



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYERON
EN LAS EXPORTACIONES DEL ESPÁRRAGO
FRESCO DE PERÚ A ESTADOS UNIDOS EN EL
PERIODO DEL 2013 AL 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Lucero Brigitte Mendoza Rodas

Miryam Paola Sánchez Santillán

Asesor:

Mg. Elizabeth Mayuri Ramos

Lima - Perú

2019

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Elizabeth Mayuri Ramos, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- Mendoza Rodas, Lucero Brigitte
- Sánchez Santillán, Miryam Paola

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: Factores determinantes que influyeron en las exportaciones del Espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017. Para aspirar al título profesional de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

Mg. Elizabeth Mayuri Ramos
Asesor

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados Han procedido a realizar la evaluación de la tesis de los estudiantes: Mendoza Rodas, Lucero; Sánchez Santillán, Miryam para aspirar al título profesional con la tesis denominada: Factores determinantes que influyeron en las exportaciones del Espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Mg. Evelin Aragón Grados

Jurado

Presidente

Mg. Carmín Briceño Meza

Jurado

Mg. Juan Carlos Ocampo Risco

Jurado

DEDICATORIA

A Dios por permitirnos llegar hasta donde estamos. Por todos los triunfos y los momentos difíciles donde siempre hemos podido contar con él. A nuestros padres por ser los pilares en nuestras vidas y que quienes con sus consejos han sabido guiarnos para culminar nuestra carrera.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a todos los profesores de la Universidad Privada del Norte que nos ayudaron a la realización de esta tesis y que durante todos los años dentro de la universidad nos brindaron sus conocimientos y nos apoyaron incondicionalmente.

TABLA DE CONTENIDOS

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	1
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
TABLA DE CONTENIDOS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática.....	12
1.2. Formulación del Problema	13
1.2.1. Problema general.....	13
1.2.2. Problemas específicos.....	13
1.3. Justificación del Problema.....	14
1.4. Limitaciones.....	14
1.5. Objetivos	15
1.5.1. Objetivo general.....	15
1.5.2. Objetivos específicos.....	15
1.6. Hipótesis.....	15
1.6.1. Hipótesis general	15
1.6.2. Hipótesis específicas	15
CAPÍTULO II. BASES TEÓRICAS.....	16
2.1. Antecedentes.....	16
2.1.1. Antecedentes Nacionales	16
2.1.2. Antecedentes Internacionales	28
2.2. Bases Teóricas.....	33
2.2.1. Exportación	33
2.2.2. Tipos de Exportación	34
2.2.3. Canales de distribución comercial	35
2.2.4. Aranceles.....	35
2.2.5. Barreras no arancelarias u obstáculos de comercio exterior.....	36
2.2.6. Incoterms.....	37

2.2.7. Tratados de libre comercio de Perú	39
2.2.8. Estrategias para incrementar la exportación	41
2.2.9. Espárrago	41
2.2.10. Perfil de Estados Unidos.....	43
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	46
3.1. Operacionalización de las variables	46
3.2. Diseño de Investigación	49
3.3. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	49
3.3.1. Población.....	49
3.4. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	50
3.5. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	50
3.6. Aspectos Éticos.....	51
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	53
DISCUSIÓN.....	88
CONCLUSIONES.....	90
RECOMENDACIONES	92
REFERENCIAS.....	94
ANEXOS.....	100

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de Incoterms	38
Tabla 2. Datos de Comercio Internacional Estados Unidos	45
Tabla 3. Nivel de producción del espárrago fresco por trimestre.....	53
Tabla 4. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2013	56
Tabla 5. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2014	57
Tabla 6. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2015	58
Tabla 7. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2016	60
Tabla 8. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2017	61
Tabla 9. Países exportadores de Espárragos frescos o refrigerados a Nivel Mundial	66
Tabla 10. Principales países proveedores de Estados Unidos de espárrago fresco del 2013 al 2017 en miles de toneladas	71
Tabla 11. Acuerdos Comerciales Perú-Estados Unidos	73
Tabla 12. Aspectos Generales TLC Perú- Estados Unidos	74
Tabla 13. Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2013-2017	75
Tabla 14. Precios FOB referencial en US\$/KG.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Nivel de producción del espárrago fresco por trimestre y el total por años	53
Gráfico 2 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2013	56
Gráfico 3 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2014	57
Gráfico 4 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2015	59
Gráfico 5 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2016	60
Gráfico 6 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2017	62
Gráfico 7 Países exportadores de Espárragos frescos o refrigerados a Nivel Mundial	66
Gráfico 8 Principales países proveedores de Estados Unidos de espárrago fresco del 2013 al 2017 en miles de toneladas	71
Gráfico 10 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2013-2017	75
Gráfico 11 Precios FOB referencial en KG	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide Poblacional Estados Unidos	44
---	----

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar los factores determinantes que influyeron en las exportaciones de los espárragos frescos de Perú a Estados Unidos durante el periodo del 2013 al 2017. A través del estudio realizado en los últimos años, se enfatiza que el espárrago fresco es una de las hortalizas que ha tenido mayor acogida en el mercado exterior y que se ha logrado posicionar como una de las principales exportaciones que realiza nuestro país en el sector agropecuario. Viendo la demanda del mercado, este producto tendrá un crecimiento en los años posteriores, debido a que hoy en día existen externos como internos que mejoran las exportaciones del producto.

Para poder determinar correctamente los factores de exportación se consideran ciertos aspectos que han sido separados en tres dimensiones. La primera es factores internos, en la cual se busca ver como se ha ido desarrollando la producción interna del espárrago en el Perú, a través de la calidad del producto, las empresas productoras y la productividad en las zonas de cosecha. La segunda, factores externos, donde se analiza la demanda, la influencia de los competidores internacionales y las condiciones óptimas para realizar la exportación del espárrago fresco. Por último, la tercera dimensión son los factores claves de éxito en los cuales se observa que políticas de promoción han ayudado a incentivar las exportaciones y han mejorado el mercado. Para realizar el análisis se han tomado en cuenta fuentes de entidades e instituciones privadas y del estado, además de entrevistas con personas encargadas sobre temas de exportación. Teniendo en cuenta lo analizado en este informe, se demuestra que los factores analizados han influido en las exportaciones de espárrago durante los últimos años y que deben ser tomados en cuenta al momento de ingresar al mercado estadounidense.

PALABRAS CLAVES: Exportación; Espárrago; Factores Internos; Factores externos; Factores claves de éxito.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the determining factors that influenced the exports of fresh asparagus from Peru to the United States during the period from 2013 to 2017. Through the study carried out in recent years, it is emphasized that fresh asparagus is one of the vegetables that have had the greatest reception in the foreign market and that have been positioned as one of the main exports that our country makes in the agricultural sector. Seeing the demand of the market, this product will have a growth in the following years, due to the fact that today the North American consumers worry about the quality and the way of life.

In order to correctly determine the export factors, certain aspects that have been classified in three dimensions are considered. The first is internal factors, which seek to see how the internal production of asparagus in Peru has been developing, through the quality of the product, the production companies and the productivity in the harvest areas. The second, external factors, where the demand is analyzed, the influence of international competitors and the optimal conditions for exporting fresh asparagus. Finally, the third dimension is the key success factors in which it is observed that promotion policies have helped to encourage exports and have improved the market. To carry out the analysis, sources from private and state entities and institutions have been taken into account, as well as interviews with people in charge of export issues. Taking into account what has been analyzed in this report, it is shown that the analyzed factors have influenced asparagus exports in recent years and that they must be taken into account when entering the US market.

KEYWORDS: Exportation; Asparagus; Internal Factors; External factors; Key factors of success.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad el sector económico más importante de muchos países es representado por el comercio agropecuario que durante los últimos años ha presentado grandes aumentos en los volúmenes de exportación y se ha situado por delante de otros grupos. Dentro del sector agropecuario encontramos a los productos alimentarios, los cuales actualmente, representan un 80% del total y lo restante es representado por materia prima. (OMC, 2017)

Gracias a las exportaciones agropecuarias, muchos continentes pueden cubrir la falta temporal de productos o alimentos que son producidas por factores externos como las condiciones climáticas o la falta de variedad de suelo, es por eso que los países facilitan las exportaciones e importaciones con acceso a nuevos y más grandes mercados, permitiendo así un beneficio para los participantes que intervengan en el proceso de dicha comercialización. (OMC, 2017)

Hoy en día América Latina se encuentra dentro de los principales exportadores de alimentos a nivel mundial y según estimaciones de la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2017), este crecimiento se seguirá dando hasta el año 2024. Dentro de este grupo, los países ubicados en Sudamérica han mostrado grandes recuperaciones con aumentos en sus promedios de exportaciones de hasta un 23% durante los últimos años, debido al crecimiento de los grandes exportadores como China, Estados Unidos y Europa. Gracias al crecimiento de grandes potencias, las exportaciones se podrán seguir sosteniendo por mucho tiempo, lo cual permite obtener nuevas oportunidades y factibilidades de negocios para los productores agrícolas a mercados más grandes.

Entre los principales países exportadores a nivel mundial, Perú se encuentra ocupando el puesto 56 como una gran economía de exportación y dentro de Sudamérica en el sector de alimentos agrícolas, el país ha tenido un crecimiento de un 39% en las exportaciones.

Dentro del país, el espárrago fresco es un cultivo importante y existen más de 26 mil hectáreas en plena producción y alrededor de 1 850 productores que tienen en los EE.UU su principal mercado de compradores.

Para llegar a este mercado es necesario cumplir con ciertos estándares de calidad entre ellos certificaciones ISO, estos requerimientos exigentes se presentan en países como Estados Unidos, lo cual lo convierte en uno de sus principales clientes con mayor demanda y que mejor precio pagan para consumir el famoso espárrago fresco peruano. (Marco Barreto, 2014)

Así mismo, el crecimiento del comercio de espárrago fresco entre Perú y Estados Unidos se vio influenciado por los diversos acuerdos comerciales que existen hoy en día entre estos países, lo cual ayuda a mejorar el acceso al mercado y permite que Perú se logre ubicar entre los principales competidores en la producción y exportación del espárrago fresco a nivel mundial.

Frente a esto, surge la necesidad de realizar un estudio sobre factores determinantes que influyeron en las exportaciones de espárragos frescos con el propósito de que las conclusiones y recomendaciones puedan ser utilizadas para mejorar las exportaciones de espárrago fresco al mercado estadounidense.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los factores internos influyeron el nivel de exportación del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?
- ¿De qué manera los factores externos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?
- ¿De qué manera los factores clave de éxito influyeron el nivel de exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?

1.3. Justificación del Problema

La presente investigación tiene como finalidad identificar los factores determinantes que influyeron en la exportación del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017, la información mencionada se ha recopilado a través de fichas técnicas, entrevistas a especialistas de diferentes entidades de comercio exterior y páginas webs de organizaciones a nivel nacional e internacional.

La realización de esta investigación servirá como antecedente para los futuros estudios y análisis de la presente investigación; así mismo ayudará a que nuevas empresas tengan una base de las exportaciones de espárrago fresco y puedan ingresar al mercado internacional

Esta investigación será una fuente de información estratégica y comercial para los productores agrícolas de todo el Perú, y ayudará mejorar la toma de decisiones de inversión para los negocios, contribuyendo a la mejora del ingreso de las familias. Hoy en día la demanda del mercado es cada vez mayor, debido a los beneficios que presenta el espárrago y a los niveles de productividad que se tiene en el país y esto genera una oportunidad de lograr el desarrollo sostenible de la producción, buscando ampliar la participación del Perú en el mercado Estadounidense, ya que contamos con la ventaja de contar con un TLC Perú – Estados Unidos, entre otros acuerdos comerciales, vemos la oportunidad de incentivar al aumento de las exportaciones y de esa manera motivar a los productores agrícolas peruanos a estar a la vanguardia con las nuevas exigencias del mercado internacional.

1.4. Limitaciones

En el desarrollo de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

- Disponibilidad de tiempo para dedicarse exclusivamente al trabajo de investigación, la cual se superaron con organización, estableciendo un cronograma de trabajo y estudio con el fin de cumplir con los plazos establecidos de entrega.
- Acceso a libros que se encontraban en otras universidades para recolectar información, y también del lado económico para comprar libros para la utilización del informe.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera los factores internos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017
- Describir de qué manera los factores externos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017
- Explicar de qué manera los factores clave de éxito comercial influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

NO PROCEDE

1.6.2. Hipótesis específicas

NO PROCEDE

CAPÍTULO II. BASES TEÓRICAS

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Nacionales

La tesis presentada por Santisteban Bancez, John Deyvi (2016) titulada *Procesamiento de espárrago verde fresco para exportación*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Perú, Lambayeque. Tiene como principal objetivo informar sobre el desarrollo del procesamiento del espárrago fresco que se usa para las exportaciones, además, identifica cuales son los problemas en torno a la calidad del producto durante toda su etapa de producción. En los resultados de la tesis, se identificó los principales problemas que surgen en cada una de las etapas de producción del espárrago. Se dio a conocer y se detalló las diferentes etapas del procesamiento de espárrago verde fresco para exportación. Alguno de los problemas que surgieron fueron el podrido del espárrago, tamaños disparejos y algunas quemaduras por el mismo frio. Finalmente se sugirió tener en cuenta los procesos y estándares de calidad y sanidad que deben seguir los esparragas para su exportación. (Santisteban Bances, Procesamiento de espárrago verde fresco para exportación, 2016)

El trabajo presentado por Cheé Cucalón, Christian; León Yamamoto, Silvia; Montenegro Ruiz, Daniel; Valdivia Bravo, Lily (2015). Informa sobre las Estrategias para la Exportación de higos hacia el mercado de La Unión Europea. Tesis de maestría. Centro de Negocios Pontífice Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Información sobre el desarrollo del mercado de higo a nivel mundial. En el mundo el higo es considerado como un producto exótico y a pesar del crecimiento que ha tenido durante los últimos años, aún existen mercados que no conocen de sus propiedades y que representan una oportunidad de negocio. El Perú cuenta actualmente con producción de higos frescos, sin embargo, aún deben superarse los problemas de industria de este fruto y motivar a una mayor inversión. Para lograr estos objetivos se proponen una serie de estrategias que ayudarán a potenciar las exportaciones peruanas a nivel internacional, tomando como referencia las ventajas competitivas que presenta el higo Peruano, las cuales se presentaron como conclusión de este trabajo, y donde además se detallaron los grandes beneficios que traería para la economía peruana. (Cheé

Cucalón, León Yamamoto, Montenegro Ruiz, & Valdivia Bravo, Estrategias para la exportación de higos hacia el mercado de la Unión Europea, 2015).

