



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“El mercado Holandés como una oportunidad de negocios para la exportación peruana de arándanos de la región La Libertad en el periodo 2017 – 2021.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Alexis Wilfredo Velásquez Vargas

Asesor:

Mg. Marco Antonio Florián Rodríguez

Trujillo – Perú
2016

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....	16
1.1. Realidad problemática.....	16
1.2. Formulación del problema.....	18
1.3. Justificación.....	18
1.4. Limitaciones.....	19
1.5. Objetivos.....	19
1.5.1. Objetivo General.....	19
1.5.2. Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Bases Teóricas.....	22
➤ Oportunidades comerciales de un producto en el extranjero.....	27
➤ Oferta Exportable nacional.....	27
La oferta exportable de una Nación es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la País, esto es:.....	27
➤ Exportación.....	28
➤ Tipos de exportación.....	28
➤ La nueva teoría del Comercio o Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter.....	31
➤ Las Fuerzas Competitivas.....	32
• Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	32
- Economías de escala:.....	33
- Curva de experiencia:.....	33
- Ventaja absoluta en costos:.....	33
- Diferenciación del producto:.....	33
- Acceso a canales de distribución:.....	33
- Identificación de marca:.....	34
- Barreras gubernamentales:.....	34
- Represalias:.....	34
- Inversión necesaria o requisitos de capital:.....	34
- Disponibilidad de sustitutos:.....	35
- Precio relativo entre el producto sustituto y el ofrecido:.....	35
- Nivel percibido de diferenciación del producto:.....	35
- Costos de cambio para el cliente:.....	35
- Diferenciación de insumos:.....	36
- Disponibilidad de insumos sustitutos:.....	36
- Volumen de compras:.....	36
Mientras mayor sea el número de compras del cliente mayores serán las ventas de los proveedores para producir los bienes que satisfacen las necesidades del cliente.....	36
- Diferenciación:.....	36
Los clientes prefieren productos de mayor calidad siempre y si no es así el poder de negociación de los clientes aumenta y exigen más.....	36

-	Información acerca del proveedor:.....	36
	Si el cliente tiene más información sobre el producto ya sea en calidad o precios será más competitivo.	37
-	Identificación de la marca:	37
-	El consumidor reconoce la marca de su preferencia porque se diferencia del resto.....	37
-	Productos sustitutos	37
	Si existe mayor cantidad de productos sustitutos el consumidor puede influir mucho más en los precios y la calidad.	37
•	Rivalidad entre competidores existentes.....	37
-	Concentración:	37
-	Diversidad de competidores	37
-	Condiciones de costos.....	38
-	Diferenciación del producto	38
-	Costos de cambio.....	38
-	Grupos empresariales	38
-	Efectos de demostración	38
-	Barreras de salida	38
-	¿Una sexta fuerza?	39
➤	Teoría del Consumidor	39
➤	La Teoría de la Demanda.....	42
➤	Teoría de la Oferta	43
➤	La Oferta Exportable	44
➤	Teoría de la Producción	45
➤	Selección del Mercado	47
➤	Teoría del Marketing	48
➤	Teoría Clásica de la ventaja Absoluta.....	49
➤	Teoría de la ventaja comparativa y el modelo de David Ricardo	49
➤	Modelo Heckscher-Ohlin	50
➤	Tipo de Cambio Internacional.....	50
➤	Términos Internacionales de Comercio.....	52
➤	Teorías de Canales de Distribución	58
➤	Capacidad de Gestión.....	60
➤	Precio Competitivo	60
➤	Estándares de calidad.....	61
➤	Oportunidad de Entrega	61
➤	Aranceles.....	61
	Es importante mencionar que prácticamente el 80% de las exportaciones arándanos del Perú hacia Norteamérica y en general hacia el mundo se realizan a través de la partida arancelaria 0810.40.00.00. En ese sentido, las cifras estadísticas del presente informe se centrarán en el presente producto.....	63
➤	Barreras no arancelarias	63
➤	Tratados de libre comercio de Perú	65
-	Requisitos Sanitarios.....	71
	Los controles sanitarios para el ingreso al mercado europeo son muy rigurosos. Si se permite el ingreso de productos agropecuarios, debe estar especificado en el envase. Por otro	

