



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“FACTORES A CONSIDERAR PARA LA
EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS FRESCOS AL
MERCADO ALEMÁN, 2017”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Br. Manuel Alberto Huapaya Mendoza

Asesor:

Mg. Nancy Alfonsina Negreiros Mora

Lima – Perú
2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el Bachiller **Manuel Alberto Huapaya Mendoza**, denominada:

**“FACTORES A CONSIDERAR PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS
FRESCOS AL MERCADO ALEMÁN, 2017”**

Mg. Nancy Alfonsina Negreiros Mora
ASESOR

MBA Paola Veronica Valdivia Rodriguez
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Jorge Malpartida Gutierrez
JURADO

MBA Roberto Yafac Da Cruz Gouvêa
JURADO

DEDICATORIA

A mis hijos, quienes son mi alegría diaria,
el motivo de cada esfuerzo,
la esperanza de un tiempo diferente.

AGRADECIMIENTO

Especialmente a mi esposa, por ser el impulso diario, por ser esa voz de Dios que anima mi propia vida y le da sentido.

A mis padres, que ofrecen a diario su entrega generosa por el éxito de su familia.

A mi profesora que asesoró este proceso por su dedicación y apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	2
<u>DEDICATORIA</u>	3
<u>AGRADECIMIENTO</u>	4
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	5
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	7
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	8
<u>RESUMEN</u>	9
<u>ABSTRACT</u>	10
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes	16
<i>A nivel internacional</i>	16
<i>A nivel nacional</i>	17
2.2. Bases teóricas	20
2.2.1. <i>Exportación</i>	20
Clasificación arancelaria.....	25
Barreras no arancelarias	26
2.2.2. <i>Factores de Exportación de productos agrícolas</i>	32
2.2.3. <i>Producto:</i>	38
2.2.4. <i>Productos frescos</i>	43
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	51
3.1. Operacionalización de variables (Tabla N° 04)	51
3.2. Unidad de estudio	52
3.3. Población	52
3.4. Muestra (muestreo o selección).....	52
3.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	52
3.6. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	53
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	54
4.1. Factor Económico	54
4.1.1. <i>Costos de Producción</i>	54
4.1.2. <i>Costos de Exportación</i>	57
4.1.3. <i>Sobrecostos</i>	60
4.1.4. <i>Seguridad</i>	61



4.2.	Factor de Producción	62
4.2.1.	<i>Variedades de Arándanos</i>	62
4.2.2.	<i>Demanda del producto</i>	65
4.2.3.	<i>Tecnología</i>	68
4.3.	Factor Logístico.....	71
4.3.1.	<i>Tratamiento (Servicios de Frio y Empaquetamiento)</i>	71
4.3.2.	<i>Carga y descarga</i>	74
4.3.3.	<i>Transporte</i>	75
4.3.4.	<i>Procesos Portuarios, Trámites, Certificados e Inspecciones</i>	76
4.4.	Factor de reducción de precios.....	77
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN		78
CONCLUSIONES		79
RECOMENDACIONES		80
REFERENCIAS		82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla nº 1: Relación de Incoterms.....	29
Tabla nº 2: Clasificación de Incoterms.....	29
Tabla nº 3: Valor Nutricional del arándano	47
Tabla 4: Operacionalización de variables.....	51
Tabla nº 5: Costos de Producción en USD (\$) y por 02 Hectáreas	54
Tabla nº 6: Desagregado del valor de la Inversión, 2016	55
Tabla nº 7: Evolución del rendimiento del Arándano según proceso productivo	56
Tabla nº 8: Evolución de la Venta de los Arándanos.....	56
Tabla nº 9: Detalle de Partidas Arancelarias según PromPerú.....	57
Tabla nº 10: Costo logístico de Exportación de Arándanos.....	59
Tabla nº 11: Exportación de Arándanos a Julio 2016.....	60
Tabla nº 12: Indicadores de sobrecostos logísticos.....	61
Tabla nº 13: Costos de Seguridad por Contenedor (USD \$)	62
Tabla nº 14: Exportación de arándanos por países en el año 2016	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nº 1: Cadena Productiva y Exportadora – Productos Agrícolas	35
Figura nº 2: Distribución de la producción mundial de berries.....	36
Figura 3: Distribución de los productores agropecuarios.....	37
Figura nº 4: Zonas potenciales de Arándanos.....	50
Figura nº 5 Precio Promedio del Arandano	58
Figura nº 6 Punto de Equilibrio.....	59
Figura nº 7: Indicadores de sobrecostos logísticos	60
Figura nº 8: Seguridad en los procesos – Logística de exportación.....	61
Figura nº 9: Producción de Arándanos por Hectárea y tipo	62
Figura nº 10: Cantidad de Arándanos Exportados al mercado alemán (2016).....	63
Figura nº 11: Distribución de la Producción de Arándanos	64
Figura nº 12: Periodo estacional de producción de arándanos a nivel mundial	65
Figura nº 13 Periodo de Exportación de Arándanos	66
Figura nº 14: Nuevo Sustrato – Sustraberry y Maceta especial para arándanos	68
Figura nº 15: Incremento de producción con nueva tecnología.....	69
Figura nº 16: Tiempo de vida del arándano con el Sistema de Aire Forzado.....	70
Figura nº 17: Tratamiento del Frio en el proceso de Exportación.....	71
Figura nº 18: Participación en el mercado de los Operadores logísticos.....	72
Figura nº 19: Unidades de contenedores llenos exportados desde el Callao.....	73
Figura nº 20: Unidades de Transporte de Carga registradas	74
Figura nº 21: Participación del transporte en el proceso logístico.....	75
Figura nº 22: Tiempo de duración del Transporte vía Marítima.....	75
Figura nº 23: Procedimiento de Exportación – Perú.....	76
Figura nº 24: Tramites VUCE – Ventanilla Única de Comercio Exterior.....	77

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objeto determinar los factores que incrementan la exportación de arándanos frescos al mercado alemán 2017. Esta investigación es importante porque el Perú posee una variedad de suelos y climas que colocan al arándano en una posición expectante a nivel mundial.

El nivel de la investigación es descriptiva, porque se describen los factores que permiten el incremento de las exportaciones, el diseño es no experimental de corte transversal ya que la recolección de datos se dio en un solo momento.

Los resultados obtenidos en el factor económico, señalan, según informe de Sierra y Selva Exportadora, que para el Perú el incremento de la producción de arándanos entre los meses de Setiembre a Diciembre (contra estación) es un factor que incrementa la exportación. En el factor de producción la posibilidad de recuperar la inversión entre el tercer y cuarto año con una alta proyección de rentabilidad posterior. De igual modo en el campo tecnológico, haciendo uso de un tipo de sustrato denominado “Sustraberry” se puede adelantar la producción en un 25% desde el inicio de la misma. Otro factor es el logístico donde se requiere el aumento de equipos reefer, la reducción de tiempos de transporte y de sobrecostos logísticos. Estos factores permiten un incremento en la exportación de los arándanos.

Se concluye que el factor que incrementa más la exportación es la producción de arándanos en un periodo de contra estación. Así mismo la investigación demuestra que el cultivo del arándano y el crecimiento de la producción en el Perú es una alternativa de exportación viable y altamente rentable dentro del sector agropecuario.

Palabras claves: Factores de Exportación; Arándanos frescos; Beneficio del arándano; Mercado Alemán; Incremento de Exportación.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the factors that increase the export of fresh blueberries to the German market in 2017. This research is important because Peru has a variety of soils and climates that place its blueberry in a promising position to compete worldwide.

A descriptive research method was used focused on exploring the factors that influence the increase of blueberry exports. Moreover, a cross-section non-experimental research design was used, because the data collection occurred in one single moment.

On the economic factor, the results show that the production increase of blueberries in Peru between September and December (counter seasonal) is a factor that increases exports. On the production factor, the data shows the possibility of recovering the investment between the third and fourth year with a high projection of subsequent profitability. Similarly, on the technological side, making use of a type of substrate called "Sustraberry" can increase the production by 25%. Another factor is the logistics one, where the use of reefer equipment, the reduction of transport times and logistic cost overruns are crucial. These factors allow an increase in the export of blueberries. It is concluded that the factor that increases blueberries exports the most is the counter seasonal production. Likewise, the research shows that the cultivation of blueberries and the growth of production in Peru is a viable and highly profitable export alternative within the agricultural sector.

Keywords: Export Factors; Fresh blueberries; Blueberries benefits; German Market; Export Increase.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Desde los inicios del siglo XXI se puede afirmar que a nivel mundial, la exportación de los productos frescos, es decir agrícolas, ha sufrido un considerable cambio, un aumento en sus niveles de producción debido a la gran demanda a nivel internacional. Según el Informe sobre el Comercio Mundial 2014 del World Trade Organization se indica que dentro de las cuatro tendencias comerciales existe una que es: “[...] el aumento de los precios de los productos agrícolas y los recursos naturales a partir del 2000. Debido a que, en los últimos tiempos, algunas de las economías en desarrollo en más rápido crecimiento de Oriente Medio, África y América Latina se han convertido en importantes exportadores de productos básicos [...]” (WTO, 2014).

Entre 2001 y 2011, la parte de las exportaciones agropecuarias mundiales correspondientes a los países en desarrollo del G-20 aumentó del 19% al 26%. Para los países en desarrollo que no son parte del G-20 las exportaciones aumentaron del 8% al 10%. El comercio de los recursos naturales aumentó significativamente entre 2000 y 2010, no solo en valor sino también en cantidad. En 2012, la parte del comercio mundial correspondiente conjuntamente a los productos agropecuarios y a los combustibles y productos de la minería llegó al 31,7%, cuando en 2005 y 2000 había sido, respectivamente, del 25,4% y el 21,7%. Tomado del Informe sobre el Comercio Mundial 2014 del World Trade Organization (WTO, 2014).

Según reporte de la Biblioteca del Instituto de Investigaciones Agropecuarias de Chile (INIA) del año 2013, la producción mundial de arándanos ha crecido cerca de un 50% desde 2008 a la fecha, aumentando de 450 mil a 650 mil toneladas. Las proyecciones sugieren que la producción podría aumentar al mismo ritmo hasta el año 2018. Lo anterior, impulsado en gran parte por aquellos mercados emergentes como: América del Sur, África y Asia, los cuales se encuentran en plena expansión, tanto en términos de superficie plantada como en producto entregado según indica la organización U.S. Highbush Blueberry Council, 2013 en su informe mensual The Bluespaper de marzo 2013 ((NABC), 2013).

A nivel nacional según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en la Revista Moneda de junio 2015 indica lo siguiente: Al cierre de 2014, registraron un valor de US\$ 5'048 millones, crecieron a una tasa anual de 19,6 por ciento y representan el 13 por ciento del total de exportaciones del país. Las exportaciones agrícolas tradicionales

sumaron US\$ 843 millones, y crecieron a una tasa anual de 7,4 por ciento. Las exportaciones agrícolas no tradicionales alcanzaron los US\$ 4'205 millones, crecieron a una tasa anual de 22,5 por ciento y significaron el 36 por ciento del total de las exportaciones no tradicionales. (p. 23) (...) los rendimientos agrícolas en el Perú resultan superiores a los promedios mundiales en la mayoría de los productos de exportación. Así, la uva casi triplicó su rendimiento (pasó de 7,3 a 20,2 TM/hectárea entre 1998 y 2013). El rendimiento representativo de la cebolla de exportación corresponde a Ica (62,5TM/hectárea) ampliamente superior al promedio mundial y al de los Estados Unidos (BCRP, 2015).

En 2013, los rendimientos del café y la aceituna se debilitaron por cambios en las condiciones de su producción, para la uva en Piura y para espárragos y paltas en La Libertad donde destaca la incorporación de 18,2 mil hectáreas y mejora del riego de 28,3 mil hectáreas con la ejecución de la irrigación Chavimochic. En la sierra, han aumentado las siembras de quinua, palta y alcachofa, complementando igual producción procedente de la región costa. La mayoría de las frutas y hortalizas orientadas al mercado externo, aunque no son originarias del país, se han adaptado muy bien a nuestros múltiples climas (En el Perú se disfruta de 80 de los 120 Microclimas que hay en el mundo). Entre ellas destacan: café, espárrago, mango, uva, aceituna, alcachofa, cebolla, palta y, más recientemente, los arándanos o “blueberries” y las granadas. El índice Herfindahl – Hirschmann según refleja entre el 2005 y el 2015 muestra una alta concentración entre el año 2005 y 2006 (índice superior a 2500), volviendo a retomar su crecimiento entre los años 2014 y 2015, llegando a casi 60 países del orbe según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en la Revista Moneda de junio 2015 (BCRP, 2015).

A finales del 2014 e inicios del 2015, las principales empresas navieras decidieron invertir en la adquisición de Containers Reefer. En los últimos meses del 2016 el incremento en los terminales portuarios ha logrado superar el 50% de atención del mercado. En el Perú a la fecha no contamos con los suficientes almacenes que brinden servicios de almacenamiento de contenedores, depósito y transporte terrestre y que por su naturaleza se conviertan en socios estratégicos de las principales navieras. Esto permitiría reducir los tiempos de respuesta. Por ejemplo, el proceso de despacho de contenedores para Exportación (aprovisionamiento, alistamiento y despacho de contenedores y distribución), puede estar listo en 3 horas aproximadamente. Con ello estamos hablando, no solo de una reducción en tiempo, también de una reducción en costos, una disponibilidad de contenedores y de capacidad de almacenamiento, una mayor productividad (costo horas-hombre).

Acrescentar las exportaciones de arándanos frescos al mercado Europeo y directamente al mercado alemán, se ha convertido en una excelente posibilidad para la agroindustria de los diferentes mercados mundiales, de igual modo traerá consigo el incremento del mercado exportador peruano de berries y por ende una mayor participación en la producción de arándanos. Al determinar los factores relevantes para la exportación de Arándanos estamos generando mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo.

12. Formulación del problema

¿Factores a considerar para la exportación de arándanos frescos al mercado Alemán, 2017?

13. Justificación

El mundo actual, cada vez más globalizado y con un mercado que crece interconectado, rompiendo cada vez más las barreras fronterizas, demanda productos de alta calidad y beneficiosos para la vida humana, por ello las empresas que decidan o se encuentren incursionando en los mercados internacionales deben estar dispuestos a cubrir estas exigencias. Alemania es un país, parte de la Unión Europea, un gran demandante de productos frescos, pero a su vez un país con muchas exigencias en el plano ambiental y de certificaciones de calidad de los productos de consumo.

Justificación Teórica

Los aportes de este trabajo de investigación se sustentan en información emitida por las autoridades competentes o en conceptos con base científica, los mismos que pueden estar a disposición como aporte a estudios futuros que busquen ser parte de este negocio y de impulsar la exportación y comercialización de arándanos frescos, sea cual fuere el país al que decidan ingresar.

Justificación aplicativa o práctica

El presente trabajo busca fortalecer los factores a considerar para la exportación de arándanos a Alemania, considerando la alta demanda de este producto por parte de dicho mercado. Si bien Alemania es un productor y exportador de arándanos, a la fecha no logra cubrir su demanda en época de contra estación.

Justificación valorativa

Dada la tendencia, al alza, del consumo de productos frescos y orgánicos, en especial en países del “primer mundo”, entre ellos Alemania y considerando el crecimiento constante de la producción de arándanos a nivel nacional hemos visto en la exportación de este fruto, una excelente oportunidad de negocio, tomando en cuenta las ventajas que supone tener un TLC ya aprobado con la Unión Europea. El Perú ofrece hoy innumerables posibilidades para generar actividades económicas de gran rentabilidad, las mismas que se denoten en las exportaciones, en posibilidades de mayores empleos. En tal sentido este trabajo busca incentivar y aumentar las exportaciones de arándanos a Alemania, buscar que cubrir su mercado en contra estación.

Justificación académica

Como futuro profesional de administración y negocios internacionales, estoy orientado a buscar, incentivar y promover todas las posibilidades que nos brinda el mercado internacional, las ventajas de los tratados comerciales y fomentar la exportación de productos peruanos, con todas las exigencias que demande el mercado exterior.

14. Limitaciones

La presente investigación encontró para su desarrollo algunas limitaciones que vamos a describir en estas líneas: Dado que se trata de un producto que no tiene muchos años de desarrollo en Perú, a la fecha son pocos los especialistas tanto en materia de cultivo del producto como en el manejo del mercado internacional. Existen dificultades de accesos a bancos de datos en referencia al desarrollo del arándano, su evolución y domesticación en el Perú. Para lograr resultados se ha ido en busca de fuentes externas, lo mismo que la asistencia al Congreso Nacional de Berries organizado por Sierra Exportadora (hoy Sierra y Selva Exportadora) en el año 2016.

Finalmente, una limitación es el tiempo para el desarrollo de la investigación debido a los quehaceres normales del día a día, familia y trabajo. Encontrar los espacios permitió el llegar al culmine esperado.

15. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar los factores que incrementan la exportación de arándanos frescos al mercado alemán 2017.

1.5.2. Objetivos específicos

Analizar el Factor Económico en Costos de Producción, Costos de Exportación, Sobrecostos y Seguridad.

Evaluar el Factor de Producción en tres aspectos relevantes: Variedades de Arándanos, Demanda del Producto y Tecnología usada.

Identificar componentes del factor logístico: Tratamiento (servicios de Frio y Empaquetamiento), Carga y Descarga, Transporte, Trámites, Certificados e Inspecciones, Almacenaje y Procesos portuarios.

Evaluar el Factor de Reducción de Precios: Sobreproducción, Malas Prácticas y Demanda del Producto.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

A nivel internacional

Forbes, P.; Mangas Ramis, E.; Pagano, N. (2009) *“Diseño y Evaluación de Proyectos Agroindustriales – Producción de Arándanos”* concluye que el proyecto de inversión es técnicamente factible, jurídicamente posible, económicamente rentable y financieramente viable. Destaca la ventaja comparativa que tiene Argentina, especialmente para producir en contra estación. Finalmente, el cultivo de arándanos en forma intensiva es una alternativa de exportación viable, con un muy buen retorno de la inversión a largo plazo y que se encuentra en crecimiento y desarrollo en este último tiempo.

