



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

“EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS CONSTITUYE  
UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA  
INCREMENTAR LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGO  
FRESCO DESDE PAIJÁN: 2017 - 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Br. Miguel Alejandro López Goicochea

**Asesor:**

Mg. Alfonso Jiménez Velásquez

Trujillo – Perú

2016

## **APROBACIÓN DE LA TESIS**

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el Bachiller **Miguel Alejandro López Goicochea**, denominada:

**“EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS CONSTITUYE UNA OPORTUNIDAD  
DE NEGOCIO PARA INCREMENTAR LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGO  
FRESCO DESDE PAIJÁN: 2017 - 2021”**

---

Mg. Alfonso Jiménez Velásquez  
**ASESOR**

---

Lic. María Soledad Rodríguez Castillo  
**JURADO**  
**PRESIDENTE**

---

Lic. Lindsay Karen Lazo Bejar  
**JURADO**

---

Ing. Marco Antonio Florián Rodríguez  
**JURADO**

## DEDICATORIA

Tengo el orgullo de dedicar el trabajo de investigación a las personas que estuvieron presente durante la realización de éste, mi familia, porque muy a pesar de las dificultades que presentamos en el camino supieron tener la paciencia suficiente y comprender el poco tiempo que pude haber pasado con ellos y apoyarme en la causa realizando actividades varias que contribuían positivamente conmigo, mis padres y hermanos; a Linda porque es la persona que me inspira y me ayuda cada día en ser mejor persona, mejor hijo y mejor profesional gracias a los consejos y el empujón que siempre me daba pude tener la fuerza y ánimos de culminar este trabajo.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por brindarme cada día un día más de vida, llenarme de fe y permitirme concluir exitosamente esta etapa académica. Agradecer también a las personas que directamente son responsables con el apoyo de la realización y culminación de éste trabajo de investigación

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

<a href="#"><u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u></a> .....	ii
<a href="#"><u>DEDICATORIA</u></a> .....	iii
<a href="#"><u>AGRADECIMIENTO</u></a> .....	iv
<a href="#"><u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u></a> .....	v
<a href="#"><u>ÍNDICE DE TABLAS</u></a> .....	vi
<a href="#"><u>ÍNDICE DE FIGURAS</u></a> .....	vii
<a href="#"><u>RESUMEN</u></a> .....	ix
<a href="#"><u>ABSTRACT</u></a> .....	x
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	14
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	19
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	21
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	58
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	62
REFERENCIAS.....	63
CAPÍTULO 6. Bibliografía.....	63
ANEXOS.....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Extensión y población de los Estados Unidos de América .....	22
Tabla 2: Indicadores macroeconómicos de Estados Unidos .....	22
Tabla 3: Balanza Comercial USA 2015.....	23
Tabla 4: Calendario de importaciones de espárrago efectuadas por USA.....	23
Tabla 5: Importaciones de Estados Unidos del producto espárrago .....	24
Tabla 6: Exportaciones de espárrago fresco de México en el 2015 .....	24
Tabla 7: Exportaciones de espárrago fresco de Canadá en el 2015.....	24
Tabla 8: Precio, Producción e Ingreso por venta del espárrago en Paiján.....	25
Tabla 9: Exportación de espárrago fresco 2015 -2016.....	26
Tabla 10: Precio medio del espárrago en EEUU .....	26
Tabla 11: Exportaciones peruanas de espárrago en 2014 – 2015.....	33
Tabla 12: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2014 .....	34
Tabla 13: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2015 .....	35
Tabla 14: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2016 .....	36
Tabla 15: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2014 .....	37
Tabla 16: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2015 .....	38
Tabla 17: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2016 .....	39
Tabla 18: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2014.....	41
Tabla 19: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2015.....	41
Tabla 20: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2016.....	42
Tabla 21: Datos de espárrago en Paiján.....	43
Tabla 22: Proyección de la producción de espárrago en Paiján.....	44
Tabla 23: Tabla de cosechas de espárragos en Perú .....	48
Tabla 24: Inversión de Maquinaria y equipo. ....	53
Tabla 25: PRECIO FOB REFERENCIALES 2010 - 2016.....	54
Tabla 26: Proyección de precios, producción, oferta e ingreso por ventas .....	54
Tabla 27: Calculo de la oferta exportable de la REOPA al Mercado de Estados Unidos.....	55
Tabla 28: Financiamiento de Proyecto.....	56
Tabla 29: Estado de resultados por año 2017 - 2021 .....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: Precio promedio en USA .....	27
Gráfico 2: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2014 .....	34
Gráfico 3: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2015 .....	36
Gráfico 4: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2016 .....	37
Gráfico 5: Exportaciones de espárrago fresco de Paján a EEUU, 2014.....	38
Gráfico 6: Exportaciones de espárrago fresco de Paján a EEUU, 2015.....	39
Gráfico 7: Exportaciones de espárrago fresco de Paján a EEUU, 2016.....	40

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Organigrama de REOPA .....	47
Ilustración 2: Proceso de producción del Espárrago.....	52



## RESUMEN

El presente informe de tesis consistió en realizar un análisis en las exportaciones nacional, en La libertad y en la zona de Paiján para dar una ilustración del comportamiento histórico y actual del comportamiento del espárrago peruano en el mercado internacional, también se realizó una proyección para tener una imagen de cómo será el comportamiento futuro del espárrago para poder tener una idea para incursionar en el negocio del espárrago; finalmente se realizó un estudio económico y financiero de la Red de organizaciones Productivas Agrícolas de Paiján, demostrando una viabilidad favorable al inversor que desee poner su dinero en el sector del esparraguero.

A lo largo del informe se encontró al espárrago peruano como el principal proveedor de Estados Unidos, siendo éste mercado como el principal destino para incrementar las exportaciones del producto, por su sabor y propiedades que tiene el espárrago.

El análisis que se realizó a estados unidos demostró el porqué es el principal destino para los espárragos y la influencia que tiene los consumidores para que el producto se encuentre con mayor expectativa de consumo en el mercado americano.

La Libertad se encuentra como líder nacional en la exportación del espárrago por la ventaja que tiene al tener cosechas durante todo el año, y que tiene proyectado en incrementar las hectáreas de cultivo, beneficiando considerablemente a este sector y dando nuevas oportunidades de inversión para lograr el objetivo de incremento de las exportaciones.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, este estudio demostró que el espárrago es un sector viable para la inversión con fin de incrementar la producción, la exportación y en consecuencia los ingresos de todos los allegados a esta área, y de manera directa a la Red de Organizaciones Productivas Agrícolas de Paiján.

## ABSTRACT

This report thesis was to conduct an analysis in the national exports, in La Libertad and Paiján area to give an illustration of the historical and current behavior of Peruvian asparagus in the international market, a projection was also made to have a picture of how the future behavior of asparagus in order to have an idea to venture into the business of asparagus; finally an economic and financial study of the Network of Productive Agricultural Paiján organizations (REOPA) was held, demonstrating a favorable investor want to put your money in the asparagus sector viability.

Throughout the report found the Peruvian asparagus as the main supplier to the US, this being the main destination market to increase exports of the product for its flavor and properties that have the asparagus.

The analysis performed showed why United States is the main destination for asparagus and the influence of consumers for the product is more consumer expectation in the American market.

La Libertad is the national leader in the export of asparagus by the advantage that having crops throughout the year, and is projected to increase hectares of crops, benefiting significantly to this sector and giving new investment opportunities to achieve target of increasing exports.

Given the above, this study showed that asparagus is a viable investment in order to increase production sector, export and consequently the income of those entire close to this area, and directly Network Organizations Agricultural production to Paiján.

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Existe una percepción muy positiva del espárrago en el consumidor de Estados Unidos por los beneficios nutricionales que tiene al consumirlo, además es muy apreciado y valioso en el sector gourmet, por lo que hay una alta demanda del espárrago de parte de restaurantes por el sabor que tiene; para los mayoristas y minoristas también es apreciado por la tendencia que existe al consumo del espárrago en todas sus presentaciones. Según Trade Map, herramienta informática de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de empresas, el espárrago, con código arancelario 070920, tiene una participación general en las importaciones de los Estados Unidos de América del 48.2%; y para los espárragos peruanos tienen una participación en las importaciones de los Estados Unidos de América del 56.9% al 2015

El estado de Florida está ubicada en una gran península en el extremo sur de la costa este de los Estados Unidos, éste estado tiene el beneficio de un clima semitropical dando como resultado a ser el estado con más atracción de turistas y con mayor cantidad de restaurantes, según Tripadvisor.com.pe más de 10 756, siendo este punto el favorito de los estadounidenses para vacacionar, por lo tanto es un lugar favorable para poder llegar con el espárrago peruano para el consumo masivo.

El Perú produce espárrago, al norte en La Libertad y Lambayeque y al sur en Ica; teniendo una participación en el mundo de 36.4%, convirtiéndose este producto en un producto bandera como la quinua, la palta y el café (La Republica, 2015); este sector seguirá en crecimiento por atractiva; la exportación de espárragos frescos al terminar el 2014 alcanzó US\$ 383 millones de dólares a un precio promedio de US\$ 2.89 el kilo y para el 2015 alcanzó casi los US\$ 412 millones de dólares a un precio promedio de US\$ 3.22 el kilo. (AgrodataPeru, Mayo 2016).

En la Libertad al 2015 cuenta con unas 8 mil hectáreas de espárrago, en el 2014 se procesó más del 50% de la producción nacional, según el Ministerio de Agricultura y Riego, y se produjeron 191 toneladas métricas en el área del proyecto especial Chavimochic; el distrito de Paiján, que se encuentra a unos 63 km al norte de la ciudad de Trujillo, para el año 2014 exportó 2 020 369.20 USD FOB (PromPerú, 2014) siendo un importante centro productivo de La Libertad para el crecimiento de las exportaciones regional y nacional.

Al tener un producto totalmente natural, es decir se tiene un gran cuidado en todo el proceso de producción, genera una alta demanda por parte de los países desarrollados; lo cual genera un beneficio en la economía tanto de la Región La Libertad como del país; pues ello conlleva al éxito para cada uno de los productores del espárrago fresco. De esta

manera, gracias al incremento de las exportaciones, las personas pueden cambiar o mejorar su calidad de vida pues ello genera mayores oportunidades de empleo; sobre todo en el sector agroindustrial, la cual tiene un crecimiento notable en estos últimos años, beneficiando a familias, regiones, estado y economía en general.

Por otro lado, con respecto a los productores de espárrago fresco de la Red de Organizaciones Productivas Agropecuarias (REOPA) se puede analizar por medio de un análisis económico; pues de esta manera se analiza el proceso de la producción del espárrago fresco, actividades del productor, y los aspectos externos que influyen en la producción y exportación del espárrago fresco, llegando a identificar las ventajas que darán como resultado un incremento y la rentabilidad del éxito en actividades de Comercio Internacional.

En la actualidad, existen un sin fin de técnicas para lograr una buena actividad comercial, pues ello ayuda a la empresa a tener una buena imagen o concepto gracias a los pedidos o ventas realizadas satisfactoriamente; para conseguir una buena actividad en la empresa o en los productores es necesario utilizar herramientas para poder identificar dichas técnicas o estrategias, La Cadena de Valor, es la herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que realiza, de esa manera definió Michael Porter, en su obra Estrategia Competitiva publicada en 1980, a la cadena de valor porque esta herramienta ayuda de manera interna a marcar la diferencia y a tener una ventaja competitiva frente a los competidores.

En conclusión, para tener un éxito exportador es indispensable saber qué es lo que implica y qué es; es por ello que Lerma Kirchner (Márquez, 2010) define a la exportación como una actividad vital dentro de los negocios internacionales, la cual consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente.

## **1.2. Formulación del problema**

¿En qué medida el mercado de Estados Unidos, Florida, constituye una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de espárrago fresco desde Paiján en el periodo 2017 – 2021?

## **1.3. Justificación**

En el presente trabajo de investigación podemos observar su justificación teórica de a través del uso de metodologías desarrolladas por especialistas en la materia de análisis de

mercado y exportaciones; también podemos justificar del punto de vista práctico la posibilidad de incrementar la producción y exportación del espárrago fresco al mercado objetivo.

Con respecto a la justificación valorativa esta investigación permitirá generar un desarrollo continuo en los productores esparragueros del distrito de Paiján en cuanto a su valorización y contribución al desarrollo del sector; asimismo académicamente la presente investigación podrá servir de base para futuras investigaciones de los que deseen tomarlo como antecedente.

#### **1.4. Limitaciones**

Una limitación que tuvo el investigador durante el desarrollo del presente trabajo de investigación fue la accesibilidad a fuentes de información de primera plana por la lejanía del distrito de Paiján y la disponibilidad de administrativos de la Red de organizaciones agrícolas de Paiján y a productores de espárrago de ésta localidad.

Los productores en Paiján son un poco celosos con la información, por motivos de seguridad, pero logrando convencer a algunos productores de invertir para que aumenten su capacidad productiva.

Teniendo como alternativa de solución a la limitación fue el viajar directamente hacia el distrito de Paiján y poder estar cerca de los productores y aprender más sobre el producto, además de comentarles sobre el crecimiento futuro, introduciendo la curiosidad de aprender más sobre este proyecto.

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar en qué medida el mercado de Estados Unidos, Florida, constituye una oportunidad de negocios para incrementar la exportación de espárrago fresco desde paiján en el periodo 2017 – 2021.

##### **1.5.2. Objetivos específicos**

1. Analizar de forma cuantitativa y cualitativa el mercado de Estados Unidos, Florida, del producto Espárrago fresco de Paiján, 2017 - 2021
2. Analizar las exportaciones de espárrago fresco de Paiján en el periodo 2014 – 2015.
3. Elaborar una proyección de exportaciones de espárrago fresco de Paiján para el periodo 2017 – 2021.

4. Determinar la viabilidad para la exportación de espárrago fresco de REOPA hacia Estados Unidos en el periodo 2017 – 2021.

## CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

### a) Antecedentes

Según una investigación de la Universidad Nacional del Callao indica que después de España, el Perú se ha convertido en el segundo proveedor de Espárragos a Estados Unidos, al incrementar su participación a más del 19% en ocho años; un interesante dato que indica esta investigación es que para el 2012 Estados Unidos no ha incrementado sus áreas de cultivo y que el espárrago de nuestro principal competidor no es de muy buena calidad para el mercado de Estados Unidos (Carbajal, 2012) ; esta investigación da a notar que el mercado de Estados Unidos es una opción de crecimiento para el incremento de exportación del espárrago peruano.

Mediante diversas metodologías, como el índice de competitividad de comercio exterior y el índice de política comercial, se verifica un proceso de adaptación a los cambios del comercio mundial en un periodo de diez años, que se enmarca en el denominado “sistema complejo adaptativo” como transición en la revolución tecnológica en el espárrago fresco exportado desde Perú. Con esas palabras, Jaime de Pablo, Giacinti, Tassile y Saavedra (2014), también este artículo indica que la aplicación complementaria de metodologías modernas resulta ser una herramienta eficaz, eficiente y efectiva. Se puede señalar que dichas metodologías logran medir aquello para lo cual están diseñadas y entregar resultados con datos accesibles sobre el comercio internacional. Aunque tal vez el detalle a nivel de empresas señala que no todos los países se preocupan de elaborarlas, dificultando el análisis desagregado por exportador. Tales metodologías aportan una contribución relevante de conocimiento actual y necesario para entender los cambios y el proceso de adaptación del comercio internacional, más vinculados con la competitividad en tanto que esta es dinámica y compleja.

Según Azimi, Ferrero, Loucky, Olivares y Rojas (2012) la producción de espárrago en el Perú es altamente competitiva en el mercado de frescos y procesados; globalmente, Perú es el líder en productores de espárrago fresco; mientras que el sector ha experimentado un crecimiento desigual, su éxito se basa en mayores inversiones en infraestructura de riego y ha coincidido con una ola de tratados de libre comercio con los Estados Unidos y cada vez más condiciones macro económicas estables. En el informe ya citado se habla de la percepción que tiene el americano acerca del producto espárrago, mencionando a La Libertad, siendo así un importante punto a favor con respecto a mercado de destino y demanda en crecimiento del producto.

## b) Bases teóricas

**Oportunidad de negocio**, en el ámbito empresarial, la definición de negocio es de suma importancia para la empresa porque delimita las actividades que realiza, la asignación de recursos y afecta la estrategia empresarial, la definición del negocio según la función se refiere al beneficio que espera recibir el cliente al comprar el producto (Markides, 2000), en un inicio estuvo centrada en la oferta o la demanda, sin embargo esta definición presentaba limitaciones, dado que se dejaban de considerar aspectos de importancia para el análisis de mercado de las empresas

**b.1. Análisis Cuantitativo**, según Sanpieri (2006) usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento probando teorías; dicho de manera diferente las mediciones se transforman en valores numéricos o datos cuantificables, así la investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible utilizando la lógica o razonamiento deductivo ya que al tener una búsqueda contable que ocurre en la realidad externa al investigador.