El trabajo presentado por Salazar Chávez, Carol Milena (2014). Oportunidades de Negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la Región La Libertad. Tesis de Licenciatura. Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú. Estudia cuáles son las oportunidades de negocios actuales para todas aquellas pequeñas y grandes empresas que tengan intención de expandir su mercado a través de la exportación, teniendo en cuenta como principal mercado a Estados Unidos. Para esto, se resaltaron las ventajas competitivas que tiene el Perú en torno a la agricultura y los favorecedores climas con los que cada región cuenta, además de que cuenta con estaciones inversas al mercado estadounidense. Se realizó un estudio a profundidad del mercado en Estados Unidos entorno a al consumo de arándanos y se analizó la capacidad de exportación para satisfacer la demanda del producto y se dio como resultado que Estados Unidos es un país que cuenta con un alto crecimiento en el consumo de arándanos y es un país atractivo para llevar nuestras exportaciones. (Salazar Chávez, Oportunidades de Negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la Región La Libertad, 2014)

Mientras que Uribe Jiménez, Claudia del Pilar (2011). Estudio de pre factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos. Tesis de Licenciatura. Pontífice Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Tiene como finalidad analizar qué tan viable es realizar una planta industrial para el empaque de uva Red Globe y su posterior comercialización. El presente estudio realizó un estudio de mercado, dando como resultado que el país de Estados Unidos contaba con una ventana óptima de comercialización, alto consumo de frutas, y la ventaja de contar con acuerdos como el TLC, lo que beneficia a Perú, ya que las importaciones a Norteamérica se han incrementado durante los últimos años. Se analizaron los volúmenes de exportación y proyección de demanda y oferta para poder definir cuánto de producción se realizaría y evaluar la capacidad de planta. Además, se tuvo en cuenta un estudio económico y

financiero que dio como resultado la sustentación de la rentabilidad del proyecto para poder ser llevado a cabo. (Uribe Jiménez, 2011)

Mientras tanto Herrera Aguilar, Jhonatan Josué (2012). Determinante de las exportaciones no tradicionales en Perú entre 2000 y 2010. Tesis de Pregrado. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Tiene como principal objetivo encontrar cuales son las principales determinando de las exportaciones no tradicionales. Se analizó el incremento de las exportaciones que ayudaron a la expansión económica, y se determinó que las principales en el sector no tradicional son el sub sector químico y el agropecuario el cual presentó un aumento de 188.4% en el periodo del 2000 y 2010. En la investigación se empleó un estudio descriptivo, explicativo, analítico y correlacional debido al desarrollo de sus variables. El trabajo se encuentra dividido en 5 partes que incluyen primero la introducción, segundo el planteamiento del problema, el tercero explica sobre el marco teórico, el cuarto se observa la metodología y en la última parte se muestran las conclusiones. En esta última parte se determinó que los términos de intercambio tienen relación directa y positiva con las exportaciones evaluadas y que además las políticas externas si tienen también cuentan con relación directa. (Herrera Aguilar, Determinante de las exportaciones no tradicionales en Perú entre 2000 y 2010, 2012)

De acuerdo por Escalante Candiotti, Nadiezhda Yenny (2014). Cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico. Tesis de maestría. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Es una investigación para determinar cómo se relacionan los cambios en la demanda a nivel mundial de los productos alimenticios orgánicos y principalmente del café orgánico. Como fundamento, esta investigación tiene al comercio a nivel mundial, del cual utilizan teorías como la ventaja absoluta, la ventaja comparativa y la teoría del comercio justo. Para el análisis de la tesis se vieron las evoluciones de las exportaciones de café orgánico y la participación dentro de las agro exportaciones y exportaciones del Perú. Se determinó que el café si es el producto más relevante ella agricultura orgánica y que Perú es uno de los principales países productores de Café orgánico a nivel internacional, por la café

de alta calidad y cafés especiales sin tratamientos químicos que produce. (Escalante Candiotti, Cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico, 2014).

La presente investigación por Montes Camus, Juan; Quispe Huata, Roció (2013). Exportaciones de cacao en grano entero o partido crudo certificado en el departamento de San Martín. Tesis de pregrado. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Realiza un diagnóstico de cómo están las exportaciones de cacao en grano entero o partido crudo que cuentan con certificación de la provincia de Mariscal Cáceres en el departamento de San Martín. Para la realización de esta investigación se empleó un diseño cualitativo y cuantitativo(mixto) y llevaron a cabo un estudio exploratorio etnográfico y descriptivo que dieron como resultado que la crisis internacional redujo el monto de pago de las materias primas exportadas con la partida arancelaria de la única empresa dentro de la provincia que es ACOPAGRO y se determinó que la oferta exportable de cacao certificado proveniente de Mariscal Cáceres se ven limitadas debido a la volatilidad de precios, la falta de conocimiento en las prácticas comerciales, entre otros. (Montes Camus & Quispe Huata, Exportaciones de cacao en grano entero o partido crudo certificado en el departamento de San Martín, 2013)

Mientras tanto Salas Canales, Hugo Jesús (2012). Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia. Tesis de Pregrado. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Señala que durante el periodo 2004 – 2011 las exportaciones de palta Hass a nivel internacional se han incrementado, ya que el producto cuenta a nivel mundial con una buena reputación por su alta calidad y gracias a eso nuevos países como Italia comienzan a valorar más su consumo, lo cual lo hace un potencial mercado para la exportación de palta Hass. La investigación busca analizar las principales limitantes que afectan la exportación de palta Hass al mercado Italiano y para ellos se empleó un diseño cuantitativo y cualitativo donde se realizaron entrevistas a profundidad a empresas peruana exportadoras y se emplearon cuestionarios online al público consumir italiano, gracias a esto lograron recolectar información sobre requisitos

técnicos, sistema de distribución y las barreras de entrada para el mercado y se pudo conocer sobre las características del consumidor Italiano de palta Hass. Después del análisis realizado se determinó que la creciente demanda e interés por la palta Hass en el mercado italiano aún no es suficiente para lograr que la palta sé importada a un precio accesible. (Salas Canales, Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia, 2012)

Según el estudio por Ibañez Alvarado, Verónica Mercedes (2016). La influencia de la marca país en las exportaciones de palta a los Estados Unidos. Tesis de Pregrado. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. Pretende analizar cuál es la influencia que ha tenido la Marca País en las exportaciones, principalmente de la palta en Estados Unidos, para ello se hizo un estudio analítico de la información sobre la Marca País, tanto del mercado nacional como internacional y la relación de la comercialización de palta y la imagen del país, para ello usaron un diseño exploratorio documental y fenomenológico. Se concluyó que la Marca País no es un determinante para que las exportaciones de palta al mercado estadounidense muestran un incremento. Además, la investigación dio a conocer la falta de información que tienen empresas y agricultores para realizar estrategias de comercialización y la necesidad que se tiene de realizar un trabajo conjunto con el gobierno y demás instituciones estatales para realizar una mejor promoción de las exportaciones de la palta. Además, se hizo un comparativo con la Marca País en Chile y se ve la utilidad de esta, como una herramienta útil para la apertura de nuevos mercados a nivel internacional, mejorando las exportaciones. (Ibañez Alvarado, La influencia de la marca país en las exportaciones de palta a los Estados Unidos, 2016)

El informe presentado por Valderrama, Carlos (2014). Oportunidades comerciales en mercado de los Estados Unidos. Publicación. PROMPERU. Lima, Perú. Nos habla sobre la evolución de la economía es Estados Unidos durante los años posteriores al 2014 y como ha ido mejorando después de la recesión económica y brinda datos macroeconómicos del país. Por otro lado, presenta las características principales del consumidor estadounidense y sus preferencias en el sector agrícola por productos exóticos, por nuevos sabores y

el aumento del consumo de alimentos saludables, además de los gustos en vestimentas y en el sector inmobiliario. El informe presenta cuadros estadísticos donde se reflejan las principales exportaciones peruanas a EE. UU, donde las agropecuarias ocupan el primer lugar y con el transcurrir de los años no han dejado de aumentar. El informe da como resultado la oportunidad de negocio que representa estados unidos par Perú y muestra de ello se basa en que a pesar de las crisis económicas que se han sufrido, las exportaciones no se han detenido, y nos muestra de forma detallada la producción de cada estado para poder analizar las carencias de cada uno. (Valderrama, 2014)

En cuanto Estrella Mandujano, Susan Katherine; Hidalgo Ramos, Sindy Milagros (2015). Alternativas de mercado para la exportación del mango fresco (*Mangifera indica* L.). Tesis de Titulación. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima, Perú. Tiene como objetivo dar a conocer las posibilidades dela exportación de mango para nuevos mercado a nivel mundial ya que actualmente las exportaciones agrícolas en el Perú registran un gran incremento y esta es una de las razones principales para buscar nuevas oportunidades de mercado. Para esto, se analizó los mercados potenciales que presentaran el mayor consumo de este fruto y se evaluó los principales riesgos de entrar a estos. Para el mejor análisis de mercado se empleó el método de simulación estocástica usando el software @Risk que permite determinar la rentabilidad del ingreso del producto a un país. Esta investigación presentó un análisis cuantitativo, la cual determinó que la oportunidad de Perú para competir con otros mercados es aprovechar el gran valor que se le da al mango peruano en países como China, Francia y Suiza donde presentan una alta rentabilidad con mínimas posibilidades de pérdidas económicas. (Estrella Mandujano & Hidalgo Ramos, Alternativas de mercado para la exportación del mango fresco (*Mangifera Indica* L.), 2015)

Mientras tanto Núñez Rojas, Wilfredo Edison (2016). Impacto de estrategias de mercado para la exportación de palta orgánica (*Persea americana*), de la Región Junín a Estados Unidos. Tesis Posgrado. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima, Perú. Presenta las ventajas comparativas y competitivas con respecto a costos y la calidad que tiene la producción de palta en la sierra peruana

para realizar su exportación a través de una serie de estrategias de mercado que mejoren los problemas actuales que impiden la comercialización óptima de este fruto como la escasa tecnología, desconocimiento para la distribución, y desconocimiento en marketing. Se realizó una evaluación de estrategias del mercado para la comercialización de palta en la región Junín para lograr dentro del mercado estadounidense, un buen posicionamiento y lograr rentabilidad. Se concluyó que la producción de palta en Junín específicamente en el distrito de Parihuanca cuenta con una buena ubicación geográfica y que los mejores meses para exportar son de noviembre a abril donde se evita la competencia de otros países exportadores. (Núñez Rojas, Impacto de estrategias de mercado para la exportación de palta orgánica (Persea Americana), de la región Junín a Estados Unidos, 2016)

Por otra parte, Gamarra Solórzano, Julia Esther (2016). Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos. Tesis Posgrado. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima Perú. Propone estrategias de mercado para llevar a cada la comercialización de arándanos en el mercado estadounidense y de esa manera posicionar el fruto peruano e incrementar las ventas, asegurando así, una mayor rentabilidad para esta actividad. El análisis de arándanos peruanos fue realizado de forma global y según lo investigado las importaciones de estos han llegado a cifras sumamente grandes con respecto a años anteriores, el cual lo hace un mercado muy atractivo para ingresar y que es visto como una oportunidad de negocio para los productores y exportadores. La mayor demanda de arándanos en Estados Unidos surge durante la época de verano y a pesar de que el país productor de arándanos, importan un total del 50% de lo que consumen, sin embargo, el proceso de exportarlo aún es complejo y Perú debe seguir con las regulaciones alimentarias necesarias, por otro lado, el conocer esta posibilidad brinda oportunidades de rentabilidad en el cultivo y permitiría incrementar ganancias. (Gamarra Solórzano, Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos, 2016)

Mientras que Callata Panca, Alex Percy; Castro Orcón, Clever Adolfo (2016). Estudio de pre factibilidad para la implementación del proceso de comercialización y exportación de mango orgánico a los Estados Unidos. Tesis de Titulación. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima Perú. Se describen las razones de la elección de Estados Unidos como el destino de la exportación de mangos orgánicos de la variedad Kenta través de un análisis del mercado y perfil del consumidor, y se realiza la formulación de estrategias adecuadas orientadas a la calidad de producto que se exportará. Por otro lado, se evalúan los requisitos necesarios para la constitución de una empresa exportadora de mango y también usando el método del programa @RISK se ve la factibilidad del proyecto a través de la evaluación económica. La principal finalidad es brindar al agricultor y exportador de mango información acerca del mercado actual y de las posibilidades de oferta de Estados Unidos. (Callata Panca & Castro Orcón, Estudio de pre factibilidad para la implementación del proceso de comercialización y exportación de mango orgánico a los Estados Unidos, 2016)

En este sentido por Coronel Núñez, Karen Rosalyn (2017). Factores que determina la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000 – 2015. Tesis de Titulación. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima, Perú. Analiza la oferta exportable de la uva fresca, la cual es considerada una de las más consumidas a nivel mundial, siendo Perú uno de los productores y exportadores principales. Se aplica el modelo de análisis de regresión múltiple donde se incluyeron variable como precio de la uva para realizar la exportación, el tipo de cambio real, coeficiente de inversión y exportaciones totales de uva fresca en Perú. Por otro lado, para medir la oferta exportable de usaron el coeficiente de inversión bruta fija y el índice de remuneración mini vital. Se dio como resultado que la oferta exportable por el incremento de producción agrícola tiene como principal factor el desarrollo tecnológico, que ha permitido reducir los riesgos; el precio de la mano de obra, el cual es considerado esencial, ya que si hay una mejor remuneración la capacidad productiva aumentará; y finalmente el precio de exportación o de venta que evalúa el retorno de la inversión realizada.