Este antecedente aporta información sobre cómo se implementa una planta en otro país (Argentina) en el cual podemos también ver la viabilidad de proyecto, su rentabilidad y sus enormes posibilidades frente al mercado de estados unidos.

Astete Badilla, F. (2008) *“Evaluación técnica y económica de la producción y exportación de arándanos frescos a estados unidos”* concluye que Estados Unidos mantiene condiciones excelentes para la adquisición de Arándanos frescos al ser el primer importador de arándanos a nivel mundial y que, pese a los aumentos de producción en el hemisferio sur, la demanda es aún insatisfecha. La ventaja de exportar en los meses de contra estación entre octubre a abril es para cubrir el consumo per cápita en Norteamérica que entre el 2001 al 2007 ha crecido de 400 gramos a 700. La exportación de arándanos frescos entre los años 2000 a 2007 en Chile mantiene un estándar, incluso a pesar de que su incremento en la producción ha sido de 400% en los últimos años (hasta 2007). Pero de igual modo se prevé que esto sucederá en la medida que en otros países como Argentina tienen al igual que Chile nuevas plantaciones, las mismas que incrementarán significativamente la producción y por ende los precios en el mercado mundial.

También se efectuó un estudio legal para conocer los estándares que deben cumplir al plantar arándanos, las condiciones y requerimientos mínimos a considerar en el proceso de exportación hacia estados unidos y que instituciones en Chile están comprometidas en dicho proceso. De igual modo un estudio técnico sobre el manejo del cultivo, las condiciones de riego, climáticas y de mantenimiento para poder obtener una alta productividad de la planta. Incluso añadiendo un estudio que implique adquisición de maquinarias, este indicaba que estábamos frente a un proyecto

rentable. Finalmente se cuenta con un proyecto rentable, realizado a nivel de pre factibilidad, se anima a contar con uno de factibilidad, donde las variables claves a definir son las siguientes: El rendimiento de una hectárea con alta densidad de plantas en donde la productividad actual dependen netamente del manejo que se da al huerto; las variedades a escoger y la producción chilena y argentina cuando entren en vigencia plantaciones nuevas. Con toda esta información podemos luego saber si económicamente es posible llevarlo a cabo.

Este antecedente aporta información detallada sobre un estudio de pre factibilidad que incluye el desarrollo de la producción del arándano hasta su proceso de exportación como producto fruta fresco en el mercado internacional, se puede observar que incluso colocándolo en situaciones de alta producción y competitividad, considerando la disminución de sus precios de venta e incluso la variabilidad del tipo de cambio, el proyecto sigue siendo rentable.

Medina Gutierrez, M.; Sanchez Sanchez, M. (2014) *“Producción y Exportación de arándanos para estados unidos”* concluye que la exportación se realizara entre los meses de setiembre a noviembre, meses de contra estación para Estados Unidos, se encuentran en invierno, de modo que el precio de los arándanos es alto. No es época de exportar desde el hemisferio sur y eso brinda una ventaja. El hecho de contar con la certificación GlobalGAP brinda mayores posibilidades, pues es un indicador de calidad y seguridad alimentaria. Finalmente se realizó una evaluación económica, un análisis de sensibilidad, bajo varios escenarios (02 negativos y uno positivo) de los cuales se resumen que el proyecto a nivel de factibilidad económica es positivo y se recomienda llevar a cabo el Plan de Negocio.

Este antecedente aporta información detallada sobre un estudio de pre factibilidad, menciona la certificación necesaria del producto y las ventajas al obtenerla, de igual modo permiten ver diversos escenarios económicos y concluir que siempre es favorable llevar a cabo el proyecto.

A nivel nacional

Salazar Chávez, K. (2014) *“Oportunidades de negocio en el mercado de estados unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región la libertad”* concluye que para el Perú, Estados Unidos representa un entorno atractivo para las Exportaciones de Arándanos frescos, si bien es cierto existen requisitos de Certificaciones que tienen que ser cumplidos por los exportadores peruanos, algunas empresas ya cuentan con la tecnología y conocimiento necesario para cumplir las normas de ingreso del producto. Cabe señalar que Estados Unidos es el primer importador de arándanos a nivel mundial y que Perú tiene la ventaja de exportarlo en

los meses de contra estación entre setiembre a noviembre. Es decir, existe una demanda aún insatisfecha dado que el constante crecimiento de consumo per-cápita en Norteamérica.

La tarea de exportar arándanos se ha incrementado considerablemente en los últimos años, esta es aún pequeña en referencia a los otros países exportadores, como consecuencia su participación en el mercado americano es aún muy ínfima. Sin embargo, el Perú mantiene condiciones favorables para el desarrollo del cultivo de blueberries y la región de La Libertad lidera la exportación de estos, con una participación del 88% del mercado en el Perú. Las grandes empresas liberteñas ya cuentan con el Know-How para la producción de arándanos, tanto en el cultivo intensivo y mano de obra, en el conocimiento técnico y logístico por la delicadeza del fruto. La producción de arándanos va en una tendencia al alza en el Perú con la finalidad de satisfacer la demanda internacional requerida en este último tiempo, pero está sería mucho más requerida si optimiza aspectos de tecnología y la parte logística existente actualmente.

Este antecedente aporta información respecto a la oportunidad de negocio de los arándanos frescos en el mercado internacional, sus posibilidades reales en función del crecimiento de la producción con fines de exportación, del contar con las certificaciones existentes y del saber que la demanda del mercado internacional se encuentra en constante incremento.

Bonilla Arriola, C.; Rivera Delgado, E. (2014) *“Proyecto de inversión para la implementación de una planta exportadora de arándano en Chóchope – Lambayeque para su exportación a EE.UU”* concluye que la estados unidos es el primer productor e importador de arándanos en el mundo, pese a ellos existe una alta demanda insatisfecha durante los meses de diciembre a febrero, lo cual genera su importación desde los países sudamericanos. De igual modo concluye que son los arándanos frescos aquellos de mayor demanda. Al hacer el análisis financiero se concluye que tanto el proyecto como la tasa de inversión son altamente rentables.

Este antecedente aporta información detallada en cifras sobre la inversión inicial, el tiempo de recuperación y la rentabilidad final inclusive comparándola con otro fruto fresco (Aguaymanto).

Acuña Morales, L. (2015) *“Estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad de la instalación de una planta procesadora de arándano fresco tipo blueberry para la exportación”* concluye que en la etapa de prefactibilidad, la implementación de una planta procesadora y exportadora de arándano fresco, tanto técnica, económica y financiera resulta viable. Se presenta al Perú, dado su crecimiento agroindustrial, como

un potencial proveedor de arándanos frescos, en ese aspecto para la implementación de una planta se detalla la producción agrícola y el procesamiento del producto. Finalmente, los indicadores financieros muestran la recuperación de la inversión entre el tercer y cuarto año y con proyección altamente rentable.

Este antecedente aporta información en cifras sobre la implementación de una planta procesadora y exportadora. De igual forma muestran los procesos claves, los recursos a requerir y un detalle financiero referente a la recuperación de la inversión inicial y su viabilidad.

Aquino Zambrano, M.; Delgado Bustinza, C.; Conzales Rivas, H.; Sánchez Ipanaqué, M. (2017) *“Plan de negocios para la producción de arándano fresco (vaccinium myrtillus) proveniente de la zona de Camball (distrito de Bolognesi, provincia de Pallasca, región Ancash), para exportación al mercado de Estados Unidos”* concluye que el modelo de negocio Agro Camball, que cultivará Arándanos tipo Biloxi para exportación es factible, adicionalmente que los productos que no califiquen para el mercado internacional será comercializados localmente. Finalmente, de acuerdo con la Evaluación económica y financiera y colocando en producto en diferentes escenarios estos siempre resultan favorables.

Este antecedente aporta información más actualizada sobre el producto, dado que su estudio corresponde al 2017. De igual modo, financieramente responden como proyectos viables, pese a riesgos que pudieran existir.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Exportación

Definición

Según la Sunat, define a la exportación como:

Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero (2017).

Según SIICEX se trata Régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional. Es la salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

Promperu señala que es un régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre comercialización que salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior las cuales no están afectas a ningún tributo en el mercado local. Está regulada por la Ley General de Aduanas. Decreto Legislativo 951 y su reglamento.

Clases de exportaciones:

Según indica el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) se distinguen 2 tipos de Exportación, una Directa y la otra Indirecta.

Exportación Directa:

Esta es la modalidad más ambiciosa, donde el exportador debe administrar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido. Las ventajas de una exportación directa son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Este tipo de exportación es el camino más directo para aumentar las ganancias y obtener un sólido crecimiento empresarial a mediano y largo plazo. Cuando la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe reflexionar acerca de los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: *agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.*

a.- Agentes

El agente es un "tomador de órdenes de compra". Presenta las muestras, entrega documentación, transmite las órdenes de compra, pero él mismo no compra mercadería. En general, el agente trabaja "a comisión", no asume la propiedad de los productos, no asume ninguna responsabilidad frente al comprador y posee la representación de diversas líneas de productos complementarios que no compiten entre ellos. Opera bajo un contrato a tiempo determinado, renovable según resultados, el cual debe definir territorio, términos de venta, método de compensación, causas y procedimientos de rescisión del contrato, etc. El agente puede operar con o sin exclusividad. Es siempre conveniente establecer claramente en el contrato con el agente si se le otorga autoridad legal o no, para representar y comprometer a la empresa.

b.- Distribuidores

El distribuidor es un comerciante extranjero que compra los productos al exportador peruano y los vende en el mercado donde opera. Es regla general que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y que se haga cargo de los servicios pre y post-venta, liberando al productor de tales actividades. Los distribuidores -que muy raramente llegan al consumidor final, sirviendo generalmente al mercado minorista- suelen completar su oferta con otros productos y/o marcas complementarias, no competitivas entre sí. Los términos de pago y el tipo de relación entre el exportador y el distribuidor extranjero están regidos por un contrato entre dichas partes.

c.- Minoristas

El importante crecimiento comercial de las grandes cadenas minoristas ha creado excelentes oportunidades para este tipo de venta. El exportador contacta directamente a los responsables de compras de dichas cadenas. Se puede apoyar este tipo de venta a través del envío de catálogos, folletos, etc. Se cuenta con nuevos métodos informáticos que facilitan llegar a un público más amplio, reduciendo -en cierta medida- los gastos originados por viajes y por el pago de comisiones a intermediarios. No obstante, debe tenerse presente que el contacto personal con los potenciales clientes sigue siendo la herramienta más eficaz.

d.- Venta directa a consumidores finales

Una empresa puede vender sus productos directamente a consumidores finales de otros países. Este es un método utilizado más bien por grandes empresas, puesto que exportar de esta manera requiere grandes esfuerzos de marketing y el exportador

asume todas las actividades de envío de la mercadería, de importación en el mercado de destino, de prestación de servicios pre y post-venta, de cobro, etc.

Exportación indirecta

A través de la venta a clientes nacionales, que luego exportan el producto. Es como vender a cualquier otro cliente nacional. En esta situación, es otro el que decide qué producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y la gestión de la exportación. Es una forma interesante de comenzar a colocar los productos propios en el extranjero.

En esta situación es esencial que el productor (proveedor) identifique con precisión las empresas susceptibles de estar interesadas en sus productos, estableciendo una estrecha relación con las mismas, pues su éxito comercial dependerá de la capacidad de interpretar las necesidades de la empresa exportadora. Esto permite una integración eficaz del proceso productivo, fortaleciendo la relación comercial. También es importante que el productor se mantenga bien informado sobre las tendencias de los mercados donde la empresa vendedora coloca sus productos, pues ello le permite establecer estrategias relativas a los mismos y a sus clientes exportadores. Es importante destacar que el productor puede luego encontrar la oportunidad de exportar directamente.

A través de intermediarios. En este caso la empresa exporta, por ejemplo, a través de una "Trading" (sociedad intermediaria) que busca o tiene los compradores en los mercados del extranjero.

Esta forma de exportar de manera indirecta es utilizada por pequeñas empresas que no se sienten en condiciones de comprometerse con la exportación directa; o bien por empresas que ya exportan, pero que eligen la vía del intermediario para ingresar a nuevos mercados. La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa.

El principal inconveniente de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan posibilidades concretas de colocar los productos. De esta forma, la selección del intermediario es crucial, ya que el productor o la empresa dependerán totalmente de la capacidad de venta del mismo. Una alternativa para tener en cuenta es la creación de una Trading común para diversas PYMES productoras. Es un concepto similar al que puede presentar un consorcio de exportación o agrupación para la exportación. Estas organizaciones resultan particularmente útiles para las PYMES, las cuales están, por lo general, limitadas en su capacidad comercial internacional individual.

Otras consideraciones

De igual forma, la Ley General de Aduanas considera las siguientes modalidades de exportación:

Exportación definitiva

Exportación temporal

Exportación sin valor comercial (operaciones que involucren menor cuantía que comprende el equipaje, menaje de casa, donaciones, así como las muestras, obsequios, mensajería internacional y otras mercancías, cuyo valor FOB no exceda de US\$ 2,000).

Fines de la exportación

La organización que exporta, independiente del tamaño de esta, diversifica sus riesgos, analiza en el mercado internacional las variaciones del gusto de los consumidores y las novedades de los productos que otras empresas similares desarrollan, esto le va a permitir ampliar sus conocimientos comerciales y mantener una ventaja, que pueda darse en el plano económico (financiamiento) como hasta una mayor presencia en el mercado nacional. La finalidad de la exportación es asegurar el continuo crecimiento de la empresa que vende en otros países.

Costos de exportación:

Los costos o precios de exportación se utilizan para calcular los términos de intercambio. Estos se definen como la relación entre el índice de precios de exportación y el índice de precios de importación. Podemos señalar los siguientes conceptos:

Costo más beneficio: El precio de venta se fija de recuperar los costos totales de la operación más un beneficio esperado.

Costo Marginal: El exportador solo toma en cuenta los costos variables para la determinación del precio de exportación. Los costos fijos los carga solo en los precios de los productos que vende localmente.

Beneficio máximo: En base al precio de la venta de la competencia en el mercado de destino, el exportador le va a restar los costos de comercialización, nacionalización y transporte a fin de llegar al máximo valor FOB de exportación. Impuestos: Deben eliminarse todos aquellos están exceptuados por la reglamentación vigente.

Utilidad: Se podrá expresar en suma fija o porcentaje sobre el valor FOB.

Gastos directos de exportación: Incluyen: Embalaje, seguro de transporte interno, acondicionamiento interior, almacenaje, gastos por obtención de la documentación internacional, costo por arrendamiento de contenedores, etc.

Gastos Indirectos de exportación: Se incluyen los gastos bancarios, de despacho y terminales de carga, honorarios de despachante de aduana, así como todos los tributos que pudiesen corresponderle al producto. La idea es aclarar las dudas relacionadas con el traspaso de los productos del vendedor al comprador, en cuanto al traslado de productos, las responsabilidades de importación y exportación y determinar con claridad quien asume los riesgos y gastos para cada parte del proceso de transporte.

Estas normas son una serie de términos comerciales usados en todo el mundo para determinar y dividir los costos de las transacciones y las responsabilidades tanto de los compradores como de los vendedores en el ámbito del comercio internacional

Los costos de una exportación varían según el Incoterm (Términos Internacionales de Comercio) el cual hayan negociado las partes en el contrato de compra y venta internacional

Inserción y sondeo de mercado: Se fija el precio en base a los precios de la competencia, normalmente se fija un valor más bajo a fin de obtener una porción del mercado.

Fijación de precios diferenciales: Significa establecer diferentes precios en el mismo mercado, los que van a estar dados por el tipo de cliente que efectúa la compra, las cantidades y la forma de pago pactada.

Liderazgo o seguimiento de precios: El exportador fija el precio, sobre todo si el producto es de una marca reconocida. En estos casos la competencia sólo puede optar por seguir las pautas de precios fijadas por el líder.

Barreras arancelarias

Se trata del impuesto o gravamen denominado ARANCEL determinado por un país al ingreso, salida o tránsito de bienes. Son importantes, porque mediante ellos se obtienen ingresos gubernamentales, se protege a la industria y producción nacional, así como disminuye las importaciones y mejora la posición de la balanza comercial de los países.

Existen tres TIPOS de Arancel:

El Ad Valorem (en latín "de acuerdo al valor"), como un porcentaje del valor de los bienes; por ejemplo: 2% del valor CIF; los específicos, como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen; por ejemplo: USD 1,00 por cada Kg. importado; y finalmente los mixtos o compuestos, que son los que combinan los dos anteriores.

Vale mencionar que un Arancel elevado puede traer consigo consecuencias negativas tales como el aumento del precio de los productos objeto de arancel en el mercado nacional, es por tanto negativo para el consumidor. Impulsa al país a utilizar recursos ineficientemente, sacrificando la producción y especialización en los bienes donde existen ventajas comparativas. Aumenta la producción nacional de bienes con arancel y finalmente permitirles a las empresas instaladas crecer exentas de la competencia del mercado internacional, un exceso de protección puede producir que el protegido elabore un producto en condiciones de ineficiencia.

Clasificación arancelaria

Las mercancías deben identificarse al pasar por las aduanas, a fin de: definir su situación arancelaria, el arancel que les corresponde establece correctamente los impuestos aplicables; y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en la aduana.

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías, el cual ha sido adoptado por la mayoría de los países. Esta corresponde a un modelo liberalizado de comercio internacional, en la cual la mayoría de los productos importados no requiere de licencia de importación.