**b.2. Población**, puede ser entendida como objeto de análisis o como mero volumen poblacional contabilizado en un determinado momento (Wikipedia, 2015), en otras palabras de la misma fuente se puede definir como el número de personas que habitan en un lugar, país o región en un momento dado.

**b.3. Producto Interno Bruto**, para Tim Callen (2008) el PBI mide el valor monetario de los bienes y servicios finales, es decir los que adquiere el consumidor final, producidos por un país en un periodo determinado y abarca todo el producto generado dentro de las fronteras.

**b.4. Balanza Comercial**, según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) indica que la balanza comercial registra las transacciones comerciales de mercancías entre los residentes de la economía peruana y los del resto del mundo; también tenemos que es la diferencia entre el valor monetario de las exportaciones e importaciones en la economía de un país durante un periodo determinado, medidos en la moneda de esa economía (Bobadilla, 2012), también nos indica que un balance positivo se conoce como un superávit en la balanza, que consiste en exportar más de lo que se importa y el balance negativo se conoce como déficit comercial.

**b.5. Comportamiento de la demanda**, la búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores se conoce como demanda de mercado; la satisfacción de las necesidades de los clientes debe tener en cuenta la existencia de los ingresos como un recurso escaso, por ello el consumidor buscará distribuir sus ingresos entre todas sus necesidades, el ente adquisitivo toma permanentemente decisiones acerca de cómo asignar sus recursos, basándose en la prioridad que den a sus necesidades; una serie de factores puede afectar el comportamiento de la demanda por ejemplo los ingresos,

cantidad de consumidores, precio de los bienes complementarios, precios de los sustitutos, gustos y preferencias y expectativas (Chaín, 2007). La demanda del espárrago fresco en los Estados Unidos ha tendido a aumentar, el consumo per capita ha aumentado hasta un 100 % en periodos de seis años; en New York, Miami y Chicago el espárrago se demanda todo el año. (Moreira & González, 2002)

**b.6 Comportamiento de la oferta**, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien, el grado de flexibilidad en la reducción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros. Una forma de medir el comportamiento de la oferta en el mercado es la elasticidad de la oferta (Chaín, 2007). La facilidad de la producción en época de contraestación, en algunos estados de Estados Unidos, los países de Sur América ha promovido el consumo del espárrago. (Moreira & González, 2002)

**b.7. Estructura de precios y márgenes de rentabilidad**, la fijación de precios es un proceso dinámico, las compañías diseñan una estructura de precios que cubre todos sus productos, y modifican esa estructura con el tiempo, las estrategias de fijación de precio por lo regular cambia a medida de que un producto atraviesa su ciclo de vida (Kotler & Armstrong, 2001); en el mercado de Miami, específicamente, el comportamiento de los precios ha mostrado estabilidad en todos los meses con cambios de 15% de variación por semana. (Moreira & González, 2002). El análisis de rentabilidad se enfoca en la capacidad de una empresa para generar utilidades. Se refleja en los resultados de operación de la empresa que se reportan en su estado de resultados integrales. El análisis de la rentabilidad se enfoca en la relación que existe entre los resultados de operación y los recursos disponibles de un negocio.

**b.8. Análisis cualitativo**, para Sanpieri (2006) utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, se fundamenta más en un proceso inductivo, es decir explora y describe para luego generar perspectivas teóricas; no efectúa una medición numérica, por lo que no es un análisis estadístico; la recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes, tales como emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos; el investigador pregunta cuestiones generales y abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas.

**b.9. Ambiente Comercial**, se menciona dos tipos de ambientes, en el ambiente comercial externo se tiene la condiciones generales de los negocios que puedan afectar a la empresa durante el próximo periodo, la tendencia de la población en el área de comercialización, probable inflación o deflación, cambios esperados en la situación competitiva y estilos o



movimientos tecnológicos esperados; por otro lado en el sector interno se tiene los cambios en las políticas promocionales, cambios de ubicación y espacio, cambios en las políticas de personal, cambios en la disposición física y el arreglo de la mercadería, cambios en la política de precios y cambios en la política de crédito. (Hernández, 1997)

**b.10. Tendencias del mercado y consumo**, la tendencia de la demanda dentro de un mercado determinado y para un producto en especial es influida por las tendencias generales o macro tendencias que presentan las distintas variables con las que interactúa el ser humano en los diversos aspectos de su vida tanto a nivel regional como nacional y mundial, las características de las tendencias ayudarán a la empresa a tener un mejor conocimiento del producto en el mercado y de los consumidores así podrá determinar las actividades de marketing y comprender las necesidades de los clientes, así como el grado de estandarización posible que puede desarrollar en sus productos (Lerma & Márquez, 2010).

**b.11. Estructura logística**, la logística se relaciona con la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta la entrega del producto terminado en el punto de consumo; el sistema logístico está estructurado sobre la base de los siguientes elementos: Adquisición y su control, almacenes, inventarios y su control, medios de transporte y de manipulación, comunicaciones, planeamiento y control de producción y personal; la administración logística tiene por finalidad principal obtener una integración balanceada de todos los elementos y componentes del sistema logístico (Monterroso, 2000)

**Exportación**, Es una actividad comercial que beneficia tanto al exportador como al cliente porque permite negociar y llegar a un acuerdo en la venta de bienes y/o servicios. Tal como lo menciona Alejandro E., Lerma Kirchner (2010) la exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales, la cual consiste en comercializar los productos y/o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente.

Por lo cual, es vital para aquellos productores que desean sobresalir, mejorar como emprendedor; de tal manera que al utilizar esta opción implicaría tener elevados niveles de competitividad, es decir, generando un valor agregado en el mercado a través de estrategias de gestión y productividad en beneficio de los consumidores. Además, una manera de aprovechar los recursos u oportunidades que otorga la SUNAT es utilizar los acuerdos comerciales pues ayudan a los exportadores a no pagar aranceles, se le llama preferencias arancelarias; claro está para que ésta cumpla la mercancía debe cumplir con los aspectos comerciales.

Según Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) identifica a la exportación como el régimen aduanero, el cual permite la salida legal de mercancía de libre tránsito hacia el exterior, para su uso o consumo definitivo. Se identifica que el traslado de mercancía tiene que ser de manera legal, cumpliendo todas las reglas

establecidas; y a través de ello se hace posible la satisfacción del cliente porque permite que las mercancías lleguen en buen estado y sin restricción alguna.

Dicha actividad comercial, ayuda al exportador a recibir una gran suma de pedidos de compra del exterior para aumentar sus ventas, obteniendo así una mejor rentabilidad; además se recibe un reconocimiento en un mercado a través de una imagen corporativa en el extranjero porque al tener un posicionamiento, la empresa es identificada como una empresa prestigiosa la cual brinda productos innovadores de calidad y da un buen servicio al cliente.

Por otro lado, para obtener un éxito en la exportación de un producto depende de la identificación y manejo de los factores intrínsecos y extrínsecos, así como de las opciones estratégicas que elija la empresa. En donde los factores intrínsecos determinan las capacidades que tiene la empresa para identificar aquellas fortalezas y debilidades; y las extrínsecas determinan las oportunidades y amenazas por medio de los factores económicos, políticos, tecnológicos, etcétera.

La exportación permite adquirir experiencia y posicionamiento, gracias a la venta de productos de calidad al extranjero, en donde se identifica el prestigio tanto a la empresa y a los productores por su alto cuidado o nivel de estrategias que aplican a las actividades internas y externas; con la finalidad de obtener un producto de calidad, el mismo que cumplirá las expectativas del cliente externo.

**b.12. Análisis de la variación de exportaciones,** para observar una variación en las exportaciones se tiene que revisar diferentes factores que van desde costos de materias primas y costos de producción hasta gastos de despaches de aduanas, gastos bancarios y envases y embalajes, con alguna variación de cantidad o precio de los ítems mencionados, puede haber una variación en las exportaciones, como por ejemplo el incremento o decrecimiento del precio FOB del producto. Existen otros factores cualitativos como lo son la calidad de producto, calidad de empaques y embalajes, transportes y logística aduanera que influye en la variación de las exportaciones, de acuerdo con lo que se pueda modificar se observará un cambio en las ventas al extranjero, para verificar la variación se tendría que realizar un seguimiento constante desde el cambio cualitativo; por otro lado el financiamiento para el incremento o mejora de la producción también es un factor para la variación de las exportaciones, un análisis económico, identificando el Van y Tir, puede proyectar los ingresos y las ganancias, haciendo más factible el estudio de esta variación.

**b.13. Análisis de proyecciones,** Según el ministerio de economía y finanzas, la proyección es un pronóstico de diversas variables económicas que parten de una análisis macroeconómico en base a la información estadística del sector real, fiscal, balanza de pagos e internacional. A partir del análisis de la información se logra entender el comportamiento actual de la economía, ello permitirá realizar las proyecciones mediante

diversos métodos siendo los más usados los modelos de programación financiera y modelos econométricos.

**b.14 Viabilidad de proyecto**, se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto; la viabilidad económica se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha un proyecto y con las ganancias se esperan obtener; Las empresas buscan siempre activos que les representen más valor que para otras; el objetivo de la decisión de invertir es conseguir activos reales que valgan más de lo que cuestan. (Brealey, Myers, & Allen, 2006)

### c) Hipótesis

El mercado de Estados Unidos, Florida, constituye una oportunidad de negocio significativa para el incremento de exportación de espárrago fresco desde Paiján, periodo 2017- 2021.

## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

### 1.1 Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	Situación en las que existen personas, empresas u organizaciones con determinadas necesidades, deseos, poder adquisitivo y disposición para comprar. (Kotler, 1999)	Según Chavarría (2014), las oportunidades de negocio del mercado de Estados Unidos se van a medir a través del análisis cuantitativo y cualitativo.	Análisis cuantitativo	Población
				PBI
				Balanza comercial
				Comportamiento de la demanda
				Comportamiento de la oferta
			Estructura de precios	
			Análisis cualitativo	Ambiente Comercial
				Condiciones de Importación
Tendencias del mercado y consumo				
Estructura logística				
LAS EXPORTACIONES DE ESPÁRRAGOS	La exportación es el tráfico legítimo de bienes desde un territorio	Según La Ley General de Aduanas del Perú se entiende a la exportación como el régimen	Análisis de la variación de exportaciones, proyecciones y estudio económico del	Análisis de variación de exportaciones de espárrago a EEUU

	aduanero hacia otro territorio aduanero. (Márquez, 2010)	aduanero aplicable a las mercancías nacionales en libre circulación que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior. Exportaciones peruanas de espárragos se medirán a través de la variación de las exportaciones y de las proyecciones.	espárragos	Análisis de proyección de la exportación de espárrago 2017 – 2019
				Determinar la viabilidad para la exportación de espárrago fresco de la REOPA, periodo 2017 – 2021

## 1.2 Diseño de investigación

La presente investigación es No Experimental de tipo descriptivo, según el diseño de investigación es también longitudinal. Se dice que es no experimental porque se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. (Sanpieri. 2006)

## 1.3 Unidad de estudio

- Mercado de Estados Unidos, específicamente el estado de florida, por la presencia de demandantes habituales y potenciales de latinos y americanos, con hábito de consumo de espárrago peruano.

## 1.4 Población

- Mercado interno de Estados Unidos, Florida.

## 1.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

- Técnicas: observación de campo, análisis de contenido.
- Fuentes secundarias: información descriptiva y estadística de páginas web, investigaciones anteriores, informes estadísticos brindada por la cámara de comercio La Libertad, Informes comerciales de exportación e importación, informes de estudios de mercado.

## 1.6 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Se realizaron análisis bibliográficos, entrevistas, informes comerciales de exportación e importación, estudios de mercado, tablas y gráficos estadísticos

# CAPÍTULO 4. RESULTADOS

## 4.1 Análisis Cuantitativo

**4.1.1 Población:** Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. Es la federación más antigua del mundo, es una república constitucional, democrática y representativa, donde el gobierno está regulado por un sistema de controles y equilibrios definidos por la constitución, en el sistema estadounidense los ciudadanos están generalmente sujetos a tres niveles de gobierno: federal, estatal y local; los deberes del gobierno local comúnmente se dividen entre los gobiernos de los condados y municipios; los funcionarios del poder ejecutivo y legislativo son elegidos por sufragio directo de los ciudadanos del distrito con 9.83 millones de kilómetros cuadrados y con más de 318.9 millones de habitantes, Estados Unidos, es el cuarto país más grande por área total y el tercero más grande tanto por la superficie terrestre como por población. Es una de las naciones del mundo étnicamente más diversas y multiculturales, producto de la inmigración a gran escala.

El estado de Florida, conocida como “el Estado del Sol”, está ubicada en una gran península al extremo sur de la costa este de los Estados Unidos. Consiste en un terreno chato y arenoso de 165 km de ancho y 660 km de largo; éste estado se ve beneficiado con un clima semi-tropical muy agradable que ofrece veranos calurosos con lluvias, inviernos moderados y temperaturas casi ideales durante primavera y otoño. La costa este de Florida tiene playas hermosas sobre el océano atlántico, cerca de Miami, Fort Lauderdale, Daytona y Jacksonville, que tienden a estar comercializadas para turismo, ofrecen variedad de altísimas estructuras hoteleras, atracciones turísticas y entretenimientos variados. La costa oeste de Florida se caracteriza por sus playas de menor oleaje adecuados para turistas en familia y en vez de edificaciones altas, hay variedad de chalets de alquiler, La mayoría de los turistas de EE.UU. y de muchas otras partes del mundo visitan la zona de Florida Central, aquí está Disney World, el parque de diversiones más grande del planeta, ubicado justo al sur de Orlando en la Florida Central, en toda esta zona se ofrece hoteles y opciones de entretenimiento como parques temáticos, Universal Studios, golf, Mundo Marino y otras atracciones. Los parques de diversiones son las atracciones turísticas más importantes de Florida, muchas familias llegan todos los años a pasar vacaciones en los distintos puntos de entretenimiento del estado (Leco, 2014).

El estado de florida según la oficina del Censo de los Estados Unidos su población es de 18.251 millones para el 2014 siendo el tercer estado más poblado del país y con 170 304 kilómetros

cuadrados, el vigésimo segundo estado por superficie; su capital política es Tallahassee pero la aglomeración urbana más poblada es Miami, que cuenta con más de 5.4 millones de habitantes.

**Tabla 1: Extensión y población de los Estados Unidos de América**

Estado	Capital	Población	Extensión (km <sup>2</sup> )	Estado	Capital	Población	Extensión (km <sup>2</sup> )
Alabama	Montgomery	4.627.851	135.756	Michigan	Lansing	10.071.822	250.494
Alaska	Juneau	683.478	1.717.854	Minnesota	Saint Paul	5.197.621	225.171
Arizona	Phoenix	6.338.755	295.254	Missisipi	Jackson	2.918.785	125.434
Arkansas	Little Rock	2.834.797	137.732	Misouri	Jefferson City	5.878.415	180.533
California	Sacramento	36.553.215	423.970	Montana	Helena	957.861	380.838
Carolina del Norte	Raleigh	9.061.032	139.389	Nebraska	Lincoln	1.774.571	200.345
Carolina del Sur	Columbia	4.407.709	82.932	Nevada	Carson City	2.565.382	286.351
Colorado	Denver	4.861.515	269.601	Nueva Jersey	Trenton	8.685.920	22.588
Connecticut	Hartford	3.502.309	14.357	Nueva York	Albany	19.297.729	141.299
Dakota del Norte	Bismarck	639.715	183.112	Nuevo Hampshire	Concord	1.315.828	24.216
Dakota del Sur	Pierre	796.214	199.731	Nuevo México	Santa Fe	1.969.915	314.915
Delaware	Dover	864.764	6.447	Ohio	Columbus	11.466.917	116.096
Florida	Tallahassee	18.251.243	170.304	Oklahoma	Oklahoma City	3.617.316	181.035
Georgia	Atlanta	9.544.750	153.909	Oregón	Salem	3.747.455	254.805
Hawai	Honolulu	1.283.388	28.311	Pensilvania	Harrisburg	12.432.792	119.283
Idaho	Boise	1.499.402	216.446	Rhode Island	Providence	1.057.832	4.002
Illinois	Springfield	12.852.548	149.998	Tennessee	Nashville	6.156.719	109.151
Indiana	Indianápolis	6.345.289	94.321	Texas	Austin	23.904.380	695.621
Iowa	Des Moines	2.988.046	145.743	Utah	Salt Lake City	2.645.330	219.887
Kansas	Topeka	2.775.997	213.096	Vermont	Montpelier	621.254	24.901
Kentucky	Frankfort	4.241.474	104.659	Virginia	Richmond	7.712.091	110.785
Luisiana	Baton Rouge	4.293.204	134.264	Virginia Occidental	Charleston	1.812.035	62.755
Maine	Augusta	1.317.207	91.646	Washington	Olympia	6.468.424	184.665
Maryland	Annapolis	5.618.344	32.133	Wisconsin	Madison	5.601.640	169.639
Massachusetts	Boston	6.449.755	27.336	Wyoming	Cheyenne	522.830	253.336

Fuente y elaboración: Geointeractua.blogspot

**4.1.2 PBI:** Estados Unidos de América tiene la economía nacional más grande del mundo, con un PBI estimado en 14.3 billones de dólares al 2013 (PromPerú, 2013); el crecimiento del PIB en términos nominales del año 2015 fue de un 3,4% y un 2,4 % en términos reales (Oficina de información diplomática, Julio 2016), este dato refleja las contribuciones positivas del consumo privado, las exportaciones, la inversión fija, la inversión privada y el gasto público estatal y local.