(Coronel Núñez, Factores que determina la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015, 2017)

De acuerdo por Colana Huarac, Juan Nicolás; Melgar Espíritu, Christian Abel, Moreno Torres, Rómulo Alberto; Muñoz Saldivar, Jesús Elvira (2017). Planeamiento estratégico para la exportación de la aceituna en el Perú. Tesis de Maestría. Pontífice Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Evalúa el sector olivícola en el Perú y el crecimiento que ha presentado en los últimos años, ya que la demanda mundial del producto ha aumentado y de esa manera Perú aumentó también la oferta. Se señalan las ventajas competitivas que tiene el Perú para realizar exportación, como la capacidad de expansión de las áreas de cultivo y la antigüedad del cultivo dentro del Perú, lo que permite tener altos conocimientos sobre su producción y comercialización, a pesar de esto aún el país no llega a la producir en su más alto capacidad. Se plantean cuatro objetivos a futuro con la finalidad de competir con países que son grandes exportadores de aceituna. Se considera que Perú requiere una mejora es las gestiones administrativas y productivas de uva dentro en empresas que se encuentran en este rubro y de esa manera cumplir con los altos estándares de calidad de los principales mercados importadores. (Colana Huarac, Melgar Espíritu, & Muñoz Saldivar, Planeamiento Estratégico para la exportación de la aceituna en el Perú, 2017)

Por otra parte, Medina Gutiérrez, Mariano; Sánchez Sánchez, María Carolina (2014). Producción y exportación de arándanos para Estados Unidos. Tesis de Maestría. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Evalúa el mercado de arándanos en la actualidad, como se ha desarrollado y cómo es que cada vez llega a nuevos consumidores. Se toma en cuenta a Estados Unidos como principal consumidor por su alta demanda del fruto y el gran valor que le dan sus consumidores. Se propone un plan de negocios y la creación de una empresa Arándanos S.A.C la cual se dedicará producir arándanos y se da a conocer su avance durante 10 años. Se tomarán en cuenta la oportunidad de negocio que representa Estados Unidos como mercado por el abastecimiento de fruta en general la cual se da durante los meses de septiembre a noviembre,

meses donde existe menos producción y la empresa puede ingresar con precios más competitivos, teniendo en cuenta las Buenas Prácticas Agrícolas como certificación internación. Se aprovecharán las oportunidades de exportación de los arándanos teniendo en cuenta las contras estaciones en los meses donde se descende la producción de frutas. (Medina Gutiérrez & Sánchez Sánchez, Producción y exportación de arándanos para Estados Unidos, 2014)

El trabajo presentado por Palacios García, Carlos Alfredo (2016). Impacto de las exportaciones en el crecimiento económico de la región La Libertad: 2003 – 2013. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú. Tiene como finalidad determinar el impacto en el crecimiento económico y la disminución de la pobreza el La Libertad – Perú que cuenta con la política económica y las exportaciones de mercaderías y para esto se hicieron estudios en la región durante el periodo 2003- 2012 sobre las exportaciones de los principales productos según el país donde se dirigían y las empresas principales que exportan. Se determinó que los productos principales exportados son el Oro, los espárragos frescos y en conserva, los langostinos y la palta, los cuales representan una gran parte de la economía regional y son unos de los productos no tradicionales más exportados de Perú. Por otro lado, las exportaciones han ayudado a la economía de la región fomentando más trabajo y reduciendo la pobreza considerablemente, ya que representan una gran oportunidad de negocio para los productores. (Palacios García, Impacto de las exportaciones en el crecimiento económico de la región La Libertad: 2003-201, 2016).

Mientras que López Llave, Luis Jefferson (2014). Evolución y análisis de la producción y exportación de uvas de mesa: 2000-2012. Tesis de maestría. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. Presenta este trabajo con la finalidad de poder analizar el mercado de uva a nivel internacional y poder evaluar en qué grado una medida política económica hace que sea posible el ingreso de las uvas a los mercados internacionales y cómo ha impactado en las exportaciones de este producto. Además, se realizó un estudio las zonas regionales de cada país exportador e importador donde se produce vid y cuáles son las causas del dinamismo. La investigación tiene un carácter descriptivo y

explicativo, ya que intenta conocer cómo ha ido evolucionando la exportación de uvas a nivel internacional y tiene la finalidad de ser aplicativa. La metodología de investigación utilizada fue de carácter no experimental, longitudinal porque es sustentada en información de series históricas. Finalmente, la investigación dio como resultado que el dinamismo de las importaciones mundiales de uva fomenta las exportaciones en el Perú y por ende, la producción de la uva, lo cual fomenta las expansiones de las áreas destinadas para el producto. (López Llave, Evolución y análisis de la producción y exportación de uvas de mesa: 2000-2012, 2014)

En este sentido Aguilar Mendo, Nataly Vanessa; León Zevallos, Cintia del Carmen; Magro Palacios, Elizabeth Flavia; Malache Zavala, Roció Natalí (2015). Análisis descriptivo de los factores críticos de éxito en la producción de frambuesas peruanas para la exportación tomando como referencia la experiencia chilena entre los años 2011 al 2015. Tesis de Pregrado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Realiza una investigación sobre la producción y cultivo de frambuesas en el Perú y como ha ido creciendo con el transcurso de los años. Se hace una investigación sobre las frambuesas a nivel mundial y cuáles son los principales países productores y se realiza un análisis específico de la perspectiva tanto de Chile como de Perú. Se utilizó una investigación descriptiva y explicativa y se realizaron entrevistas con el fin de determinar la participación del estado peruano, el impacto de los factores climatológicos y si se cuenta con el apoyo de organismos públicos y privados. Se llegó a la conclusión de que no se puede determinar cuáles son los factores críticos en la producción de frambuesas peruana para la exportación tomando en cuenta la experiencia chilena para los años 2011 al 2015. (Aguilar Mendo, León Zevallos, Magro Palacios, & Malache Zavala, Análisis descriptivo de los factores críticos de éxito en la producción de frambuesas peruanas para la exportación tomando como referencia la experiencia chilena entre los años 2011 al 2015, 2015).

Finalmente Llanos Rodríguez, Diana; Del Pilar Tirado Tello, Fiorella (2015). Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009-

2013. Tesis de Pregrado. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Iquitos, Perú. Se centró en el análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto durante el año 2009 al 2013 y analizo también cuáles fueron las empresas que exportan artesanías, qué artesanías fueron objeto de exportación y cuáles fueron los principales mercados hacia donde se dirigieron estas artesanías. Como resultado se dio que las exportaciones de artesanía de la región Loreto durante el periodo 2009 – 2013, mostraron un comportamiento variable, con variaciones positivas en un año y negativas en el otro y que existe una fuerte concentración de las exportaciones de artesanía de la región en pocas empresas exportadoras que se enfocan en tan solo cinco productos. (Llanos Rodríguez & Del Pilar Tirado Tello, Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009-2013, 2015).

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Por otra parte, Rey Sepúlveda, Vanessa Fernanda (2014). *Logística de exportación de hierbas aromáticas colombianas hacia Alemania para la empresa Fruartti S.A.S.* Tesis de Pregrado. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Bogotá, Colombia. Es el caso de Fruartti cuyo propósito es la que hierbas aromáticas producidas en Colombia se exporten a la Unión Europea con el fin de incrementar sus ventas y obtener mayor cobertura del mercado, ya que en los últimos años esta ha tenido un crecimiento considerable en su consumo interno. En el presente trabajo se expusieron diferentes factores que Fruartti debe tener en cuenta para asegurar el cumplimiento de los requerimientos exigidos por el mercado alemán y poder acceder a este con facilidad. Con el presente trabajo se concluyó que existe una gran oportunidad de exportación de hierbas aromáticas colombianas hacia Alemania, ya que actualmente debido a la poca producción de este país por el producto, la demanda se encuentra insatisfecha. Esto representa una oportunidad para realizar la exportación a este país debido a que los consumidores valoran los beneficios que trae consigo el producto, y su efecto en el bienestar de las personas. (Rey Sepúlveda, Logística de exportación de hierbas aromáticas colombianas hacia Alemania para la empresa Fruartti S.A.S, 2014).

Además, según la revista Mexica Agronegocios escrita por Jaime Meuly, Rosalina; Hurtado Bringas, Beatriz Alejandra; Romero Vivar, Natalia Guadalupe (2015), titulada *La competitividad en la exportación de espárragos sonorenses hacia estados unidos en el marco del TLCAN*. Nos habla de los accesos de ingreso de espárragos mexicanos al mercado estadounidense, lo cuales se han visto beneficiados por las disposiciones políticas y sociales que se han implementado en el país. Por otro lado, se habla de México como un país que buscado la mejora de sus exportaciones y que le ha permitido incrementar la rentabilidad de las empresas en el país. Durante los últimos años, México a podido diversificar sus exportaciones y ha ido tomándole mayor importancia a los productos del sector agropecuario, particularmente en las hortalizas. Este informe

analiza los crecimientos que México ha tenido en sus exportaciones de espárrago fresco y observar la competitividad que tiene en el país destino de Estados Unidos.

Por otro lado, en la tesis presentada por Salazar Campoverde, María Gabriela; Salazar Loja, Stefanie Graciela (2015) titulada *Análisis de factibilidad de exportación de artículos de INDALUM a Bolivia, El Salvador, Honduras y Guatemala*. Título de Licenciatura. Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador, Cuenca. En la tesis presentada se analizaron los factores macroeconómicos del país y un análisis del mercado con la finalidad de poder demostrar que tan factible es poder realizar exportaciones del producto a los mercados seleccionados y cuáles son los beneficios que se obtendrían. Se llegaron a las conclusiones, de que debido a la similitud de culturas entre los países y a la creciente demanda de productos de metalmecánica, existe una oportunidad para el ingreso a los mercados, además el factor económico ha sido un punto importante en esta investigación, ya que el retorno sobre la inversión es alto. Como recomendación se propone que la empresa estudiada pueda adquirir una nueva cartera de clientes, y pueda brindarles información a través de correos detallados con los productos que cuenta.

Además, la investigación presentada por Cervantes Bojórquez, Elvis (2011). *Estrategia de exportación de Roadmag a nuevos mercados, Salmag LTDA*. Tesis para optar por el grado de Magister. Universidad de Chile. Santiago de Chile. Realiza una investigación basada plantear estrategias para una empresa Joint Venture llamada SALMAD Ltda para la exportación del producto RoadMag con el objetivo de incrementar las ventas y crear valor para el producto y de esa manera obtener una oportunidad de negocio en el mercado extranjero. Para esto, primero se hizo una investigación de mercado a nivel internacional, luego un análisis a profundidad del mercado que se seleccionó con respecto a su industria y la demanda de los productos competidores, por último, que realizó un plan de exportación que contuvo una evaluación económica. Como conclusión

se obtuvo que el proyecto planteado llegaría a hacer exitoso si se toma en cuenta estrategias de marketing en el mercado estadounidense para posicionar el producto. (Cervantes Bojórquez, 2011).

El documento presentado por Vallejo Mejía, Ana Milena (2012). *Logística del territorio para la exportación en el entorno del aeropuerto El Dorado*. Tesis de maestría. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Bogotá, Colombia. Analizo el significado de logística a través de las diferentes aplicaciones que ha habido de este término y se realizó un análisis de la cadena logística del territorio en los aeropuertos, y de esa manera poder entender a fondo el concepto ciudad-aeropuerto y que tiene en cuenta la logística como una de las partes fundamentales si se desea comprender la función del entorno de un terminal aéreo, y la relación que tiene con todas las actividades desarrolladas dentro. El entorno del aeropuerto El Dorado, no corresponde a lo que debería ser un entorno de un terminal aéreo competitivo y de la importancia que tiene en Sur América, ya que, no responde a las necesidades del mismo aeropuerto, ni del área metropolitana. Por lo tanto, las dos funciones que debe prestar éste como equipamiento para el transporte, y para proporcionar el desarrollo del territorio, no se están dando de manera efectiva e integral. (Vallejo Mejía, *Logística del Territorio para la exportación en el entorno del aeropuerto El Dorado*, 2012)

Según el estudio por Carton de Grammont, Hubert (2000). *Agricultura de exportación en tiempos de Globalización*. Libro de investigación. Universidad Nacional Autónoma de México. México, E.U. Estudia las diferentes facetas de los cultivos con respecto a su problemática socioeconómica y sus comercializaciones en los mercados nacionales e internacionales. Considera que las empresas deben realizar diversas estrategias percatándose de las oportunidades de negocio y las restricciones que se presentan en los mercados nacionales por los productos perecederos y las importaciones de otros países. Se analiza la intervención estatal y de empresas privadas en temas relacionados con el

campesinado y la agricultura. El trabajo se enfoca en la agricultura para la exportación en contexto global, los nuevos nichos de mercado en México y también Estados Unidos, como se organizan los pequeños productos y la organización para realizar el trabajo de exportación. (Carton de Grammont, Agricultura de exportación en tiempo de Globalización, 2000)