Según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías, el arándano tiene la siguiente clasificación (TRADE MAP, 2013):

Capítulo

08 - -Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.

Código armonizado

0810.40.00 - - Arándanos Rojos, Mirtilos y Demás Frutos Del Genero Vaccinium, Frescos.

Subpartida Nacional

0810.40.00.00 - - Arándanos Rojos, Mirtilos y Demás Frutos Del Genero Vaccinium, Frescos.

Barreras no arancelarias

Son las medidas que no permiten el libre flujo de las mercancías entre distintos países. Existen diversos tipos de dichas barreras, sin embargo, hay algunas que son utilizadas con mayor frecuencia dentro del comercio internacional, las cuales son las utilizadas con mayor frecuencia dentro del comercio internacional (Departamento de Cooperación Técnica - FAO, 2000), las cuales son las siguientes:

Regulaciones de etiquetado

Este tipo de normas se encuentran prácticamente en todas las mercancías a exportar o importar, sobre todo si es para su venta directa al consumidor final. Estas regulaciones consisten en establecer los requerimientos de los fabricantes, exportadores y los distribuidores del producto. La etiqueta además de ayudar al consumidor a conocer la marca del producto, también le es útil para conocer el país de origen, quién los produce, y otras características como contenido e ingredientes.

Regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias

Estas medidas han sido impuestas por los países con la finalidad de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal de ciertos agentes riesgosos que no existen dentro de su territorio. Algunos aspectos básicos que cubren estas regulaciones se aplican: Durante el proceso de producción, a través del uso de plaguicidas y fertilizantes, pruebas de laboratorio, inspecciones, certificaciones sanitarias, regímenes de cuarentena, determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.

Normas técnicas

Este tipo de regulación se refiere a las características y propiedades técnicas que deben cumplir los productos en el mercado importador. Estas normas sirven para garantizar a los consumidores que los productos que compran cuentan con la calidad, la seguridad y las especificaciones de fabricación necesarias. Dichas normas expresan el tamaño, dimensiones, inflamabilidad o símbolos, embalaje, etc., aplicables a un producto.

Subsidios

Son pagos del gobierno a los productores locales. Los subsidios toman diversas formas, aportaciones en efectivo, préstamos con intereses bajos, anulación de impuestos y participación del gobierno en el capital contable. Al disminuir los costos, los subsidios benefician a los productores domésticos de dos maneras: permiten competir con las importaciones y ganar nuevos mercados para la exportación.

Cuotas a la importación y restricciones a la exportación

Las cuotas a la importación son una restricción en la cantidad de algún bien que es importado por un país. Esta restricción normalmente se aplica otorgando licencias de importación a un grupo de individuos o firmas.

Políticas antidumping

Dumping se define como la venta de productos en un mercado extranjero a un precio menor a sus costos de producción, o el vender debajo del valor justo del mercado.

Políticas administrativas

Son reglas burocráticas designadas para hacer difícil que las importaciones entren a un país.

Otras Barreras no arancelarias

Existen diversos tipos de barreras, éstas dependen de la clase de producto a exportar:

Normas de calidad para frutas y legumbres

Regulaciones ecológicas

Normas internacionales de calidad: Aun cuando cada mercado tenga sus propias normas de calidad, cada vez más se busca su estandarización. De éstas las más conocidas son las ISO 9000. (Departamento de Cooperación Técnica - FAO, 2000)

Ítems por investigar antes de realizar una exportación

Según la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER) señala que existen 2 aspectos importantes a considerar para proceder con una exportación de productos en general:

Reglamentación comercial del país:

Licencias o permisos de importación

Requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios

Acuerdos comerciales

Requerimientos especiales: ambientales, calidad, etc.

Normas Técnicas

Acceso al mercado:

Derechos de aduana y contingentes

Impuestos internos

Restricciones en materia de divisas

Reglamentaciones sanitarias y de seguridad

Reglamentaciones y normas en torno al etiquetado de productos.

Factores políticos

Incoterms

Son una serie de términos creados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) y cuya validez es internacionalmente reconocida. Los INCOTERMS son términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar los costos que asumirán las partes y el momento en que se transfiere el riesgo de pérdida o daño a la mercancía del vendedor al comprador y establece cuál de las partes:

- Paga el transporte de la mercancía
- Paga el seguro que cubre los posibles daños y deterioros que sufra la mercancía durante el transporte
- Establece en qué lugar el exportador ha de poner la mercancía a disposición del importador.
- Corre con otro tipo de gastos (aduaneros, portuarios, etc.).

Existen 11 INCOTERMS que en cada contrato de compra-venta internacional se especificara cuál de ellos se aplicará, en función de lo acordado entre el exportador y el importador. Suelen identificarse por siglas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013). A continuación, adjuntamos un cuadro resumen, con los términos regulados:

Tabla nº 1: Relación de Incoterms

Grupo de Salida	E	EXW	En Fábrica	Ex Work
Grupo sin pago de transporte principal	F	FCA	Franco Transportista	Free Carrier Free
		FAS	Franco junto al buque	Alongside Ship
		FOB	Franco a bordo del buque	Free on Board
Grupo con pago de transporte principal	C	CFR	Costo y flete(*)	Cost and Freight Cost
		CIF	Costo, seguro y flete	Insurance Freight
		CPT	Transporte pagado hasta	Carriage Paid To
		CIP	Transporte y seguro pagado	Carriage and Insurance Paid to
Grupo de Llegada	D	DDP	Entrega derechos pagados	Delivered Duty paid
		DAT	Entrega en el terminal	Delivery at terminal
		DAP	Entrega en el lugar	Delivery at place

Fuente y elaboración: SUNAT

Clasificación según el lugar de venta, la misma que se detalla a continuación:

Venta de origen: Cuando el vendedor entrega las mercancías en su país y más allá no tiene ninguna obligación. Al comprador le conviene contratar seguro.

Venta en Tránsito: El vendedor entrega las mercancías en su país de destino, por ejemplo, pagar el flete o pagar el flete y seguro.

Venta en destino: Cuando el vendedor por su cuenta y riesgo entrega las mercancías en el país comprador.

Tabla nº 2: Clasificación de Incoterms

Venta en origen	Venta en tránsito	Venta en destino
EXW – C.T	CFR – M	DDP – C.T
FCA – C.T	CIF – M	DAT – C.T
FAS – M	CPT – M	DAP – C.T
FOB – M	CIP – C.T	

Fuente y elaboración: SUNAT

*CT= Cualquier Transporte

**M= Marítimo

Tratados de Libre Comercio del Perú

Perú ha firmado tratados de libre comercio que les dan un acceso seguro y preferencial a diversos mercados de América, Europa y Asia. Hoy, gracias a los TLC o Acuerdos Comerciales del Perú, los principales mercados del mundo están abiertos, y millones de consumidores pueden conocer y disfrutar los productos y servicios que nuestro país produce y exporta. Esta política ha permitido la posición competitiva de nuestras exportaciones, de tal forma que estas vienen creciendo sostenidamente por los últimos años.

En efecto, uno de los beneficios de los acuerdos es la rebaja arancelaria en el país de la recepción, para lo cual universalmente se exige que cumplan con el criterio de origen, es decir que el producto sea originario, producido o elaborado, en el país de exportación que es parte del Acuerdo y que la mercancía y su respectiva partida arancelaria se encuentre dentro del texto del acuerdo.

De acuerdo con el alcance de la actual investigación, consideraremos exclusivamente el Tratado con la Unión Europea (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012)

Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea

Las negociaciones para un Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea culminaron el 28 de febrero de 2010 en la ciudad de Bruselas, luego de Nueve Rondas de Negociación. El 18 de mayo de 2010, durante la VI Cumbre Unión Europea, América Latina y el Caribe (ALC-UE) celebrada en Madrid se anunció formalmente la conclusión de esta negociación. Asimismo, el 23 de marzo de 2011, luego de concluido el proceso de revisión legal del Acuerdo, este fue rubricado con el objeto de iniciar el proceso interno en cada una de las Partes para la aprobación y entrada en vigencia del Acuerdo, El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú y Colombia se suscribió el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica. El Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea entró en vigencia el 1° de marzo de 2013.

El origen de las negociaciones de este Acuerdo se enmarca en la relación política y comercial de la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE) de más de tres décadas de desarrollo, profundización y consolidación del proceso de integración de ambos bloques regionales. Así, la voluntad de acercamiento dio lugar al inicio de las negociaciones para la suscripción de un Acuerdo de Asociación bloque a bloque CAN-UE, el cual sería integral y comprehensivo, incluyendo tres pilares de negociación: Diálogo Político, Cooperación y Comercio. Sin embargo, dicha negociación fue suspendida en junio de 2008 debido a las diferentes visiones y

enfoques de los países andinos, lo cual dificultó la presentación de un planteamiento conjunto ante la UE en algunos temas.

Luego de intensas gestiones para retomar las negociaciones, en enero de 2009 Perú, Colombia y Ecuador, quienes manifestaron la voluntad de continuar con las negociaciones con la UE, retomaron las mismas con miras a lograr la suscripción un Acuerdo Comercial que sea equilibrado, ambicioso, exhaustivo y compatible con la normativa de la OMC.

Las disciplinas que se incluyeron en la negociación fueron: Acceso a Mercados; Reglas de Origen; Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio; Obstáculos Técnicos al Comercio; Medidas Sanitarias y Fitosanitarias; Defensa Comercial; Servicios, Establecimiento y Movimiento de Capitales; Compras Públicas; Propiedad Intelectual; Competencia; Solución de Diferencias, Asuntos Horizontales e Institucionales; Comercio y Desarrollo Sostenible y Asistencia Técnica y Fortalecimiento de Capacidades.

Este Acuerdo Comercial forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión, para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

Con este Acuerdo Comercial se ha obtenido un acceso preferencial para el 99.3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales. Los productos de interés de Perú como espárragos, paltas, café, frutos del género *capsicum*, alcachofas, entre otros ingresaran al mercado europeo libre de aranceles a la entrada en vigencia del Acuerdo.

La UE es uno de los principales destinos de nuestras exportaciones, con una participación del 18% al 2011; asimismo, en ese mismo año, dicha región ocupó el 1º lugar entre los países con inversión extranjera directa en el Perú con un 51.8% de participación debido a capitales de España, Reino Unidos, Holanda y Francia, principalmente. La UE representa un mercado de grandes oportunidades, con más de 500 millones de habitantes con niveles de ingreso per cápita entre los más altos del mundo. (Fuente MINCETUR)

2.2.2. Barreras de Entrada

Barreras de Ingreso a Alemania:

La legislación general para el sector alimentos se establece en la ley de alimentos y alimentos para animales, vigente desde el 1 de septiembre 2005. (Gesetz zur Neuordnung des Lebensmittel- und des Futtermittelrechts (LFGB)). Texto completo disponible <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/lfgb/gesamt.pdf> (idioma alemán). Las principales regulaciones que se aplican son:

Trazabilidad – (Rückverfolgbarkeit): A contar del 1 de enero 2005, está vigente el artículo No. 18 de la regulación Reglamento (CE) no 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002, por el que se establecen principios y requisitos generales de la legislación alimentaria; se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria”. Texto completo en el diario oficial L131 del 1 de febrero 2002. (Búsqueda por EUR-Lex) General principles and requirements of Food Law established in Regulation (CE) No. 178/2002 (OJL-31 01/02/2002) (Hamburgo, 2011)

Reglamento Higiene General foodstuffs hygiene rules and hygiene specifications for food of animal origin according to Regulation (EC) No. 852/2004 and 853/2004 (OJ L-226 25/06/2004) respectively. (Hamburgo, 2011)

Regulación de límites máximos de residuos

(Rückstandshöchstmengenverordnung) del Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura. Última versión consolidada se publicó en 1999, las modificaciones están disponible en la página web del Ministerio www.verbraucherministerium.de. Hay que tener en cuenta que la legislación de los países de la Unión Europea no está armonizada y en algunos casos se aplican límites más estrictos en Alemania, Link al documento de la Unión Europea: Measures to monitor the presence of residues of pesticides, veterinary medicines and contaminants in and on food of animal origin. (Hamburgo, 2011)

2.2.3. Factores de Exportación de productos agrícolas

El proceso de exportación permite a las empresas ser competitivas en un mercado más amplio y con altas posibilidades comerciales, convirtiéndola en una de las opciones más importantes para aumentar la rentabilidad de los recursos productivos y, por tanto, mejorar sus resultados económicos (Ram, 1987; Wagner, 2002; Mengistae y Pattillo, 2004; Lanzas y Moral, 2007; Martín y Rodríguez, 2009, o Correa y Domenech, 2012). Aparte de los beneficios directos, la internacionalización ofrece a las empresas una serie de beneficios indirectos, como el aprendizaje y el conocimiento de los mercados internacionales en los que opera, aumentando así su competitividad (Blalock y Gertler, 2004; Biesebroeck, 2005; Loecker, 2007; Hessels y Van Stel, 2011). En esta línea, y tal y como defienden Alonso y Álvarez (2003), la exportación puede ser una herramienta poderosa para el desarrollo de la empresa.

Tomando como referencia los estudios de Zou y Stan (1998) y de Fernández et al. (2008), este último para el caso de las sociedades cooperativas, los principales factores que inciden en la probabilidad de que una empresa exporte son: las características de la compañía (antigüedad, forma jurídica o tamaño empresarial); la actitud por parte de la gerencia; la formación de la dirección; la percepción de las barreras de entrada a los mercados internacionales; las características de la competencia del mercado interior y exterior. Además, existen investigaciones que señalan la adopción y uso de innovaciones en la empresa como determinante para que éstas operen en el mercado exterior (Sumpsi, 2004; Gorodnichenko et al., 2010; Boso et al., 2013 o Jiménez, 2013). Tomado de la revista CIRIEC – España N° 81, Agosto 2014, pp 241-262

Durante las tres últimas décadas, se han realizado una gran cantidad de investigaciones en todo el mundo, con el objetivo de conocer cuáles son los factores que impiden la puesta en marcha, el desarrollo y la sostenibilidad de las operaciones de exportación de una empresa.

Los primeros estudios aparecieron por primera vez en la década de 1960, pero el impulso de la investigación se produjo en la década de 1980 y principios de 1990 (Leonidou L. C., Export Barriers: Non - exporters' Perceptions, 1995).

Para la exportación de productos agrícolas, según una encuesta realizada por Adex a 100 empresas exportadoras, mostró los factores que tienen mayor incidencia negativa tienen en el desempeño de las exportaciones. Podemos señalar los siguientes como relevantes a considerar: Factor Económico, Factor de Producción, Factor Logístico, Factores de Baja de Precios, Cierre de Mercados, Desconocimiento de Tratados de Libre Comercio

Factores Económicos

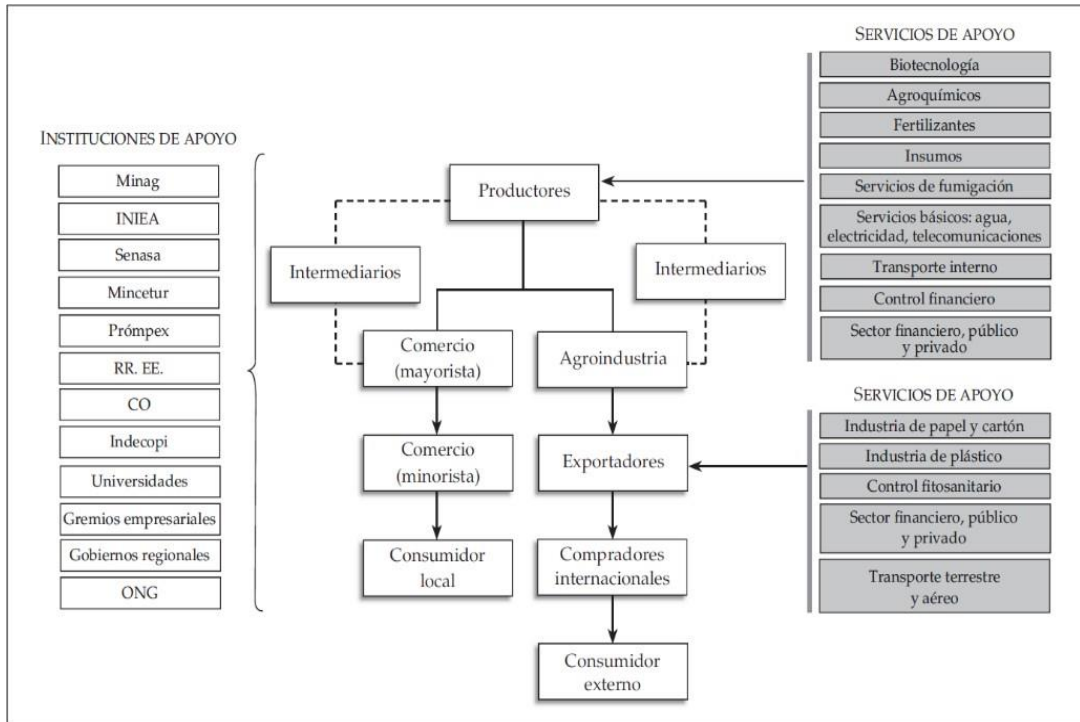
La creciente globalización económica se manifiesta principalmente en el incremento del comercio internacional de bienes y servicios, así como también en la velocidad del avance tecnológico. Los tratados de libre comercio forman parte de este crecimiento comercial, y a través de ellos los países buscan aliados para lograr intercambios de bienes y servicios a costos preferenciales que permiten incrementar la demanda de los productos agrarios y generar una gran actividad económica en el sector.

Kou et ál. (2003) señalan que: «El conocimiento son acciones, normas, políticas y procedimientos generados o adoptados en una organización para facilitar sus operaciones y su generación de valor. Es un bien económico que genera ventajas competitivas».