**Tabla 2: Indicadores macroeconómicos de Estados Unidos**

Año	2014	2015	2016
Crecimiento PBI (%)	2.4%	2.4%	2.4%
PBI Per Cápita (US\$)	54 360	55 805	57 220
Tasa de Inflación (%)	1.6%	0.1%	0.8%

Fuente: SIICEX 2016 / FMI

Elaboración: Propia

**4.1.3 Balanza Comercial:** para Estados Unidos el volumen total del comercio de contrajo considerablemente en 2008 y 2009, pero se ha ido recuperando desde entonces. Ahora, el comercio de bienes representa aproximadamente el 75% del comercio total, esto quiere decir que la crisis no ha afectado la composición del comercio de bienes para EEUU, por volumen los



insumos industriales y los bienes de capital son los que tienen mayor actividad comercial, aunque siempre ha sido así y no es consecuencia de las cambiantes condiciones económicas después de la recesión (BBVA, 2015),

**Tabla 3: Balanza Comercial USA 2015**

	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
Estados Unidos	1 356 389.7 M€	2 080 167.3 M€	-723 777.6 M€

Fuente: [www.datosmacro.com/comercio/balanza](http://www.datosmacro.com/comercio/balanza)

Elaboración: Propia

Dado el incremento en las importaciones en el 2015, hay un déficit en la balanza comercial estado unidense, el motivo de éste déficit es por la baja competitividad de manufactureros dentro de USA, esto causa que el precio de sus exportaciones caigan; por consiguiente la importaciones que tienen un ingreso constante pasa a ser mayor en la balanza; este déficit no afecta a la importación de espárrago de Norteamérica, sino demuestra que la variedad de productos aún van entrando a su mercado.

**4.1.4 Comportamiento de la demanda:** como se puede observar, en la siguiente tabla, las importaciones de espárragos en Estados Unidos, que representa el 48.36% de las importaciones mundiales para el espárrago, están presente durante todo el año en dos puntos, las cuales son los principales, New York y Miami, así podemos demostrar que Miami, en el estado de Florida, es un punto vital para poder seguir introduciendo el producto de espárrago fresco, con la finalidad de incrementar las exportaciones desde el Perú.

**Tabla 4: Calendario de importaciones de espárrago efectuadas por USA**

Estado	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>Boston</b>	X	X	X				X	X	X	X	X	X
<b>Chicago</b>	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Dallas</b>	X	X	X				X	X	X	X	X	X
<b>Los Ángeles</b>	X	X	X				X	X	X	X	X	X
<b>Miami</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>New York</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Philadelphia</b>	X	X					X	X	X	X	X	X

Fuente: Aspectos Agroeconómicos (Moreira & González, 2002)

Elaboración: Propia

En la siguiente tabla podemos observar los principales exportadores de espárrago, con destino hacia Estados Unidos, mostrando el Valor importado, en miles de dólares, y la cantidad importada,

en toneladas, al año 2015, dando a demostrar la demanda que tiene Estados Unidos con el espárrago fresco.

**Tabla 5: Importaciones de Estados Unidos del producto espárrago**

Exportadores	Valor importado 2015 (miles de USD)	Cantidad importada 2015 (Tn)
Perú	375.825	91.311
México	278.356	102.545
Canadá	5.107	1.329
Nueva Zelanda	842	108
Ecuador	560	227
Argentina	140	46
Chile	48	12
Países Bajos	36	3
Australia	29	4
Francia	12	2
Guatemala	11	4

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

**4.1.5 Comportamiento de la oferta:** El Perú es el proveedor número uno de estados unidos en el producto de espárrago fresco, pero también tenemos competidores, el proveedor número dos de espárrago a estados Unidos es México con el 25,45% de participación, y podemos observar en la siguiente tabla

**Tabla 6: Exportaciones de espárrago fresco de México en el 2015**

Importadores	Valor comercial	Cantidad exportada	Valor unitario
Mundo	291 737	105 738	2,769
Estados Unidos	291 421	105 620	2,769
Canadá	123	51	2,412
Japón	120	37	2.243
Reino Unido	31	13	2,385

Fuente: TradeMap

Elaboración: Propia

Podemos observar que la cantidad exporta de México hacia Estados unidos es mucho menor al porcentaje que tiene Perú; el siguiente competidor es aún menor, se puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla 7: Exportaciones de espárrago fresco de Canadá en el 2015**



Importadores	Valor comercial	Cantidad exportada	Valor unitario
Mundo	4 927	1 330	3,705
Estados Unidos	4 924	1 329	3,705
Groenlandia	2	1	2,000

Fuente: TradeMap

Elaboración: Propia

Canadá ocupa el puesto 15 de las exportaciones mundiales del espárrago fresco, y tercer proveedor de Estados Unidos de América; siendo estos dos países los principales competidores del producto para el mercado americano.

**4.1.6 Estructura de precios:** para poder observar el precio y lo rentable que es el negocio de la exportación de espárrago hacia los Estados Unidos, Florida, se hace este análisis que implica el precio por Kilogramo y la producción de espárrago obteniendo el ingreso por ventas; en el siguiente cuadro se ingresa datos obtenidos de la Cámara de comercio de La Libertad con respecto a la producción de espárrago, de la zona de Paiján, en kilogramos y el precio del productor convertido de Nuevos Soles a dólares americanos, en los años 2014, 2015 y hasta el mes de marzo del 2016.

**Tabla 8: Precio, Producción e Ingreso por venta del espárrago en Paiján.**

	2014	2015	2016
<b>Precio por kg (USD)</b>	\$ 0,69	\$ 1,04	\$ 1,08
<b>Producción (kg)</b>	11363800	13406600	13592570
<b>Ingreso por venta</b>	\$ 7.841.022,00	\$ 13.942.864,00	\$ 14.679.975,5

Fuente de datos: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Para calcular el precio en dólares americanos por kilogramo de espárrago en el mercado de Miami se obtiene la siguiente estructura obtenida de la USDA, o el ministerio de agricultura estadounidense, cruzando los datos obtenidos en el cuadro anterior podemos obtener un precio CIF de US\$ 2,90 por kilogramo al 2014 en el mercado de Miami, Florida.

	US\$/caja de 5		
	US\$/kg	kg	US\$/Kg
Precio al productor		3,45	0,69

Servicio de Packing	2,5	5,95	1,19
Transporte terrestre	0,2	6,15	1,23
Almacenamiento y embarque	0,2	6,35	1,27
Logística exportadora	1,5	7,85	1,57
Transporte aéreo	5,5	13,35	2,67
Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)	1,13	14,48	2,90

Al primer semestre del 2016 Perú viene exportando U\$ 137 millones de dólares a un precio promedio FOB en alza de 3.53 dólares el Kilo; en la siguiente tabla se hace una comparación con el precio FOB y precio promedio del año 2015.

**Tabla 9: Exportación de espárrago fresco 2015 -2016.**

MES	2016		2015	
	FOB	PRECIO PROM	FOB	PRECIO PROM
ENERO	43 088 223	4.26	33 099 437	3.22
FEBRERO	15 782 467	3.85	19 585 432	3.16
MARZO	12 069 886	3.51	20 323 110	3.17
ABRIL	19 379 980	3.43	23 299 809	3.56
MAYO	23 343 987	3.00	21 599 203	2.79
JUNIO	23 317 657	3.02	24 181 698	2.99
JULIO			39 148 001	3.65
AGOSTO			42 050 785	3.55
SEPTIEMBRE			52 6445 396	3.24
OCTUBRE			43 912 844	2.82
NOVIEMBRE			42 273 403	3.05
DICIEMBRE			50 310 270	3.47
<b>TOTAL</b>	<b>136 982 200</b>	<b>3.53</b>	<b>412 429 388</b>	<b>3.22</b>

Fuente: Agrodata Perú

Elaboración: Propia

Mencionamos nuevamente al Estados Unidos como principal mercado de destino de nuestro espárrago fresco con 81 millones de dólares, es decir 59 % del total, entre 32 países.

A continuación, en la siguiente tabla se muestra el precio promedio, según el USDA, del espárrago fresco, envasado y congelado en el mercado retail, dentro de Estados Unidos.

**Tabla 10: Precio medio del espárrago en EEUU**

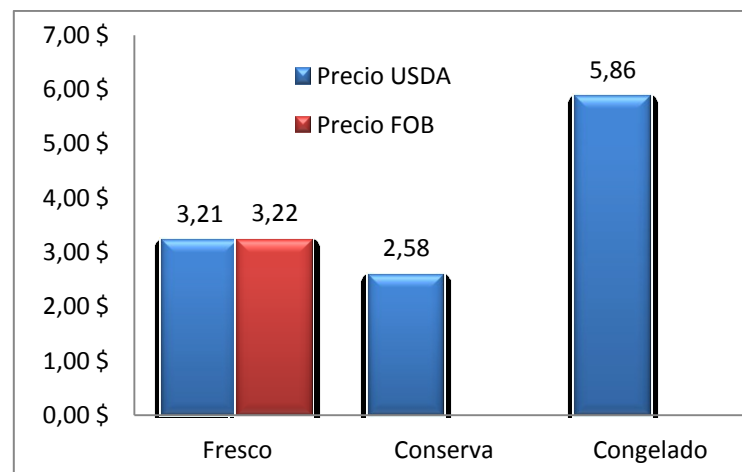
Forma	Precio promedio	
Fresco	\$ 3.21	Por Kilo
Conserva	\$2.58	Por envase
Congelado	\$5.86	Por Kilo

Fuente: USDA

Elaboración: propia

Para poder tener una mejor idea de cómo el precio del espárrago está en el mercado minorista de los Estados Unidos, veremos el siguiente gráfico, donde claramente el espárrago congelado tiene un dominante precio de \$ 5.86 dólares y el espárrago fresco con un agradable precio de \$3.21 dólares y comparando con los datos del cuadro de “exportación de espárrago fresco”, vemos que el precio tiene concordancia, dando a denotar que éste mercado es una clara oportunidad de incremento en las exportaciones del espárrago fresco desde La Libertad hasta los Estados Unidos de América.

**Gráfico 1: Precio promedio en USA**



Fuente: USDA/Agrodata

Elaboración: Propia

## 4.2 Análisis cualitativo

**4.2.1 Ambiente Comercial:** El mercado estadounidense se caracteriza por ser el más importante para los países de América Latina porque es el segundo importador más grande de alimentos a nivel mundial, por eso lo hace un mercado atractivo para el intercambio comercial de alimentos con nuestro país, este intercambio representa un entorno favorable para nuestro país, tomando en cuenta la apertura que brinda el acuerdo de promoción comercial y la demanda generada a partir de las tendencias de consumo; y además de tener en cuenta que los Estados Unidos es un país de inmigrantes donde la colonia latina e hispano hablantes van en aumento, de esta manera el

mercado de Florida donde más de una cuarta parte de los habitantes son de origen latino, es uno de los destinos más ambiciosos para poder llevar más espárragos para el consumo.

**4.2.2 Condiciones de importación:** Estados Unidos cuenta con Tratados de Libre comercio con diversos países del mundo, estos acuerdos son el resultado del entendimiento multilateral con diversas naciones con la finalidad de armonizar los intereses comunes en materia comercial, y de esta manera mantener tanto suministro estable y oportuno de bienes y servicios; el crecimiento sostenido del comercio de alimentos importados en Estados Unidos ha venido acompañado de un aumento en el número de estándares y regulaciones sanitarias y fitosanitarias, así como el rigor de la verificación de su cumplimiento. El Perú mantiene vigente con Estados Unidos un Acuerdo de Promoción Comercial firmado en Washington D.C. el 12 de abril de 2006, entrando en vigencia el 1 febrero de 2009 (Siicex, 2015). Estados Unidos es uno de los principales mercados de destino de exportación de productos peruanos; desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, el Perú ya contaba con preferencia arancelarias unilaterales otorgado por el país norteamericano, posteriormente, al año 2009, entrando en vigencia el Tratado de Libre Comercio que permite potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio con grandes expectativas a futuro.

Para hacer cumplir los diferentes requisitos en la importación de productos agrícolas frescos y procesados, existen diferentes agencias y departamentos del gobierno de Estados Unidos. A continuación se detallan las agencias federales involucradas en el control de importaciones, particularmente relacionados con alimentos:

- **Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)** encargada de velar por la seguridad de productos agropecuarios, cuenta con los siguientes servicios:

- a. **El Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales**
- b. **El servicio de inspección de inocuidad alimentaria**
- c. **Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena**
- d. **Agricultural Marketing Service**

- **La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)** es la entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad, de los alimentos, medicamentos y cosméticos que consumen es Estados Unidos; Los productos importados que están regulados por la FDA están sujetos a inspección en la fecha de entrada a la Aduana estadounidense, aquellos productos que no se encuentren conforme a ley y reglamentos estarán sujetos a regularización de reexportación voluntaria o a destrucción en caso se determine una amenaza para la salud de los consumidores.

- **Agencia de protección Ambiental (EPA)** encargada de velar por la protección del medio ambiente, para el caso de alimentos agroindustriales, establece los límites máximos de residuos de plaguicidas y otros contaminantes permisibles en los alimentos.

- **Departamento de tesorería alcohol and Tobacco Trade and Tax Bueau (TTB)** se encarga de coleccionar impuestos sobre el consumo de bebidas alcohólicas.

- **Oficina de Aduanas y protección fronteriza de los Estados Unidos** es una agencia federal del departamento de seguridad nacional de Estados Unidos encargado de regular y facilitar el comercio internacional, cobro de aranceles aduaneros y hacer cumplir las normas y reglas de EEUU, incluyendo las leyes de comercio, aduanas e inmigración.

A continuación se destacan las principales instituciones relacionadas con la exportación de alimentos en Perú:

**Servicio de Sanidad Agraria (SENASA)** es el organismo público del ministerio de Agricultura, se encarga de la protección del país ante el ingreso de plagas y enfermedades que no se encuentran en el Perú, también implementa normas y recomendaciones de organismos internacionales, para la suscripción de protocolos y convenios con organismos de sanidad agraria de otros países, abriendo mercados para la exportación de productos agropecuarios; además es el organismo que inspecciona, verifica y otorga la certificación fitosanitaria y zoonosanitaria, diagnostica, identifica y provee controladores biológicos, registra y fiscaliza los plaguicidas.

A continuación se indica los requisitos fitosanitarios que exige SENASA para la exportación del espárrago peruano hacia los Estados Unidos:

1.- REQUISITOS GENERALES

Certificado Fitosanitario (**Anexo 01**)

Certificado de planta de empaque (**Anexo 02**)

Permiso fitosanitario de importación (**Anexo 03**)

2.- PLAGAS REGULADAS

3.- DECLARACIÓN ADICIONAL:

Sin declaración adicional

4.- TRATAMIENTO CUARENTENARIO

Tratamiento de fumigación con Bromuro de Metilo T101-b-1 USDA APHIS en puerto de destino.

5.- REQUISITOS DE ETIQUETADO:

Ninguno

Los requisitos ya mencionados están en la página de SENASA, donde los permisos se pueden descargar gratuitamente para ser llenado. (SENASA, 2016)

**Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)** es el órgano técnico-normativo en aspectos relacionados al saneamiento básico; norma y evalúa el proceso de salud ambiental en el sector, concreta el apoyo y articulación para el cumplimiento de sus normas con los organismos públicos y privados que apoyan o tienen responsabilidades en el control del ambiente.