En la tesis presentado por Borthiry Buide, Emanuel, (2011) titulada *Estudio de pre factibilidad para la exportación de espárragos orgánicos argentinos en Alemania*. Tesis para optar el título de Magister en Marketing Internacional. Universidad Nacional de la Plata. Argentina, La Plata. Tiene como principal objetivo incentivar al crecimiento comercial entre los países que se encuentran en pleno desarrollo, tomando en cuenta los beneficios de los aranceles y las pocas restricciones que hay para el ingreso de algún mercado externo participante. Para ello, se utilizó la técnica de recolección de datos de la encuesta, donde se logró obtener información de los principales consumidores. Por último se concluyó, que es necesario analizar los beneficios de los tratados de libre comercio que se da para el ingreso a países más grandes como Estados Unidos y de esa manera incentivar los cultivos de los países con menos desarrollo, y de esa manera incentivar a la inversión y crecimiento del país. (Borthiry Buide, 2011)

Por último, Roco Benavides, Carlos Elías (2016) en la tesis de maestría, *Plan de exportación para cervecería Artesanal Weisser*. Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile. La tesis presentada, habla sobre el caso de la cervecería Weisse, que se dedica producir cerveza artesanal y la cual se encontraba buscando obtener un mayor crecimiento en sus ventas internacionales y lograr una expansión, además buscaba solucionar el problema del exceso de mano de obra. Con lo cual se planteó esta investigación sobre un plan de exportación de la producción de la cerveza artesanal. Se llegó a la conclusión de que uno de los países que tienen las mejores cifras en el consumo de cerveza artesanal, es Estados Unidos. Por otro lado, este mercado cuenta con cifras económicas buenas para

evaluarlo como una alternativa de ingreso y comercialización. Después de un análisis más interno al país, se llegó a la conclusión de que los estados de California y de San Francisco en particular son las mejores ciudades para ingresar e iniciar la exportación, ya que cuentan con gran población y el precio de venta de las cervezas es mucho mayor y más si es lo que da una ventaja para el canal de distribución Horeca. (Roco Benavides, Plan de exportación para cervecería Artesanal Weisser, 2016)

2.2.Bases Teóricas

2.2.1. Exportación

Definición

La exportación es considerada un régimen aduanero donde se permite la salida legal del territorio de diferentes mercancías nacionales para su uso o consumo en el exterior y para eso es necesario que la transferencia se efectúe con un cliente que se encuentre en el extranjero. (SUNAT, 2016)

La exportación definitiva o también llamada solamente exportación es un régimen aduanero que se aplica a todas las mercancías que se encuentran circulando libremente y salen a otro país permaneciendo ahí definitivamente sin que sean afectadas por algún tipo de tributo. (SIICEX, 2013).

Beneficios

Existen actualmente un sin número de ventajas y oportunidades que llevan cada vez más a personas o empresas a incursionar en el mundo de la exportación, ya que es considerada una estrategia de competitividad para ingresar a nuevos mercados con otro tipo de exigencias y nuevas realidades.

A continuación, se detallan los beneficios que están relacionados con realizar una exportación.

- Ingresar a los mercados con precios más competitivos: En algunos países muchos productos no son valorados lo suficiente como para obtener ganancias considerables, sin embargo, en el exterior los precios pueden ser muchos más elevados.
- Diversificación de riesgos: Es la manera de invertir en tu producto en diferentes mercados y hacer que parte de la producción de la empresa vaya al mercado externo, ya que así se evita o amortigua los riesgos de factores externos o internos que puedan afectar.
- Alargar el ciclo de vida de los productos: Muchos productos que ya se encuentran en etapa de madurez o declive no son considerados con el mismo valor en el país donde se produjeron, sin embargo, con algunas

modificaciones o en su estado original pueden ser exportados a nuevos mercados donde la tecnología es menor y tendrán un mayor valor.

- **Mejora de tecnología y calidad del producto:** Al ingresar a nuevos mercados los exportadores adquieren nuevas y mejores tecnologías que favorecen a las empresas, ya que adquieren nuevos conocimientos. (Minervini, 2014).

2.2.2. Tipos de Exportación

- **Exportación indirecta:** En este tipo de exportación existe un intermediario que se encarga de realizar las transacciones de exportación tomando en cuenta que la responsabilidad recae sobre él, este dato debe ser tomado en cuenta por el exportador, dependiendo de cuanto es el riesgo que quiera asumir las oportunidades que ofrece el mercado de destino.

La exportación indirecta, es como realizar una venta a otro cliente, solo que este cliente es el que decide qué productos son los que se colocaran en el mercado extranjero, ya que ellos son los que asumen las responsabilidades de realizar el marketing e investigación necesaria para llegar al cliente final.

Modalidades de compra:

Agentes de compra: Son los encargados de encontrar nuevas oportunidades de negocios para cada tipo de cliente según los requerimientos de estos. Se encargan de coordinar el transporte, asesorar a las empresas, y definir la calidad exigida por los clientes.

Trading: Mayormente son usados por las empresas que no cuentan con infraestructura suficiente para que ellos mismos realicen una exportación o también por empresas que ya exportan pero que desean ingresar a nuevos y más grandes mercados. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

Exportación directa

En este tipo de exportación es donde el exportador tiene toda la responsabilidad de hacer llegar su producto al lugar de destino, asumiendo todos los riesgos que esto implica, sin embargo, el beneficio de esta modalidad es que se tiene un mayor control del proceso y las ganancias aumentan debido a que no existe un intermediario, además, se tiene un contacto directo con el cliente final, lo cual permite crear relaciones futuras.

Cuando se decide optar por esta modalidad, es necesario tener en cuenta los canales de distribución, que son los que construyen con los principales objetivos de la transacción y generan una transacción eficiente de los productos para que puedan llegar en óptimas condiciones a su destino. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

2.2.3. Canales de distribución comercial

Los canales de distribución se clasifican en cuatro:

Productores: Encargado de elaborar el producto y entregarlo en óptimas condiciones

Mayoristas: Es un intermediario que pondrá los productos en contacto directo con el consumidor o entregará esta tarea a un minorista

Detallista: Pone el producto en contacto directo con el consumidor final

Consumidor: Es la persona que adquiere y que usa el producto

Y cada uno de ellos es responsable de desarrollar toda actividad que sea necesaria para que el producto pueda llegar hasta el lugar donde se realizará la venta. (Salvador Mercado, 2010).

2.2.4. Aranceles

Un arancel es considerado un tributo o impuesto que se le aplican a todos los productos que se comercializan para una exportación o también una importación, pero mayormente se utiliza para este último dependiendo el país donde se realice la transacción, como es el caso de Perú donde no se

aplican estos gravámenes para exportación. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016).

Tipos de Aranceles

Existen dos diferentes tipos de aranceles, uno de ellos es el ad-valorem y el segundo son los aranceles específicos, y de estos dos se genera el arancel mixto,

- Arancel ad-valorem se obtiene de la importación que ya incluye todos los costos de flete y demás, en este caso con el incoterm CIF, ya que de ahí se saca un porcentaje.
- El arancel específico, el cual se da una cantidad de dinero dependiendo el volumen de la mercadería importada.
- Arancel mixto, es la combinación de ambos aranceles mencionados.

2.2.5. Barreras no arancelarias u obstáculos de comercio exterior

Son disposiciones impuestas por el gobierno que restringen el ingreso de mercancías a los países, ya sean a productos o servicios a los cuales se les pone una serie de requisitos como reglas o ciertas características para poder permitir su ingreso.

Existen dos tipos de Barreras no Arancelarias

- **Barreras Sanitarias:** Toman en cuenta la salud de la población evitando el ingreso de ciertas mercancías debido al contenido de productos químico o biológico que puedan contener.
- **Barreras Técnicas:** Se refiere a aquellos requisitos relacionados con las características o estructura en general de los productos que deseen ingresar a un nuevo mercado.

Principales barreras arancelarias para el ingreso de mercancías

- **Determinación de precios:** El gobierno impone un precio máximo y mínimo para ciertos productos, ya que de esa manera se protege a la industria local.

- **Medidas compensatorias:** La función de estas medidas es neutralizar los subsidios la producción o exportación de mercancías.
- **Exigencias de porcentaje de contenido nacional:** Quiere decir que en ciertos productos se regular el porcentaje de insumos nacionales que pueda contener.
- **Mercancías de prohibida importación:** Son mercancías que se encuentran en total restricción para ser ingresadas a un determinado país.
- **Inspección previa al embarque:** Es un control obligatorio que se realiza en el país de exportador para verificar el contenido, precio y características de la mercancía que se exportará y este control es realizado por las autoridades designadas del país importador.
- **Medidas financieras:** Son las que determinan cómo se realizará el medio de pago del importador.
- **Normas técnicas y requisitos de calidad:** Son requisitos técnicos que se le dan al producto con el fin de proteger la salud y la vida a las personas y al medio ambiente.
- **Etiquetado de la mercancía:** Se regula el tipo y tamaño de los signos que debe contener el producto al momento de realizar el embalaje, el etiquetado, además es donde se detalla la información que debe darse al consumidor.
- **Requerimientos sanitarios:** Estas medidas incluyen autorizaciones, registros, certificados e inspecciones sanitarios con el fin de cuidar la salud humana, la vida y evitar cualquier tipo de propagación de plagas.
- **Medidas Antidumping:** En este caso esta medida prohíbe el dumping, el cual es colocar un precio menor al de producción o venderlo debajo del valor justo del mercado, es por eso que esta medida trata de neutralizar los daños o amenazas que causarían este tipo de prácticas de dumping. (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR, 2016)

2.2.6. Incoterms

La Cámara de Comercio internacional, conocida también como ICC, es la encargada de facilitar el comercio de bienes y servicios a nivel

mundial, facilitando una serie de herramientas que permiten que las operaciones mercantiles se desarrollen con mayor facilidad. De esta manera, la ICC crea la regla de los Incoterms, los cuales son términos que nos permiten ver con mayor facilidad cuáles son las tareas, los riesgos y los costos de asume tanto el vendedor como el comprador en una compraventa internacional de mercancías.

Para usar los Incoterms en una transacción comercial es necesario que:

- Se especifique en el contrato de manera clara que se usarán las reglas de Incoterms 2010
- Obtener información y tomar la decisión de cual Incoterms es el más adecuado para la transacción que va a realizar, tomando en cuenta el transporte, los riesgos que desea asumir y los costos.
- Se debe especificar detalladamente el lugar o puerto para realizar la entrega de mercadería
- Por último, se debe tener en cuenta que los Incoterms no son un contrato de compra venta completo, ya que existen varios puntos que no se toman en cuenta, como los precios apagar, métodos de pago, incumplimiento de contrato, entre otros. (Cámara de Comercio Internacional, 2010)

Actualmente, existen 11 Incoterms que se aplican dependiendo lo que se acuerde entre el exportador e importador. A continuación, se muestra un cuadro con el resumen de los términos.

Tabla 1. Clasificación de Incoterms

CLASIFICACIÓN	GRUPO	INCOTERMS	SIGNIFICADO	CARACTERÍSTICAS
GRUPO DE SALIDA	E	EXW	Free carrier	Entrega en fábrica
GRUPO DE TRANSPORTE PRINCIPAL LIBRE	F	FCA	Free carrier	Entrega franco transportista
		FAS	Free Alongside Ship	Entrega franco junto al buque
		FOB	Free on Board	Franco a borde del buque
GRUPO DE TRANSPORTE PRINCIPAL COSTEADO	C	CFR	Cost and Freight	Pago de costo y flete
		CIF	Cost Insurance Freight	Pago de costo, seguro y flete
		CPT	Carriage Paid To	Transporte pagado hasta
		CIP	Insurance Paid to	Transporte y seguro pagado hasta

GRUPO DE LLEGADA	D	DDP	Delivered Duty paid	Pago de derechos
		CAT	Delivery at terminal	Entrega en terminal-destino
		DAP	Delivery at place	Entrega en lugar - destino

Fuente: (PROMPEX, 2018)

2.2.7. Tratados de libre comercio de Perú

Los Tratados de Libre comercio, también llamados TLC son acuerdos donde se suscriben a dos o más países para otorgar a las involucradas preferencias arancelarias y disminuir las barreras arancelarias al momento de comercializar mercancías o servicios. Gracias al TLC se pueden ingresar a nuevos y más grandes mercados que ayudan a los países a expandir su comercialización y obtener nuevos y mejores conocimientos. Los TLC cuentan no cuentan con un plazo definido de duración, sino que cuentan con carácter de perpetuidad.

En la actualidad Perú ha firmado diversos tratados de libre comercio con mercados como Asia, Europa y Oceanía que le permiten tener un fácil y más rápido acceso a los exportadores para llegar a millones de consumidores alrededor del mundo y así puedan conocer más acerca de nuestros productos y servicios. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015)

- Ventajas y desventajas de los TLCs

Los tratados de libre comercio benefician a los aspectos comerciales y a la economía en general, ya que muchas veces se acuerda reducir y en algunos casos eliminar todas la barreras no arancelarias y arancelarias entre países, lo cual beneficia a los exportadores y a las empresas, porque reducen los costos de materia prima o maquinaria. Además, permite al país tener mayor certidumbre económica y mejorar la estabilidad de empresa o personas inversionistas que a partir de ellos son capaces de competir en iguales condiciones que otros países y obtener una mayor ventaja sobre aquellos países que no cuentan con acuerdos comerciales. Por otro lado, con estos acuerdos comerciales no todos los sectores de la economía salen beneficiados, ya que hay productos que son mucho más

sensible a los procesos de negociación, sin embargo, esto puede atenuarse y mejorar si se consideran tomar medidas adecuadas que impulsen la competitividad e incentiven el crecimiento de las actividades comerciales.

De acuerdo al alcance de la investigación realizada, solamente se mencionará el Tratado con Estados Unidos (Acuerdos Comerciales del Perú, 2016)

- **Tratados de libre comercio Perú – Estados Unidos**

El acuerdo APC Perú – Estados Unidos entra en vigencia en febrero del 2009 y se negociaron diferentes capítulos como el fortalecimiento de comercio exterior, acceso a nuevos mercados, temas aduaneros, medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros, con el fin de otorgar beneficios a los países involucrados.

