creek-queremos-peru-sea-fuente-exportacion-plantas-noticia-543686>

# ANEXOS

## Anexo 1: Instrumento en blanco

### CUESTIONARIO ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL

#### Estimado/a:

Estamos realizando una investigación para **conocer los factores de crecimiento en la exportación de arándano producido en La Libertad, Perú hacia los países del Medio Oriente en el periodo del 2015-2018**. Le pedimos que nos apoye con esta causa, completando este cuestionario con la mayor sinceridad.

Le recordamos que este cuestionario es anónimo y confidencial. Por favor no escriba su nombre. **Toda la información que proporcione será estrictamente confidencial, nadie podrá saber lo que usted respondió.** Aunque la institución educativa está colaborando con el estudio, no tendrán acceso a ninguno de estos cuestionarios. Por favor, siéntase con la confianza para responder libremente y sin temor a ser criticada o sancionada. De antemano agradecemos su colaboración.

#### Instrucciones

1. No escriba su nombre ni apellido.
2. Responda todas las preguntas con la mayor sinceridad posible.
3. Si tiene alguna duda, por favor pregunte a la encuestadora en privado.

#### Consentimiento Informado

1. He decidido libremente participar en el estudio. Sí ( ) NO ( )
2. Comprendo que mi participación es voluntaria. Sí ( ) NO ( )
3. He recibido información sobre los objetivos del estudio.  
Sí ( ) NO ( )

### Información general

Sexo : ( ) Varón ( ) Mujer      Edad: \_\_\_\_\_ años.

Ud. es : Productor ( ) Comercializador ( ) Gobierno ( ) Exportador ( ) Importador ( )

Otro \_\_\_\_\_

Si es productor, cuanto produce anualmente y donde: \_\_\_\_\_

Si es exportador, cuanto vende anualmente y a donde \_\_\_\_\_

Si es importador, cuanto importa anualmente y desde donde \_\_\_\_\_

### Demanda

1	¿Es el Medio Oriente un continente llamativo para la exportación peruana?	SI	NO
2	¿Es el Medio Oriente uno de los mercados que más nos beneficiaría en el crecimiento económico peruano?	SI	NO
3	¿Es el Medio Oriente un mercado de fácil acceso para un país en desarrollo como el nuestro?	SI	NO

4	¿Son los berries los nuevos productos top de exportaciones peruanas?.	SI	NO
5	¿Existe apoyo por parte del estado para crear enlace con otros países y presentar productos de exportación?	SI	NO
6	¿Tiene Perú la capacidad de producir más arándanos en la actualidad?	SI	NO
7	¿Perú está en la capacidad de cubrir la demanda externa en el sector de frutas frescas?.	SI	NO
8	¿Es la salud un factor de incremento en la exportación del arándano?	SI	NO

### Oferta

9	¿Los arándanos son productos que tienen una buena aceptación a nivel mundial?	SI	NO
10	¿Son los documentos de exportación una traba para ingresar al mercado del medio oriente?.	SI	NO
11	¿El Medio Oriente tiene mayores barreras de ingreso frente a otros continentes?	SI	NO
12	¿El mercado internacional esta con la mira en productos peruanos?	SI	NO
13	¿Cree que la calidad es la mayor diferenciación de las frutas exportadas?	SI	NO

### Promoción internacional

14	¿Son las ferias internacionales una ventana para crear comercio externo?.	SI	NO
15	¿Se recomienda exportar berries a mercados como el Medio Oriente?	SI	NO
16	¿Es el Estado el principal agente que crea enlaces con otros países y presenta productos nuevos de exportación?	SI	NO
17	¿Los tratados de libre comercio benefician al exportador?	SI	NO
18	¿El Estado incentiva y da herramientas para conocer los mercados más llamativos para nuestros productos?	SI	NO

Muchas gracias por su colaboración e información sincera. Sus aportes serán muy importantes para nuestro estudio.

Anexo 2: Validez de expertos

**Validez de contenido del cuestionario sobre:**

**Factores de crecimiento en la exportación de arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente en el periodo del 2014-2017.**

**(Criterio de expertos)**

Estimado profesor,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendemos utilizar para recabar información sobre la producción, demanda, oferta y promoción referente a la exportación del arándano al Medio Oriente desde nuestro país.

A continuación le presentamos una lista de preguntas que irán en nuestro cuestionario. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

No se le pide que responda las preguntas, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradecemos su cooperación.

**A. INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA**

---

Sexo: Varón (X)      Mujer ( )

Edad: ...42.....

Profesión o especialidad: ...ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....