**Dirección General de Servicio Nacional de Sanidad Pesquera – SANIPES** es el servicio que se encarga de dirigir una eficaz administración que establezca y mantenga procedimiento que promueven y certifiquen la calidad de los recursos y/o productos pesqueros y acuícolas a fin de proteger la salud de los consumidores.

**Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT** es el organismo nacional competente recaudador de impuestos y administrador de la actividad aduanera, tiene entre sus principales funciones:

- Administrar, recaudar y fiscalizar los tributos al gobierno nacional.
- Expedir disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones de los contribuyentes, responsables y /o usuarios del servicio aduanero, disponer medidas que conduzcan a la simplificación de los regímenes y trámites aduaneros, así como normar los procedimientos que se deriven de éstos
- Sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, a fin de brindar información general sobre la materia conforme a Ley, así como la vinculada con los tributos internos y aduaneros que administra.
- Controlar y fiscalizar el tráfico de mercancías, cualquiera sea su origen y naturaleza a nivel nacional.
- Editar, reproducir y publicar oficialmente el Arancel Nacional de Aduanas actualizado, los tratados y convenios de carácter aduanero, así como las normas y procedimientos aduaneros para su utilización general.
- Otras inherentes a la función aduanera del Estado.

Las regulaciones no arancelarias son medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo; Es así que, las diversas agencias y departamentos, según sus competencias, como el FDA el USDA la EPA y el TTB, anteriormente ya mencionadas, tienen la función de establecer los procedimientos de vigilancia y control en cumplimiento a las leyes federales formuladas para salvaguardar la salud humana y la sanidad

agraria, estableciendo los requisitos que deben cumplir los alimentos para que sean comercializados en los Estados Unidos, tanto a nivel documentario (certificados) como la versión física (muestreos, análisis de productos).

### **Requisitos para productos Agrícolas frescos**

Los productos agrícolas están sujetos a reglamentos de cuarentena antes de ingresar al mercado norteamericano; se debe sustentar al departamento de agricultura pruebas que:

- No están infectadas en el País de origen por la mosca de la fruta o cualquier otro insecto dañino.
- La importación de productos que viene de áreas definidas como libres de plagas cuarentenarias.
- Han sido tratados de conformidad con las condiciones y procedimientos cuarentenarios establecidos en coordinación con la autoridad nacional competente en el país de origen, por el Servicio de inspección de Animales y plantas de los Estados Unidos.

### **Ley Paca**

La ley de Productos agrícolas perecederos (PACA) facilita prácticas de comercio justas en la comercialización de frutas y hortalizas frescas y congeladas en comercio interestatal y exterior.

El programa PACA asegura que los comerciantes de frutas y hortalizas frescas y congeladas obtengan lo que pagaron y que se les pague por lo que vendieron, incluso cuando sus clientes cierran sus puertas, se declaren en bancarrota, o simplemente se rehúsen a pagar por las frutas y hortalizas recibidas.

### **Normas internacionales**

- **Normas del Codex Alimentarius** es la compilación de todas las normas, códigos de comportamientos, directrices y Recomendaciones de la comisión del Codex Alimentarius, esta comisión es el más alto organismo internacional en materia de normas de alimentación.
- **Normas ISO**
- **Normas internacionales de medidas sanitarias y fitosanitarias**

En el marco del acuerdo de promoción comercial entre Perú y Estados Unidos, que entró en vigencia el 01 de febrero del 2009, mantiene el acceso permanente con arancel cero para todos los productos incluidos dentro del tratado de libre comercio firmado por estos dos países; siendo

así, el país norteamericano, un punto muy favorable para las inversiones en exportación de alimentos, en este caso espárragos.

**4.2.3 Tendencias del mercado y consumo:** En las últimas décadas, los hábitos de consumo han cambiado notablemente; el actual consumidor americano demanda alimentos nutritivos y saludables, se preocupa más por su salud y por mejorar su aspecto físico y nutricional; el bienestar es ahora un factor primordial para la elección de los alimentos, los consumidores eligen productos saludables y libres de grasas trans y que tengan la menor cantidad posible de sustancias químicas añadidas.

**4.2.4 Estructura logística:** El transporte internacional hacia los países y mercados consumidores se realiza tanto vía marítima como vía aérea, en este sentido los principales puntos de salida del Perú son el Aeropuerto internacional Jorge Chávez – Lima, El puerto del Callao y el puerto de Paita. Previamente en los puertos marítimos, los contenedores se almacenan temporalmente en los terminales extra portuarios como ALCONSA, Neptunia, TPE Paita, etc. El transporte desde los exportadores hasta el puerto es tercerizado por los propios terminales extra portuarios o agentes de carga logísticos que se encarguen de realizar todos los trámites necesarios como reservar espacio en buque, organizar la retirada del contenedor del depósito, consolidación en origen y posterior traslado hasta el terminal asignado.

En el caso del transporte hacia las plataformas aéreas se realiza a través de furgones de frío, contratados por parte del exportador. La estructura de la cadena Logística se puede apreciar en la ilustración uno.

Con la finalidad de desarrollar una eficiente logística de exportación de productos a Estados Unidos es importante tener en cuenta lo siguiente:

**Descripción del producto:** la oficina de Aduanas y protección fronteriza (CBP), requiere de una descripción precisa y el peso de la carga o, para un contenedor sellado, la descripción y el peso de la carga en la declaración de quien lo expide, es decir, una descripción que sea lo suficientemente precisa para que la CBP pueda reconocer las características físicas, la forma y el embalaje probable de la carga declarada, y detectar así cualquier anomalía en la carga cuando un contenedor se revisa a través de equipos de rayos X u otra tecnología para la visualización de imágenes internas.

Los envíos deberán ir acompañados de la siguiente documentación, la cual deberá estar disponible para las autoridades cuando se requiera:

- **Conocimiento del embarque:** para embarques por vía marítima deberá consignarse el documento de conocimiento del embarque (bill of Lading) el cual es parte del contrato de transporte y tiene como objetivo proteger al estibador y al consignatario de la carga frente



a cualquier eventualidad con la naviera. Este documento incluye la matrícula del barco, puertos de carga y descarga, nombre del estibador y del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidad, peso, número de bultos y su estado, el importe de flete y demás detalles comerciales. En el caso de envíos aéreos se utiliza la guía aérea (Air Way Bill).

- **Factura Comercial** la cual es emitida por el vendedor y refleja el valor de la carga por unidad y total, junto con la descripción de la mercancía.
- **Manifiesto de carga** es el formulario que exige todas las aduanas del mundo. Para el caso Estados Unidos debe presentarse el Formulario de Aduana 7533 o Despacho inmediato de Aduana (Formulario 3461).
- **Lista de bienes**, conocido como packing list, es la relación de contenido completa de la información descrita en la factura comercial, en cuanto a la mercancía, y debe ser siempre emitido por el exportador. Es fundamental que se tenga a la mano sise dictamina aforo o despacho de la carga para el reconocimiento de la misma por parte del despachador. Cuando la mercancía entra en almacén el packing list permite verificar el estado de la mercancía.

#### 4.3. Análisis de variación y proyección de exportaciones y estudio económico de espárrago

##### 4.3.1 Análisis de variación de exportaciones de espárrago a EEUU

**4.3.1.1 Exportaciones peruanas de Espárrago:** sobre las exportaciones peruanas, de manera general, del espárrago se comenta bastante, como ya se vio en secciones anteriores, el Perú es el principal proveedor de espárrago hacia los Estados Unidos, que ya se ha mantenido en crecimiento en años anteriores, y al analizar los siguientes datos se puede observar lo ya dicho.

**Tabla 11: Exportaciones peruanas de espárrago en 2014 – 2015**

	Exportadores	Valor exportada (miles de USD)	Cantidad exportada (Tn)	Valor Unitario (USD/Unidad)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
<b>2014</b>	Perú	384 591	133 002	2.892	33.6
<b>2015</b>	Perú	416.225	129.332	3.218	36,2

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

En el cuadro anterior podemos observar un claro crecimiento hacia el 2015, si bien en el año 2014 se hubo más cantidad exportada, 133 002 toneladas y 384 591 (en miles de USD), al 2015 tenemos una mayor participación en las exportaciones mundiales porque el valor unitario se incrementó a 3.22 USD por unidad.

**4.3.1.2 Exportaciones de La Libertad:** para la región de La Libertad podemos observar lo siguientes datos por mes desde el 2014 hasta marzo del 2016, datos obtenidos por la cámara de comercio de La Libertad y procesados por el investigador.

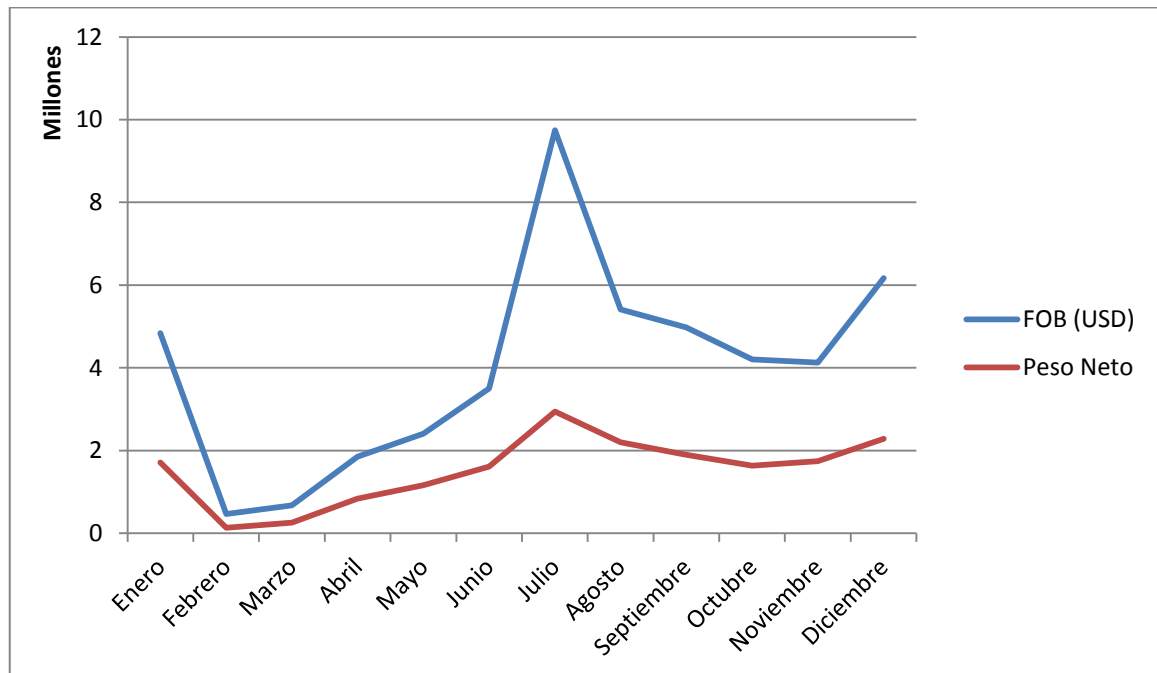
**Tabla 12: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2014**

<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>FOB (USD)</b>	<b>PESO NETO (TN)</b>
<b>2014</b>	<b>Enero</b>	4 836 294,73	1 713 374,18
<b>2014</b>	<b>Febrero</b>	468 169,38	136 260
<b>2014</b>	<b>Marzo</b>	674 555,47	259 995
<b>2014</b>	<b>Abril</b>	1 849 691	838 100,06
<b>2014</b>	<b>Mayo</b>	2 408 947,36	1 165 027,74
<b>2014</b>	<b>Junio</b>	3 500 271,05	1 610 865,72
<b>2014</b>	<b>Julio</b>	9 745 546,91	2 939 741,87
<b>2014</b>	<b>Agosto</b>	5 412 205,9	2 202 824,52
<b>2014</b>	<b>Septiembre</b>	4 977 433,58	1 901 063,85
<b>2014</b>	<b>Octubre</b>	4 202 499,29	1 634 586,56
<b>2014</b>	<b>Noviembre</b>	4 123 428,87	1 740 102,14
<b>2014</b>	<b>Diciembre</b>	6 171 697,99	2 282 552,92
<b>TOTAL</b>		<b>48 370 741,53</b>	<b>18 424 494,56</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

**Gráfico 2: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2014**



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco a Estados Unidos, en el transcurso de los meses del año 2014.

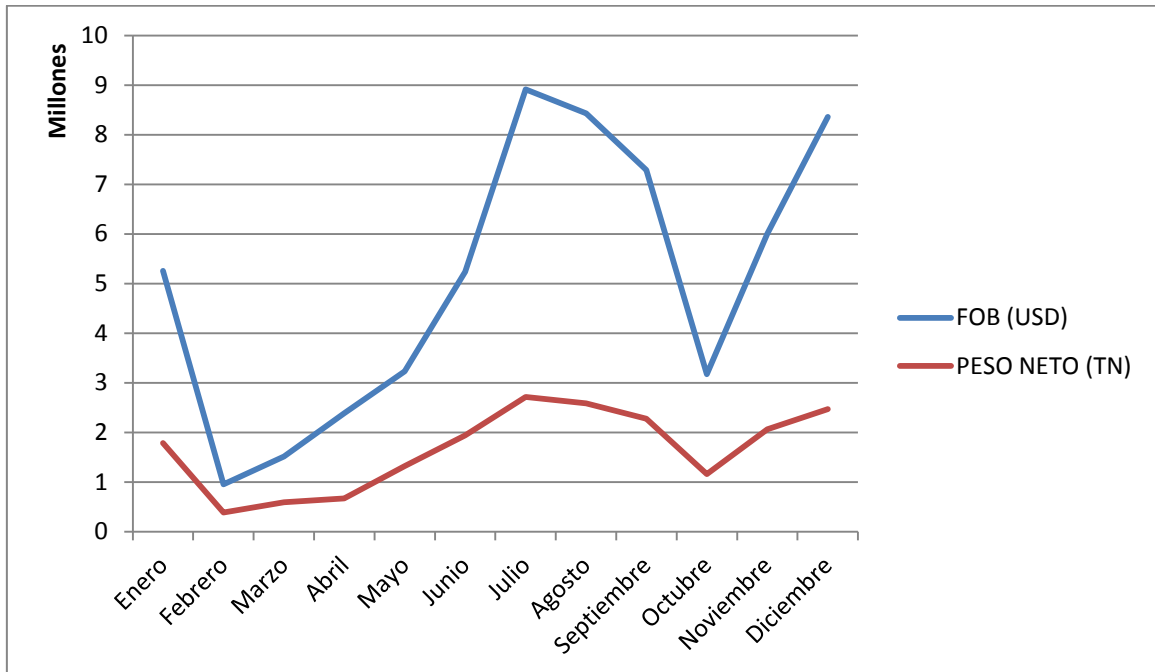
**Tabla 13: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2015**

AÑO	MES	FOB (USD)	PESO NETO (TN)
2015	Enero	5 257 716,46	1 787 564,10
2015	Febrero	958 528,28	388 878,75
2015	Marzo	1 514 803,88	592 660,90
2015	Abril	2 390 283,65	674 009,96
2015	Mayo	3 233 342,50	1 321 090,36
2015	Junio	5 237 281,96	1 945 439,10
2015	Julio	8 912 080,26	2 717 112,88
2015	Agosto	8 432 111,15	2 585 060,55
2015	Septiembre	7 291 121,45	2 278 916,27
2015	Octubre	3 173 819,43	1 161 381,58
2015	Noviembre	6 007 857,03	2 063 162,02
2015	Diciembre	8 360 916,18	2 470 268,38
<b>TOTAL</b>		<b>60 769 862,23</b>	<b>19 985 844,85</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Gráfico 3: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2015



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco a Estados Unidos, en el transcurso de los meses del año 2015.