En el sector agrario peruano la cadena productiva agrupa a diferentes agentes económicos relacionados, tales como: productores agropecuarios, productores agroindustriales, intermediarios, comerciantes mayoristas, comerciantes minoristas, exportadores, compradores internacionales, consumidores locales y consumidores externos. El gobierno también forma parte de la cadena productiva como promotor, articulador y facilitador.

En la figura 01 se puede apreciar la interrelación entre los actores de dicha cadena. Teóricamente, cuando los agentes de la cadena agroexportadora están articulados en tecnología, eficiencia, financiamiento o capital bajo condiciones de cooperación y equidad, se puede lograr una cadena productiva competitiva

Figura nº 1: Cadena Productiva y Exportadora – Productos Agrícolas



Fuente y Elaboración, Mincetur 2003

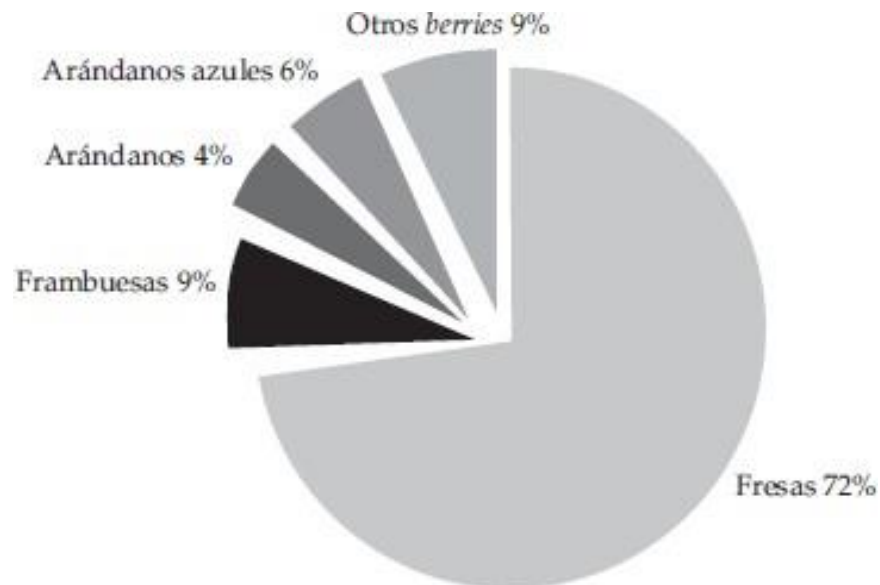
La influencia de los costes laborales relativos sobre el flujo de exportaciones ha experimentado cambios importantes en los últimos tiempos. De una parte, la globalización propicia una mayor sensibilidad de las exportaciones en relación con los costes, pero, por otro lado, el alto grado de especialización y configuración de los productos obliga a dar entrada a otros elementos fundamentales en la lucha competitiva, como serían la productividad y los factores tecnológicos capaces de generar innovaciones en los productos y procesos de las empresas. Según el estudio llevado a cabo por Carlin et al. (2001) sobre la incidencia de los Costos Laborales Unitarios en la determinación de las exportaciones en 14 países de la OCDE para el período 1970-1992, los resultados parecen indicar que un aumento del 10 % en los costes relativos provoca un declive de las exportaciones del 3%, cifra que en la actualidad sigue pendiente.

Para el caso peruano según fuente de ADEX los exportadores enfrentan procesos de fiscalización laborales en su mayoría arbitrarios y lesivos. El gran número de instituciones públicas que intervienen en los procesos no solo generan sobre costos logísticos también incrementan los costos laborales y las trabas para la exportación.

Factor de Producción

La producción es un factor determinante dentro de la exportación de productos agrícolas, hay que considerar la tendencia del mundo actual y la necesidad de muchos países al consumo de productos agrícolas frescos. Según fuentes de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) al año 2008, dentro de la producción mundial de frutas, que alcanzaba 150 millones de toneladas, los berries representaban un 3%, con alrededor de 4 millones de toneladas y una tasa de crecimiento anual del 2,9%. A pesar del pequeño volumen que se comercializaba mundialmente, estos frutos poseen una serie de características y cualidades que hacen que su demanda se haya incrementado muy considerablemente, ya que los consumidores están dispuestos a pagar precios superiores a los de las frutas más comunes. Son considerados delicatessen o exquisiteces, son atractivos a la vista, tienen variadas alternativas de industrialización y poseen propiedades benéficas para la salud.

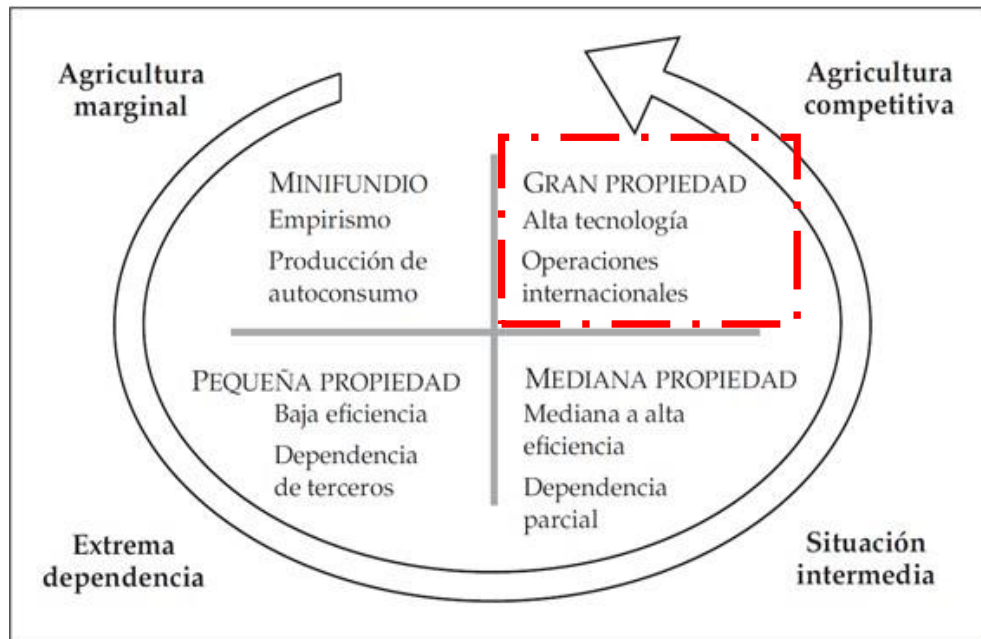
Figura nº 2: Distribución de la producción mundial de berries



Fuente y elaboración FAO 2008

En la figura nº 2 se observa la distribución del 3% de la producción mundial de berries en sus diferentes alternativas, arándanos, frambuesas, fresas entre otros.

Figura 3: Distribución de los productores agropecuarios



Fuente y Elaboración: Prómplex 2008

En la figura nº 3 se observa que la agricultura competitiva es el cuadrante de los agropecuarios que cuentan con los medios para la mejora de la producción, el desarrollo de la tecnología reduce costos, aunque debemos considerar un riesgo, que la productividad también puede ser causante de la sobreproducción, es decir, producir más productos de los que la población está dispuesta a comprar. Además, puede afectar también los procesos, el desarrollo de las promociones (la tecnología de las comunicaciones facilita la rapidez en las transacciones y el contacto con clientes potenciales) y la mejora de los sistemas de distribución respecto del medio de transporte más adecuado para cada tipo de producto.

Factores Logísticos

Según refiere el PENX 2025 - Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en su tercer pilar sobre la Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional. Indica que existen todavía importantes retos que afrontar en esta materia, principalmente vinculados a la reducción de los costos logísticos: “Es indudable que aspectos como [...] el desarrollo de una infraestructura logística de primer orden, [...] constituyen los retos en materia de facilitación a los que todavía se debe hacer frente”.

La Logística y transporte internacional dentro del comercio mundial se mueve en función de la carga que generan los mercados internacionales. En consecuencia, la importancia de uno u otro mercado en el entorno internacional dependerá de cuánta

carga puede movilizar a través de sus puertos, aeropuertos y diversos corredores comerciales. En la última década se han realizado importantes inversiones en el aspecto de infraestructura logística a lo largo de nuestro territorio, como lo representan las concesiones realizadas de los principales puertos, aeropuertos y corredores logísticos. Sin embargo, debido al crecimiento económico del país y a las exigencias del mercado, estas inversiones no son suficientes para alcanzar un mejor desarrollo competitivo en materia de comercio exterior y consecuentemente una reducción de los costos logísticos que lleve al Perú a convertirse en el hub logístico de la región.

Factores de Reducción de Precios

Según la FAO, la mayoría de los precios de los productos agrícolas de exportación caen normalmente debido a diversos factores, entre ellos los más resaltantes son: la sobre producción, las malas prácticas en el tratamiento del producto (según fuente Univ. Agraria La Molina), por situaciones internas del país (inestabilidad política), por el tipo de cambio, por la demanda del producto y por la retracción de la economía entre otros factores.

2.2.4. Producto:

Definición

Producto es lo que toda organización, según sea su dimensión desde una Macro empresa hasta una pequeña (podemos incluir a las empresas unipersonales, los pequeños emprendedores), ya sea lucrativa o no ofrece a su mercado meta con el único fin de alcanzar los fines que persigue (utilidades, impacto social entre otros).

Según los grandes gurús de la Administración y el Marketing las definiciones son diversas. Para Jerome McCarthy y William Perrault, "es la oferta con que una compañía satisface una necesidad" (Del libro: «Marketing», 11a edición, de McCarthy Jerome y Perrault William, McGraw-Hill Interamericana de España, 1997, Pág. 271)

Según Stanton, Etzel y Walker, "Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, (PROMPERU, Perfil Producto Mercado - Arándanos en Alemania, 2014) una persona o una idea" (Del libro: «Fundamentos de Marketing», Decimocuarta Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 221).

Para Kerin, Hartley y Rudelius, es "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor" (Del libro: «Marketing», Novena Edición, de Kerin Roger, Hartley Steven y Rudelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 254).

Según Philip Kotler y Kevin Lane Keller, un producto "es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad" (Del libro: «Dirección de Marketing», Duodécima Edición, de Kotler Philip y Keller Kevin, McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 372).

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio. (Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 277).

Clases de Productos:

La Clasificación de Niza categoriza a los productos y servicios para el registro de las marcas de fábrica o de comercio y las marcas de servicios. Las oficinas de marcas de los Estados signatarios del Arreglo de Niza están obligadas a incluir en sus documentos y publicaciones oficiales las clases de los productos y servicios para los que se solicita la protección de la marca.

La utilización de la Clasificación de Niza permite la presentación de solicitudes empleando un solo sistema de ordenamiento y la simplificación el proceso administrativo. Es decir, los productos y servicios a los que se aplica una marca estarán categorizados de la misma manera en todos los países que haya adoptado la clasificación.

La Clasificación Internacional de Productos y Servicios está compuesta por 34 clases de productos y 11 clases de servicios.

Clasificación internacional de productos y servicios – NIZA, 11ª edición, versión 2017

Clase 1. Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria.

Clase 2. Pinturas, barnices, lacas; productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para la pintura, la decoración, la imprenta y trabajos artísticos.

Clase 3. Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

Clase 4. Aceites y grasas para uso industrial; lubricantes; composiciones para absorber, rociar y asentar el polvo; combustibles (incluida la gasolina para motores) y materiales de alumbrado; velas y mechas de iluminación.

Clase 5. Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Clase 6. Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

Clase 7. Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamiento y elementos de transmisión (excepto para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean accionados manualmente; incubadoras de huevos; distribuidores automáticos.

Clase 8. Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar.

Clase 9. Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad;

aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

Clase 10. Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas discapacitadas; aparatos de masaje; aparatos, dispositivos y artículos de puericultura; aparatos, dispositivos y artículos para actividades sexuales.

Clase 11. Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias.

Clase 12. Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.

Clase 13. Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos artificiales.

Clase 14. Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.

Clase 15. Instrumentos musicales.

Clase 16. Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

Clase 17. Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; materias plásticas y resinas semielaboradas; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Clase 18. Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales.

Clase 19. Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

Clase 20. Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

Clase 21. Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana y loza.

Clase 22. Cuerdas y cordeles; redes; tiendas de campaña y lonas; toldos de materias textiles o sintéticas; velas de navegación; sacos para el transporte y almacenamiento de mercancías a granel; materiales de acolchado y relleno, excepto el papel, cartón, caucho o materias plásticas; materias textiles fibrosas en bruto y sus sucedáneos

Clase 23. Hilos para uso textil.

Clase 24. Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas

Clase 25. Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Clase 26. Encajes y bordados, cintas y cordones; botones, ganchos y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales; adornos para el cabello; cabello postizo.

Clase 27. Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles.

Clase 28. Juegos y juguetes; aparatos de videojuegos; artículos de gimnasia y deporte; adornos para árboles de Navidad.

Clase 29. Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Clase 30. Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Clase 31. Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

Clase 32. Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Clase 33. Bebidas alcohólicas (excepto cervezas).

Clase 34. Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

2.2.5. Productos frescos

Corresponde a las Clase N° 31 de la Clasificación NIZA, se trata de los productos agrícolas, granos y semillas en bruto sin procesar y que conservan su naturalidad de origen.

Arándanos:

Definición

El arándano es una baya originaria de América del Norte, donde crece en forma silvestre. Generalmente se cultivan dos tipos de arándano: Lowbush blueberry (*Vaccinium angustifolium*) que comprende las especies más pequeñas y Highbush blueberry (*Vaccinium corymbosum*) que abarca los arbustos más grandes, dentro de los cuales se encuentran muchas variedades comerciales.

Características:

Según el MINAGRI, lo característico en arándanos constituyen un grupo de especies nativas del hemisferio norte, pertenecen a la familia de la Ericáceas, la misma familia a la que pertenecen las azaleas y el rododendro. Las especies de mayor interés comercial son *Vaccinium corymbosum* L. (arándano alto, highbush) y el *Vaccinium ashei* (Arándano ojo de conejo, rabbiteye).

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

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

Clasificación de los arándanos:

Los arándanos se clasifican en:

“Arándanos altos” o HighbushBlueberry: Es el tipo de arándano más plantado en el mundo, produce la fruta de mejor calidad, en cuanto a tamaño y sabor. Esta variedad se divide en dos grupos según la temperatura.

Arándano alto del Norte o NorthernHighbush: Este grupo requiere más de 1,000 horas de frío, en base a 7°C, las cuales se adaptan a la zona norte de EE.UU. Destacan las variedades Bluecorp, Berkeley, Duke, Jersey, Early Blue, Elliot, Bluerrey, Brigitta, Spartan, Patriot, Toro, Bluegold y Aurora.

Arándano alto del Sur o SouthernHighbush: Este cultivo se adapta en zonas más templadas donde no existe el frío invernal suficiente para la cosecha de arándanos altos del Norte. Esta especie crece en la zona Sur de EE.UU, centro de México, norte de Argentina, Sur de España, centro norte de Chile y la costa de Perú.

“Arándano bajo” o LowbushBlueberry: Es también conocido como arándanos salvajes, crecen en el norte de EE.UU y sur de Canadá. Esta especie no tiene mayor importancia comercial para otras zonas.

Arándanos “ojo de conejo” (LowBush), corresponde a variedades con poca cantidad de horas de frío. (Jara, Características de los arándanos cultivados en Perú, 2010).

Las variedades Biloxi, O’ Neal, Legacy, Misty Jewel y Emerald entre otras, son ideales para cultivar en Perú según opinión de especialistas agrónomos chilenos. (Unzueta, Arándanos en Perú, 2012)

En las zonas más templadas de Estados Unidos se cultivan las variedades Rabbiteye; O’ Neal y Duke, las más solicitadas; y Elliot y en las zonas frías, la principal variedad es Bluecrop, de producción intermedia y extensa. Le siguen las variedades tempranas Tifblue(Rabbiteye), High Duke y High Bluetta; las variedades intermedias Blueray y Weymouth, ambas High Blush; y las Highbush tardías Jersey y Elliot. En las zonas más cálidas, se cultivan la especie Ojo de Conejo (Rabbiteye) y Bluebush. (Malca, Perfiles de productos con potencial agroexportador, 2006)

Variedades del arándano:

El género *Vaccinium* contiene alrededor de 450 especies, incluyendo la especie *Cyanococcus*, la cual comercialmente es conocida como el arándano azul o “Blueberry”.

Las variedades principales que se encuentran en cultivo en Perú son:

Biloxi:

Es una planta con tallos erectos, vigorosos, productivos. La fruta madura tempranamente, la baya es de tamaño mediano, buen color, firmeza y sabor. Tiende a florecer y fructificar 2 veces al año, Según José Unzueta, Gerente General de Blueberries Perú, la variedad más sembrada en el Perú es la Biloxi, su rendimiento aproximadamente 1.5 kg por planta y funciona bien tanto en la sierra como en la costa. (Jara, Características de los arándanos cultivados en Perú, 2010)

Esta variedad de arándanos se adapta al clima de la costa peruana de forma satisfactoria. Los frutos de esta variedad tienen buena aceptación en la mayoría de los mercados por ser agradable al paladar, asimismo el fruto tiene la consistencia adecuada para producir el “crunch” al masticarlo que da la sensación de frescura que busca el consumidor.

Misty:

La calidad del fruto es excelente. Las plantas tienden a producir demasiadas yemas florales produciendo una sobreabundancia de fruto y pocas hojas en primavera. Esta variedad de arándano crece en frío y se adaptaría muy bien a la sierra peruana. (Jara, Características de los arándanos cultivados en Perú, 2010)

Legacy:

Es una variedad tolerante a altas temperaturas y sequía. Sus tallos son vigorosos, erectos y productivos. La fruta es de tamaño medio, con un buen sabor y dulzura. La calidad de la fruta es superior a otras variedades y presenta un largo periodo de almacenamiento de aproximadamente 8 días a 4,5° C. (Jara, Características de los arándanos cultivados en Perú, 2010)

Pushgay (*Vaccinium floribundum*):

Especie emparentada al Arándano introducido (*Vaccinium corymbosum*). Existente sólo en la región Cajamarca, es un berrie nativo que crece de manera natural en esa zona y que por medio del estudio se busca adaptarlo a las diferentes regiones del país y domesticarlo a fin de encontrar en base a este berrie una nueva variedad de arándano peruano. Detalló que ya se han realizado muestras que revelan que el Pushgay contiene antioxidantes hasta tres veces más que los arándanos que actualmente se comercializan en el mercado (variedad Biloxi).