Desde 1991 Perú ya contaba con Preferencia Arancelarias Andinas (ATPA, siglas en inglés) que son otorgadas de manera unilateral por Estados Unidos y que tuvo vigencia hasta el 2001. En el año 2002 EE.UU. vuelve a otorgar preferencias arancelarias al país mediante la ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA, siglas en inglés), y que estuvieron vigentes hasta el año 2010. Sin embargo, en el 2004 ya se habían realiza estudios para evaluar las posibilidades de negociación para un tratado de libre comercio, el cual permitiría una estabilidad en el sector comercial.

Y es así como en el año 2009 entra en vigencia el TLC con Estados Unidos, el cual nos ha permitido crecer económicamente y nos ha brindado acceso a nuevos mercados. (Acuerdos Comerciales del Perú, 2016).

El tratado de libre comercio entre Perú y Estados Unidos permitió la consolidación de una orientación comercial más amplia y segura, ya que asegura un acceso preferente al mercado norteamericano con la reducción de aranceles de manera unilateral y otros acuerdos bilaterales. Al realizar este acuerdo, Perú buscaba garantizar las preferencias que se

tenían con la ley ATPDEA y obtener mayor seguridad para los exportadores. (Woodrow Wilson International Center for Scholars, 2010) La realización del TLC con Estados Unidos es una oportunidad que el país no debe desaprovechar, ya que EE.UU. es uno de nuestros principales socios comerciales y que en la actualidad representa 180 veces más que nuestro mercado. Su entrada en vigencia trajo consigo el acceso libre de aranceles que es considerada una de las principales barreras del comercio internacional y la mejora considerable de nuestra balanza comercial y el creciente empleo en diversas regiones del país. (Morón, Bernedo, Chávez, Cusato, & Winkelried, 2005)

2.2.8. Estrategias para incrementar la exportación

El comercio internacional es uno de los principales sustentos que mueven la economía peruana, y esto debe a que las políticas comerciales aplicadas se han encontrado enfocada en incrementar el comercio y aprovechar los beneficios que trae consigo. Sin embargo, para poder lograr un incremento sostenible a través de los años y diversificar las exportaciones es necesario aplicar un plan estratégico proyectado.

El gobierno pone en marcha diversas estrategias utilizando el plan llamado PENX 2025 (Plan Estratégico Nacional Exportador), el cual busca consolidar la presencia de nuestro país a nivel global ayudando a las empresas a internacionalizarse a través de alianza para la comercialización en el país de destino e instalación de nuestras empresas en el exterior, entre otros. En dicho contexto, a continuación, se presentarán estrategias para ayudar a incrementar las exportaciones en nuestro país (MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014; MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

2.2.9. Espárrago

- Taxonomía de la especie

Espárragos trigueros, crecen espontáneamente entre los trigales, son de un color verde y son muy delgaditos. Su sabor es ligeramente amargo, su temporada es muy corta (dos meses) en la temporada primavera, es más

fino. Crece fuera de la tierra gracias a sus propiedades y a su excelente combinación en cocina, ya aparecía en el recetario más antiguo que conocemos. También están los llamados espárragos de jardín o pericos, los cuales son de mayor volumen que los anteriores, muchas veces obtan a tener un color violáceo, debido a la exposición que tienen frente al sol.

- **Factores que afectan su producción**

Según Vega (2013) define al espárrago como una planta rústica donde es propensa al ataque de plagas. Un ejemplo de ello es el Trips, que es un insecto con presencia en los turiones del espárrago, y que si se encuentra, automáticamente no es aceptado en los mercados a nivel mundial.

A continuación, la clasificación de las plagas y enfermedades más propensas al espárrago:

Plagas

Caparreta o Cochinilla de nombre científico *Croplastes rusci*. La cual hace que la planta se debilite y como consecuencia las hojas se caen. Este insecto succiona la planta cubriéndose de una costra que impide el desarrollo de la higuera así el árbol se vuelve viejo y decrepito (Infoagro, 2016)

Barrenillo (*Hypoborus ficus*) es un coleóptero pequeño que se alimenta de la madera de la higuera, este insecto puede medir entre 1 a 1.5 mm de largo, estos animales aparecen a partir de la primavera. (Casadomet, y otros, 2016)

Enfermedades

Podredumbres radiculares son ocasionados por los hongos *Armillaria mellea* y *Rosellinia necatrix* esto sucede cuando los suelos tienen humedad. (Infoagro, 2016). Como consecuencia la fruta no crece, se debilita sus hojas y pierden color. (Manuel, 2010)

Virosis o virus del mosaico esta enfermedad se encuentra dentro del grupo High plains virus, afecta a los frutos, se extienden mosaico por toda la hoja o aparecen manchas (cloróticas, moteados, necróticas, amarilleo intervenal (Bibiloni, 2015)

2.2.10. Perfil de Estados Unidos

Información General

Estados Unidos es considerado el tercer país con una extensión territorial más grande, y es una de las potencias mundiales. Se encuentra limitando con Canadá al norte y con México hacia la parte sur, por otro lado, la mayor parte del país se encuentra ubicada en la parte centro de América del Norte donde están sus 48 estados contiguos y Washington D.C. Según la información del último censo realizado la población estadounidense ya ha sobrepasado los 322 millones de personas y cuenta con una tasa de crecimiento de la población de 0.81% y es considerado por tal motivo como el tercer país más poblado del mundo. (Oficina de Información Diplomática, 2017)

La distribución de la población se encuentra en grandes grupos urbanos que se encuentran a lo largo de todo el país representan un total del 82%. Sus principales áreas urbanas son en Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Miami, Dallas y en su capital Washington. El inglés es la lengua principal y más hablada por sus habitantes, ha sido adquirida por 32 de sus 50 estados, ya que en Hawái se habla el Hawaiano y en Alaska cuentan con 20 idiomas indígenas oficiales. (Central Intelligence Agency, 2017)

Población

Actualmente Estados Unidos cuenta con 326, 625,791 de habitantes (estimada al 2017) de los cuales el 39.45% se encuentran entre los 25 y 54 años que representa a la mayor parte de la población y un 18.73% son personas entre 0 a 14 años. La edad media es de 38.1 años y cuenta con una tasa de crecimiento de la población de 0.81%. (Central Intelligence Agency, 2017)

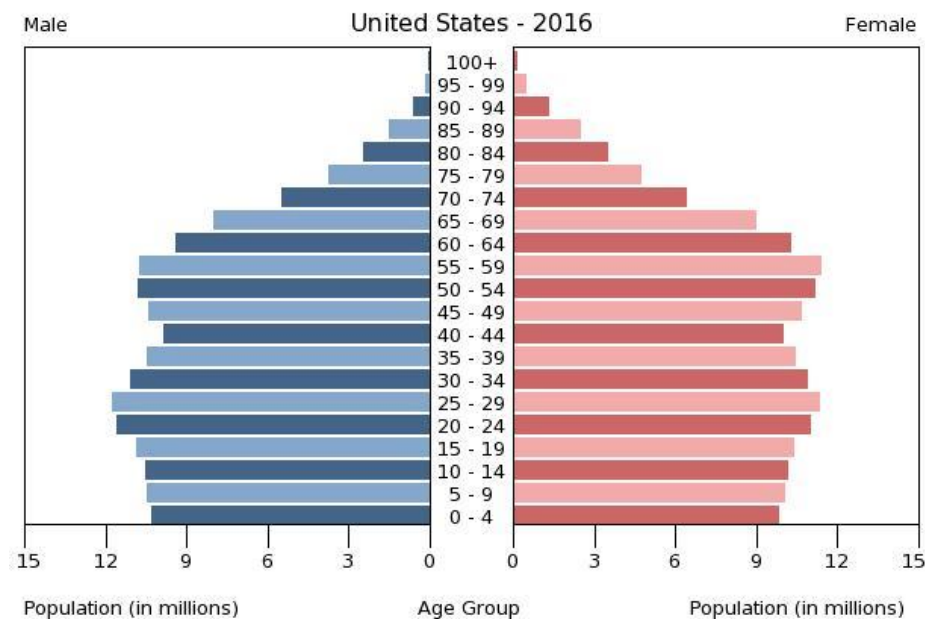


Figura 1 Pirámide Poblacional Estados Unidos
Fuente: (Factbook – Central Intelligence Agency, 2016)

Situación Económica y Coyuntura

Estados Unidos para el año 2016 tuvo un crecimiento nominal de 2.9% superior al 2015 y en términos reales fue de 1.6% gracias al consumo privado que contribuyó con un 1,82 pp, las exportaciones a nivel mundial y el gasto público que aportó 0,16 al crecimiento del PBI, se espera que para el 2017 la economía mejore con un crecimiento de 2.4% basándose en el crecimiento del sector privados (nuevos empleos, mayores salarios, mayor endeudamiento de consumidores internos).

En el 2016 las exportaciones han representado 2.2% menos con respecto al año anterior y por parte de las importaciones, estas han disminuido en un 1,8% con respecto al 2015. La balanza comercial del país dio como resultado un déficit y tuvo una variación de 0.3% con respecto al año anterior. (Prochile Oficina Comercial Washington DC, 2017)

Por otro lado, la población económicamente activa representa un 62.7%, lo cual promovió al incremento de la creación de nuevos empleos, alcanzando 157.000 puestos de trabajos nuevos para el año 2016 que trajo consigo la disminución de la tasa de desempleo en casi 4.8% para finales de ese año. (Oficina de Información Diplomática, 2017)

Intercambio Comercial Estados Unidos – Mundo

Estados Unidos es considerado una de la mayor economía en exportación y en el 2016 se ubicó en el 2do lugar exportando un total de \$1,42 billones e importando \$2,21 billones.

Tabla 2. Datos de Comercio Internacional Estados Unidos

EXPORTACIONES				
DE BIENES (BP)	2013	2014	2015	2016
en M USD	1,561,689	1,632,639	1,573,453	1,459,843
% variación respecto al periodo anterior	4,2	2,7	-3,6	-3,3
IMPORTACIONES				
DE BIENES	2013	2014	2015	2016
en M USD	2,294,453	2,374,101	2,402,760	2,209,917
% variación respecto al periodo anterior	+0,5	3,4	1,2	-2,8
SALDO COMERCIAL				
B.	2013	2014	2015	2016
en M USD	-702,587	-741,462	-759,307	-750,074
% variación respecto al periodo anterior	4,47	4,23	4,54	-1,99

Fuente: (Oficina de Información Diplomática, 2017)

Elaboración: Propia

Sus principales socios comerciales en exportación de los productos estadounidenses son Canadá (19%), México (16%), China (8.1%), Japón (4.4%) y el Reino Unido (3.9%) y por el otro lado Estados Unidos importa productos y demás desde China (22%), México (13%), Canadá (13%), Japón (6.1%) y Alemania (5.3%). (The OBSERVATORY of ECONOMIC COMPLEXITY, 2016)

Se debe recalcar que China está obteniendo mayor presencia tanto en las exportaciones como en las importaciones, para el 2016 China representó un 8% del total de todas las ventas que realizó Estados Unidos y ha ocupado el 4to lugar como país proveedor de Estados Unidos. (Oficina de Información Diplomática, 2017)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Operacionalización de las variables

Tabla 3. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	FUENTE DE VERIFICACION
Factores de Exportación.	Las empresas que buscan obtener cifras positivas en el crecimiento a través del comercio exterior deben interpretar no solo las necesidades que tienen los posibles clientes del país anfitrión, sino que, además, deben comprender los cambios en los contenidos de los factores externos e internos antes de decidir salir al exterior. (Puerto. 2010)	Factores Internos	Proceso	•Productividad	•Ordinal	•Fuente documental y entrevista
				• Principales competidores nacionales	•Ordinal	•Fuente documental
				• Calidad y variedad	•Nominal	•Fuente documental y e.
				•Competidores internaciones	•Ordinal	•Fuente documental
		Factores Externos	Mercado Internacional	• Condiciones de Transporte	•Nominal	•Fuente documental
				• Demanda	•Ordinal	•Fuente documental
			Situación Global	• Aspectos Políticos	•Nominal	•Fuente documental y entrevista
				• Aspectos Económicos	•Ordinal	•Fuente documental
				• Estilo de vida	•Nominal	•Fuente documental y entrevista
			Factores clave de éxito	Comercialización	• Políticas de Promoción	•Nominal
		• Precio de venta internacional			•Ordinal	•Fuente documental

3.2. Diseño de Investigación

La investigación se clasifica como una investigación no experimental con enfoque transversal, documental ya que su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado en que recolectan los datos en otras palabras en un tiempo único. Así mismo, es imposible afectar manipular las variables porque ya sucedieron por lo que también es considerado una investigación no experimental dada la redundancia, es decir se dedicó exclusivamente a recopilar datos y analizar los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017. Además, se determina esta investigación con alcance descriptivo.

3.3.Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

3.3.1. Población

Este estudio se realizará mediante entrevistas a instituciones del estado relacionadas en comercio exterior, entre ellos Promperú, Sunat y Ministerio De Comercio exterior. Asimismo, se basará también en estudios, indicadores, reportes y fuentes relacionadas con la exportación de espárrago fresco a EE. UU del 2013 al 2017.

3.3.2. Muestra

Nuestra muestra serán tres entrevistas, una al coordinador del Departamento de proyectos multisectoriales de Promperú, otra el especialista de tributos en SUNAT y finalmente al director de estudios económicos del MINCETUR. A la vez se utilizará material documentario basado en informes técnicos del periodo 2013 al 2017.