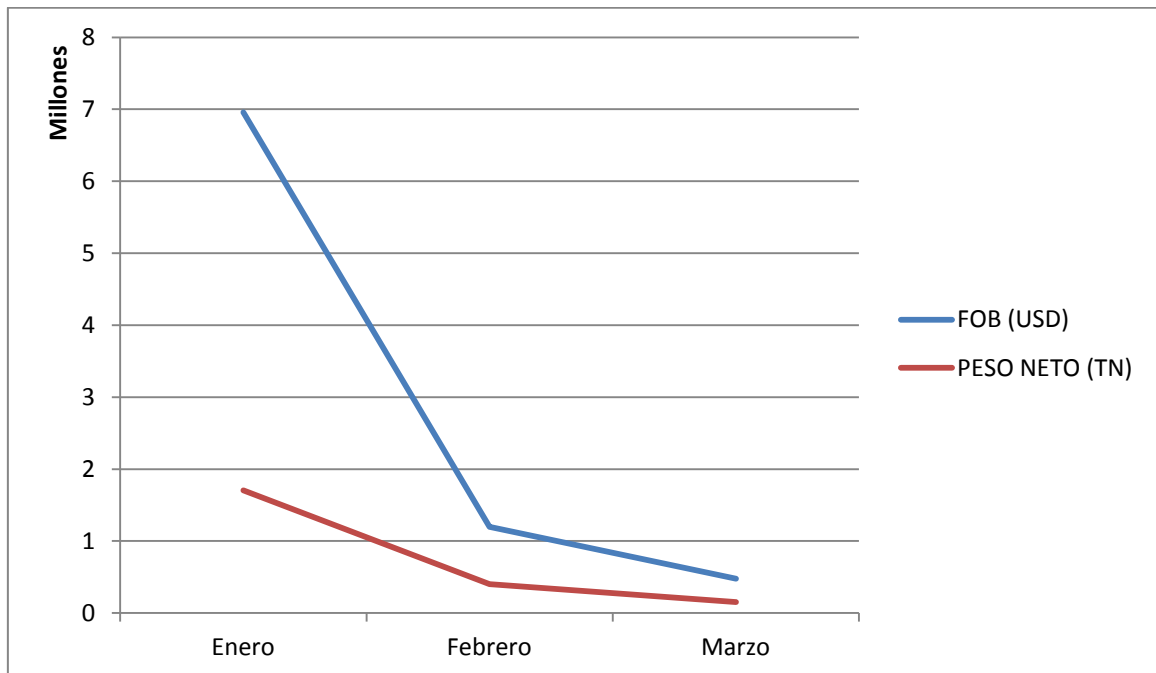
Tabla 14: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2016

AÑO	MES	FOB (USD)	PESO NETO (TN)
2016	Enero	6 956 607,23	1 705 750,86
2016	Febrero	1 197 901	401 547,20
2016	Marzo	477 955,59	154 250,48
2016	Abril		
2016	Mayo		
2016	Junio		
2016	Julio		
2016	Agosto		
2016	Septiembre		
2016	Octubre		
2016	Noviembre		
2016	Diciembre		
<b>TOTAL</b>		<b>8 632 463,82</b>	<b>2 107 298,06</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

**Gráfico 4: Exportaciones de espárrago fresco de La Libertad a EEUU, 2016**



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco a Estados Unidos, en el transcurso de los meses de Enero a Marzo del año 2016.

#### 4.3.1.3 Exportaciones de Paiján

**Tabla 15: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2014**

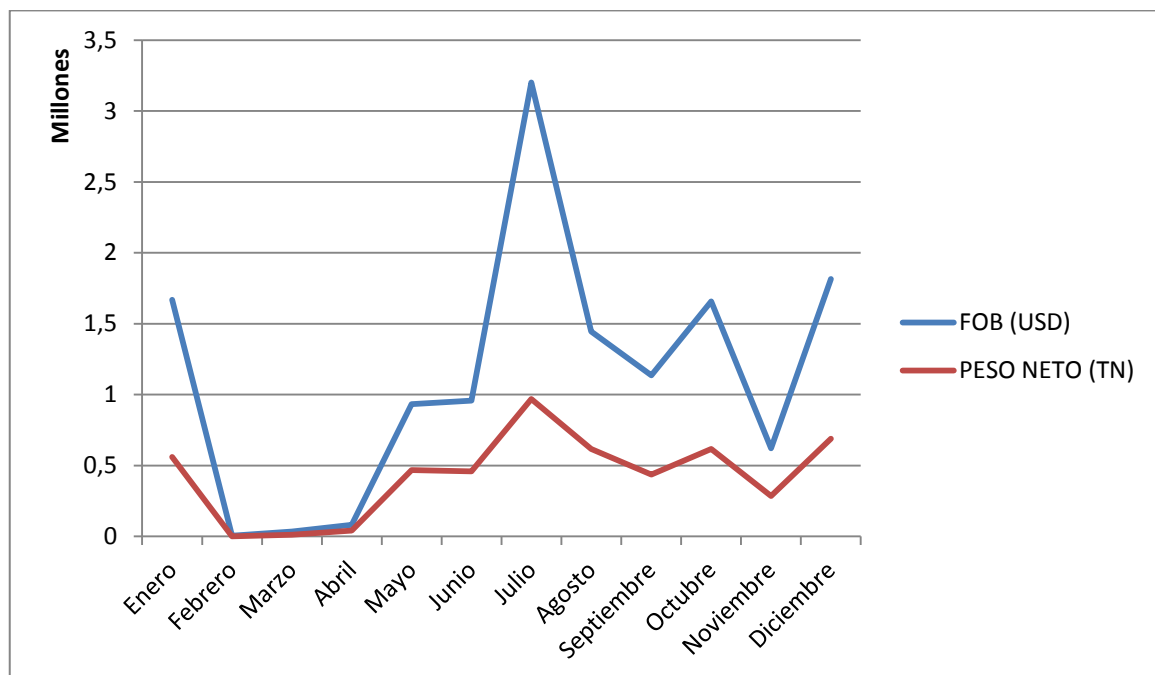
AÑO	MES	FOB (USD)	PESO NETO (TN)
2014	Enero	1 1667 817,2	561 159,45
2014	Febrero	3 840	1 200
2014	Marzo	35 312	11 335
2014	Abril	82 149,75	40 220
2014	Mayo	931 687,19	468 598,2
2014	Junio	958 284,71	458 777,2
2014	Julio	3 200 309,3	967 968
2014	Agosto	1 444 545,33	615 585,48
2014	Septiembre	1 136 807,5	436 235

<b>2014</b>	<b>Octubre</b>	1 657 053,5	616 672,2
<b>2014</b>	<b>Noviembre</b>	620 219,36	285 560,4
<b>2014</b>	<b>Diciembre</b>	1 815 950,6	688 759,15
<b>TOTAL</b>		<b>23 553 976,44</b>	<b>5 152 070,08</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

**Gráfico 5: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2014**



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco de Paiján a Estados Unidos, en el transcurso de los meses del año 2014.

**Tabla 16: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2015**

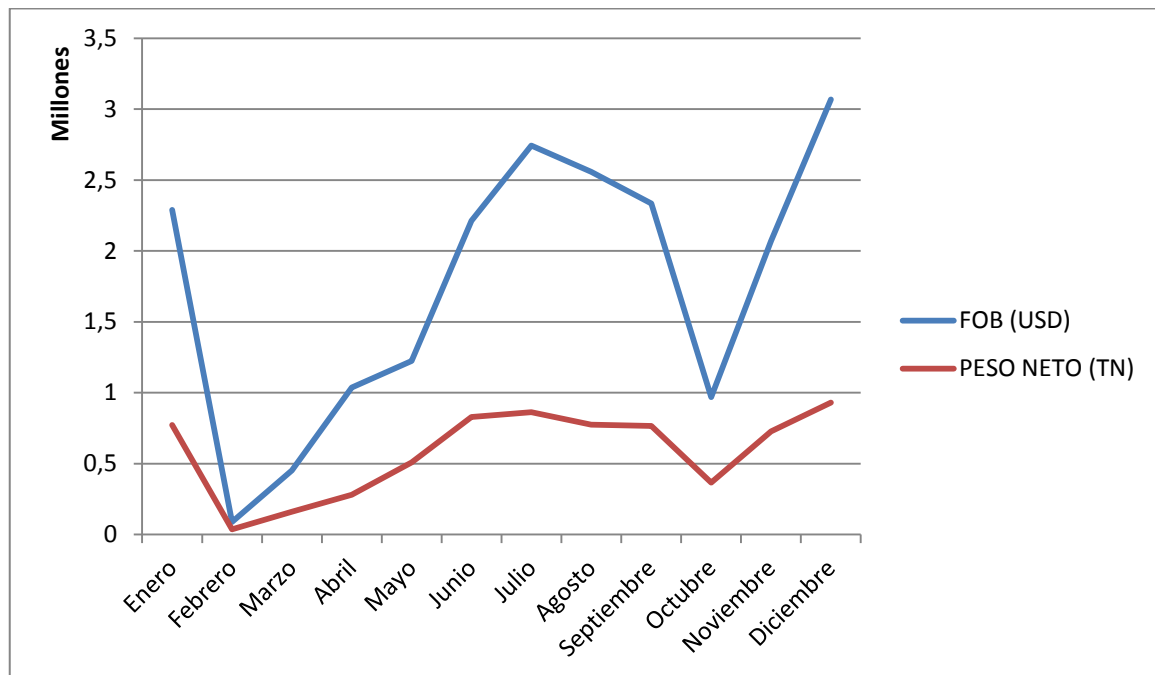
<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>FOB (USD)</b>	<b>PESO NETO (TN)</b>
<b>2015</b>	<b>Enero</b>	2 289 322,25	772 580,85
<b>2015</b>	<b>Febrero</b>	88 964	37 599,7
<b>2015</b>	<b>Marzo</b>	451 281,5	161 165
<b>2015</b>	<b>Abril</b>	1 036 089,85	280 097
<b>2015</b>	<b>Mayo</b>	1 224 874	507 365
<b>2015</b>	<b>Junio</b>	2 211 794,37	828 510

<b>2015</b>	<b>Julio</b>	2 741 696,74	863 015
<b>2015</b>	<b>Agosto</b>	2 557 857,71	773 610
<b>2015</b>	<b>Septiembre</b>	2 334 789,05	764 470,83
<b>2015</b>	<b>Octubre</b>	968 235,2	366 727,98
<b>2015</b>	<b>Noviembre</b>	2 069 710,07	726 474,04
<b>2015</b>	<b>Diciembre</b>	3 068 700,17	929 263,98
<b>TOTAL</b>		<b>21 043 314,91</b>	<b>7 010 879,38</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

**Gráfico 6: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2015**



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco de Paiján a Estados Unidos, en el transcurso de los meses del año 2015.

**Tabla 17: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2016**

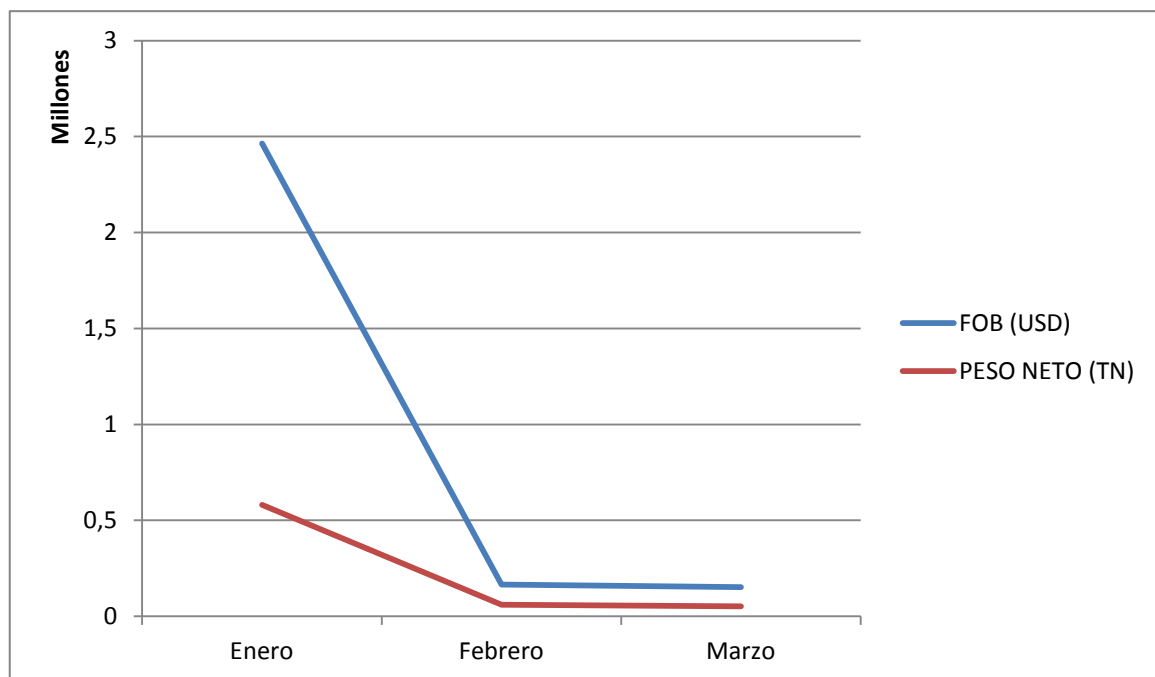
<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>FOB (USD)</b>	<b>PESO NETO (TN)</b>
<b>2016</b>	<b>Enero</b>	2 463 257,25	580 192,14
<b>2016</b>	<b>Febrero</b>	164 967,5	60 675
<b>2016</b>	<b>Marzo</b>	152 433,69	51 915,48
<b>2016</b>	<b>Abril</b>		

2016	Mayo		
2016	Junio		
2016	Julio		
2016	Agosto		
2016	Septiembre		
2016	Octubre		
2016	Noviembre		
2016	Diciembre		
<b>TOTAL</b>		<b>2 780 658,44</b>	<b>692 782,62</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

**Gráfico 7: Exportaciones de espárrago fresco de Paiján a EEUU, 2016**



Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Tanto en el cuadro mostrado y en la gráfica, demuestran la variación que tuvo la exportación del espárrago fresco de Paiján a Estados Unidos, en el transcurso de los meses de enero a marzo del año 2016.

#### 4.3.1.4 Exportaciones de REOPA



**Tabla 18: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2014**

AÑO	MES	FOB (USD)	PESO NETO (TN)
2014	Enero	166 246	70 175
2014	Febrero	-	-
2014	Marzo	-	-
2014	Abril	67 490,50	29 585
2014	Mayo	176 769	82 495
2014	Junio	76 294	42 365
2014	Julio	364 738	113 631
2014	Agosto	156 641,40	73 590
2014	Septiembre	83 141	33 485
2014	Octubre	49 402,25	20 355
2014	Noviembre	24 084	12 390
2014	Diciembre	165 820,75	65 015
<b>TOTAL</b>		<b>1 330 626,90</b>	<b>478 071</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Se observa un movimiento similar al de los cuadros anteriores verificados en el año 2014.

**Tabla 19: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2015**

AÑO	MES	FOB (USD)	PESO NETO (TN)
2015	Enero	33 445	9 995
2015	Febrero	-	-
2015	Marzo	-	-
2015	Abril	12 432	3 290
2015	Mayo	18 557	8 535
2015	Junio	40 377,50	16 560
2015	Julio	16 556	4 750
2015	Agosto	41 769	16 065
2015	Septiembre	5 109	1 965
2015	Octubre	47 428,5	19 210
2015	Noviembre	225 708,50	74 120
2015	Diciembre	291 336	90 785
<b>TOTAL</b>		<b>732 718,50</b>	<b>154 490</b>

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Se observa un movimiento similar al de los cuadros anteriores verificados en el año 2015.

**Tabla 20: Exportaciones de espárrago fresco de la REOPA a EEUU, 2016**

<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>FOB (USD)</b>	<b>PESO NETO (TN)</b>
2016	Enero	366 005	82 665
2016	Febrero		
2016	Marzo		
2016	Abril		
2016	Mayo		
2016	Junio		
2016	Julio		
2016	Agosto		
2016	Septiembre		
2016	Octubre		
2016	Noviembre		
2016	Diciembre		
<b>TOTAL</b>		366 005	82 665

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad

Elaboración: Propia

Para el año 2016 sólo se pudo obtener los datos de enero, verificando un movimiento similar al de los otros años.

#### **4.3.2 Análisis de proyección de la exportación de espárrago 2017 – 2021**

Para comenzar el análisis de la proyección de la exportación del espárrago hacia el año 2021, se debe de tener en cuenta los siguientes datos:

- Actualmente en el valle de Chicama hay 9 359.21 hectáreas cultivadas.
- En la zona de Paiján hay 2 943.30 hectáreas cultivadas de espárrago
- En la zona de Rázuri hay 2 481.17 hectáreas cultivadas de espárrago
- En ambas zonas existe 5 426.47 hectáreas cultivadas de espárrago

Entonces se organiza los datos

Valle de Chicama	9359,21 ha	100%
Paiján	2943,3 ha	31,45%
Rázuri	2481,17 ha	26,51%
Paiján + Rázuri	5426,47 ha	57,98%

Ahora con estos datos, se sabe que para el año 2019 estará operativa la tercera etapa del Proyecto Especial "Chavimochic", la cual beneficiará a toda la zona agrícola y esparraguera del

Valle de Chicama, el beneficio se dará de la siguiente manera, según el plan estratégico institucional Proyecto Especial Chavimochic (2016):

- Tierras nuevas por incorporar: 63 000 hectáreas
- Tierras nuevas por incorporar en el valle de Chicama: 19 410 hectáreas

Entonces organizamos datos de acuerdo al análisis de la investigación

Tierras nuevas	63 000 ha	100%
Valle de Chicama	19 410 ha	30.81%

Esto quiere decir que al Valle de Chicama, para el año 2019 tendrá 19 410 hectáreas más, y con estos datos se puede decir lo siguiente:

	2016			2019	
<b>Valle de Chicama</b>	9 359.21	100%	██████████	28 769.21	100%
<b>Paiján</b>	2 943.3	31.45%	██████████	9 047.92	31.45%
<b>Rázuri</b>	2 481.17	26.51%	██████████	7 626.72	26.51%
<b>Paiján + Rázuri</b>	5 426.47	57.98%	██████████	16 680.39	57.98%

Fuente: datos: cruzados de cuadros anteriores

Elaboración Propia

Esto quiere decir que para el año 2019 se tendrá más hectáreas de producción para el espárrago; a continuación se hará la proyección hasta el año 2020, año en el cual se tendrá un cambio significativo en lo que son las hectáreas y cantidad de producción del espárrago.