La Gongapa de Shismay (*Vaccinium meridionalis*):

Se trata de blueberry más codiciado de los Andes. Conocida como Gongapa en Huánuco Perú y como agráz de Bogota en Colombia. Es una de las frutas nativas más deliciosas, dulces y exóticas de los Andes. El fruto de la gongapa son bayas globosas de 7mm, muy aromáticas y de color azul oscuro a negro. Es un arbusto rastrero que crece en las alturas a partir de los 2,400 a los 4,000 msnm. Crece en forma silvestre en regiones frías y de mucho viento, donde se ha adaptado a terrenos pobres y ácidos. La planta crece en forma horizontal y presenta abundantes ramas y las hojas son pequeñas y redondas. Las flores son de color blanco al inicio y se tornan moradas cuando va a empezar el fructificación. La raíz alcanza un metro de longitud y siempre está dispuesta en forma horizontal. La planta es perenne y empieza a florecer con el inicio de las lluvias y en Shismay se cosechan entre abril a Mayo. Es resistente a la sequía y soporta temperaturas bajas. De excelente calidad en cuanto a contenido de antocianinas y vitamina C. Aún se encuentra en el proceso de domesticación.

Valor nutricional del arándano:

Según la estandarización de la Agencia Federal de Alimentos y Drogas de EE.UU (FDA), el blueberry es un fruto bajo en calorías, libre de grasas y sodio, libre de colesterol, rico en fibra y vitaminas. Sus principales características nutricionales son las siguientes:

- Es una excelente fuente de vitamina C. Por cada 100 gramos contiene 12 mg de vitamina C, lo cual es aproximadamente el 25% del requerimiento diario de esta vitamina.
- Es una excelente fuente de fibra dietética, contribuyendo a mantener el colesterol bajo control y mejora la digestión.
- Contiene importantes cantidades de magnesio, importante mineral para el desarrollo de los huesos y en el metabolismo de proteínas, carbohidratos y grasas.
- Contiene sustancias que tienen propiedades antioxidantes. Los arándanos silvestres poseen una mayor cantidad de esta sustancia.
- Ciertos estudios revelaron que los arándanos contienen una sustancia que reduce el cáncer de ovario y cáncer de colon. (MAXIMIXE, 2011)

Tabla nº 3: Valor Nutricional del arándano

Valor nutricional por 100 g de materia de arándanos			
Agua (g)	87,4	Vitamina A (UI)	30
Proteínas (g)	0,3	Vitamina B1 (mg)	0,014
Fibras (g)	1,7	Vitamina B2 (mg)	0,0024
Calorías (kcal)	42	Vitamina B6 (mg)	0,012
Ácido nicotínico(mg)	0.2 2	Vitamina C (mg)	12
Sodio (mg)	2	Hierro (mg)	0.5
Potasio (mg)	14	Cobre (mg)	0.26
Calcio (mg)	6	Fósforo(mg)	10
		Cloro (mg)	4

Fuente y elaboración: Agro información

Valor medicinal del arándano:

Se trata de una especie ampliamente utilizada en la medicina tradicional desde la Antigüedad hasta nuestros tiempos. Ya sea en infusión, su jugo o su fruto, su poder curativo es ampliamente reconocido tal como se señala a continuación:

Enfermedades de las vías urinarias:

Sin lugar a duda, uno de los principales beneficios de los arándanos es su capacidad para luchar contra problemas renales. De hecho, suelen ser la primera de las frutas recomendadas por la gran acción depurativa y desintoxicante que ejercen sobre dicha zona. En estudios comparativos se ha demostrado que el jugo de esta planta posee propiedades antibacterianas que la hacen muy adecuada en la prevención de la cistitis.

Además, la ingestión de su zumo es un buen preventivo de la inflamación de la vejiga y las infecciones de los riñones, próstata, uretra y todo el tracto urinario en general. Finalmente, el jugo de arándanos es muy útil en la prevención o disolución de los cálculos de riñón. Parece ser que, al acidificar la orina, este jugo ayuda a expulsar los oxalatos de calcio, lo que previene la formación de piedras en el riñón o ayuda a disolver las arenillas.

Trastornos del aparato digestivo:

Los arándanos poseen propiedades astringentes y anti vomitivas. También son muy ricos en componentes gastroprotectivos y antiespasmódicos y contienen más de 30 principios antiinflamatorios. Además, posee propiedades bacteriostáticas, capaces de detener el crecimiento de las bacterias. Todo ello se ha venido utilizando en el

tratamiento de anomalías del aparato digestivo como diarreas, vómitos, malas digestiones, inflamaciones intestinales o gastroenteritis. Además, contribuyen a la pérdida de peso.

Tratamiento de heridas y úlceras:

Los preparados de esta planta, utilizados externamente, poseen propiedades antiinflamatorias y vulnerarias muy eficaces para el tratamiento de enfermedades de la piel como úlceras de la boca, eccemas o acné.

Problemas del sistema circulatorio:

El arándano favorece la circulación sanguínea. Posee propiedades vasodilatadoras, antiagregantes, antihemorrágicas y fortalecedoras de los capilares. Todo ello unido a su riqueza en vitamina P lo convierte en un buen aliado para el tratamiento de enfermedades relacionadas con el aparato circulatorio. Su uso resulta eficaz en alteraciones como la arterioesclerosis, varices, hemorroides y flebitis. Además, eleva el nivel de colesterol de alta densidad (HDL), más conocido como colesterol bueno.

Anemia:

La vitamina C, además de su acción antioxidante, fortalece el sistema inmunológico y favorece la absorción de hierro por parte de nuestro organismo, por lo que es de gran ayuda para prevenir y ayudar en casos de anemia.

Diabetes incipiente:

Las preparaciones de arándano constituyen una buena solución en los primeros estadios de la diabetes de tipo moderado en personas adultas, al contribuir a reducir los niveles de azúcar en la sangre.

Afecciones oculares:

Se han llevado a cabo numerosos estudios que han demostrado la importancia que estos frutos tienen en la conservación de la vista y en la prevención de numerosas enfermedades oculares gracias a su alto contenido en flavonoides antocianinas, unos pigmentos que se encuentran en algunos frutos que van del color rojo al azul o morado como los arándanos, las frambuesas, las cerezas, las coliflores moradas, las ciruelas o las uvas. De esta manera, estos frutos son adecuados en caso de ceguera nocturna, glaucoma, desprendimiento de retina, astigmatismo o cataratas.

Enfermedades degenerativas:

Gracias a su elevado contenido en vitamina C, es una de las frutas con mayor poder antioxidante, por lo que ayuda a reducir el riesgo de sufrir enfermedades degenerativas como el Alzheimer, la pérdida de memoria o los efectos del envejecimiento al reducir los radicales libres.

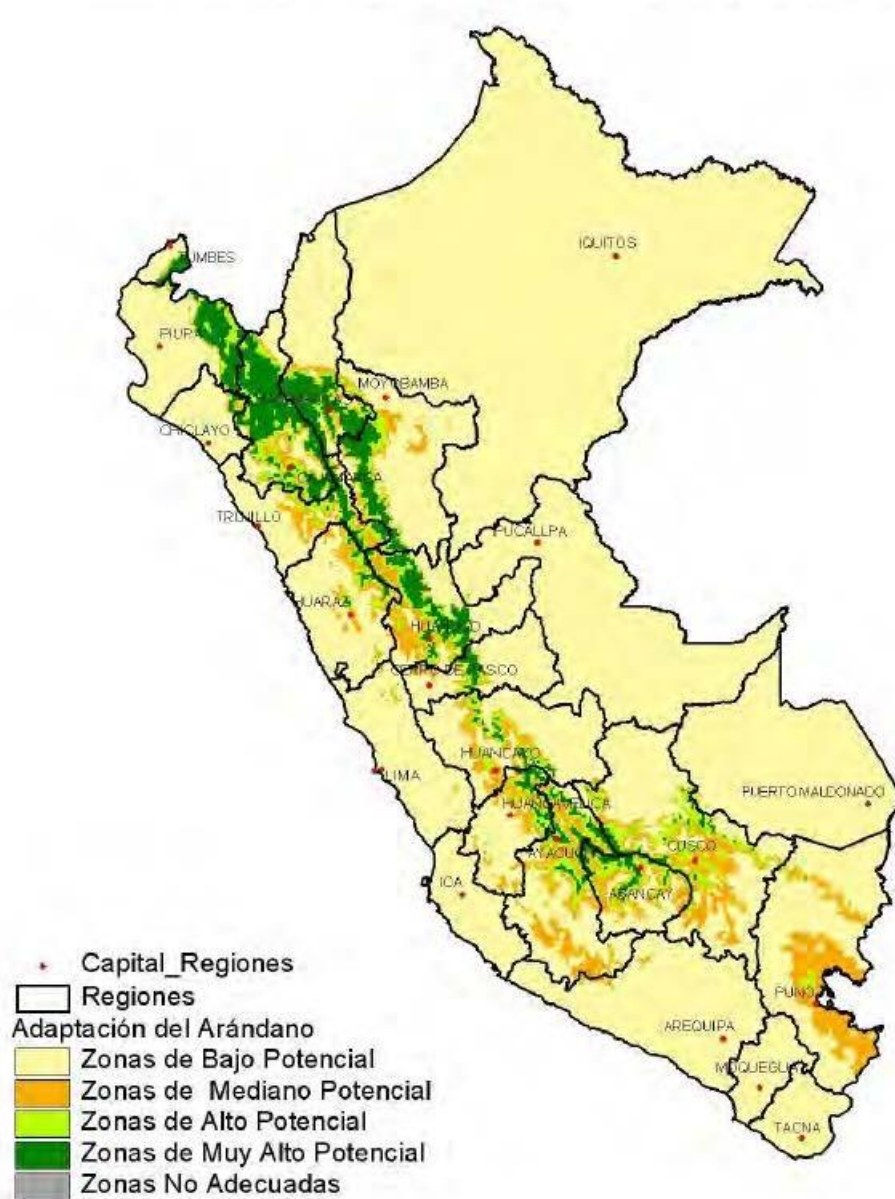
Regiones de cultivo

Los arándanos forman parte de la poderosa categoría de las súper frutas. En el Perú se iniciaron los primeros estudios y experimentos hace menos de una década. En el 2004, bajo un proyecto de cooperación con la Unión Europea (UE-Perú/PENX ALA/2004/016-913) se realiza un estudio de zonificación agraria de cultivos, a fin de contar con una herramienta que permita tomar decisiones de orientación sobre la ubicación geográfica de las zonas potenciales para el desarrollo de cultivos de arándanos.

El documento antes mencionado de cooperación con la Unión Europea, señala que en el Perú se puede cultivar desde el nivel del mar hasta los 3,000 msnm, lo cual no impide que se hayan identificado ciertas zonas como las de mayor potencial para el cultivo del arándano.

En cuanto a la producción nacional por regiones, cabe precisar que la mayor parte de ésta se encuentra concentrada en la región La Libertad, que representa aproximadamente un 90% del total producido y exportado por el país, le siguen con volúmenes poco significativos Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Lima y Lambayeque.

Figura nº 4: Zonas potenciales de Arándanos



Fuente y Elaboración: Sierra y Selva Exportadora

En la figura nº 4 se observa que las regiones o zonas con más alto potencial para el cultivo de arándanos se encuentran entre las regiones de La Libertad, Cajamarca y Ancash por la zona norte y Huancavelica, Ayacucho y Abancay por la zona sur.



CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Operacionalización de variables (Tabla nº 04)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB - DIMENSIONES	INDICADORES
Factores que incrementan la exportación.	Lugar en la percepción mental que posee un cliente o consumidor de una al compararlo con otros productos o marcas de la competencia. Su conocimiento permite elaborar estrategias para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos esperados por el cliente.	Factor Económico	Costos de Producción	1.- Cantidad de Hectáreas mínimas para producir 2.- Precios del Terreno 3.- Cantidad de Plantas a cultivar 4.- Precio por Planta 5.- Cantidad de Toneladas a Cosechar 6.- Precio por Kilo 7.- Ganancias (Margen Comercial)
			Costos de Exportación	1.- Precios de venta del arandano en el mercado Alemán 2.- Precios de Aranceles, Tributos y Seguros 3.- Precios de Transporte (Del Campo al centro de acopio y luego al puerto) 4.- Precios de Certificaciones e Inspecciones 5.- Precios de Carga y Descarga
			Sobrecostos	1.- Demoras en el envío del producto 2.- Demoras en las Certificaciones e Inspecciones 3.- Laborales, de servicio por tiempo adicional
			Seguridad	1.- Costos al salir del campo hasta la planta de acopio 2.- Costos debido a la espera en el ingreso al puerto
		Factor de Producción	Variedades de Arándanos	1.- Arándanos que se producen en Perú 2.- Arándanos que consume en el Mercado Alemán 3.- Cantidad de Arándanos por variedad 4.- Porcentaje de Merma post cosecha
			Demanda del Producto	1.- Porcentaje de la población alemana que consume el producto
			Tecnología	1.- Aumento de la producción haciendo uso de la tecnología 2.- Se evita que se reduzca el tiempo de vida del arándano - medido en días
		Factor Logístico	Tratamiento (servicios de Frio y Empaquetamiento)	1.- Cantidad de Containers tipo <i>reefer</i> 2.- Cantidad de Almacenes con sistema de Frio 3.- Número de Operadores Logísticos especializados en frio
			Carga y Descarga	1.- Número de Camiones de Carga 2.- Número de Camiones con Aislamiento Térmico para productos frescos 3.- Número de equipos montacarga
			Transporte	1.- Tiempo del Transporte del Producto (Acopio hacia el puerto) 2.- Tiempo de retraso por congestión en la entrada a Lima 3.- Tiempo de retraso por congestión en la entrada al puerto
			Tramites, Certificados, Inspecciones, Almacenaje y Procesos portuarios	1.- Tiempo de duración de los tramites de certificación e inspección 2.- Duración de los procesos técnico administrativos de ingreso al puerto
		Factor de Reducción de Precios	Malas Practicas	1.- Porcentaje de uso de productos quimicos

Diseño de investigación:

El diseño de investigación es No Experimental descriptivo porque se “describe situaciones y eventos, es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003).

Así mismo la investigación es de tipo Transversal por qué refiere que “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Su estudio sólo recolectará, analizará datos en un periodo de tiempo específico”, información según Hernández, Fernández y Baptista (2003).

Esquema:

Estudio	T1
M	O

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

3.2. Unidad de estudio

Empresas exportadoras de arándanos.

3.3. Población

La población estuvo constituida por 978 empresas Exportadoras Agropecuarias.

Fuente tomada de Promperusat

3.4. Muestra (muestreo o selección)

La muestra estuvo conformada por 61 empresas de Tipo Agroexportadoras, con exportación de Arándanos. Fuente tomada de Promperusat.

Esta muestra fue determinada a través del método no probabilístico, por conveniencia

3.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de observación y la revisión documental, los instrumentos utilizados son los informes y reportes de los diversos organismos especializados en el producto, tales como: La SUNAT, la Asociación de

Exportadores (ADEX), el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), Sierra y Selva Exportadora, la Organización Mundial del Comercio, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO).

3.6. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Para el análisis de datos el método a utilizar es el cualitativo, dado que se analizan los factores, así como el método deductivo dado que se analizarán y describirán los factores que incrementan la exportación de arándanos (MONJE ALVAREZ, 2011).

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

4.1. Factor Económico:

4.1.1. Costos de Producción

Tabla nº 5: Costos de Producción en USD (\$) y por 02 Hectáreas

Descripción	UM	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Terreno	Hectáreas	2	20,000.00	40,000
Plantas	Unidad	9,000	3.00	27,000
Maquinaria	Horas	70	37.00	2,590
Mano de Obra	Jornales	140	20.00	2,800
Análisis de Suelo	Unidad	1	140.00	140
Tratamiento Suelo	Kilos	151,000	0.065	9,815
Fertilización	Kilos	2,300	0.42	980
Cobertura (Mallas)	Rollos	45	115.00	5,175
Sistema de Riego por Goteo	Unidad	1	5,000.00	5,000
Asesor Técnico	Unidad	1	1,000.00	1,000
Imprevistos			3.00%	2,835
Total Costos Producción (No Incluye IGV)				\$ 97,335

Fuente Sierra y Selva Exportadora. Elaboración Propia

La tabla nº 5 muestra de manera global los costos de producción por 2 hectáreas y resume los costos para los dos primeros años. Así mismo se observa que en 2 Hectáreas deben sembrar 9,000 plantas.

Tabla nº 6: Desagregado del valor de la Inversión, 2016

Descripción	Desagregado	1er Año	2do Año	TOTAL
Terreno				40,000
	Inversiones en Infraestructura	20,840	7,400	28,240
	Gastos Pre Operativos	2,700		2,700
	Acondicionamiento	9,060		9,060
Plantas				27,000
	Plantas Arándanos	15,710		15,710
	Mantenimiento	7,150	4140	11,290
Maquinaria		2,590		2,590
Mano de Obra		2,000	800	2,800
Capital de Trabajo				22,110
	Análisis de Suelo	140		140
	Tratamiento de Suelo	6,309	3,506	9,815
	Fertilización	980		980
	Cobertura (Mallas)	5,175		5,175
	Sistema de Riego	2,770	2,230	5,000
	Asesor Técnico	800	200	1,000
Imprevistos	3%		2,835	2,835
Total Costos de Producción		76,224	21,111	\$ 97,335

Fuente y Elaboración propia: Sierra y Selva Exportadora. Elaboración Propia

En la tabla nº 6 se observa los costos desgregados por ítems, distinguiendo que para cada año existen costos diversos, la suma de ellos constituye el proceso de producción de arándanos de 2 años equivalente a USD \$ 97,335.-.