3.4. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Para garantizar la fiabilidad y la validez de la investigación, durante la realización del estudio del caso, se utilizaron varias estrategias y tácticas. Los datos se obtuvieron a través de las entrevistas a entidades públicas como PROMPERÚ, SUNAT, MINCETUR, entre otras, artículos, periódicos y boletines informativos. Así mismo, el análisis de las elaboraciones de fichas técnicas por nuestra parte, todo ello relacionado a investigaciones realizadas durante el periodo de tiempo que se ha seleccionado para esta tesis, esto nos permitió realizar un análisis de nuestra variable de estudio más detalladamente. Asimismo, se procede a desarrollar las siguientes técnicas:

- **Toma de información:** Se aplicó para tomar información de libros, textos, papers de instituciones especializadas y demás fuentes de información relacionadas a los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017.
- **Técnica de entrevista:** Se aplicó 3 entrevistas (preguntas tipo cuestionario (VER ANEXO 12)), dadas a los especialistas en comercio exterior en el siguiente orden:

Coordinador de programas y proyectos multisectoriales César Santos – PROMPERU.

Especialista Henry Beltrán de tributos - SUNAT.

Director de estudios económicos Walter Puelles – MINCETUR

3.5. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Para llevar a cabo el procesamiento de información describimos las etapas de la siguiente manera:

- Primero realizamos un listado de principales empresas, asociaciones, libros y posibles personas a entrevistar que nos permitan responder a nuestros principales objetivos y de esa manera analizar los factores determinantes que influyeron en la exportación de espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017
- Segundo se hizo una recopilación de fuentes de información primaria que toman en cuenta análisis de datos en entidades públicas como PROMPERÚ, SUNAT, MINCETUR, entre otras, artículos periódicos, fichas técnicas y boletines

informativos que representan investigaciones realizadas durante el periodo de tiempo seleccionado para esta tesis, esto nos permitió realizar un análisis de nuestra variable de estudio más detalladamente, y complementando la información.

- Luego se utilizó como instrumento las fichas técnicas, las cuales realizamos en base a las fuentes encontradas con el objetivo de poder lograr un resumen con las aportaciones más significativas de información y de esa manera poder descartar fuentes innecesarias.
- Por consiguiente, se elaboraron diversos cuadros estadísticos y gráficos sobre la evolución histórica que se analizó en la presente tesis de acuerdo a los indicadores y dimensiones mencionados. En base a la documentación revisada dentro del periodo 2013 al 2017.
- Para la sustentación de la información recolectada se realizó 3 entrevistas conformadas por el jefe del área César Santos Sutta del departamento de programas y proyectos multisectoriales – PROMPERÚ, luego a el especialista Henry Beltrán de tributos en Sunat y por último al Director de estudios económicos Walter Puelles. Además de esto, se pidió información al Instituto Peruano de Espárragos y Hortalizas que nos permitirá tener un respaldo informativo.
- Se analizó cada cuadro estadístico y gráfico de manera comparativa con la información, entrevista y bases de datos que nos han sido otorgados.
- Finalmente, tenemos en cuenta que durante el análisis también se utilizaron ciertos instrumentos estadísticos como tasas de crecimiento, porcentaje de participación, entre otros, con la finalidad de dar un mejor entendimiento de nuestros resultados.

3.6.Aspectos Éticos

- Durante las investigaciones de información que se realizaron, ninguna persona fue sometida sin consentimiento a responder las entrevistas o a brindar documentos necesarios para la respuesta de las preguntas o temas de los cuales se pidió información.
- Para poder analizar nuestro objetivo principal y responder a nuestras preguntas se eligió una investigación de tipo cualitativo y un diseño descriptivo simple, los

cuales son los más adecuados para describir nuestras variables de manera correcta.

- Las fuentes de información que se utilizaron para esta investigación fueron seleccionadas a través de fichas de revisión técnica que nos permitieron constatar la credibilidad de cada una de ellas, verificando detalladamente que fuente nos brinda una información más óptima y segura.
- Para el caso de las entrevistas, se coordinó previamente con los entrevistados con la intención de informarles acerca de nuestro tema y el propósito de tesis; como respuesta los candidatos, accedieron a brindar la información necesaria para responder a las preguntas que tuviéramos y con sus consentimientos, la entrevista forma parte de nuestra investigación.
- Todas nuestras tablas, gráficos y figuras cuentan con descripción de fuente de donde se extrajo la información con la intención de evitar cualquier tipo de plagio. Además, durante nuestra investigación se utilizó fuentes de diversos libros y autores y estas fueron citadas y parafraseadas según el estilo APA.

Finalmente, el estudio que se ha realizado tiene el propósito de poder brindar información como antecedentes que sirvan para posteriores estudios y también para que nuevas empresas puedan tener previo conocimiento sobre el mercado de espárragos y su exportación a nuestro principal mercado.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Determinar de qué manera los factores internos afectó en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017

Pregunta 1: ¿De qué manera la producción impactó al nivel de exportación de espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2014 al 2017?

Tabla 4. Nivel de producción del espárrago fresco por trimestre

		Miles toneladas									
		2013		2014		2015		2016		2017	
		Producción	var%	Producción	var%	Producción	var%	Producción	var%	Producción	var%
I TRIMESTRES		84.2	1.5	90.1	7	89	-1.3	90.5	1.7	93.6	3.5
II TRIMESTRE		75.3	-1.3	79.7	5.8	84.5	6.1	89.4	5.8	89.4	-0.1
III TRIMESTRE		86.3	6.3	80.8	-6.3	83.1	2.8	89.9	8.2	87.5	-2.6
IV TRIMESTRE		137.5	1.4	127.1	-7.5	114.1	10.2	108.5	-5	110.4	1.7
TOTAL		383.3		377.7		370.7		378.3		380.9	

Fuente: (Minagri, 2018)

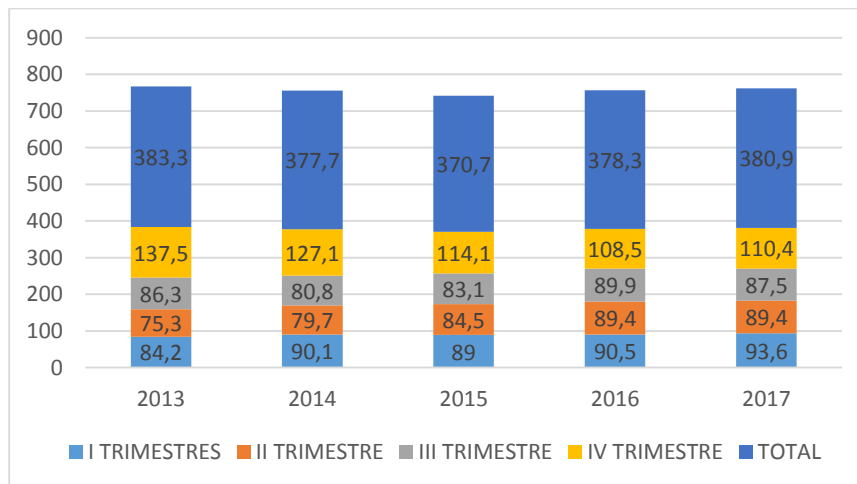


Gráfico 1 Nivel de producción del espárrago fresco por trimestre y el total por años
Fuente: (Minagri, 2018)

En la Tabla 3 y Gráfico 1, se muestran la producción de espárrago en el Perú en un periodo del 2013 al 2017 por trimestres. En el año 2015, Perú tuvo su producción más baja logrando alcanzar un total de 370.8 toneladas de espárragos producidos en total. Para el año 2013 su producción fue la más alta, logrando obtener 383.2 en producción. Como se puede observar, en el IV Trimestre de producción es donde se incrementen las cosechas, logrando obtener cada año más de 100 miles de toneladas, en este periodo, esto se debe a que para esta época del año es donde el clima y el suelo se hace mucho más favorable. Para el año 2017, a pesar de las dificultades hubo por los cambios climáticos y factores de cosecha, la producción se logró mantener y llegó hasta 380.9 miles de toneladas representando así también, una de las más altas en los años que se han investigado, sin embargo, no fue suficiente para abastecer la demanda externa, por ellos Estados Unidos, tuvo que requerir espárragos frescos de otro destino, que fue México. De esa manera Perú pasó a un segundo lugar como principal exportador de espárrago fresco a Estados Unidos.

Pregunta 2: ¿De qué manera Perú logra beneficiarse de su estacionalidad de producción de espárrago fresco para proveer al mercado estadounidense?

A nivel internacional solo existen dos países que cuentan con producción de espárrago durante todo el año, según un informe de la FAO, son Perú y Tailandia. Debido a ello, Perú es considerado uno de los principales países productores de espárrago a nivel mundial, ya que se encarga de abastecer a grandes potencias como Estados Unidos y países de Europa, que conforme pasan los años, siguen aumentando la demanda, y que, a pesar de también ser productores de espárrago, han logrado ser desplazados por nuestro país. Esto se debe a que la producción continúa, se da en diferentes estacionalidades, dependiendo mucho de la demanda del mercado externo. Según lo analizado el periodo con mayor producción se realiza en los meses de marzo hasta junio y de octubre hasta diciembre, que son las épocas donde nuestros principales países demandantes escasean de este producto fácilmente, debido al alto consumo que se presenta.

Desde sus inicios de producción, el espárrago logró obtener grandes rendimientos, debido a las condiciones climáticas que presenta el Perú, los suelos ricos en nutrientes que son considerados invernaderos naturales y con los cuales contamos en toda nuestra Costa. Todo esto trae como resultado grandes producciones de espárrago y muchas veces permite hasta dos cosechas durante el año.

Dentro de los principales departamentos productores de espárrago se encuentran La Libertad, Ica y Lima, que cuentan con un clima muy beneficioso para esta hortaliza y que por tal motivo abarcan un 95% de toda la producción a nivel nacional.

Pregunta 3: ¿Cuál es el porcentaje de participación en el mercado local de las principales empresas productoras y exportadoras de espárrago?

Tabla 5. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2013

FOB Miles de US\$		
	2013	%
Complejo Agroindustrial Beta S.A	67,698	16%
Sociedad Agricola Drokasa S.A	25,696	6%
Danper Trujillo S.A.C	20,339	5%
Camposol S.A.	17,113	4%
Agricola La Venta S.A	17,086	4%
Otros	265,654	64%
Total de Exportaciones	413,586	100%

Fuente: (SUNAT, 2017)

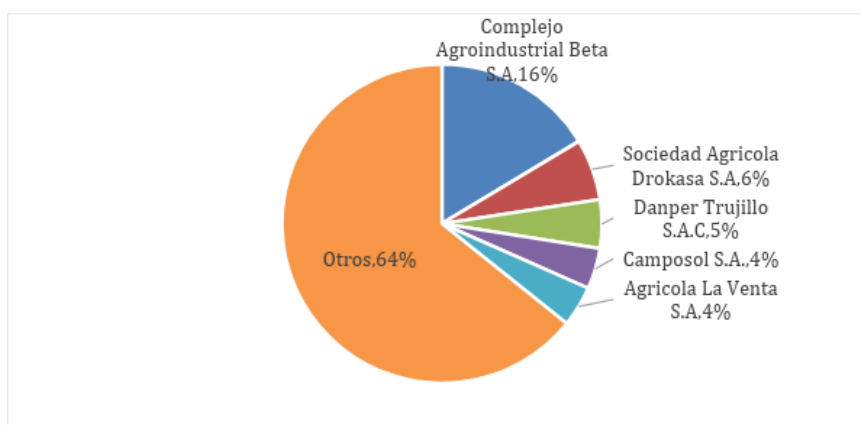


Gráfico 2 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2013

Fuente: (SUNAT – AGRODATAPERU, 2018)

La tabla N°4 y el gráfico N°2 se muestran las cinco principales empresas peruanas exportadoras y productoras de espárrago fresco y el valor FOB de sus exportaciones para el año 2013. Como se observa, en el año 2013 la principal empresa exportadora fue Complejo Agroindustrial Beta con un total de US\$ 67,698 millones, obteniendo una participación de 16% del total.

A diferencia de la principal empresa exportadora de espárrago, las demás, no cuentan con grandes valores de exportaciones para el 2013, así es el caso de Sociedad Agrícola Drokasa que obtuvo una participación del 6% en el mercado de exportaciones, seguida de Danper Trujillo con un total de 5% de participación y un valor de US\$ 20,339 millones.

Tanto la empresa Camposol S.A y Golden Fresh tuvieron aproximadamente una similitud de 4% de participación en el mercado de un total de 105 empresas exportadoras de ese año.

Tabla 6. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2014

FOB Miles de US\$

	2014	%
Complejo Agroindustrial Beta S.A	65,650	17%
Danper Trujillo S.A.C	24,074	6%
Sociedad Agrícola Drokasa S.A	20,462	5%
Global Fresh S.A.C.	20,149	5%
Agrícola La Venta S.A	16,477	4%
Otros	237,779	62%
Total de Exportaciones	384,591	100%

Fuente: (SUNAT, 2018)

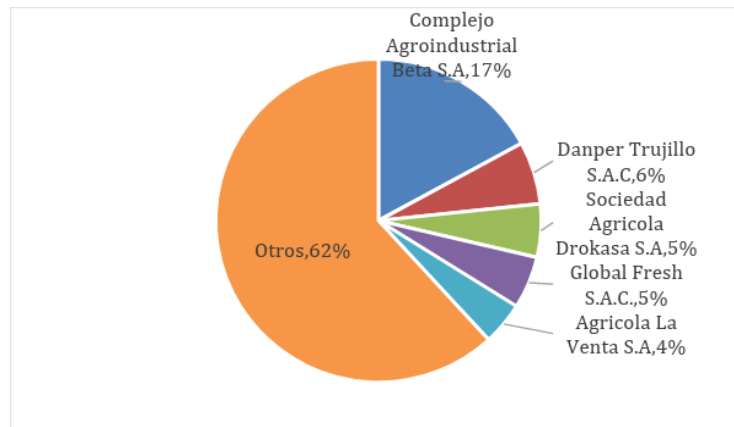


Gráfico 3 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2014

Fuente: (SUNAT – AGRODATAPERU, 2018)

Según la tabla N°5 y el gráfico N°3, para el año 2014 la empresa Complejo Agroindustrial Beta se sigue manteniendo como una de las principales exportadores de espárrago con un total de valor FOB de US\$65,650 millones, y a comparación del año anterior, su participación aumentó en un 1% logrando a obtener un 17% del total del mercado; le sigue la empresa Danper Trujillo que incrementó un poco más sus ventas ese año, logrando posicionarse arriba de la empresa Sociedad Agrícola Drokasa que tuvo un 6% de participación en el mercado con un total de US\$20,462 de valor FOB, un poco menos que Danper que tuvo un valor exportado de US\$ 24,074 millones y una participación de 6% del total.