lado, está prohibido la importación de carne de ganado vacuno con hormonas por ello existe medidas fitosanitarias extremas.	71
➤ Beneficios de exportar.....	71
2.3. Definición de términos básicos	75
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....	77
3.1. Formulación de la hipótesis.....	77
3.2. Operacionalización de variables.....	77
CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODOS	79
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	79
4.2. Material.....	79
4.2.1. Unidad de estudio.....	79
4.2.2. Población.	79
4.2.3. Muestra.	79
4.3. Métodos.....	79
4.3.1. Técnicas de recolección de datos y análisis de datos	79
4.3.2. Procedimientos.....	80
CAPÍTULO 5. RESULTADOS	81
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN.....	104
CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES	106
CAPÍTULO 8. RECOMENDACIONES.....	108
CAPÍTULO 9. REFERENCIAS	109
CAPÍTULO 10. ANEXOS	113

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de Incoterms 2010.....	57
Cuadro 2: ACUERDOS COMERCIALES Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS POR PERU Y EN VIGENCIA Subpartida: 0813.40.00.00 LAS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS SECOS.....	65
Cuadro 3: Lista de Aranceles de la parte de UE para las mercancías originarias de Perú	69
Cuadro 4: intercambio comercial entre Perú y Holanda	85
Cuadro 5: EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS	89
Cuadro 6: Productores Nacionales de Arándanos.	94
Cuadro 7 Exportaciones FOB Junio 2016.....	116
CUADRO 8: EXPORTACIÓN TRADICIONAL Y NO TRADICIONAL POR PAÍS DE DESTINO: JUNIO 2016.....	117
Cuadro 9 Exportaciones de Arándanos Peruanos años 2011 al 2015.....	119
Cuadro 10 Exportación mensual de arándanos en TM	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Los Incoterms 2010 Obligaciones y transferencia de riesgos comprador – vendedor.	56
Gráfico 2: Evolución de las Exportaciones de Arándanos Peruanos en los últimos 5 años en millones de dólares.	90
Gráfico 3: Evolución de las Exportaciones de Arándanos a nivel mundial en miles de dólares.	90
Gráfico 4: Maquinaria.....	92
Gráfico 5: Envoltorio.....	92
Gráfico 6: Empaque	93
Gráfico 7: Contenedor.....	93
Gráfico 8 Calendario de Exportación del Arándano	117

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Tipos de Blue Berries	73
Ilustración 2: Nutrientes del Blue Berry.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla Nutricional del Arándano.....	75
Tabla 2: Tabla de Operacionalización de las variables	77
Tabla 3: Población de las principales ciudades metropolitanas	81
Tabla 4: Edad de Población	82
Tabla 5: Distribución de la Población.....	82
Tabla 6: Composición de los hogares.....	83
Tabla 7: PBI Per Cápita Trimestral 2015	84
Tabla 8: Evolución Anual del PBI de Holanda.....	84
Tabla 9: Importadores de Arándanos a nivel Mundial	88
Tabla 10: Indicadores Económicos.....	95
Tabla 11: Inversión en inmuebles, maquinaria, equipos.....	95
Tabla 12: Cuadro de inversión en Mobiliario	96
Tabla 13: Inversión de la empresa en Intangibles	97
Tabla 14: Costos anuales de materia prima - ARÁNDANOS (En nuevos soles S/.).....	98
Tabla 15: Costos anuales de insumos y materiales	98
Tabla 16: Proyección de Precios Fresco, Precios FOB, Producción en Kg y Oferta Exportable.....	99
Tabla 17: Calculo de la Oferta Exportable de la empresa EXPORTADORA DE ARÁNDANOS S.A a Holanda.....	100
Tabla 18: Calculo del WACC.....	101
Tabla 19: Flujo de caja económico y Financiero para el proyecto de Exportación	102
Tabla 20: Indicadores Económicos – Financiero del Proyecto Exportación de Holanda	103

RESUMEN

La presente investigación consistió en realizar un estudio de la oportunidad de negocio que ofrece el mercado Holandés para la Exportación de Arándanos peruanos para el periodo 2017 – 2021, encaminado a los emprendedores y/o empresarios que quieran incursionar, diversificar los destinos y/o los productos de exportación, fundamentado que el mercado Holandés es altamente atractivo para la exportación de Arándanos peruanos.