Tabla nº 7: Evolución del rendimiento del Arándano según proceso productivo

Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Año 06	Año 07	Año 08	Año 09	Año 10
Rendimiento Kg/Has.	-	500	1,000	1,500	3,000	4,600	6,600	9,500	10,000	10,000

Fuente y Elaboración: Dpto Técnico de Nidetecc Blobusines - Chile / Univ. Nacional La Pampa / Produc. Arándanos Dic. 2009

En la tabla nº 7 se observa que en el segundo año la producción es de 500 Kg. por Hectárea mientras que en el décimo año la producción es de 10,000 Kg. por Hectárea.

Tabla nº 8: Evolución de la Venta de los Arándanos

Periodo	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Producción Kg / 2Has		0	1,000	2,000	3,000	6,000	9,200	13,200	19,000	20,000	20,000	
Precio Venta Exportación	\$9.90			18,810	28,215	56,430	86,526	124,146	178,695	188,100	188,100	869,022
Precio Venta Nacional	\$2.00		2,000	200	300	600	920	1,320	1,900	2,000	2,000	11,240
Total Venta Arándanos \$		\$ -	\$ 2,000	\$ 19,010	\$ 28,515	\$ 57,030	\$ 87,446	\$ 125,466	\$ 180,595	\$ 190,100	\$ 190,100	\$880,262

Fuente y Elaboración propia. Sierra y Selva Exportadora. Elaboración Propia

En la tabla nº 8 se observa que el Arándano para exportación se encuentra en un promedio de USD \$ 9.90 (Según SIICEX en su informe anual sobre Exportación de arándanos a Alemania). En el tercer año se produce una venta de USD \$ 18,810.00 dólares americanos, llegado el décimo año la venta es de USD \$ 188,100.00 dólares americanos de exportación.

En tanto que la venta nacional se produce desde el segundo año equivalente a USD \$ 2,000.00 dólares americanos y en el décimo año es también USD \$ 2,000.00 dólares americanos.

4.1.2. Costos de Exportación

La exportación de arándanos en el Perú se inicia de manera gradual desde el año 2008 y es en el año 2014 donde se da el impulso hacia un Plan Exportador en dimensiones mayores. Esto tomado muy de la mano con Sierra y Selva Exportadora quien ha acompañado el proceso desde el inicio de la producción.

La investigación del presente estudio señala a Alemania como país a exportar debido a la alta demanda del producto. Si bien es cierto que dentro de la Unión Europea Alemania es un país productor de arándanos, su producción es insuficiente para su mercado local, motivo por el cual tiene que recurrir a importar el producto en época de Contra Estación. Otro aspecto, según se puede interpretar por el portal web www.freshfruitportal.com del año 2014 por el cual se considera la UE como lugar a exportar es el siguiente:

La actual penetración del mercado de los berries frescos en la UE es bajo, lo cual otorga mucho espacio para crecer. En la UE, la penetración del mercado de berries frescos es de aproximadamente 80% para las frutillas, pero solo 15% para tanto arándanos como frambuesas, y solo alrededor del 5% para las moras. Esto significa que ni siquiera uno de cada cinco compradores adquiere arándanos al menos una vez al año. Una mejor disponibilidad, mayor promoción de los berries, mejoras en la calidad y mayor eficiencia en la cadena de suministro, lo cual resulta en precios retail más bajos, podría ayudar a aumentar la demanda de berries frescos en la UE.

Tabla nº 9: Detalle de Partidas Arancelarias según PromPerú

Partida-mercado	Descripción	Arancel NMF	Arancel Prefer. p/Perú	Otros impuestos
0810.40.10	Frutos del <i>Vaccinium vitis-idaea</i> (arándanos rojos)	0%	0%	7 % IVA
0810.40.30	Frutos del <i>Vaccinium myrtillus</i> (arándanos, mirtilos)	3.20%	0%	12 % IVA

Fuente y Elaboración ExportHelpdesk

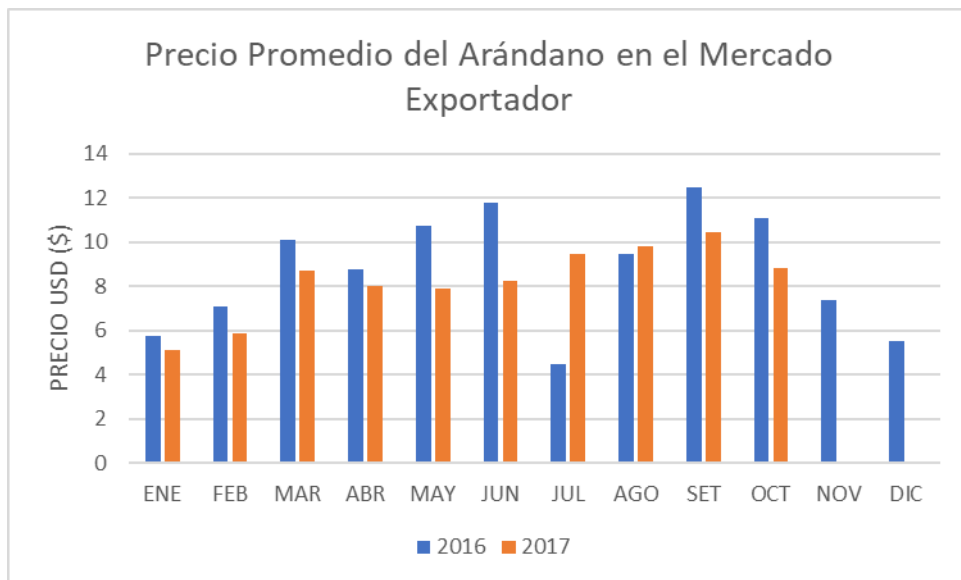
Según la tabla nº 9 se observa que el arancel del arándano rojo, según el TLC con la Unión Europea es 0% y para otras variedades de arándanos y mirtilos es de 3.20%. De igual forma el IVA a pagar es de 7% y 12% respectivamente.

4.1.2.1. Precio de Venta en el Mercado Alemán

Según informa Sierra Exportadora el precio del Arándano para exportación ha llegado a costar hasta casi USD \$ 13.- por Kilogramo, sin embargo, se estima que la alta producción del país y la oferta que se presentará, aún en el escenario más bajo estaría costando aproximadamente USD\$ 7.00 por Kilogramo.



Según reporta SIICEX, el precio normal de exportación del arándano por kilo, para Alemania, estaba en USD \$ 9.90 Dólares americanos. De igual forma Sierra Exportadora afirma que cuando la demanda incrementa, el costo asciende a USD \$ 20.00 el Kilogramo (PROMPERU, Perfil Producto Mercado - Arándanos en Alemania, 2014).

Figura nº 5 Precio Promedio del Arandano



Fuente y Elaboración Propia: Agrodata Peru 2017

Tabla nº 11: Exportación de Arándanos a Julio 2016

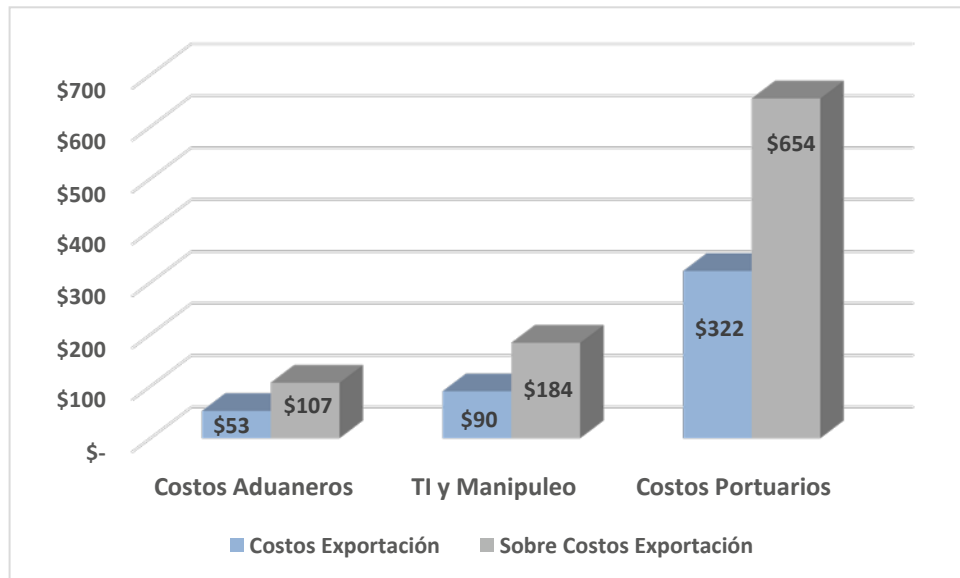
PRODUCTO	TM (2016)	MM USD \$ (2016)	Fuente	
				
Arándanos	\$ 29,761.00	\$ 243.00	85%	15%
			\$ 25,297	\$ 4,464

Elaboración: SUNAT

En la tabla nº 11 se observa que hasta Julio del 2016 la cantidad de Toneladas Exportadas es de 29,761, de las cuales 25,297 son enviadas vía Marítima y 4,464 se realizan vía aérea, equivalente al 85% y 15% de la exportación respectivamente.

4.1.3. Sobrecostos

Figura nº 7: Indicadores de sobrecostos logísticos



Fuente y Elaboración propia: MINCETUR

La figura nº 5 muestra los indicadores de los costos y sobrecostos logísticos en el Perú. Los sobrecostos del costo aduanero es de USD \$ 160.00 dólares americanos mientras que para el TI y manipuleo ascienden a USD \$ 274.00 dólares americanos, así como los costos portuarios suman un importe de USD \$ 976.00 dólares americanos.

Tabla nº 12: Indicadores de sobrecostos logísticos

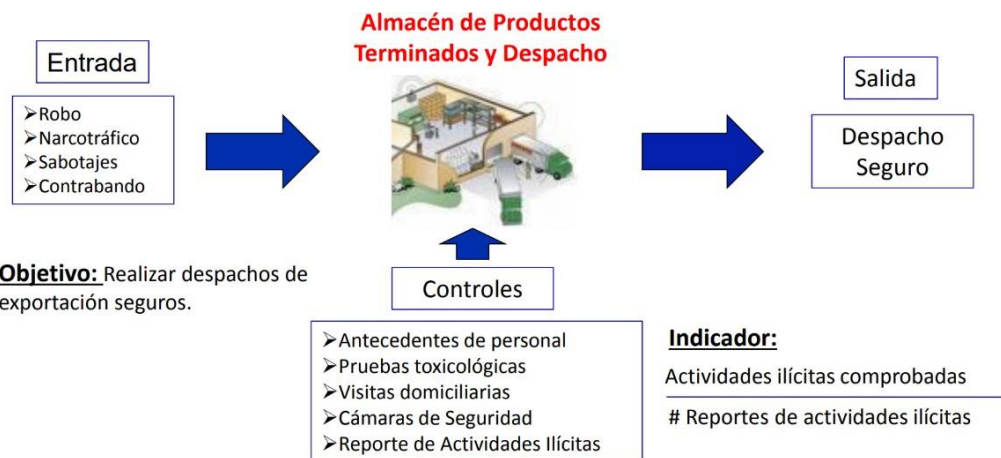
	Costos Exportación	Sobre Costos Exportación
Costos Aduaneros	\$ 53	\$ 107
TI y Manipuleo	\$ 90	\$ 184
Costos Portuarios	\$ 322	\$ 654
Totales	\$ 465.00	\$ 945.07

Fuente y Elaboración propia: Banco Mundial 2015

La tabla nº 12 muestra un comparativo entre el costo versus el sobrecosto de Exportación, tomando como referencia un contenedor de 20 Pies. Se observa una proporción de 2 a 1, es decir el costo de exportación es de USD \$ 465.00 dólares americanos y el sobrecosto es de USD \$ 945.07 dólares americanos.

4.1.4. Seguridad

Figura nº 8: Seguridad en los procesos – Logística de exportación



Fuente y elaboración: Promperu

La figura nº 6 muestra parte del proceso logístico, donde interviene el aspecto de seguridad, los costos de seguridad dentro del proceso logístico constituyen un aproximado del 12% del total de los costos logísticos.

Tabla nº 13: Costos de Seguridad por Contenedor (USD \$)

Costos de Inspeccion Promedio	Caso 01	Caso 02	Caso 03	Caso 04	Caso 05	Caso 06	Caso 07	Caso 08	Promedio
Número Contenedores	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Valor del Contenedor	30,000	35,000	40,000	45,000	50,000	55,000	60,000	65,000	47,500
Probabilidad de acto delictuencial	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Costo Adicional p/Inseguridad por CT	600	700	800	900	1,000	1,100	1,200	1,300	\$ 950

Fuente y Elaboración propia: MINCETUR

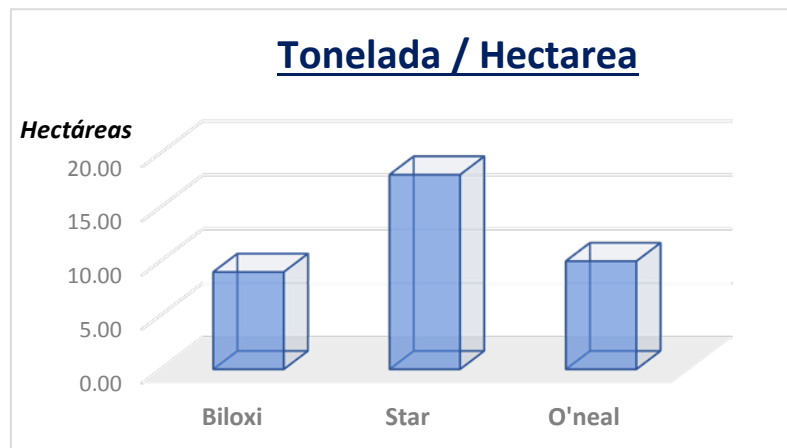
La tabla Nº 13 muestra los costos, de un mínimo de contenedores (1) y el mismo rango de valor del contenedor. En este caso, el costo de la inseguridad por contenedor podría llegar al valor promedio de USD 950 dólares.

Este cálculo es una evidente subestimación, y sólo es presentada para efectos ilustrativos ya que no incluye otros costos, más allá de la pérdida de mercancía, que son generados por inseguridad.

4.2. Factor de Producción

4.2.1. Variedades de Arándanos

Figura nº 9: Producción de Arándanos por Hectárea y tipo



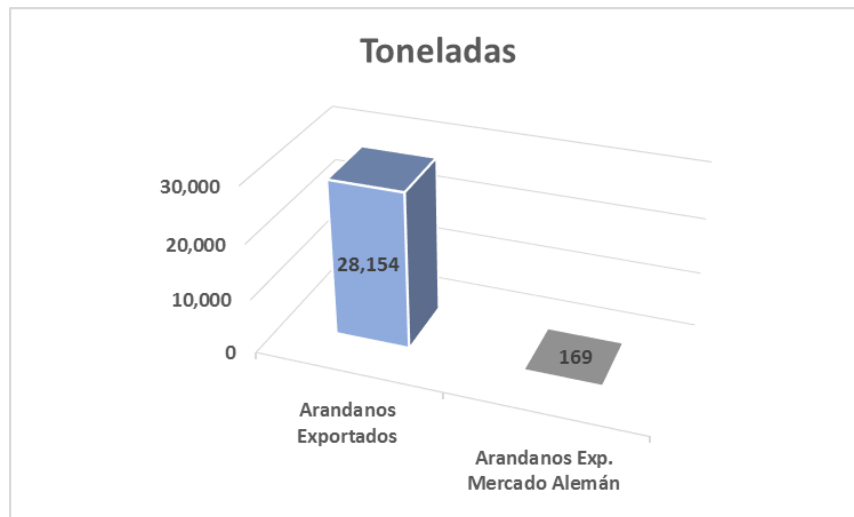
Fuente y Elaboración propia: MINAGRI Perú e INIA Chile

La figura nº 7 muestra la cantidad de toneladas de arándanos tipo Biloxi que se produce por hectárea es de 10 a 12, para el tipo Star es aproximadamente 20 toneladas por hectárea y para el tipo O'neal entre 10 a 12 toneladas que se logran obtener por hectárea.

Arándanos nativos del Perú

Conocidas como murtillas o mortiño o pushgay, el representante de Bestberries manifestó que esta empresa ya tiene plantas domesticadas producidas para las zonas de Cajamarca listas para mandar a campo para diversos pisos climáticos. El fenotipo se diferencia de acuerdo a muchas variables: de acuerdo a la zona, al piso altitudinal que puede ser de 3,000 a 1,800 m.s.n.m.