Años de experiencia laboral: ...21 años.....



JAVIER PENILLOS GARCÍA

Cuestionario	¿Es pertinente con el tema?		¿Necesita mejorar la		¿Es una pregunta inoportuna?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Cuál es el giro comercial de su empresa?	X			X		X
¿Qué productos son los que comercializa para la exportación?	X			X		X
¿Qué productos de los que comercializa son los mas demandados a nivel mundial?	X			X		X
¿Cuánto tiempo lleva Camposol exportando arándanos y a qué país se dirigió inicialmente?	X			X		X
¿Cuáles cree que son las ventajas que tiene el arándano peruano frente a otros tipos de arándano producidos a nivel mundial?	X			X		X
¿Cuáles son los principales destinos de exportación para el arándano producido por Camposol?	X			X		X
¿Qué países del medio oriente son sus clientes y qué le motivo a elegir este mercado?	X			X		X
¿Qué otros países en medio oriente pueden convertirse en mercados potenciales según su opinión?	X			X		X
¿Cuáles fueron los requisitos que solicitó el mercado de Medio Oriente para permitir el ingreso del arándano?	X			X		X
¿Cuáles fueron las barreras que tuvo inicialmente para exportar a Medio Oriente?	X			X		X

¿Participó de alguna feria internacional para posicionar su producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Maneja algún pronóstico de ventas del producto arándano para Medio Oriente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Cuáles cree que son las principales ventajas competitivas de Camposol?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Tuvo apoyo del estado para iniciar las exportaciones de sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Emplea algún programa de mejora continua en Camposol?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>



Validez de contenido del cuestionario sobre:

Factores de crecimiento en la exportación de arándano producido en La Libertad,  
Perú, a los países del Medio Oriente en el periodo del 2014-~~2017~~.

(Criterio de expertos)

2018

Estimado profesor,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendemos utilizar para recabar información sobre la producción, demanda, oferta y promoción referente a la exportación del arándano al Medio Oriente desde nuestro país.

A continuación le presentamos una lista de preguntas que irán en nuestro cuestionario. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

No se le pide que responda las preguntas, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

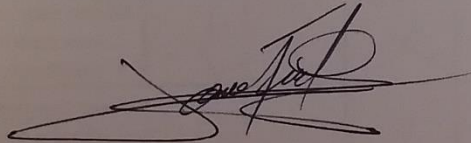
Severo Fuentes Edrogaon

Sexo: Varón (X)    Mujer ( )

Edad: 37.....

Profesión o especialidad: Abogado (Derecho de los Negocios)

Años de experiencia laboral: 12 años.....



Cuestionario	¿Es pertinente con el tema?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es una pregunta inoportuna?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Cuál es el giro comercial de su empresa?	X			X		X
¿Qué productos son los que comercializa para la exportación?	X			X		X
¿Qué productos de los que comercializa son los mas demandados a nivel mundial?	X		X			X
0830 → ¿Cuánto tiempo lleva Camposol exportando arándanos y a qué país se dirigió inicialmente?	X			X		X
¿Cuáles cree que son las ventajas que tiene el arándano peruano frente a otros tipos de arándano producidos a nivel mundial?	X			X		X
¿Cuáles son los principales destinos de exportación para el arándano producido por Camposol??	X			X		X
¿Qué países del medio oriente son sus clientes y qué le motivo a elegir este mercado?	X			X		X
¿Qué otros países en medio oriente pueden convertirse en mercados potenciales según su opinión?	X			X		X
Pracison → ¿Cuáles fueron los requisitos que solicitó el mercado de Medio Oriente para permitir el ingreso del arándano?	X		X			X
¿Cuáles fueron las barreras que tuvo inicialmente para exportar a Medio Oriente?	X		X			X
¿Participó de alguna feria internacional para posicionar su producto?	X		X			X

# Proyección

¿Maneja algún pronóstico de ventas del producto arándano para Medio Oriente?	X		X			X
¿Cuáles cree que son las principales ventajas competitivas de Camposol?	X			X		X
¿Tuvo apoyo del estado para iniciar las exportaciones de sus productos?	X			X		X
¿Emplea algún programa de mejora continua en Camposol?	X		X			X

↓  
↘ Logístico  
↘ Administrativo  
↓ Financiero

**Validez de contenido del cuestionario sobre:**  
**Factores de crecimiento en la exportación de arándano producido en La Libertad,**  
**Perú, a los países del Medio Oriente en el periodo del 2014-2017.**

**(Criterio de expertos)**

Estimado profesor,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendemos utilizar para recabar información sobre la producción, demanda, oferta y promoción referente a la exportación del arándano al Medio Oriente desde nuestro país.