Para poder realizar esta proyección calculamos la tasa promedio de crecimiento anual tanto de la producción en toneladas y del precio del productor, con la siguiente fórmula:

$$Tasa\ de\ crecimiento = \left( \frac{Valor\ Actual}{Valor\ Pasado} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Entonces se tiene estos datos obtenidos de la cámara de comercio de La Libertad con respecto a la producción y precios de espárragos de Paiján:

**Tabla 21: Datos de espárrago en Paiján**

Año	Hectáreas	Producción (Tn)	Precio chacra (S/Kg)	Precio por Kg (USD)	Producción (Kg)	Ingreso por ventas
2014	1.004,00	11 363.80	2.30	0.69	11 363 800	\$ 7.841.022,00
2015	2 943.3	13 406.60	3.45	1.04	13 406 600	\$13.942.864,00

Fuente: Cámara de Comercio de La Libertad/datos anteriores

Elaboración: Propia

Aplicando la fórmula ya mencionada y agregando un dato muy importante que es el ingreso por ventas, donde se refleja los ingresos anuales, en dólares, basados en el precio del productor, el tipo de cambio se obtuvo de la página del Banco Central de Reserva del Perú, obteniendo así los datos siguientes:

**Tabla 22: Proyección de la producción de espárrago en Paiján**

	Hectáreas	Producción (Tn)	Precio en chacra (s/Kg)	Precio por Kg (USD)	Producción (Kg)
<b>Tasa de Crecimiento Anual</b>	9.38%	1.39%	3.45%		
2016	2 943,3	13592,57	3.57	1,08	13 592 570
2017	3 219,29	13781,12	3.69	1,12	13 781 119
2018	3 521,15	13972,28	3.82	1,15	13 972 284
2019	3 851,32	14166,10	3.95	1,19	14 166 101
2020	4 212,45	14362,61	4,09	1,23	14 362 610
2021	4 607,44	14,561,84	4,23	1,28	14 607 440

- Tomando los datos históricos de los años 2014 y 2015 se pudo llegar a realizar la proyección hasta el año 2021.
- Ahora con los datos de las proyecciones que se obtuvo, se realizará a continuación la obtención del precio del espárrago fresco en el mercado de Miami, con datos, ya mencionados en un ejemplo anterior obteniendo el precio en Estados Unidos en el año 2014, que se obtuvo del Ministerio de Agricultura Americano (USDA)
- Para el año 2015:

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		5,2	1,04
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	7,7	1,54
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	7,9	1,58
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	8,1	1,62
<b>Logística exportadora</b>	1,5	9,6	1,92

<b>Transporte aéreo</b>	5,5	15,1	3,02
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,28	16,38	3,28

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2016:

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		5,4	1,08
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	7,9	1,58
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	8,1	1,62
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	8,3	1,66
<b>Logística exportadora</b>	1,5	9,8	1,96
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	15,3	3,06
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,30	16,60	3,32

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2017:

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		5,6	1,12
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	8,1	1,62
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	8,3	1,66
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	8,5	1,7
<b>Logística exportadora</b>	1,5	10	2
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	15,5	3,1
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,32	16,82	3,36

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2018:

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		5,75	1,15
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	8,25	1,65
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	8,45	1,69
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	8,65	1,73
<b>Logística exportadora</b>	1,5	10,15	2,03
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	15,65	3,13
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,33	16,98	3,40

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2019:

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		5,95	1,19
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	8,45	1,69
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	8,65	1,73
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	8,85	1,77
<b>Logística exportadora</b>	1,5	10,35	2,07
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	15,85	3,17
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,35	17,20	3,44

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2020

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		6,15	1,23
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	8,65	1,73
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	8,85	1,77
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	9,05	1,81
<b>Logística exportadora</b>	1,5	10,55	2,11
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	16,05	3,21
<b>Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)</b>	1,36	17,41	3,48

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

- Para el año 2021

	US\$/kg	US\$/caja de 5 kg	US\$/Kg
<b>Precio al productor</b>		6,4	1,28
<b>Servicio de Packing</b>	2,5	8,9	1,78
<b>Transporte terrestre</b>	0,2	9,1	1,82
<b>Almacenamiento y embarque</b>	0,2	9,3	1,86
<b>Logística exportadora</b>	1,5	10,8	2,16
<b>Transporte aéreo</b>	5,5	16,3	3,26

**Margen Bruto Mayorista en destino (8.5%)**    1,39    17,69    3,54

Fuente: USDA

Elaboración: Propia

Y de esta manera se puede observar que el precio hasta el año 2021 en el mercado de Miami, Florida, está dentro del comportamiento de precios ya anteriormente mencionado.

#### 4.3.3 Determinar la viabilidad para la exportación de espárrago fresco, periodo 2017 – 2021

##### 4.3.3.1 Red de Organizaciones Productivas Agrícolas, Paiján Rázuri (REOPA)

###### Misión

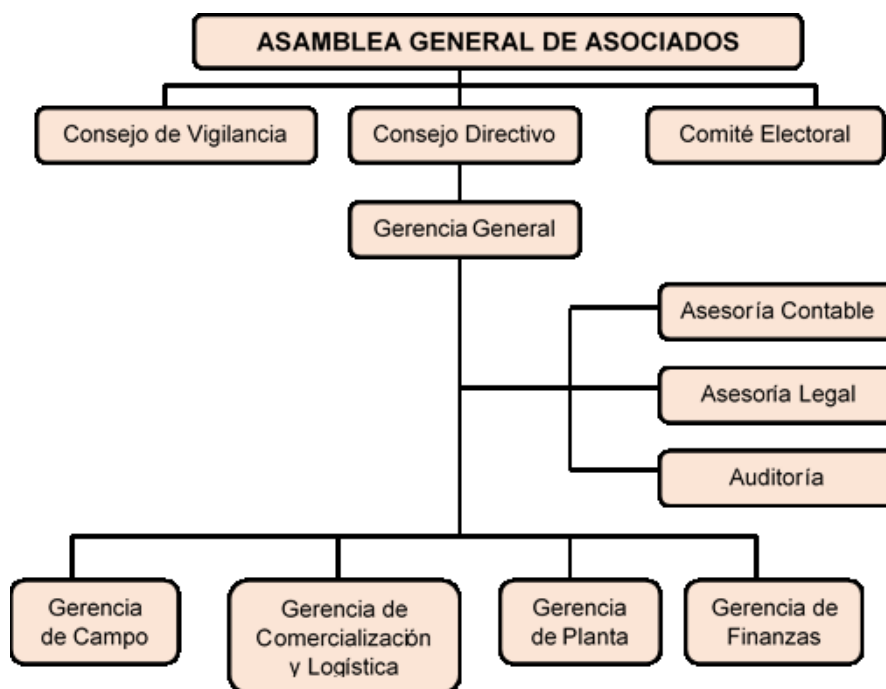
"Asociación Civil sin fines de lucro que integra, representa y brinda servicios oportunos a organizaciones de pequeños productores para tecnificar y comercializar sus productos contribuyendo al desarrollo regional y al mejoramiento de la calidad de vida de las familias de sus asociados"

###### Visión

En el año 2020 La Red de Organizaciones Productivas Agropecuarias - REOPA, será una organización sólida, competitiva y sostenible que alberga a pequeños productores agropecuarios y artesanales a nivel nacional, con una marca certificada de calidad posicionada en el mercado nacional y extranjero, impulsando un ambiente sostenible y seguro.

###### Organigrama:

Ilustración 1: Organigrama de REOPA



Fuente: Reopa

Elaboración: Propia

**Ficha Técnica:**

- **Denominación:**

Nombre común: Espárrago

Nombre científico: Asparagus Officianalis L.

Familia: Liliáceas

Origen: Europa y área del mediterráneo

Periodo Vegetativo: Trasplante 9 meses y directa 12 meses

- **Condiciones ecológicas:**

Clima: cálido o Templado

Suelo: Franco o Franco arenoso, dotados de materia orgánica; tolera los suelos salinos, es susceptible a los ácidos

- **Clasificación Internacional:**

Espárrago fresco y refrigerado: 0709.20.00.00

- **Calendario de Cosechas:**

**Tabla 23: Tabla de cosechas de espárragos en Perú**

Ciudad	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
La Libertad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ica	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
Lima												
Piura	X	X	X	X					X	X	X	X
Ancash	X	X		X	X	X	X	X	X			
Lambayeque	X	X	X	X	X		X			X	X	X

Fuente: Minag

Elaboración: propia

**Envase y Embalaje:**

Para la Unitarización se han tomado los esparragados de medida Standard los cuales se empacaran en cajas de Copolímero de Polipropileno lo que nos garantiza una rigidez debido a la estructura hueca y a la vez se caracteriza por ser ligero.

**Cajas**

Largo 0.30 m

Ancho 0.199 m

Alto 0.259 m



Carga útil	5 kg
Caja vacía	0.229 kg
Peso bruto	5.229 kg



### Pallets

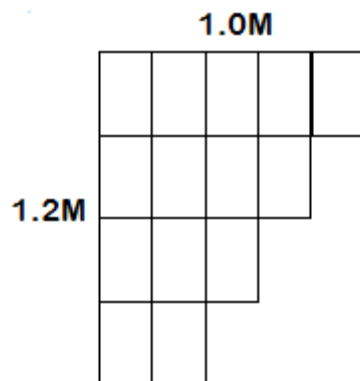
Las cajas serán agrupadas y colocadas en pallets de madera de 4 entradas, ya que este tipo de pallet facilita el manipuleo al montacargas. Además dicho pallet cuenta con un tratamiento térmico para su exportación.

Alto	0.15 m
Peso	18 kg
Max peso apilable	1500 kg
Largo	1.20m
Ancho	1.00m



### Palletización de las cajas

Ancho del pallet	$0.30+0.30+0.30+0.30 = 1,20$
Largo del pallet	$0.199+0.199+0.199+0.199+0.199= 0.995$



Cantidad de cajas por piso del pallet  $5 \times 4 = 20$  CAJAS/NIVEL

Cantidad cajas altura  $(2.12 - 0.15) / 0.259 = 7.61 \approx 7$  NIV/PAL

**NOTA:** Debido al material usado en las cajas, solo se pueden apilar 6 niveles, por ello solo se usa un Reefer de 40'

Por lo tanto Cantidad de cajas por pallet:  $20 \times 6 = 120$  CAJAS/PALLET



Comprobación de peso máximo por pallet:  $120 \times 5.229 \text{KG} = 627.48 \text{KG}$

#### **CONTENEDOR REEFER 40'**

Los Pallets se cargarán en un contenedor Reefer de 40 pies

Largo 11.19 m

Ancho 2.87 m

Alto 2.12 m

Capacidad 25TN

Volumen  $57 \text{M}^3$

$$\begin{aligned}
 11.19/1.0 &= 11.19 && \approx && 11 \text{ pallets a lo largo del contenedor} \\
 2.87/1.20 &= 2.39 && \approx && 2 \text{ pallets a lo ancho del contenedor} \\
 \text{Entonces: } 11*2 & && = && \mathbf{22 \text{ pallets por contenedor}}
 \end{aligned}$$

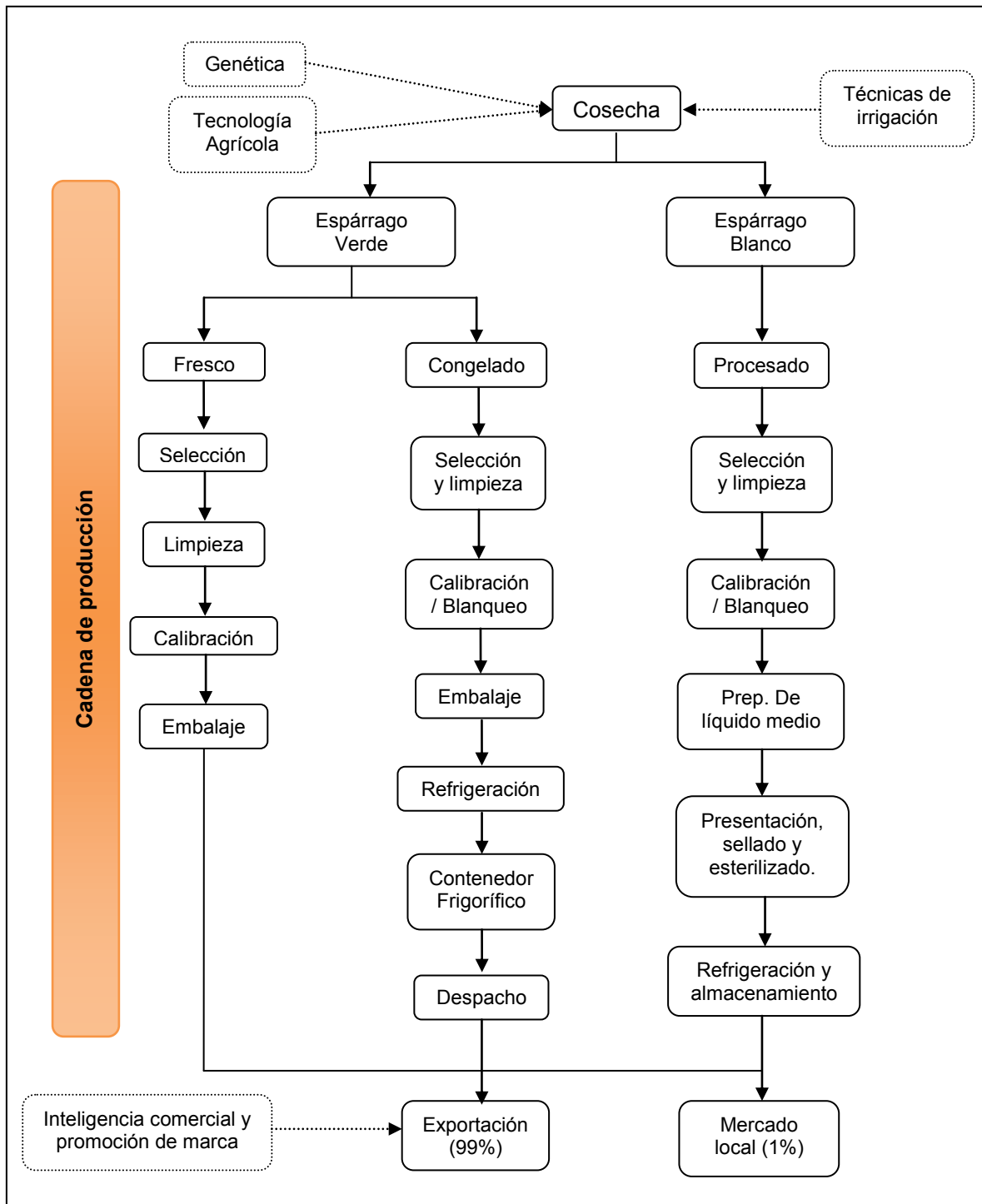
Comprobando el peso

Peso neto de carga de pallet	=	627.48KG
Peso del pallet vacío	=	18KG
Peso bruto del pallet	=	645.48KG
Peso bruto total : 22*645.48	=	14.201 TN
Cantidad de cajas/Cont 22*120	=	2640 UND
Volumen pallet 1.20*1.00*(6*0.259+0.15)	=	2.0448 M <sup>3</sup>
Volumen carga 22*2.0448	=	44.99 M <sup>3</sup>
Espacio ocioso 57M <sup>3</sup> - 44.99 M <sup>3</sup>	=	12.01 M <sup>3</sup>

Además se usan esquineros y zunchos de PVC para el trincado de la carga

**Proceso de Producción:** En la siguiente ilustración se observa la cadena de producción del espárrago tomado del informe estadounidense llamado "Asparagus Cluster" (2012), donde habla de cómo ven al Perú como fuente de este producto tan consumido en el país del norte, este informe es muy importante porque tiene el punto de vista del principal comprador de nuestro producto, tomando como referencia los puntos negativos para poder tomar las medidas correspondientes y mejorar el proceso de producción y comercialización del espárrago peruano.