Por otro lado, se observa que Camposol ya no se encuentra dentro de las cinco principales empresas exportadoras de espárrago como el año anterior, y que ahora tomó su lugar la empresa Global Fresh con un total de sus exportaciones de US\$20,149 millones seguido de la empresa Agrícola la venta que a pesar de que bajo en su valor exportado a US\$16,477 millones, sigue manteniendo una participación de mercado de 4% y es considerada dentro del ranking de las cinco principales empresas exportadoras.

Tabla 7. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2015

FOB Miles de US\$		
	2015	%
Complejo Agroindustrial Beta S.A	68,305	18%
Danper Trujillo S.A.C	28,066	7%
Sociedad Agrícola Drokasa S.A	21,575	6%
Global Fresh S.A.C.	19,998	5%
Agrícola La Venta S.A	18,523	5%
Otros	228,124	59%
Total de Exportaciones	384,591	100%

Fuente: (SUNAT, 2018)

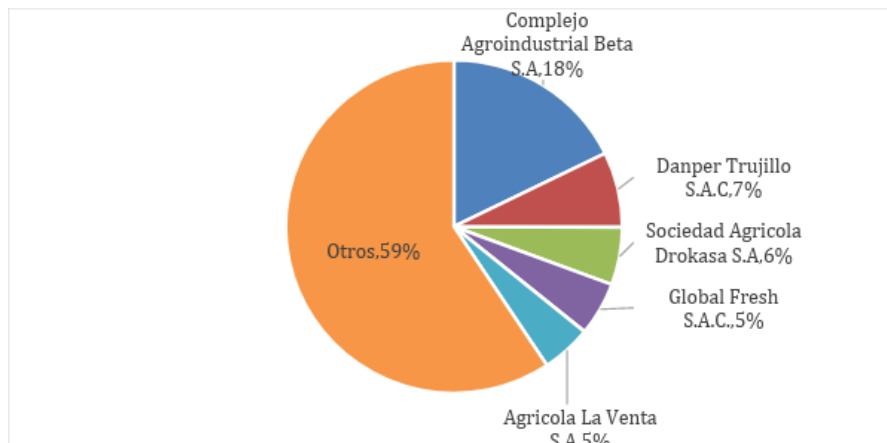


Gráfico 4 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2015

Fuente: (SUNAT – AGRODATAPERU, 2018)

En el cuadro N° 6 y gráfico N°4 se muestran las exportaciones de espárrago fresco por empresa en el año 2015. Para este año, la empresa Complejo Agroindustrial Beta, incrementó su participación en un 2% con respecto al año anterior, logrando obtener un total de valor exportado de US\$ 68,305 millones. Al igual que la primera empresa, este año todas las demás presentaron un incremento en sus exportaciones, debido a que el espárrago se encontraba posicionándose cada vez más en el mercado por los beneficios que trae a la salud y su alto valor nutricional.

Para este año también, las empresas Global Fresh y Agrícola La Venta, se acercaron mucho en el valor de sus exportaciones, llegando a obtener US\$19,998 millones y US\$18,523 millones respectivamente, y ambas con un aproximado de 5% de participación de mercado.

Tabla 8. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2016

FOB Miles de US\$		
	2016	%
Complejo Agroindustrial Beta S.A	63,839	15%
Danper Trujillo S.A.C	33,376	8%
Empresa Agro Export Ica	21,287	5%
Sociedad Agricola Drokasa	20,141	5%
Santa Sofia del Sur	18,916	5%
Otros	262,460	62%
Total de Exportaciones	420,019	100%

Fuente: (SUNAT, 2018)

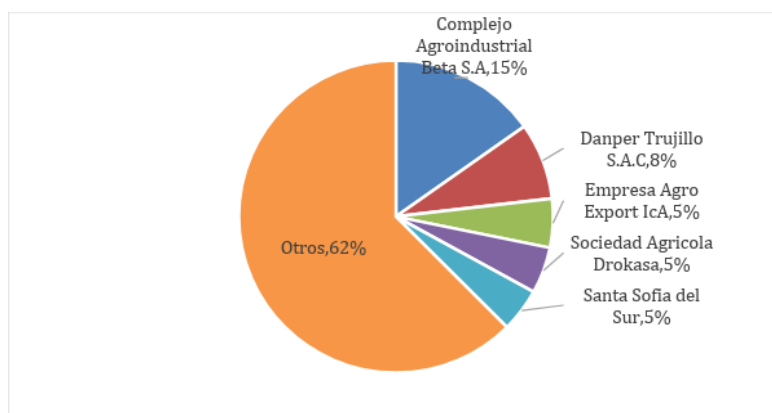


Gráfico 5 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2016

Fuente: (SUNAT – AGRODATAPERU, 2018)

Para las exportaciones del año 2016, las tablas N° 7 y gráfico N°5 muestran que la principal empresa exportadora durante los años anteriores, Complejo Agroindustrial Beta, tuvo una disminución de sus exportaciones, con un total de US\$ 63,839 millones y por lo cual se redujo su participación de mercado a un 15%.

Por otro lado, la empresa Danper Trujillo tuvo un valor de exportación mayor con respecto al año anterior y fue un total de US\$33,376 millones, como se puede observar, esta empresa ha ido obteniendo durante los años crecimientos en sus exportaciones y ya para el 2016, alcanzó un 8% de participación de mercado.

Para este año, la empresa Sociedad Agrícola Drokasa baja otra vez en su monto de exportación, y se posiciona en el cuarto lugar con un monto total de US\$ 20,141 millones, y la tercera posición es ocupada por la empresa Agro Export, que es el primer año del periodo analizado que aparece como una de las cinco principales exportadoras, obteniendo un 5% de participación de mercado.

Otra nueva empresa que este año aumentó su participación y monto de exportación, fue Santa Sofía del Sur, que logró realizar exportaciones de un total de US\$ 18,916 millones, desplazando a la empresa Agrícola La venta, la cual ya no se encuentra como uno de los principales exportadores de espárrago fresco.

Tabla 9. Valor de las exportaciones de las principales empresas productoras de espárrago 2017

FOB Miles de US\$		
	2017	%
Complejo Agroindustrial Beta S.A	48,980	12%
Danper Trujillo S.A.C	42,522	10%
Sociedad Agrícola Drokasa	20,736	5%
Santa Sofia del Sur	20,213	5%
Empresa Agro Export Ica	19,657	5%
Otros	257,039	63%
Total de Exportaciones	409,147	97%

Fuente: (SUNAT, 2018)

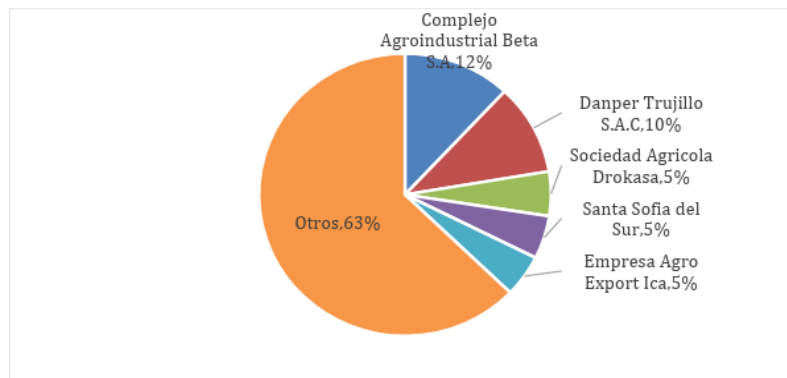


Gráfico 6 Porcentaje de participación de las principales empresas productoras de espárrago 2017

Fuente: (SUNAT – AGRODATAPERU, 2018)

La tabla N°8 y el gráfico N° 6, representan las cinco principales empresas exportadoras de espárrago del Perú en el año 2017. Según lo analizado, la empresa Complejo Agroindustrial Beta durante cada año ha ido disminuyendo sus exportaciones y en el 2017 su participación de mercado bajó a un 12%. Por el contrario, la empresa Danper Trujillo ha tenido cada vez mejor recepción y mejores niveles de exportación, llegando a obtener este año un monto en exportaciones de US\$ 42,522 millones, muy cerca del monto exportado por el Complejo Agroindustrial Beta que llegó a US\$ 48,980 millones.

Pregunta 4: ¿Qué normas técnicas se consideran en los espárragos de Perú para la exportación a Estados Unidos?

En Perú consideran que las normas técnicas peruanas son importantes, ya que cumplen con establecer funciones específicas en su calidad y otros requisitos, para así luego difundir y aplicar en las producciones del espárrago y volverlo competitivo en su comercialización a nivel interno y externo.

Actualmente según el Diario el peruano, se estipula las siguientes normas:

NTP 011.109:2013 (revisada el 2018) ESPÁRRAGO. Espárrago fresco. Requisitos. 4^a Edición

Reemplaza a la NTP 011.109:2013, esta norma nos da información sobre las medidas, presentaciones y cómo debe estar en condiciones de desinfección que debe tener el espárrago fresco para poder ser distribuido.

NTP 209.402:2003 (revisada el 2018) ESPÁRRAGOS. Buenas prácticas agrícolas. 1^a Edición

Reemplaza a la NTP 209.402:2003, esta norma establece las medidas necesarias para garantizar que el espárrago cumpla con los altos estándares de seguridad en su calidad, para así evitar perjudicar la salud de los consumidores, además que adicionalmente enfatiza en temas de medio ambiente y se pronuncia en escenarios de prevención de plagas y en la conservación de recursos naturales.

NTP 011.116:2014 (2014 ESPÁRRAGOS) Guía para el transporte refrigerado. 2^a Edición, la cual describe el estado óptimo en que se debe realizar el transporte refrigerado de los espárragos frescos como producto final.

En síntesis, las normas establecidas permiten contribuir con la garantía y con las condiciones óptimas de salubridad para la presentación final al consumidor de espárrago, brindándole así al producto un estándar alto de calidad a nivel nacional e internacional.

Pregunta 5: ¿Cuáles son las certificaciones fitosanitarias a nivel internacional que deben considerarse para la exportación de espárrago a Estados Unidos?

Para realizar exportaciones de espárrago a otros países es necesario contar con certificaciones de calidad e inocuidad del producto, además de que la cadena de producción debe cumplir con los estándares requeridos por el cliente del mercado exterior. Según lo analizado, es necesario que la mano de obra que se utiliza para la producción de espárrago se capacite de manera más eficiente e intensiva, para que de esa forma los procesos se hagan mucho más rápido y sin pérdidas en la producción.

La clasificación del espárrago se da en cuatro categorías nombradas Extra, I, II, III, su diferenciación consiste en el largo de los turiones y su diámetro; el calibrado debe estar en el rango de 17 a 22 centímetros en todos los espárragos que sean considerados largos, los cortos deben contar entre 12 a 17 cm de largo y la categoría I y II se considera una medida de 12 a 22 cm. Además, para el diámetro la categoría Extra debe contar con una medida mínima de 12mm, la categoría I de 10mm y por último la II, III deben contar con diámetro de 10mm (Organización para la Alimentación y la Agricultura, 2005).

Según los estudios, se determina que durante la producción de espárrago en el año, no se producen siempre con la misma calidad. Un ejemplo claro de ello es en la producción que se da en los meses de enero a marzo, donde la producción es alta y sin embargo la calidad mantiene un nivel bajo, por otro lado, en los meses desde mayo a septiembre a pesar de que la productividad es baja, la calidad es mucho mayor. (Heredia Pérez, 2010).

Como se ha mencionado anteriormente en los análisis, Estados Unidos es el principal demandante del producto y, por ende, exige una serie de certificaciones y normas que se deben cumplir para que el espárrago pueda ingresar a su país:

- Hazard Analysis and Critical Control Point

Todo un comité forma parte del sistema HACCP, y este garantiza que pueda mantenerse la calidad y seguridad en los alimentos durante todo el proceso productivo hasta que llega al consumidor final.

- Ley de seguridad de la salud pública y preparación y respuesta ante el Bioterrorismo

Esta ley se formuló después del 11 de septiembre y los acontecimientos ocurridos en Estados Unidos. Esta ley implementa medidas de seguridad alimentaria.

- Safe Quality Food

Es un programa que se dirige al sector alimentario y toma en cuenta la calidad de alimentos. Las empresas que cuentan con estas certificaciones, lo realizan para tener una similitud con el BPM Y BPA.

- Occupation Health and Safety Assessment Series

La finalidad de esta norma es poder ayudar a las empresas a que puedan adoptar un sistema que mejore la seguridad dentro del área laboral. Además, permite ordenar el organigrama de cada empresa designando cuales son las funciones o responsabilidades de cada área, y de esa manera garantiza el cumplimiento eficiente de los procesos, resultados y mantener la política, la seguridad y salud del personal.

Una de las fortalezas con las que cuenta el Perú es la calidad de su espárrago, y esto es un punto a su favor, ya que permite lograr el éxito en sus exportaciones y su industria, adaptándose así a las exigencias del mercado, lo cual lo vuelve uno de los principales competidores en la comercialización de espárrago a Estados Unidos.

Describir de qué manera los factores externos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017

Pregunta 6: ¿De qué manera el nivel de exportación de los principales competidores a nivel mundial influye en el nivel de exportación de espárrago de Perú a EE. UU en el periodo del 2014 al 2017?