Es por ello se planteó el problema ¿En qué medida el mercado de Holanda es una Oportunidad de negocio para la exportación de arándanos peruanos de la Región La libertad en el periodo 2017-2021? Teniendo como Hipótesis El mercado de Holanda es una oportunidad de negocios SIGNIFICATIVA para la exportación de arándanos peruanos en el periodo 2017 – 2021.

Se utilizó, como diseño de investigación, una investigación No experimental – Descriptiva, así como para la recolección de datos fuentes primarias como entrevistas, fuentes secundarias como información estadística de páginas web, estudios de mercado, etc. A lo largo de la investigación se pudo observar que el arándano es uno de frutas con mayor crecimiento durante los últimos años representando así mayor potencial a futuro para las exportaciones agrícolas del Perú, pues este es un fruto muy apreciado en los mercados extranjeros que se encuentran en crecimiento, especialmente en Estados Unidos, Holanda, Reino Unido por alto valor nutricional de éste producto posee antioxidante complementándose con las tendencias del consumo saludable.

En el estudio se resaltó que el Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto del mundo. Perú no solo posee las tierras, la variedad climática y la mano de obra. Que se necesita para tener una oportunidad de negocio, sino que también cuenta con el adicional de su posición geográfica, contando con estaciones anuales que otros mercados del mundo no tienen.

Es por ello que se realizó como propuesta de un estudio de pre factibilidad de exportación de arándanos peruanos de la Región La Libertad hacia el mercado de Holanda en el periodo 2017-2021 , para finalmente calcular los índices de VAN, TIR y Análisis DUPONT.

Con lo mencionado anteriormente es que este estudio demostró que Holanda es un país que cuenta con potencial tanto cualitativo como cuantitativo que favorecen notablemente como oportunidad negocios para exportación de arándanos peruanos hacia Holanda en los próximos años.

ABSTRACT

This research involved a study of the business opportunity offered by the Dutch market for the export of Peruvian blueberries for the period 2017 - 2021, aimed at entrepreneurs and / or entrepreneurs who want to venture diversify destinations and / or export products, informed that the Dutch market is highly attractive for the export of Peruvian blueberries.

That is why the problem arose what extent the Netherlands market is a business opportunity for the export of Peruvian Blueberries Region Freedom in the period 2017-2021? Taking as Hypothesis the Dutch market is an opportunity for significant export business of Peruvian blueberries in the period 2017-2021.

Was used as research design, a non-experimental - descriptive research and data collection for primary sources such as interviews, secondary sources such as statistical information from websites, market research, etc. During the investigation it was observed that the cranberry is one fruit with the highest growth in recent years and representing greater future potential for agricultural exports from Peru, because this is a fruit highly prized in foreign markets that are growing, especially in the United States, the Netherlands, UK for the high nutritional value of this product has antioxidant complemented with healthy eating trends.

The study highlighted that Peru has competitive advantages compared to the rest of the world. Peru not only has the land, the climatic variety and labor. It takes to have a business opportunity, but also has the added of its geographical position, with annual seasons than other markets in the world do not have.

That is why it was made as a proposal for an export feasibility study of Peruvian blueberries from the Region La Libertad to the market of Holland in the period 2017-2021, to finally calculate the rates of NPV, TIR and Analysis DUPONT.