**Ilustración 2: Proceso de producción del Espárrago**



Fuente: Informe Americano "Asparagus Cluster" (2012)

Elaboración: Propia

#### 4.3.4 Estudio económico y Financiero del espárrago de la Reopa

El presente estudio financiero tiene por objetivo evaluar la viabilidad económica financiera del proyecto Red de Organizaciones Productivas Agroindustriales (REOPA) para lo cual se determinarán las inversiones necesarias para la puesta en marcha un proyecto de exportación de espárrago fresco, el financiamiento y presupuesto obteniendo también proyecciones del estado de situación, estado de resultados y flujo de caja económico y financiero, para finalmente calcular los índices de VAN, TIR y Análisis DUPONT

- Objetivo: Determinar la viabilidad económica financiera del proyecto Red de Organizaciones Productivas Agroindustriales (REOPA)
- Específicos:
  - . Determinar los costos para la implementación de una empresa exportadora de espárrago fresco a Estados Unidos
  - . Determinar la inversión inicial, estados financieros proyectados y Flujo de Caja Económico y Financiero
  - . Calcular la VANE, VANF, TIRE Y TIRF del proyecto para determinar su viabilidad

Los indicadores, tasas y factores a considerar para este proyecto serán:

Tasa de crecimiento anual del sector	3,7%
Riesgo País	2%
TEA (Financiamiento)	24%
Tasa Inflación anual	3%
IGV	18%
Impuesto a la Renta (27% a 26%)	27%
Incremento en Sueldos y Salarios	3%
T° C°	3,20
Capital Trabajo	10% 30516827
Factor de ajuste	1,20
Costo Promedio Ponderado de Capital	22,08%

#### Inversión:

#### Inversión en Inmuebles, maquinaria, equipos

Tabla 24: Inversión de Maquinaria y equipo.

Ítem	Nombre	Cantidad	Unid.	Costo Unitario	Sub. Total
1	Habilitación de local (Obras físicas: Piso, techo, pintura)	1	Glb.	200000	200000
2	Tolva de recolección y acopio	3	Unid.	20000	60000
3	Línea de selección	2	Unid.	15000	30000

4	Implementación de Almacén	1	Unid.	100000	100000
5	Adecuación de oficinas	2	Unid.	20000	40000
6	Mesa de trabajo para embasado	4	Unid.	2000	8000
7	Generador eléctrico YAMAHA 50HP	2	Unid.	2500	5000
8	Maquina etiquetadora/rotuladora SYSTIMAX	2	Unid.	3500	7000
9	Balanza electrónica 511Lumart 100kg/10gr	1	Unid.	3500	3500
10	Aire acondicionado industrial	2	Unid.	10000	20000
11	Extractor de Aire	2	Unid.	5700	11400
<b>Total presupuestado</b>				<b>382200</b>	<b>484900</b>

**Precios de Referencia:**

**Tabla 25: PRECIO FOB REFERENCIALES 2010 - 2016**

	<b>País</b>	<b>Peso Neto Kg.</b>	<b>Valor FOB USD.</b>	<b>Valor FOB Unitario (\$)</b>
2010	Estados Unidos	85807232,10	181938426,34	2,12
2011	Estados Unidos	84596488,08	177429195,79	2,10
2012	Estados Unidos	77734203,02	211051852,90	2,72
2013	Estados Unidos	86819227,73	254962937,79	2,94
2014	Estados Unidos	92716371,25	235092914,97	2,54
2015	Estados Unidos	91913520,49	272310899,22	2,96
2016	Estados Unidos	26078034,50	81222076,17	3,11

**Fuente: PromPerú**

**Elaboración: Propia**

**Tabla 26: Proyección de precios, producción, oferta e ingreso por ventas**

<b>Proyección de Precios Fresco, Producción, Oferta Exportable e Ingreso por Ventas de la Empresa</b>								
<b>Esparrago Fresco Verde</b>								
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Precio por kg (U\$D)	0,69	1,04	1,08	1,12	1,15	1,19	1,24	1,24
Producción (kg)	11363800	13406600	13592570	13781119	13972284	14166101	14362607	14561838
Oferta exportable	6136452	7239564	7339988	7441805	7545034	7649695	7755808	7863392
Ingreso por	7841022	1394286	1467997	1543485	1606812	1685766	1780963	1805667

venta		4	5	4	7	1	2	9
-------	--	---	---	---	---	---	---	---

Elaboración: propia

Tabla 27: Calculo de la oferta exportable de la REOPA al Mercado de Estados Unidos

**Calculo de la Oferta Exportable de la REOPA al Mercado de Estados Unidos**

	Año	Peso Neto en Kg.	Valor FOB	Precio FOB \$ (Proyectado a partir del 2015)	Oferta exportable efectiva para la empresa hacia Estados Unidos (Número de Bolsas 250 gr)
<b>Oferta Histórica</b>	2011		177.429.196	2,10	
	2012		211.051.853	2,72	
	2013	300.000	254.962.938	2,94	
	2014	374.000	235.092.915	2,54	
	2015	541.000	272.310.899	2,96	
	2016	405000	81.222.076	3,11	
<b>Oferta Proyectada</b>	2017	445.500	205.344.979	3,23	7441805
	2018	490.050	209.997.610	3,35	7545034
	2019	539.055	209.821.903	3,47	7649695
	2020	592.961	202.298.397	3,60	7755808
	2021	652.257	196.832.644	3,74	7863392

Fuente: TRADE MAP, SUNAT

Elaboración: Propia

\* DATOS PROYECTADOS

**Financiamiento:**

**ESTRUCTURA DE CAPITAL**

(En soles)

Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	9.320.569,97	30,00%
Préstamo	21.747.996,61	70,00%
Inversión Total	31.068.566,58	100,00%

Cuota (Pago mensual) S/. 7.921.658

Periodos 5

TEA 24,0%

TEM 1,81%  
S/.

Préstamo 21.747.996,61

**Tabla 28: Financiamiento de Proyecto**

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Cuota	Saldo Actual
0	21747997				21747997
1	21747997	5219519	2702139	7921658	19045858
2	19045858	4571006	3350652	7921658	15695206
3	15695206	3766849	4154809	7921658	11540397
4	11540397	2769695	5151963	7921658	6388434
5	6388434	1533224	6388434	7921658	0

Elaboración: Propia

## PERFIL DEL PROYECTO

**Tabla 29: Estado de resultados por año 2017 - 2021**

(En soles)

<b>ESTADO DE RESULTADOS POR AÑO 2017 - 2021</b>						
	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A. Ingresos Totales</b>		76.914.146	80.866.361	85.021.660	89.390.478	93.983.786
Otros ingresos (Mermas)		2.307.424,38	2.307.424,38	2.307.424,38	2.307.424,38	2.307.424,38
<b>B. Costos de Inversión</b>						
Inmuebles Maquinaria y Equipo	-484.900,00					
Mobiliario	-46.000,00					
Intangibles	-20.840,00					
Capital de Trabajo	30.516.826,58	3.051.682,66	3.051.682,66	3.051.682,66	3.051.682,66	3.051.682,66
<b>C. Costo de Fabricación</b>						30.537.666,58
Mano de Obra Directa (Gastos Operativos)		525.163,33	540.918,23	557.145,78	573.860,15	591.075,96
Costos de fabricación		180.000,00	186.660,00	193.566,42	200.728,38	208.155,33
Insumos		29.395.127,78	29.802.882,80	30.216.294,00	30.635.439,84	31.060.399,87
Materiales para		392.608,80	407.135,33	422.199,33	437.820,77	454.020,07



exportación			3	3	1	
Servicios (agua, luz, gas)		132.000,00	132.000,00	132.000,00	132.000,00	132.000,00
<b>D. Costos de Operación</b>						
Gastos Administrativos		71.926,67	71.926,67	74.084,47	74.084,47	76.307,00
Gastos de Ventas		37.275,00	37.275,00	37.275,00	37.275,00	37.275,00
<b>E. Subtotal</b>	31.068.566,58	33.785.784,24	34.230.480,69	34.684.247,66	35.142.891,21	66.148.582,47
<b>F. Depreciaciones</b>		111.765,00	111.766,00	111.767,00	111.768,00	111.769,00
<b>G. Total Utilidad UAI</b>		45.324.021	48.831.539	52.533.070	56.443.243	30.030.859
H. IMPUESTOS 30%		12.237.485,72	13.184.515,51	13.658.598,14	14.675.243,21	7.808.023,44
<b>I. Flujo de Caja Económico Nominal</b>	31.068.566,58	33.086.535	35.647.023	38.874.472	41.768.000	22.222.836
<b>J. Flujo de Caja Económico Real (Ajustado por inflación)</b>	31.068.566,58	34.079.132	36.716.434	40.040.706	43.021.040	22.889.521
<b>Financiamiento Neto (Nominal)</b>						
Principal	21.747.996,61					
Amortización		2.702.138,88	3.350.652,21	4.154.808,74	5.151.962,84	6.388.433,93
Intereses		5.219.519,19	4.571.005,85	3.766.849,32	2.769.695,22	1.533.224,14
Escudo Tributario		1.409.270,18	1.234.171,58	1.017.049,32	747.817,71	413.970,52
Factor de Ajuste por Inflación		1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
<b>L. FC Financiamiento Neto</b>						
<b>M. FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	9.320.569,97	28.393.745,95	31.857.710,54	36.208.707,91	40.346.338,90	17.831.760,77

TIRE	112%
Tasa de descuento (costo oportunidad)	32,73%
VANE	51.987.358
TIRF	316%
WACC	22,08%
VANF	79.949.214

Finalizando el estudio económico para verificar la viabilidad del proyecto para el incremento de las exportaciones del espárrago, se obtiene una Tasa interna de retorno del flujo económico de 112% siendo totalmente viables siendo proyecto a 5 años.

## CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

En uno de los antecedentes que se tomó al principio de esta investigación fue la de la Universidad del Callao, la cual en el 2012 indica que Perú es el segundo proveedor de espárrago a Estados Unidos, por incrementar en 19% la participación en ocho años, después de haber realizado la investigación y con todos los datos obtenidos de diferentes fuentes, tanto como descriptivas y estadísticas el Perú es el principal proveedor de espárrago hacia los Estados Unidos sobre pasando a España y a México, el principal competidor, y queda demostrado que Estados Unidos fue y es la mejor opción de crecimiento en las exportaciones de este producto .

Otro punto que cabe mencionar es la que mencionan los autores De Pablo, Giacinti, Tassile y Saavedra en el 2014, en el que indica que el proceso de adaptación de los cambios del comercio exterior vinculándose con la competitividad; el producto estudiado, el espárrago, ya viene desde hace muchos años siendo cosechado aquí en el Perú y actualmente las grandes empresas productoras, acopiadoras, y exportadoras han sabido utilizar la tecnología que corresponde para cada proceso, desde la producción hasta el consumo en tierras americanas, esta adaptación ya en dos años se ve reflejada en los datos e incremento de las exportaciones, y se espera ver muchos más beneficios para este sector agrícola al término de los 10 años de adaptación que mencionaban los autores.

Para lograr analizar el mercado objetivo, Miami, Estados Unidos, fue necesaria la revisión de bastante material cualitativo, con características generales y específicas de los consumidores o del comportamiento que tiene la demanda en el país del norte, y cuantitativo con las estadísticas manejadas y manipuladas de forma matemática para poder llegar a distintas conclusiones y las proyecciones finales, las cuales demuestran un atractivo punto de inversión, con todas las facilidades que Estados Unidos brinda al Perú para el intercambio comercial.

Durante la investigación se encontró bastantes opiniones acerca del espárrago, y no sólo por ser utilizado en cocina gourmet y por sus factores nutricionales, si no por cómo el Perú pudo llegar

hacer el principal proveedor de este productos en Estados Unidos, abriendo puertas a ideas de negocio en este sector agrícola, y con tendencia a seguir creciendo en una amplia línea temporal.

El punto de vista más interesante que se describió en el marco teórico fue la del informe llamado "Asparagus in Peru, macroeconomics competitiveness" del año 2012, que indicaba que el espárrago peruano es altamente competitivo la producción del espárrago en el Perú ha sufrido un crecimiento desigual y que el éxito se basa en mayores inversiones de infra estructura de riego, además teniendo las condiciones del tratado de libre comercio donde hay más facilidades que éste producto ingrese al mercado norteamericano; relacionando lo dicho por los autores con la última parte de la investigación, se puede demostrar que donde hay mayor inversión, tanto en tecnología de riego y en procesos, se puede dar un crecimiento significativo para lo que es este sector y además con una rentabilidad muy alta desde, según datos del gobierno de agricultura, la cosecha y el mantenimiento a los campo de espárrago, así queda con total conformidad que mientras más se invierte en este sector, mayor va ser el beneficio propio.

## CONCLUSIONES

### **Identificar si existe una oportunidad de negocio del mercado de Estados Unidos, Florida, del producto Espárrago fresco de Paiján, 2017 – 2021**

Absolutamente sí, existe una oportunidad de negocio en el mercado de Miami, Florida, empezando por la población en esta zona en el sur del País, como ya se había indicado, Miami es una de las ciudades que recibe turistas de todas partes del mundo y de su mismo país siendo atractivo para ingresar a vender algo, luego tenemos el crecimiento del PBI americano 2.4%, la cual es constante, y nos indica que el poder adquisitivo del estadounidense es amplio, estable y constante; seguido de la balanza comercial americana que tiene la tendencia a importar más, es ahí donde se puede hacer envíos de más espárragos hacia los americanos; el comportamiento de la demanda es siempre movida, el cliente estadounidense desea satisfacer su necesidad, y como en todo País hay épocas del año donde falta los productos agrícolas más importante, es donde el espárrago de Paiján entra a tratar de tapar la falta de espárrago; la oferta que necesita el demandante del producto siempre tiene la cantidad de exportación correspondiente, con esto se espera que Paiján mejore los procesos de producción para que también pueda entrar en la lista de principales ofertantes; mantener una cadena de producción con altos estándares de calidad, aseguran un incremento seguro de exportación hacia el mercado objetivo; el precio, que tiene el espárrago tanto en el productor hasta el consumidor final, es totalmente accesible, es llamativo y rentable.

Se continua indicando las razones del por qué Estados Unidos constituye una oportunidad de negocio para el espárrago fresco de paiján, el ambiente comercial que tiene los estados Unidos es imponente ya que es el segundo importador más grande de alimentos a nivel mundial; como ya se

había mencionado anteriormente las condiciones de la importación se le es favorable al exportador de espárrago porque contamos con un arancel de 0% para el mercado americano sólo que es necesario cumplir al pie de la letra las condiciones de cuidado fitosanitario y tener la calidad adecuada para poder ingresar al país de destino; dentro del contexto de seguridad y cuidado con los alimentos, en Estados Unidos se mantiene la ley de Productos Agrícolas percederos (PACA) la cual facilita prácticas de comercio justas en la comercialización de frutas y hortalizas frescas y congeladas, esta ley asegura que los comerciantes obtengan lo que pagaron y que se les pague por lo que vendieron; el actual consumidor americano demanda alimentos nutritivos y saludables; en el Perú existe una estructura logística ya formada de transporte de carga por la continua salida del producto, de esta manera podemos observarlo como una ventaja ya que acelera el proceso de despacho antes del envío a los Estados Unidos.

El mercado de Estados Unidos presenta un entorno más que atractivo para incrementar las exportaciones del espárrago fresco desde Paján, debido a las características económicas y de alto consumo de parte de la población, la percepción que se tiene del espárrago peruano y el marco favorable para el libre comercio en Perú con Estados Unidos. El mercado norteamericano constituye una oportunidad de negocio muy llamativo, que tiene aspectos cualitativos y cuantitativos favorables para la entrada de nuestro producto, que tiene un comportamiento que está en constante crecimiento, y los consumidores americanos tienen la necesidad de satisfacer la demanda que tienen.

### **Analizar las exportaciones de espárrago fresco de Paján en el periodo 2014 – 2015.**

Gran ventaja se tiene cuando un producto ya es conocido y se puede obtener los datos más relevantes desde diferentes fuentes, se hace complicado cuando estos datos se tienen que cruzar para obtener resultados de análisis para llegar a varias conclusiones.