A continuación le presentamos una lista de preguntas que irán en nuestro cuestionario. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

No se le pide que responda las preguntas, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradecemos su cooperación.

**A. INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA**

Ronald Rios Espinoza

Sexo: Varón ()    Mujer ( )

Edad: 37.....

Profesión o especialidad: economista.....

Años de experiencia laboral: 12 años.....

Cuestionario	¿Es pertinente con el tema?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es una pregunta inoportuna?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Cuál es el giro comercial de su empresa?	/					
¿Qué productos son los que comercializa para la exportación?	/					
¿Qué productos de los que comercializa son los mas demandados a nivel mundial?	/					
¿Cuánto tiempo lleva Camposol exportando arándanos y a qué país se dirigió inicialmente?	/					
¿Cuales cree que son las ventajas que tiene el arándano peruano frente a otros tipos de arándano producidos a nivel mundial?		/				
¿Cuáles son los principales destinos de exportación para el arándano producido por Camposol?	/					
¿Qué países del medio oriente son sus clientes y qué le motivo a elegir este mercado?	/					
¿Qué otros países en medio oriente pueden convertirse en mercados potenciales según su opinión?	/					
¿Cuáles fueron los requisitos que solicitó el mercado de Medio Oriente para permitir el ingreso del arándano?	/					
¿Cuáles fueron las barreras que tuvo inicialmente para exportar a Medio Oriente?	/					
¿Participó de alguna feria internacional para posicionar su producto?	/					

¿Maneja algún pronóstico de ventas del producto arándano para Medio Oriente?							/
¿Cuáles cree que son las principales ventajas competitivas de Camposol?	/						
¿Tuvo apoyo del estado para iniciar las exportaciones de sus productos?	/						
¿Emplea algún programa de mejora continua en Camposol?	/						

### Anexo 3: Matriz de consistencia

Formulación del Problema	Objetivos	Formulación de Hipótesis	Tipo, nivel y diseño de investigación	Variables de investigación	Método
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Existen factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos)?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>Existen factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).</p>	<p><b>Tipo</b></p> <p>Cualitativo y cuantitativo</p>	<p>(V1)La calidad del producto.</p> <p>(V2)Estacionalidad.</p> <p>(V3)Mecanismos óptimos de producción.</p> <p>(V4)Región propicia de cultivo.</p> <p>(V5)Ferias internacionales.</p> <p>(V6)Promoción gubernamental.</p>	<p><b>Población</b></p> <p>Exportadores/productores de bienes agrícolas.</p>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Existen factores de incremento en la demanda de arándanos producidos en La Libertad, Perú, por parte de los consumidores del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos)?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar los factores de incremento en la demanda de arándanos producidos en La Libertad, Perú, por parte de los consumidores del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).</p>	<p><b>Hipótesis Específicos</b></p> <p>La calidad del producto y la estacionalidad de la producción son los factores de crecimiento en la demanda de arándanos producidos en La Libertad, Perú, por parte de los consumidores del Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).</p>	<p><b>Nivel</b></p> <p>No experimental.</p>		<p><b>Muestra y tipo de muestreo</b></p> <p>No probabilístico/ muestra intencional</p>
<p>¿Existen factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos)?</p>	<p>Determinar los factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).</p>	<p>Existen factores de incremento en la oferta de arándanos producidos en La Libertad, Perú, como son los mecanismos óptimos de producción y una región propicia para su cultivo y desarrollo para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos).</p>	<p><b>Diseño</b></p> <p>Exploratorio</p>		<p><b>Técnica de recolección de datos</b></p> <p>Cuestionarios estructurados.</p> <p><b>Procesamiento de los datos</b></p> <p>Primero se buscarán empresas que produzcan o exporten productos agrícolas y que deseen responder el cuestionario, de esta forma podremos tener información de personas con la experiencia en este rubro. Finalmente se plasmarán los resultados del cuestionario en gráficos para visualizar los porcentajes.</p>
<p>¿Existen agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos)?</p>	<p>Determinar los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).</p>	<p>La promoción gubernamental y las ferias internacionales especializadas son los agentes que influyeron en la promoción internacional del arándano producido en La Libertad, Perú, para su exportación al Medio Oriente (Arabia Saudita y Emiratos árabes Unidos).</p>			<p><b>Consideraciones éticas</b></p> <p>Se informa a la persona que se le da el cuestionario el motivo de dicha encuesta, y que esta será de forma anónima. Con su consentimiento se procede con la encuesta.</p>