With the above it is that this study showed that the Netherlands is a country that has potential both qualitative and quantitative notably as favoring business opportunity for Peruvian export blueberries to the Netherlands in the coming years.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

CAPÍTULO 9. REFERENCIAS

- Banco Santander S.A. (28 de 07 de 2016). santander tradeportal. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/llegar-al-consumidor>
- Adex. (07 de 09 de 2016). Enlinea. Obtenido de Enlinea: <http://enlinea.pe/negocios/22331/exportaciones-peruanas-paises-bajos-holanda-sumaron-mas-us-800-millones>
- america economia. (14 de octubre de 2015). Exportacion de arandanos crecera. Exportacion de arandanos crecera un 100% enel 2016.
- ARDICHVILI, A. (2003). a theory of entrepreneurial opportunity identificacion and development. USA: Journal of business venturing.
- Arellano Cueva, R. (2002). Comportamiento del Consumidor.
- Asociación Regional de Exportadores de Lambayeque. (2013). Perfil Comercial Arándanos deshidratados. Lambayeque.
- Astete Padilla, F. (2008). EVALUACIÓN TÉCNICO Y ECONÓMICA DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACION DE ARANDANOS FRESCOS AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Barichivich Montero, J. (2010). El canal de distribución del arándano en fresco exportado desde Chile a los Estados Unidos. Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- Bonta, P., & Farber, M. (2002). 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad. Bogotá: Norma.
- Bradley, F., & Calderon, H. (2006). Marketing Internacional.
- Cadiz, U. d. (31 de Agosto de 2016). Universidad de Cadiz. Obtenido de Universidad de Cadiz: http://csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=170:capacidad-de-gestion-de-procesos&catid=55:competencias
- Calderon, F. B. (2006). Marketing Internacional. Mexico: Pearson educacion.
- Callado, L. E. (1998). Mercadotecnia 4 edicion. Mexico: Mc Graw Hill.
- Casas, R. (2004). la comercializacion en la M.A.R. PARAGUAY: IICA.
- Castro, P. J. (2015). Actitud Emprendedora y Oportunidad de Negocio capacidad necesaria para lograr el exito empresarial. España: Ideas Propias Editorial.
- CIA - THE WORLD FACTBOOK, P. (2014). WWW.CIA.COM.
- Comerciales, A. (2014). www.acuerdoscomerciales.gob.pe.
- Daniels, j. D., & Sullivan, D. P. (2004). Negocios Internacionales.
- DatosMacro. (28 de 07 de 2016). DatosMarco.com. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/acerca-de>
- Filippo, A. (2014). Big Peruvian exporters invest on large scale blueberries. Freshplaza.
- Fisher, I., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw Hill - Interamericana Editores S.A.
- Fletcher, D. E. (20 de febrero de 2007). Entrepreneurial Processes and the Social Construction of Opportunity. Obtenido de taylor francis oline: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985620600861105>
- G., A. G. (2011). INIA. Obtenido de <http://biblioteca.inia.cl/link.cgi/Catalogo/Boletines/>: <http://www2.inia.cl/medios/biblioteca/boletines/NR39075.pdf>
- Gestion. (10 de Setiembre de 2014). Peru cuadruplica exportacion de arandanos . Peru cuadruplica exportacion de arandanos, segun Adex.
- Gestión. (19 de Octubre de 2015). Gestión. Recuperado el 21 de Febrero de 2016, de <http://gestion.pe/economia/exportacion-arandanos-alcanzara-us-70-millones-al-cierre-2015-2145871>