- El Perú al 2015 tiene una participación del 36.2% en las exportaciones mundiales, y va en crecimiento.
- La Libertad es la región más propicia para poder ingresar al negocio de exportaciones de espárrago ya que el análisis de las exportaciones de la región se puede de notar de la siguiente manera: tiene un patrón constante en la que de enero a febrero tiene una baja considerable de producción debido al ciclo de cultivo del espárrago, a partir de marzo empieza un crecimiento notable, hasta el mes de Julio que es donde llega su pico y va descendiendo hasta el mes de octubre donde para noviembre y diciembre llegar nuevamente a un pico, este patrón se repite en los años y sectores analizados; esto quiere decir que en los meses donde habrá pico alto es donde se puede apostar para invertir y llevar la exportación al máximo.

**Elaborar una proyección de exportaciones de espárrago fresco de Paiján para el periodo 2017 – 2021.**

- Al realizar una proyección nos encontramos con una ventaja muy competitiva, la cual ya se había comentado en párrafos anteriores y en un antecedente, se trata sobre la tecnología en el riego, si bien una debilidad fue el crecimiento desigual en esta parte que es vital para el crecimiento agrícola, ahora que se tiene la información adecuada es hora de invertir en lo que será una oportunidad de crecimiento único en La Libertad, se trata de la tercera etapa del proyecto especial Chavimochic, actualmente sus trabajos empezaron, y está proyectado que para el 2019 esté concluido, brindando el riego adecuado en la zona de Paiján y aumentando las hectáreas y la capacidad productiva hasta la zona de Urricape, dando ahí la oportunidad de inversión para poder incrementar las exportaciones para el 2020.
- Antes de que llegue la oportunidad del proyecto especial, se tiene que hay un crecimiento anual de 1.39% de producción al año, como se dijo anteriormente, si se sabe que el comportamiento de producción es el mismo cada año, invertir para agregarle un poco más a esa producción en la campaña siguiente.

**Determinar la viabilidad para la exportación de espárrago fresco hacia Estados Unidos en el periodo 2017 – 2021.**

- Terminado el estudio económico de la viabilidad en inversión en el espárrago, se puede encontrar que es totalmente viable teniendo un tasa interna de retorno del flujo económico es de 112%
- El Valor que agrega el proyecto a la empresa es positivamente de 51 987 358 soles, siendo este indicador positivo, también se observa que el costo de oportunidad del accionista asciende en 32,73%, concluyendo con estos datos es más que viable para la inversión.
- Al termino de los 5 años proyectados, el valor FOB por Kilogramos sería de 3.74 dólares, dando la referencia al crecimiento continuo de este sector para el incremento de beneficios en las exportaciones de espárrago en Paiján

## RECOMENDACIONES

- Asesorías gratuitas a los productores del espárrago para que puedan aprender sobre la importancia que tiene su producto en el país de destino, para que puedan tener la motivación de que no sólo es un negocio, si no que beneficia tanto a los productores y a los consumidores.
- A las empresas o personas que desean invertir en las campañas de espárrago, aprender a analizar los datos históricos para poder sacar conclusiones sobre saber si es favorable o no la inversión que desean hacer.
- Tanto en los productores como en los inversores, se debe de tener como referencia una proyección simple del cómo se manejará a futuro la producción y las posibles ganancias
- Invertir es una gran opción de crecimiento económico, por eso se debe promover el negocio para atraer más inversores y poder tener más capital de trabajo para no depender tanto de entidades financieras y generar una utilidad mayor.
- Entre otras recomendaciones generales se tendría que ganar la confianza del productor, teniendo una retroalimentación constante con el o los dueños de terrenos; fomentar la asociación del sector privado; seguir estudiando el comportamiento de la producción y exportación del espárrago para que seguir aprendiendo del producto y mejorar así la producción y calidad.

## REFERENCIAS

### CAPÍTULO 6. Bibliografía

- Azimi, K., Ferrero, C., Loucky, J., Olivares, H., & Rojas, A. (2012). *Asparagus in Peru, Macroeconomics of Competitiveness*. Boston.
- BBVA. (8 de abril de 2015). *BBVVA Resarch*. Obtenido de [www.bbvaresearch.com](http://www.bbvaresearch.com): [https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/04/150408\\_US\\_TradeBalance\\_esp.pdf](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/04/150408_US_TradeBalance_esp.pdf)
- Bobadilla, L. (2012). *Qué es Balanza Comercial*. Obtenido de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/47688/que-es-la-balanza-comercial/>
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2006). *Principios de Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Callen, T. (2008). ¿Qué es el producto bruto interno? *Finanzas & Desarrollo*, 48-49.
- Carbajal, D. (2012). *La exportacion de espárragos en el periodo 2005-2010*. Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Chaín, N. S. (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación de México.
- Hernández, C. (1997). *Estructura del precio de Venta*. San Salvador: Universidad Francisco Gavidia.
- Jaime de Pablo, M. G. (Abril de 2014). El negocio internacional de espárrago en el Perú. *Revista Cepal*, 170 - 196.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing: edición para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.
- Leco, M. (2014). *USAturist*. Obtenido de <http://www.usatourist.com/espanol/destinations/florida/florida-main.html>
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning.
- Markides, c. (2000). *La estrategia está en el éxito*. Bogotá: Norma.
- Márquez, A. L. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. Mexico: CENAGAGE Learning.
- Monterroso, E. (2000). *El proceso Logístico y la Gestión de la Cadena de Abastecimiento*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Luján.
- Moreira, M., & González, W. (2002). Manejo agronómico y análisis económico del cultivo de espárrago para condiciones tropicales. En M. Moreira, & W. González, *Manejo agronómico y análisis económico del cultivo de espárrago para condiciones tropicales* (pág. 62). Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

ProMéxico. (marzo de 2010). *Formación del precio de exportación*. Obtenido de <https://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>

SENASA. (2016). Obtenido de <http://www.senasa.gob.pe/senasa/descarga-de-formato-de-procedimientos-de-sanidad-vegetal/>

Siicex. (2015). *Mercado de USA*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>

Wikipedia. (2015). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n>



## ANEXOS

### Anexo 01: Solicitud de permiso fitosanitario para el tránsito internacional

(Formato cod.: CVI-01.2)

#### SOLICITUD DE PERMISO FITOSANITARIO PARA EL TRANSITO INTERNACIONAL

SEÑOR JEFE DE ÁREA DE SANIDAD VEGETAL DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA:

PARTE I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA SOLICITANTE			
1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		2 R.U.C. N°	
3 DOMICILIO LEGAL. AV./Calle/Ur.			
4 URBANIZACIÓN		5 DISTRITO	6 PROVINCIA
7 DEPARTAMENTO	8 TELÉFONO	9 FAX	10 EMAIL
11 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			12 N° DNI
PARTE II. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO			
13 NOMBRE COMÚN DEL PRODUCTO		14 P.A.	
15 NOMBRE CIENTÍFICO DEL PRODUCTO		16 PESO NETO (KG)	17 CANTIDAD Y TIPO DE ENVASE
18 PAÍS DE DESTINO		19 PAÍS DE ORIGEN	20 PAÍS DE PROCEDENCIA
21 PUESTO DE CONTROL DE INGRESO		22 PUESTO DE CONTROL DE SALIDA	
23 NOMBRE DEL PROVEEDOR			

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERÁ TRAMITADO SI EL PRODUCTO CUENTA CON REQUISITOS FITOSANITARIOS ESTABLECIDOS

Declaro bajo juramento que los datos consignados en la presente solicitud son verídicos y me someto a las sanciones de orden jurídico-técnico-administrativo por el incumplimiento, inexactitud o falsedad de lo declarado

Lugar y fecha,

.....  
IMPORTADOR O REPRESENTANTE LEGAL  
NOMBRE COMPLETO  
SELLO DE LA EMPRESA

NOTA: SOLICITUD DE PERMISO FITOSANITARIO PARA EL TRANSITO INTERNACIONAL DE SOLO UN EMBARQUE

## Anexo 02: Solicitud para la certificación de plantas de tratamiento y/o empaque

### SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN DE PLANTAS DE TRATAMIENTO Y/O EMPAQUE

SEÑOR JEFE DE ÁREA DE SANIDAD VEGETAL / RESPONSABLE DEL CENTRO  
DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA

PARTE I: DEL SERVICIO SOLICITADO			
CERTIFICACIÓN <input type="checkbox"/>			
PARTE I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA SOLICITANTE			
1	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	2	R.U.C. N°
3	DOMICILIO LEGAL Av./Calle/Ur.	4	N°
5	URBANIZACIÓN	6	DISTRITO
7	PROVINCIA	8	DEPARTAMENTO
9	TELÉFONO	10	FAX
11	EMAIL	12	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
13	N° DNI:		
PARTE II. DEL TIPO DE CERTIFICACION			
a. PLANTA DE TRATAMIENTO <input type="checkbox"/>		b. PLANTA DE TRATAMIENTO Y EMPAQUE <input type="checkbox"/>	
c. PLANTAS DE EMPAQUE (1) <input type="checkbox"/>			
14	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES	15	FECHA FINAL DE ACTIVIDADES
PARTE III. DE LA ESPECIE VEGETAL			
16	ESPECIE(S) A TRATAR, EMPACAR O INSPECCIONAR	17	PARTIDA ARANCELARIA
PARTE V: DE LA PLANTA DE TRATAMIENTO Y/O EMPAQUE O CENTRO DE INSPECCION			
18	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL	19	DIRECCION
20	DEPARTAMENTO	21	PROVINCIA
22	DISTRITO		

(1) Incluye para el ensamblado de embotajados de madera importada

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

PARA PLANTAS EMPACADORAS, DE TRATAMIENTO DE TRATAMIENTO Y EMPAQUES

- 1 Planos de planta e información de los equipos.
- 2 Boleta de pago o validación de pago en el sistema.

Para lo cual me comprometo a asumir los costos que demande la misma y al cumplimiento de las medidas fitosanitarias que disponga el Inspector de Cuarentena del SENASA.

Lugar y fecha,

.....  
EXPORTADOR O REPRESENTANTE LEGAL

### Anexo 03: Solicitud de permiso fitosanitario de importación

#### SOLICITUD DE PERMISO FITOSANITARIO DE IMPORTACIÓN

SEÑOR JEFE DE AREA DE SANIDAD VEGETAL DE LA DIRECCION EJECUTIVA:

PARTE I. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE				
1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		2 R.U.C. / DNI		
3 DOMICILIO LEGAL AV./Calle/Jr.				
4 URBANIZACIÓN		5 DISTRITO	8 PROVINCIA	
7 DEPARTAMENTO	8 TELÉFONO	9 FAX	10 EMAIL	
11 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			12 N° DNI:	
PARTE II. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO				
13 P.A	14 NOMBRE COMÚN	15 NOMBRE CIENTÍFICO	16 CANTID. Y TIPO DE ENVASE	17 PESO NETO (KG) CANTIDAD DE PLANTAS
18 PAÍS DE ORIGEN		19 LUGAR DE PRODUCCIÓN	20 PAÍS DE PROCEDENCIA	
21 USO O DESTINO		22 PUESTO DE CONTROL DE INGRESO		

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI EL PRODUCTO CUENTA CON REQUISITOS FITOSANITARIOS ESTABLECIDOS


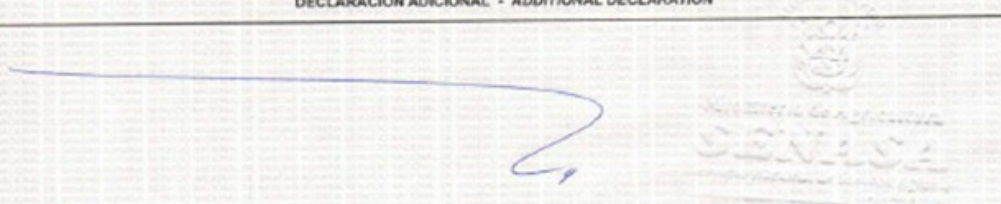

Declaro bajo juramento que los datos consignados en la presente solicitud son verídicos y me someto a las sanciones de orden jurídico-técnico-administrativo por el incumplimiento, inexactitud o falsedad de lo declarado

Lugar y fecha,

.....  
IMPORTADOR O REPRESENTANTE LEGAL  
FIRMA Y NOMBRE COMPLETO  
SELLO DE LA EMPRESA

NOTA: SOLICITUD DE PERMISO FITOSANITARIO DE IMPORTACIÓN DE SOLO UN EMBARQUE

Anexo 04: Ejemplo de certificado fitosanitario emitido por SENASA

MINISTERIO DE AGRICULTURA		CERTIFICADO FITOSANITARIO PHYTOSANITARY CERTIFICATE		 <b>SENASA</b> Servicio Nacional de Sanidad Agraria <b>PERU</b>	
ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF PERU		<b>Expediente 1306-06882</b> A : ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA TO : PLANT PROTECTION ORGANIZATION DE(OF) : <b>ESTADOS UNIDOS (United States)</b>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>N° 0508764</b> </div>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT</b>					
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter <b>Prolongación Italia No.1759, La Victoria, Lima - Perú</b>			<b>AVENDAÑO TRADING COMPANY S.A.C.</b>		
Nombre y dirección declarados del destinatario - Declared name and address of consignee <b>71 West 23rd Street New York, NY 10010 - USA</b>			<b>BRUNO SCHEIDT, LLC</b>		
Número y descripción de bultos - Number and description of packages <b>1900 sacos de polipropileno x 25 lb cada uno</b>			Marcas distintivas - distinguishing marks <b>Lot # 137</b>		
Lugar de Origen - Place of Origin <b>PERÚ</b>		Medios de transportes declarados Declared means of conveyance <b>Via Marítima</b>		Punto de entrada declarado Declared point of entry <b>NEWYORK</b>	
Cantidad declarada y nombre del Producto Name of product and declared quantity <b>Quinoa blanca en grano: 21,560.90 kg</b>			Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants <b>Chenopodium quinoa</b>		
<p><small>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen con los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, inclusive los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</small></p> <p><small>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and AGR with the in force phytosanitary requirements of the reporting contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</small></p>					
<b>TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT</b>					
Fecha - Date		Tratamiento - Treatment			
Producto químico (ingrediente activo) - Chemical Product (active ingredient)					
Duración y temperatura - Duration and temperature			Concentración - Concentration		
<b>DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION</b>					
					
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL INFORMATION</b>					
Nombre del funcionario autorizado Name of authorized official <b>Ing. Rosa María Cuspuma Lazo</b>		 <b>MINISTERIO DE AGRICULTUR</b> <b>SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA</b> <b>CORRECCION EJECUTIVA LIMA CALLAO</b> <b>Ing. Agro. Rosa María Cuspuma Lazo</b> Especialista en Sanidad Vegetal Firma y Sello (Signature and Stamp)			
Lugar y Fecha de expedición Place and date of issuance <b>Lima, 20 de Diciembre de 2013</b>		<b>Fecha de inspección: 19 de Diciembre de 2013</b>			
EL SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.					
Este certificado ha sido adoptado por el Perú por Resolución Legislativa N° 21175 concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO					

## Anexo 05: Solicitud para la certificación Fitosanitaria de lugar de producción

### SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN

SEÑOR JEFE DE ÁREA DE SANIDAD VEGETAL / RESPONSABLE DEL CENTRO  
DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA

PARTE I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA SOLICITANTE						
1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL				2 R.U.C. / DNI N°		
3 DOMICILIO LEGAL. Av./Calle/Jr.				4 N°		
5 URBANIZACIÓN			6 DISTRITO		7 PROVINCIA	
8 DEPARTAMENTO		9 TELÉFONO		10 FAX		11 EMAIL
12 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL					13 N° DNI:	
PARTE II. DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN						
CERTIFICACIÓN DE LUGAR <input type="checkbox"/>						
N° CERTIFICADO <input type="checkbox"/>						
14 CÓDIGO DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN				15 NOMBRE		
COD. SEDE		COD. PRODUCTOR		COD. N° Lugar de Producción	16 DIRECCIÓN	
17 DEPARTAMENTO			PROVINCIA		19 DISTRITO	
20 ZONA		21 SECTOR			22 SUBSECTOR	
PARTE III. DATOS DE LA ESPECIE VEGETAL (deklarar el total especies y área exportable)						
23 NOMBRE COMUN		24 NOMBRE CIENTÍFICO	25 VARIEDAD	26 ÁREA DE EXPORT.	27 RENDIMIENTO	28 ÁREA A CERTIF.
29 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES/ SIEMBRA (aplicable para semilla)				30 FECHA FINAL DE ACTIVIDADES / COSECHA / INDUCCIÓN FLORAL(1)		

(1) aplica para certificación de flores

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

- 1 Croquis de caminos y vías de comunicación.
- 2 Descripción de las prácticas fitosanitarias que se realizan habitualmente en el campo.
- 3 Boleta de pago o validación de pago en el sistema.

Para lo cual me comprometo a asumir los costos que demande la misma y al cumplimiento de las medidas que disponga el Inspector de Cuarentena del SENASA.