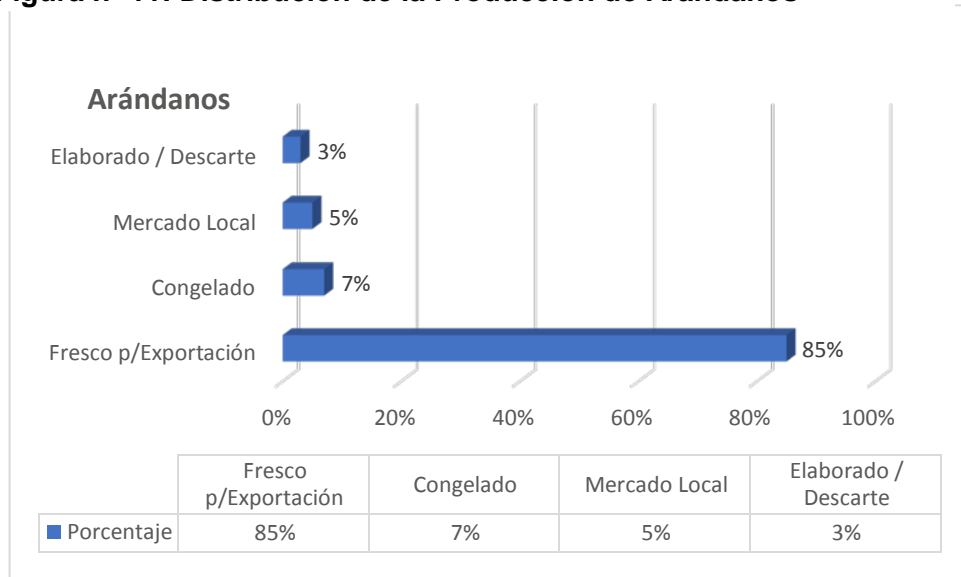
Figura nº 10: Cantidad de Arándanos Exportados al mercado alemán



Fuente y Elaboración propia: Prompex 2016

La figura nº 8 compara la cantidad de arándanos exportados desde el Perú durante el año 2016 que son de 28,154 toneladas y la cantidad exportada a Alemania que son 169 toneladas.

Figura nº 11: Distribución de la Producción de Arándanos



Fuente de Elaboración propia: MINAGRI

En la figura nº 9 se observa la distribución de la producción de arándanos donde las mermas post cosecha constituyen el 3% de la producción el mismo que se transforma en algún derivado del arándano.

Figura nº 13 Periodo de Exportación de Arándanos

EXPORTACIONES ARANDANOS			10			
MES	2,017			2,016		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	9.687,116	1.897,047	5.11	12,042,535	2,097,834	5.74
FEBRERO	2.985,132	506,622	5.89	9,194,281	1,296,621	7.09
MARZO	1,225,060	140,755	8.70	3,569,801	352,254	10.13
ABRIL	67,541	8,417	8.02	893,076	101,661	8.78
MAYO	29,118	3,680	7.91	42,499	3,965	10.72
JUNIO	14,933	1,809	8.25	29,770	2,520	11.81
JULIO	2,665,976	282,189	9.45	1,095,940	243,630	4.50
AGOSTO	27,094,537	2,764,736	9.80	14,663,982	1,547,121	9.48
SEPTIEMBRE	77,743,106	7,442,653	10.45	52,310,863	4,182,577	12.51
OCTUBRE	116,272,828	13,164,657	8.83	69,750,358	6,285,993	11.10
NOVIEMBRE	-	-		53,610,331	7,272,972	7.37
DICIEMBRE	-	-		22,752,729	4,104,771	5.54
TOTALES	237,785,347	26,212,565	9.07	239,956,165	27,491,919	8.73
PROMEDIO MES	23,778,535	2,621,257		19,996,347	2,290,993	
%CREC. PROM.	19%	14%	4%	149%	167%	-7%

La figura nº 13 muestra que durante todo el año se exportan arándanos desde el Perú, pero a la fecha no es posible mantener una producción continua dado que la demanda en el exterior solo es favorable en Contra Estación y la demanda en el mercado local es un nicho aún no desarrollado.

Tabla nº 14: Exportación de arándanos por países en el año 2016

Item	Código	Agrupación	País	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB USD (\$)
1	US	NAFTA	Estados Unidos	15,261,663.80	129,959,972.58
2	NL	UNION EUROPEA	Países Bajos (Holanda)	6,835,719.26	56,569,058.78
3	GB	UNION EUROPEA	Reino Unido	3,768,955.21	35,579,627.11
4	CA	NAFTA	Canadá	581,050.31	5,190,281.02
5	HK		Hong Kong	461,097.41	4,475,545.46
6	ES	UNION EUROPEA	España	338,917.96	3,251,010.34
7	PA	OTROS	Panamá	237,702.02	1,695,285.28
8	SG	ASEAN	Singapur	192,068.00	1,651,109.85
9	DE	UNION EUROPEA	Alemania	169,112.66	1,605,560.89
10	TH	ASEAN	Tailandia	63,248.50	546,668.12
11	AE	OTROS	Emiratos Árabes Unidos	48,360.00	460,663.96
12	IT	UNION EUROPEA	Italia	27,077.77	254,536.78
13	FR	UNION EUROPEA	Francia	27,630.00	249,514.26
14	CR	OTROS	Costa Rica	23,778.60	241,794.77
15	MY	ASEAN	Malasia	31,500.00	226,629.67
16	CH	EFTA	Suiza	30,790.00	225,805.36
17	BE	UNION EUROPEA	Bélgica	19,068.00	186,429.02
18	RU	OTROS	Federación Rusa	15,246.00	111,075.60
19	IE	UNION EUROPEA	Irlanda (Eire)	6,361.00	64,717.21
20	CL	OTROS	Chile	3,816.00	34,069.40
21	TR	OTROS	Turquía	1,800.00	24,413.00
22	SV	OTROS	El Salvador	1,440.00	16,894.80
23	KE	OTROS	Kenia	2,520.00	15,293.70
24	BH	OTROS	Baréin	816.00	8,364.00
25	NZ	OTROS	Nueva Zelandia	1,440.00	8,160.00
26	CN		China	2,534.25	6,304.61
27	KR		Corea del Sur (Rep. de Corea)	720.00	3,724.05
Total de Exportaciones de Arándanos - Periodo 2016					\$ 242,662,509.62

Fuente y elaboración: Promperusat

En la tabla nº 14 apreciamos que según SIICEX y Promperú, las exportaciones de Arándanos a Alemania en el año 2016 llegaron a 169 Toneladas haciendo un valor FOB de MM USD \$ 1,606.

4.2.3. Tecnología:

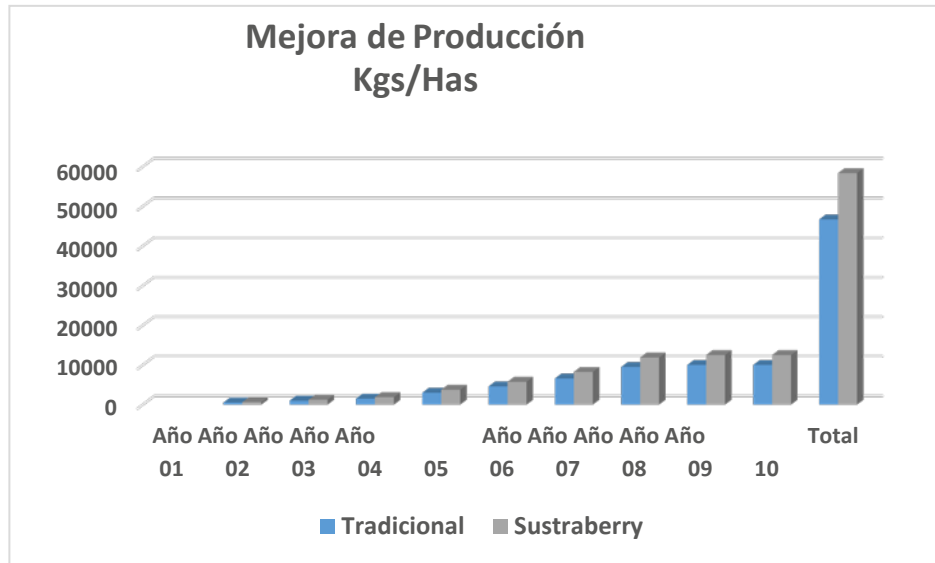
Figura nº 14: Nuevo Sustrato – Sustraberry y Maceta especial para arándanos



Fuente y Elaboración propia: Protekta Chile 2017

La figura nº 11 se observa que en la imagen de la izquierda, un nuevo tipo de sustrato conocido hoy como “Sustraberry”, cuyo fin es incrementar al máximo el potencial que permite adelantar la producción en un 25% desde el primer año de cultivo. La imagen de la derecha, para complementar el sistema y optimizar los resultados del sustrato se incorpora una “Maceta especial arándanos” que permite un mejor cuidado de la planta y un óptimo manejo del cultivo debido a que son elaborados de polietileno. (Chile, 2017)

Figura nº 15: Incremento de producción con nueva tecnología

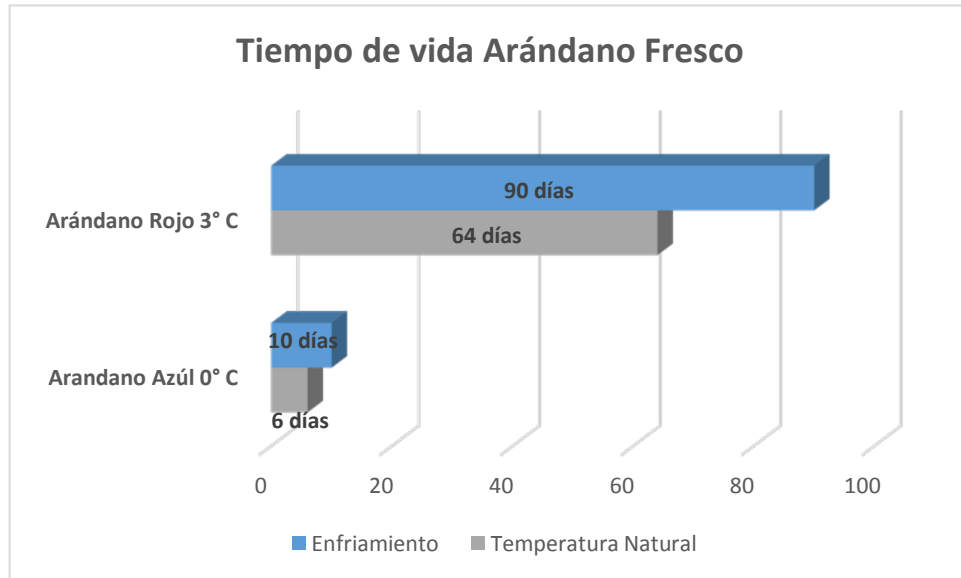


	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Año 06	Año 07	Año 08	Año 09	Año 10	Total
Tradicional Kg/Has	-	500	1,000	1,500	3,000	4,600	6,600	9,500	10,000	10,000	46,700
Sustraberry Kg/Has	-	625	1,250	1,875	3,750	5,750	8,250	11,875	12,500	12,500	58,375

Fuente y Elaboración propia: Protekta Chile 2017

La figura Nº 12 muestra una línea de tiempo de cómo se incrementaría la producción y la cosecha de arándanos con el uso del Sustraberry, en el tiempo de vida útil de una planta de arándano.

Figura n° 16: Tiempo de vida del arándano con el Sistema de Aire Forzado



Fuente y Elaboración propia: Sierra y Selva Exportadora

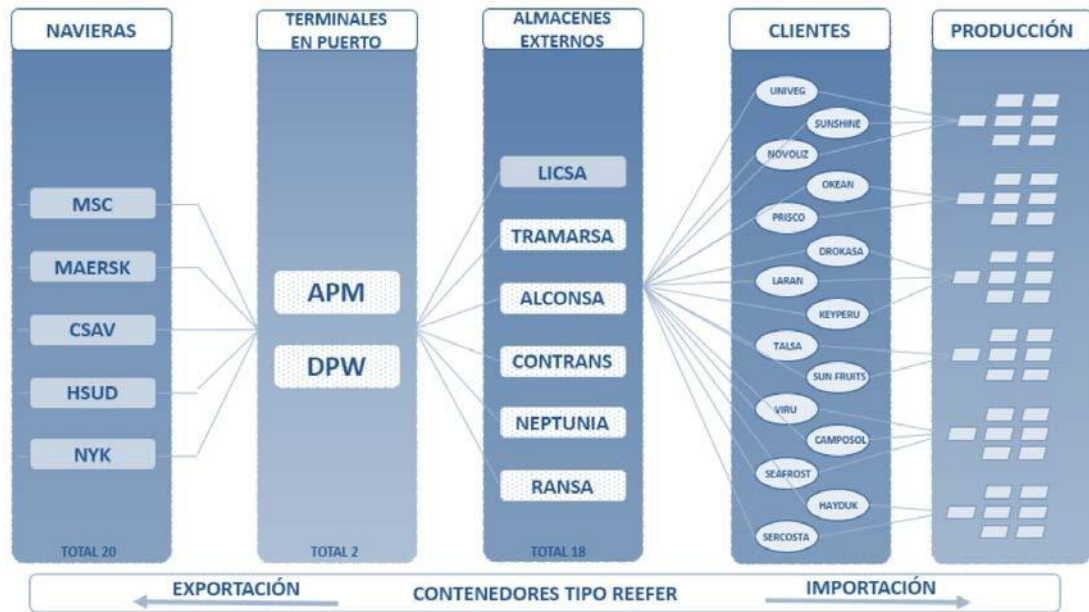
En la figura n° 13 se observa la diferencia del uso de la temperatura Natural y el uso del Sistema de Enfriamiento con aire frío forzado. La técnica más eficiente de pre-enfriamiento para los frutos de berries es el aire forzado. Las temperaturas más óptimas son 0 °C para el arándano azul, y 3°C para arándano rojo. La humedad relativa más óptima para todos los frutos de berries es de 90 a 95 % y su vida útil a estas condiciones óptimas es 1 a 2 semanas para arándano azul y 2 a 4 meses para rojo (Yahia, 2016). Un retraso de pre-enfriamiento de 3 horas después de la cosecha puede disminuir la calidad y su vida útil en hasta 40 %.

Los frutos de berries son muy susceptibles a la pérdida de agua, causando deshidratación, arrugamiento, pérdida de brillo y de algunos compuestos bioactivos. Para minimizar esta pérdida de agua, es importante enfriar la fruta lo más rápido posible. El uso de empaques adecuados ayuda a mantener una alta humedad relativa, se protege la fruta, evitando su daño.

4.3. Factor Logístico

4.3.1. Tratamiento (Servicios de Frio y Empaquetamiento)

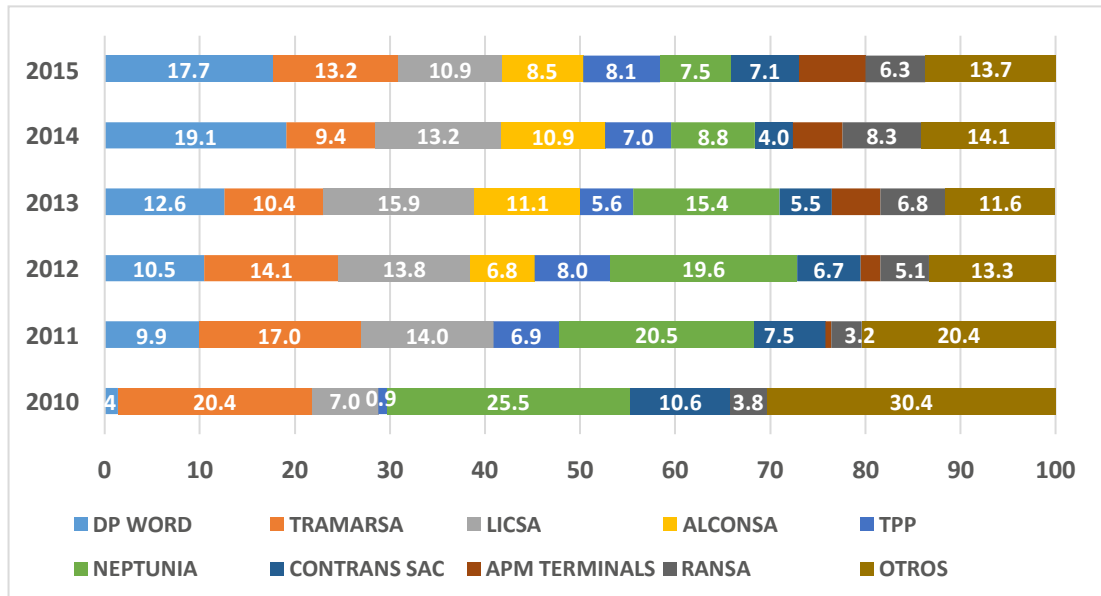
Figura nº 17: Tratamiento del Frio en el proceso de Exportación



Fuente y elaboración: Aprolog 2015 y Del Castillo 2015

La figura nº 14, presenta la estructura de la cadena y la relación entre los diversos involucrados. Para el proceso de exportación de Productos frescos, la lectura debe ser de derecha a izquierda, desde las zonas productivas de los frutos frescos, hasta los buques cargueros de las líneas navieras que transportarán la carga a su destino final.

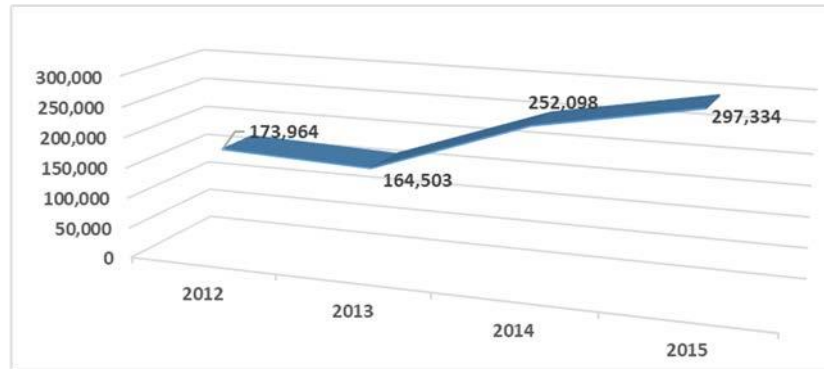
Figura nº 18: Participación en el mercado de los Operadores logísticos



Fuente: BD Escomar, 2015. Del Castillo 2015

La figura nº 15 muestra el detalle de Operadores Logísticos y su porcentaje de manejo de contenedores llenos. Una mayor cantidad de operadores logísticos especializados en frío, que incluyan dentro de sus alcances una flota de camiones de frío ubicados en las zonas de producción reduciría el tráfico de contenedores refrigerados desde Lima hacia el sur del país, evitando el incremento del importe final, del producto a exportar.