- Gestion. (17 de abril de 2016). Exportación de arándanos superaría los US\$ 200 millones por mayor área de producción. Exportación de arándanos superaría los US\$ 200 millones por mayor área de producción.
- Gestion. (4 de Agosto de 2016). Producción de arándano peruano se duplicará este año. Producción de arándano peruano se duplicará este año.
- Gough, I. (1991). precondiciones para la satisfaccion de necesidades. Reino Unido.
- Guia de Remedios Naturales. (2015). Guia de Remedios Naturales. Obtenido de Guia de Remedios Naturales: <http://guiaremediosnaturales.com/arandano/>
- Hoffmann Laurence, D. y. (2006). Calculo para Administracion, Economia y Ciencias Sociales. Mexico: Mcgraw-Hill.
- INEI. (2014).
- Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ. (2014). SIICEX. Obtenido de Sistema Integrado de Información y Comercio Exterior: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/89003529radF936F.pdf>
- Keller, P. k. (2004). Direccion de marketing. mexico: Prentice Hall.
- kingdon. (1984). La investigación Institución, innovación y regulación: Ventana de oportunidad.
- Koch, A. (1997). Definition and evaluation of competence, capability and skill gaps in international business. Obtenido de <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM000000004337>
- Koch, C. i. (2014). Producción y comercialización de nuez pecanera en el norte de Coahuila, México*. Revista mexicana de ciencias agrícolas.
- Kotler, A. C. (2004). marketing .
- Kotler, P. (2001). Dirección de marketing. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2003). Marketing. México: Pearson.
- Macro, D. (1 de setiembre de 2016). Datos Macro. Obtenido de Datos Macro: <http://www.datosmacro.com/comercio/importaciones/holanda>
- Martin, R. P. (2004). Caracterizacion Varietal y desarrollo agronomico del cultivo de arandanos. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Maxwell, M. (22 de Octubre de 2015). America Fruit. Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de America Fruit: <http://www.fruitnet.com/americafruit/article/166864/peruvian-blueberry-exports-keep-on-rising>
- Mestre, M. S. (2012). Marketing: Conceptos y estrategias edicion 6. Mexico: Piramide.
- Mexico, C. y. (05 de setiembre de 2016). Comercio y Aduanas. Obtenido de Comercio y Aduanas: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/461-como-entender-los-inconterms>
- MINAG, A. . (2010). <http://www.adexperu.org.pe/>. Obtenido de <http://www.adexperu.org.pe/>.
- Mincetur. (31 de Diciembre de 2015). Mincetur. Obtenido de Mincetur: <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/leyes/arancel/aran-1.htm>
- Minervi, N. (2001). Ingenieria de Exportacion. Mexico: McGraw Hill.
- Ministerio de Agricultura del Peru. (2 de agosto de 2016). Ministerio de Agricultura y Riesgo. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Montero, J. B. (2010). El canal de distribucion del arandano en fresco exportado desde chile a los Estados Unidos. Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- morales, J. s. (2007). Economía y la Empresa 3 edicion. Mexico: McGraw-Hill.
- Moreno, F. r. (s.f.). Manual para la identificacion de oportunidades de negocio. España: universidad de Valencia.
- Neef, M. M. (1994). Las necesidades en el desarrollo a escala humana. España.

- OEEE-UE, M. . (2015). <http://minagri.gob.pe/portal/>. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/>.
- Oficina Comercial de Perú en Miami. (2011). SIICEX. Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/679028340radE80FF.pdf>
- Oficina Comercial de Perú en Miami. (2012). Perfil de Mercado Arándanos en los Estados Unidos de Norteamerica. miami: web.
- Parkin, M. (2009). Economía 8va edicion. Mexico: Pearson Educacion.
- Peru, A. d. (05 de AGOSTO de 2016). AGAP. Obtenido de AGAP: www.agapperu.org
- PERUCAMARAS. (12 de 09 de 2014). PERUCAMARAS. Obtenido de PERUCAMARAS: <http://www.perucam.com/>
- Peruzzotti, P. A. (2008). Exportar con éxito.
- Porter, M. (2012). The Essential Guide to competition and strategy. United State: Harvard business school.
- PROARGEX. (09 de AGOSTO de 2016). PROARGEX. Obtenido de PROARGEX: <http://www.proargex.gob.ar/index.php/component/content/article/47-metodos-de?showall=1>
- PROMPERU. (1997). REGLAMENTO UE NRO 258/97 "NOVEL FOOD".
- PROMPERU. (2011). GUIA DE MERCADO PAISES BAJOS. LIMA: PROMPERU.
- PROMPERU. (2011). Perfil de Consumidor. lima: PROMPERU.
- Promperu. (05 de Setiembre de 2016). Promperu. Obtenido de Promperu: <http://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/1/>
- PROMPERU. (27 de Julio de 2016). PROMPERU. Obtenido de PROMPERU: <http://www.promperu.gob.pe/>
- Quiroz, L. (26 de Agosto de 2016). Pontificia Universidad Catolica de Ecuador. Obtenido de Pontificia Universidad Catolica de Ecuador: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoria-neoclasica/18-fundamentos-del-model-economico-h-0-modelo-heckscher-ohlin>
- Red Agricola. (2016). Red Agricola.com. Recuperado el 2016 de Mayo de 21, de Red Agricola.com: <http://www.redagricola.com/reportajes/frutales/arandanos-en-peru-situacion-actual-y-perspectivas>
- Reid, A. L. (1973). las técnicas modernas de venta y sus aplicaciones.
- Ricardo, D. (24 de agosto de 2016). pontificia universidad del ecuador. Obtenido de pontificia universidad del ecuador: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/91-david-ricardo-ventajas-comparativas>
- Rivero, S. S. (2011). Teorias del tipo de cambio. Univesidad complutense de Madrid, 23-37.
- Rodriguez, M. A. (2008). Prospeccion y exportacion de arandanos fresco al Mercado Estado Unidense. Talca: Universidad de Talca.
- Rodriguez, M. A. (2015). OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO CANADIENSE QUE PERMITAN INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE LAS NUECES DEL BRASIL A PARTIR DEL AÑO 2014. Trujillo: Universidad Privada Del Norte.
- Rosales, R. (1997). Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes.
- RPP Noticias. (20 de Febrero de 2015). RPP Noticias. Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de <http://rpp.pe/economia/economia/exportacion-de-arandanos-peruanos-crecio-60-el-2014-noticia-771128>
- Salazar, K. M. (2014). Oportuniddes de Negocios en el Mercado de Estados Unidos para la Exportacion de Arandanos Frescos provenientes de la Region la Libertad. trujillo: Universidad privada del norte.
- Sen, A. K. (1984). Desarrollo, capacidades y funcionamiento. Oxford.

- Sierra Exportadora. (2012). En Aprovechar el crecimiento de las exportaciones peruanas de arandanos segun la organizcion gubernamental. Lima: Sierra Exportadora.
- SIICEX. (2014). WWW.SIICEX.GOB.PE.
- SIICEX. (2016). SIICEX. Obtenido de SIICEX: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%20170%20&pnomproducto=%20PI%E1tano
- SMITH, A. (1974). Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las NACIONES. BASCH CASA: España.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- SUNAT. (2014). www.sunat.gob.pe.
- SUNAT. (9 de AGOSTO de 2016). SUNAT. Obtenido de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/inta-pg.02.htm>
- Torres, M. (2016). Emprendimientos Aropecuarios. Recuperado el 2016 de Mayo de 21, de http://marcelo-torres-nosa.idoneos.com/propiedades_del_arandano/
- TRADEMAP. (2014). www.trademap.com.
- trademap. (2016). Obtenido de www.trademap.org
- Trademap. (21 de Enero de 2016). Trademap. Obtenido de Trademap: <http://www.trademap.org/Index.aspx>
- Turismo, M. d. (31 de diciembre de 2011). MINCETUR. Obtenido de MINCETUR: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- Undugarra, P., & Vargas, S. (2013). Instituto de Investigaciones Agropecuarias. Obtenido de Instituto de Investigaciones Agropecuarias: <http://biblioteca.inia.cl/medios/biblioteca/boletines/NR39094.pdf>
- Valenzuela Valdivia, L. (2010). Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos. Lima: Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Velasquez, A. (19 de Octubre de 2015). Diario Gestión,. Recuperado el 21 de enero de 2016, de Diario Gestión,: Velásquez Tuesta explicó que esta proyección se realizó teniendo en cuenta tres indicadores: el incremento del 30% de hectáreas de cultivo de arándanos, ya que de 1,940 hectáreas que cerró el año pasado, pasó a 2,500 a julio del 2015.