Figura nº 19: Unidades de contenedores llenos exportados desde el Callao

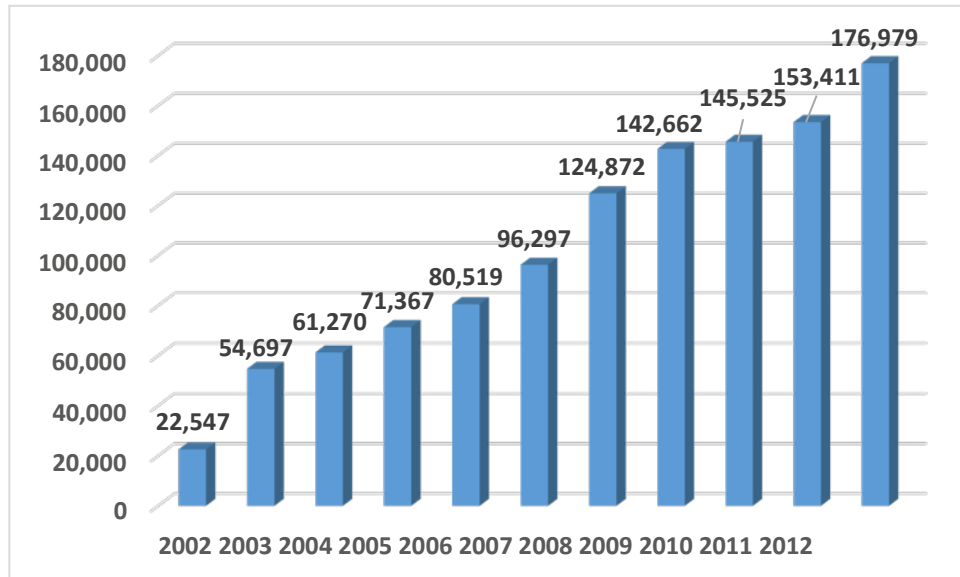


Fuente y Elaboración propia: Angelica P. (2016)

La figura nº 16 muestra un detalle de la cantidad de contenedores llenos utilizados en el puerto desde el año 2012 al 2015, donde se aprecia el incremento de las exportaciones. Hay una demanda no atendida en su totalidad de instalación de centros de empaque y frío, orientados al sector agroindustrial, en especial para alimentos contenedorizados de transporte marítimo con temperatura controlada.

4.3.2. Carga y descarga

Figura nº 20: Unidades de Transporte de Carga registradas



Fuente y Elaboración: Ministerio de Transporte y Comunicaciones MTC

La figura nº 17 muestra el incremento, en casi 8 veces, del número de vehículos desde el año 2002 al 2012, llegando a 176,979 unidades de transporte según informa el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), constituidos formalmente en 70,432 empresas.

4.3.3. Transporte

Figura nº 21: Participación del transporte en el proceso logístico



La figura nº 18 muestra las etapas del proceso logístico, indicando los 3 momentos donde interviene el transporte, luego de determinar el inventario de productos terminados, luego del embarque en el puerto de origen y finalmente una vez desembarcado en el puerto de destino.

Figura nº 22: Tiempo de duración del Transporte vía Marítima

Tiempo de Transporte	
Centro Acopio a Puerto	48 horas
Entrada a Lima	6 horas
Entrada a Puerto	12 horas
Tiempo Total :	66 horas

La figura nº 19 muestra en la actualidad el tiempo de duración del transporte desde el centro de acopio hasta la entrada al puerto puede durar hasta 66 horas, es decir casi 3 días.

En cuanto a las demoras, si éstas se dieran en el proceso de exportación, las responsabilidades van a estar determinadas por el tipo de Incoterm con el que se trabaje. Hasta el año 2016 las exportaciones de arándanos fueron precio FOB, por ello la responsabilidad del exportador llegaba hasta el momento en que la mercancía es entregada en un barco en el puerto.

La figura nº 20 muestra el desarrollo del proceso de exportación tomando como base el puerto del Callao, considerando la exportación de arándanos a Alemania, tomando como referencia el envío de un Contenedor de 20 pies.

Figura nº 24: Tramites VUCE – Ventanilla Única de Comercio Exterior



Visto el crecimiento del Comercio Exterior desde el presente año 2017 se viene implementando la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) la misma que permite, según muestra la figura nº 21, la eliminación de doble inspección física para productos perecibles, la interoperabilidad con los países la Alianza del Pacífico, la incorporación de procedimientos de autorización de los operadores marítimo-portuarios, la interoperabilidad con el Sistema Aduanero, la plataforma de gestión empresarial y comercio electrónico para PYMES y los portales de información

4.4. Factor de reducción de precios

Un factor fundamental de la reducción de precios se debe a las malas prácticas en el manejo del producto, como el uso de fungicidas y pesticidas, sin conocer los productos adecuados que deberían aplicar. Esta información es emitida por la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM).

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

De los hallazgos encontrados en el factor económico, los costos de producción indican que se produce una evolución del rendimiento de la producción de arándanos, resultado que coincide con el encontrado por Forbes, Mangas, y Pagano (2012) quienes afirman que el cultivo de arándanos es rentable.

Asimismo, se obtuvo según Sierra y Selva Exportadora que la producción de arándanos durante el periodo de producción de Setiembre a Noviembre, denominado “contra estación” para USA y Europa resulta favorable para la exportación, resultados que coinciden con los encontrados por Forbes, Mangas y Pagano (2012) quienes afirman que producir arándanos en contra estación genera una ventaja comparativa. Resultados que coinciden con Medina y Sanchez (2014) quienes sostienen que el periodo de contra estación es de Setiembre a Noviembre. Estos también son respaldados por Salazar (2014) quien sostiene que la producción debe realizarse en el periodo de Contra estación de Setiembre a Noviembre.

Resultados que se discrepa con los encontrados por Astete (2008) quien sostiene que el periodo de Contra estación es de octubre a abril. También se discrepa con los resultados encontrados por Bonilla y Rivera (2014) quienes sostienen que el periodo de Contra estación es de Diciembre a Febrero.

Referente al factor de producción, se evidencia que la tecnología aumenta la producción y evita que se reduzca el tiempo de vida del arándano. Resultado que es respaldado por Astete (2008) quien indica que haciendo uso de la tecnología nos encontrábamos frente a un proyecto rentable. De igual forma Acuña (2015) reafirma este enunciado indicando su viabilidad de la producción de arándanos.

En cuanto a las variedades de los arándanos, el Perú se encuentra en el proceso de domesticación de un arándano nativo y su producción actual mayor es la del Biloxi, un tipo de arándano que tiene gran aceptación y demanda en el mercado internacional. Posición que es respaldada por Astete (2008), quien afirma que las variedades a escoger y el rendimiento por hectárea nos permiten conocer su viabilidad económica.

Respecto al factor logístico, la carga y descarga, el tratamiento (servicios de frío y empaquetamiento) así como el transporte son aspectos relevantes en la exportación de arándanos y su adecuado manejo permite obtener mayor rentabilidad del producto, resultados que coinciden con los encontrados por Salazar (2014) quien indica que en el Perú ya se cuenta con el Know-How para la producción de arándanos tanto en tecnología y logística.

CONCLUSIONES

Del objetivo planteado de analizar el Factor Económico, Costos de Producción, Costos de Exportación, Sobrecostos y Seguridad, se concluye que el costo de producción asciende a USD \$ 97,335 para 2 hectáreas. Los Costos de Exportación constituyen un total de USD \$ 946.- considerando que este importe está incrementado debido a los sobrecostos y gastos de seguridad adicionales que se asumen.

Del objetivo planteado de analizar el Factor de Producción en tres aspectos: Variedades de Arándanos, Demanda del producto y Tecnología usada, se concluye que la variedad más exportada es la de tipo Biloxi con el 90% de la producción considerando 10 Toneladas por Hectárea, la demanda de arándanos se da entre setiembre a diciembre época de contra estación, meses donde no hay producción en Europa y estados Unidos. El desarrollo tecnológico permite contar con un nuevo Sustrato “Starberry” que acelera la producción hasta en un 25% desde el tercer año de producción.

Del objetivo planteado del Factor logístico, Tratamiento (Servicios de Frio y Empaquetamiento), Carga y Descarga, Transporte, Tramites, Certificados e Inspecciones, Almacenajes y Procesos portuarios, se concluye que se requiere un aumento de transporte especializado en frío y de los contenedores tipo reefer, reducir los periodos de tiempo para los tramites de certificaciones y exportación y reducir los pagos por sobrecostos logísticos que en la actualidad son de 2 a 1 en relación al pago de los costos.

Del objetivo planteado de analizar el Factor de Reducción de Precios, de Malas Prácticas, se concluye que debido al uso de productos químicos inadecuados se produce una caída en los precios del arándano.

Finalmente se concluye que el Perú posee grandes ventajas para incrementar su exportación de arándanos hacia Alemania, considerando el crecimiento de la demanda por parte de este país.

RECOMENDACIONES

Primera:

Se recomienda el uso del Sustrato – Sustraberry y la Maceta especial para arándanos dado que ambos permiten adelantar la producción, obteniendo un desarrollo del 25% en el tiempo de producción del fruto (Área Logística).

Segunda:

Se recomienda el uso del Sistema de aire forzado durante la post cosecha del arándano, evita que el fruto cosechado tenga un deterioro en su vida útil de un 40%. La asistencia tiene que ser inmediata (Área Logística).

Tercera:

Es necesario una constante capacitación a los transportistas sobre el manejo de los Contenedores reefer, especialmente en la temperatura adecuada a la que debe transportarse y que no debe interrumpirse, de lo contrario estaría produciendo un daño en el fruto fresco ((Área de Recursos Humanos).

Cuarta:

Llevar a cabo de forma anual, una asesoría continua en el cultivo y producción del arándano tanto para los agricultores, como empresarios que son parte de la cadena exportadora del arándano. Se requiere elevar los estándares de calidad con la finalidad de tener un acceso a la mayor cantidad de mercados internacionales (Área Logística).

Quinta:

Dado el avance de la tecnología conviene que las empresas productoras de arándanos evalúen siempre la posibilidad de implementar mejoras en el campo de la tecnología, estar a la vanguardia de estas posibilidades considerando que existe un beneficio mayor, tanto en el cuidado de la planta y el fruto, como en el incremento de la producción (Área Logística).

Sexta:

Dado que ya se ha comenzado los trabajos para obtener un arándano nativo, esta posibilidad debe ser impulsada y apoyada al máximo, considerando que constituye un valor agregado y en especial que este arándano nativo sería de una alta calidad tanto por su dulzura como por sus propiedades benéficas (Área Comercial).

Séptima:

Es importante evaluar el proceso logístico y los controles aduaneros, considerando aspectos importantes como reducción de tiempos, evitar duplicidad en los controles aduaneros o trámites administrativos y finalmente la construcción de vías adecuadas de transporte que permitan la reducción de tiempos y sobrecostos (Área Logística).

Octava:

Dado que el costo para cultivar y producir arándanos no siempre es tan accesible y a su vez recién en un periodo posterior a dos años se empieza a cosechar el fruto, se recomienda considerar la posibilidad de cultivar otro berries (ejemplo frambuesa) de menor tiempo de duración y menor costo que sirva como sustento durante el tiempo de espera (Área Logística).

Novena:

Se recomienda tener presencia en las ferias y/o convenciones relacionadas a los berries y en especial a los arándanos frescos. Es siempre una oportunidad de exhibir nuestros productos, conocer las tendencias actuales y ampliar la red de contactos en este mercado. Detallamos a continuación las principales posibilidades existentes cada año en el mercado (Área Comercial).

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
FRUIT LOGISTICA	http://www.fruitlogistica.de/es/	3 días	2,630	64,881
IPM ESSEN	http://www.ipm-essen.de/world-trade-fair/	3 días	1,531	57,743
FRUCHTWELT BODENSEE	http://www.fruchtwelt-bodensee.de/fwb-en/index.php	3 días	337	16,700

Decima:

Con la finalidad de maximizar los beneficios en la exportación de arándanos, se recomienda que exista un trabajo coordinado y consciente entre los grandes, medianos y pequeños productores de arándanos, un trabajo conjunto y sostenible permitirá incrementar las posibilidades de exportación llegar a mayores mercados y así alcanzar una posición competitiva en el mercado (Área Comercial).

REFERENCIAS

(n.d.).

(NABC), N. A. (2013, March). *U.S. Highbush Blueberry Council*. Retrieved from <http://www.blueberry.org/>

Acuña Morales, L. (2015). *Estudio de pre-factibilidad para determinar la viabilidad de la instalación de una planta procesadora de arándano fresco tipo blueberry para la exportación*. Lima.

Agricultura, F. -O. (2015). *Agricultura mundial: hacia los años 2015/2030*. Washington: Deposito de Documentos de la FAO.

Angelica, P. (2016). *Mejora del Proceso de Despacho para Contenedores Refrigerados Vacíos en Licsa*. Lima: Universidad del Pacífico.

Aquino Zambrano, M., Delgado Bustinza, C., Conzales Rivas, H., & Sanchez Ipanaqué, M. (2017). *Plan de negocios para la producción de arándano fresco (Vaccinium myrtillus) proveniente de la zona de Camball (distrito de Bolognesi, provincia de Pallasca, Ancash) para exportación al mercado de EE UU*. Lima.

Astete Badilla, F. (2008). *Evaluación Técnica y Económica de la producción y exportación de arándanos frescos a Estados Unidos*. Chile.

BCRP, B. C. (2015, Marzo). *Publicaciones Revista Moneda*. Retrieved from <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-161/moneda-161.pdf>

Bonilla Arriola, C., & Rivera Delgado, E. (2014). *Proyecto de inversión para la implementación de una planta exportadora de arándano en Chóchope - Lambayeque para su exportación a EE UU*. Lima.

Chile, P. (2017). *Sustraberry y Maceta especial para arándanos Protekta fortalece su línea de productos*. *RedAgricola*, 6.

desarrollo, L. C. (2011). *Diagnostico de la Agricultura en el Perú - PERU OPPORTUNITY FUND*. Lima.

Forbes, P., Mangas Ramis, E., & Pagano, N. (2009). *Diseño y Evaluación de Proyectos Agroindustriales - Producción de Arándanos*. Argentina.

Guasch, J. L. (2011, Noviembre). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Retrieved from IDB Inter-American Development Bank: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5091/La%20log%C3%ADstica%20como%20motor%20de%20la%20competitividad%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico, D.F.: Mc Graw Hill Interamericana.

Kou, C., Muchotrigo, R., Ponce, J., Prudencio, J., & Shimabukuro, V. (2003). *Universidad ESAN*. Retrieved from https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2014/05/29/serie_gerencia_global_2_gestion_sector_agroexportador.pdf

Medina Gutierrez, M., & Sanchez Sanchez, M. (2014). *Producción y Exportación de arándanos para Estados Unidos*. Peru.

MINAGRI. (2015). *Formas de Exportación*. Retrieved from Ministerio de Agricultura y Riego: <http://www.minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/como-exportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

MONJE ALVAREZ, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Hualva, ESPAÑA.

PERU, S. (2012). *El glosario de términos de comercio exterior*. Retrieved from www.siicex.gob.pe: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=E&pNumeroPagina=3&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000

- Peruanos, P. (2017, 01). *Proyectos Peruanos*. Retrieved from http://proyectosperuanos.com/cultivo_de_arandanos/
- PROMPERU. (2012, 4 20). *www.promperu.gob.pe*. Retrieved from EXPORTANDO PASO A PASO: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>
- PROMPERU. (2014). *Perfil Producto Mercado - Arándanos en Alemania*. Lima: Promperu - Servicios al Exportador.
- REDACCIÓN, A. . (2017, 04 28). *Buscan obtener nueva variedad peruana de arándano*. Retrieved from Agraria Agencia de Noticias: <http://agraria.pe/noticia.php?url=buscan-obtener-nueva-variedad-peruana-de-arandano&id=13731>
- Republica, C. N.-D. (2014, 01 06). *Berries peruanos: una fruta de moda*. Retrieved from Diario La Republica: <http://larepublica.pe/economia/763174-berries-peruanos-una-fruta-de-moda>
- Romero, M.-D.-D. -C. (2016). *www.minagri.gob .pe*. Retrieved from Ministerio de Agricultura y Riego - El Arandano en el Peru y el Mundo: www.minagri.gob .pe
- Ruiz, D. A. (2013, 10 9). *Diario Gestión*. Retrieved from ¿Qué significa hacer trading?: <http://blogs.gestion.pe/analizandotusinversiones/2013/10/que-significa-hacer-trading.html>
- Salazar Chavez, K. (2014). *Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región de La Libertad*. Lima.
- Shismay, C. H. (2013, 01 27). *Turismo, Huanuco Perú: Casa Hacienda Shismay*. Retrieved from La gongapa de Shismay (*Vaccinium meridionalis*) El blueberry más codiciado de los Andes: <http://shismay.blogspot.pe/2013/01/la-gongapa-de-shismay-vaccinium.html>
- Sikma, T. (2017). *Informe del 3er Congreso Internacional de Frutos Rojos*. Huelva - España: Frutos Rojos de Huelva.
- WTO, O. M. (2014). *World Trade Report 2014*. CH - 1211 Ginebra 21 Suiza: Publicaciones de la OMC.
- Yahia, D. E. (2016). *INTAGRI*. Retrieved from Manejo y Tecnología Postcosecha de Berries: <https://www.intagri.com/articulos/frutillas/manejo-y-tecnolog%C3%ADa-postcosecha-de-berries>