Tabla 10. Países exportadores de Espárragos frescos o refrigerados a Nivel Mundial

	2012	2013	Tasa de crecimiento de 2014	2014	Tasa de crecimiento de 2015	2015	Tasa de crecimiento de 2016	2016	Tasa de crecimiento de 2017	2017
México	224,710	244,186	9%	251,139	3%	284,561	13%	386,827	36%	460,038
Perú	343,087	413,586	21%	384,591	-7%	416,225	8%	420,019	1%	409,147
Estados Unidos de América	153,937	146,071	-5%	147,702	1%	119,548	-19%	144,330	21%	149,494
Países Bajos	93,881	85,568	-9%	89,780	5%	89,320	-1%	92,412	3%	104,602
España	46,099	54,865	19%	63,898	16%	70,893	11%	64,792	-9%	73,314
Italia	21,740	24,973	15%	25,420	2%	23,314	-8%	32,218	38%	31,082
Alemania	22,035	23,127	5%	24,279	5%	21,961	-10%	24,349	11%	22,880
Australia	17,034	16,103	-5%	17,531	9%	18,313	4%	24,120	32%	22,321
Francia	20,289	24,412	20%	23,438	-4%	24,449	4%	26,526	8%	21,389
Bélgica	10,239	14,879	45%	11,775	-21%	12,706	8%	15,922	25%	17,810
Otros Países	89,585	83,765	-6%	79,655	-5%	64,204	-19%	66,414	3%	61,697
Mundo	1,042,636	1,131,535	9%	1,119,208	-1%	1,145,494	2%	1,297,929	13%	1,373,774

Fuente: (Trade Map, 2019)

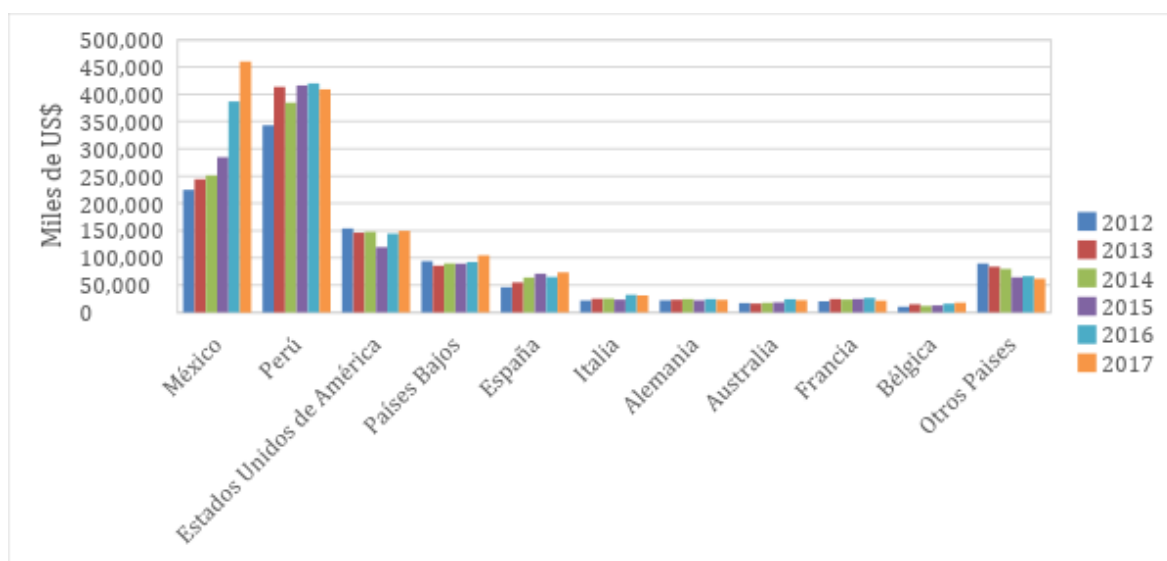


Gráfico 7 Países exportadores de Espárragos frescos o refrigerados a Nivel Mundial

Fuente: (Trade Map, 2018)

Se puede observar en la Tabla N° 9 y en el Gráfico N° 7 los diez primeros países que exportan espárrago fresco o refrigerado a nivel mundial durante el periodo 2013 - 2017 y las variaciones que han tenido con respecto al año anterior. Se observa que el primer país exportador del producto para el año 2017 fue México con un valor de US\$460,038 millones en exportación, este país alcanzó un incremento significativo durante los últimos 5 años, y para el 2017 logró posicionarse como el primer exportador del producto desplazando a Perú, que durante los 4 años anteriores había conservado mantenerse como el primer exportador del mundo de espárragos frescos. Como se había mencionado, Perú en el 2017 llegó a sumar un total en el valor de sus exportaciones de US\$ 409,038 millones, llegando a ser una de sus cifras más bajas desde el 2015. En las demás posiciones encontramos a Estados Unidos, Países Bajos y España.

Para el año 2017 el total de exportaciones a nivel mundial de espárragos frescos o refrigerados fue de US\$ 1, 373,774 millones que representó un incremento del 13% con respecto al año anterior. Nótese que México y Perú son los principales países exportadores de este producto, sin embargo Perú ha tenido un decaimiento en sus exportaciones debido a la antigüedad de sus cultivos y los cambios climatológicos que ha pasado durante el 2017, como el fenómeno del niño, que ha modificado la calidad del producto y no ha permitido que la producción pueda ser mayor por otro lado, el incremento de la producción y exportación de espárrago en México se ha debido a los financiamientos del gobierno otorgados para los crecimientos en el cultivo, adquisidores de maquinaria y mejora en el regadío.

Pregunta 7: ¿Cuáles son las características de calidad de la producción de México que lo convierten en el principal competidor para Perú en la exportación de espárrago a Estados Unidos?

Según el IPEH, nuestro principal competidor en las exportaciones de espárrago fresco a Estados Unidos en los últimos años ha sido México, logrando desplazar a Perú a un segundo lugar en el ranking de exportaciones, debido a que poseen ciertas fortalezas.

Uno de los beneficios con lo que cuenta México, es la cercanía que tiene con los Estados Unidos, lo cual le permite reducir los costos de flete considerablemente, y esto disminuye en un 50% el gasto del transporte en comparación de Perú, el cual realiza los envíos de espárragos fresco por vía aérea, debido al periodo corto de vida que tiene este vegetal y por ende, este de canal de distribución aumentó el precio final.

Además, los productores y el Gobierno mexicano se han preocupado más por implementar nuevas tecnologías que facilitan el proceso de producción de los espárragos como también reducir costo y pérdidas de la mercadería, evitando devoluciones de productos rechazados por el cliente.

Adicionalmente, en México el cultivo de espárrago fresco se ha visto beneficiado por el clima con el que cuentan, ya que es favorable para la producción, a esto se suma que los mismos productores mexicanos le han tomado importancia a adquirir capacitaciones que ayudan a la especialización en general de sus productos.

Por otro lado, la FIRA, Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, ha facilitado el acceso a los créditos de largo plazo relacionados con las instalaciones, y con el proceso de producción como el sistema de riego y las cámaras de frío. Todo esto ha hecho posible que la producción de espárrago mexicano se vuelva más dinámica a nivel internacional, cubriendo de esa manera la demanda del consumo per cápita de espárrago fresco en Estados Unidos, generando un producto de calidad y que cuenta con especializaciones técnicas en todos sus cultivos

Pregunta 8: ¿Cuál es el principal medio de transporte más adecuado para realizar la exportación de espárrago fresco a EE.UU.?

En los últimos años el comercio exterior se ha manejado por diferentes canales de distribución dependiendo el tipo de producto. En este caso para todo lo que abarque productos frescos entre ellos la gama de verduras, frutas y hortalizas se recomienda el uso de transporte aéreo en su mayoría para mantenerlo en óptimas condiciones por su corto tiempo de vida.

Es por eso que en el caso del espárrago un 80% de las exportaciones a EE. UU se realizan por vía aérea para mantener sus óptimas condiciones

En el proceso del transporte aéreo para este tipo de productos, es primordial que se cumpla un orden de control de la cadena de frío y así mantener la calidad y conservaciones de las hortalizas.

Así mismo, gracias a las grandes exportaciones de espárragos que se han ido dando en estos años, las líneas aéreas han podido ofrecer precios más módicos y también mayor accesibilidad en cuanto a encontrar espacios disponibles. Finalmente ello ha generado un mejor acceso de mercado a este país.

Una de las formas más efectivas de poder realizar el traslado de los espárragos es a través de Frío Aéreo, la cual es conformada por un grupo de exportadores con la finalidad de hacer más factible el envío de espárragos al exterior, además que cuentan con almacenes refrigerados especializados en transportar alimentos como los espárragos, alcachofas, entre otros.

Pregunta 9: ¿Cuáles son las condiciones óptimas de empaque y etiquetado para realizar la exportación de espárragos frescos de Perú hacia EE. UU?

Las condiciones óptimas de embalaje juegan una principal función a la hora de la exportación a EE. UU, uno de los principales factores que se deben tomar en cuenta es la presentación del espárrago y su empaque, que en muchos casos solo se coloca al espárrago en hileras o en manojos firmes sujetos por cintas o gomas elásticas o también en pequeñas bolsas de polietileno. Aquellos que se colocan en hileras deben estar protegidos con papel.

Una vez que los espárragos son sujetos se deben colocar en envases cuyo material sea de cartón con dimensiones de 26*50*24 (largo*ancho*alto) o también pueden hacer uso de envases de cartón de una capacidad de 1kg con manojos de 0.7 kg cada uno.

El producto no puede salir del nivel superior del envase, debe empacarse de tal forma que se cubra y quede protegido.

Tener presente que el material a usar para empaque debe ser nuevo (caso cartón), estar higiénico y ser de calidad para evitar daños al producto. Se permite uso de materiales como papel o sellos que muestran especificaciones comerciales siempre y cuando estén impresos con tinta o adhesivos no tóxicos.

Respecto al etiquetado cada envase debe llevar los siguientes datos juntos en la misma línea paralela, escrita de manera visible:

a-. Identificación: Nombre, razón social y dirección del productor, empacador, exportador o distribuidor.

b-. Naturaleza del producto: Si el producto no es visible desde afuera, cada envase debe llevar una etiqueta con el nombre del producto

De esta manera el producto se podrá conservar en óptimas condiciones y podrá ser transportador con mayor facilidad al medio de transporte.

Pregunta 10: En el periodo del 2014 al 2017, ¿cómo ha evolucionado la demanda de espárrago en EE. UU, frente a sus 5 principales proveedores a nivel mundial?

Tabla 11. Principales países proveedores de Estados Unidos de espárrago fresco del 2013 al 2017 en miles de toneladas

Países/ Año	Miles de toneladas									
	2013	Part.	2014	Part.	2015	Part.	2016	Part.	2017	Part.
México	315,295	26%	246,690	19%	278,510	19%	353,495	23%	425,280	30%
Perú	350,658	29%	356,228	27%	375,681	26%	354,756	23%	344,180	24%
Canadá	6,535	1%	5,309	0%	5,107	0%	6,282	0%	5,914	0%
Ecuador	423	0%	377	0%	560	0%	586	0%	412	0%
Argentina	94	0%	106	0%	140	0%	273	0%	395	0%
Total Demanda	1,217,500		1,321,958		1,431,179		1,552,577		1,437,195	

Fuente: (Trademap, 2018)

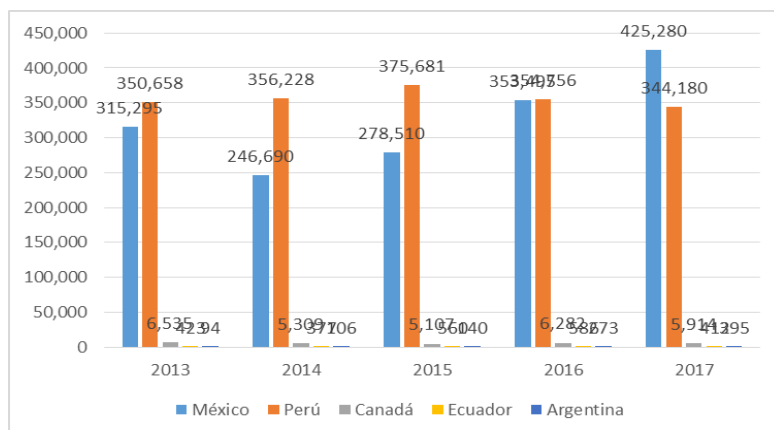


Gráfico 8 Principales países proveedores de Estados Unidos de espárrago fresco del 2013 al 2017 en miles de toneladas

Fuente: (Trade Map, 2019)

Se puede observar en la Tabla N° 10 y en el Gráfico N° 8 los cinco principales países proveedores de espárrago fresco de Estados Unidos en el periodo 2013 - 2017. Podemos observar que dentro del ranking de proveedores está México, Perú, Canadá, Ecuador y Argentina, estos tres últimos han exportado espárragos en muy pequeñas cantidades. Podemos observar que el principal país proveedor al mercado estadounidense hasta el año 2016 fue Perú, logrando alcanzar en el 2015 un total 375,681 toneladas, la mayor cifra en el periodo investigado, abasteciendo a Estados Unidos con un 26% de su demanda de espárrago fresco. Sin embargo, en el 2017, México tomó la delantera exportando un total de 425,280 toneladas, representado un 30% de la demanda del mercado estadounidense, superando a Perú en sus cifras de exportación en todo el periodo analizado.

Como se puede observar, Estados Unidos demanda más cantidad de espárrago, esto se debe a la dependencia de este país por las frutas y hortalizas del mercado exterior, la cual se va incrementando conforme pasan los años. La importación de espárragos fresco en Estados Unidos espera un crecimiento más significativo para los años siguientes, debido a que los consumidores son cada vez más conscientes de los beneficios del consumo de espárragos y ello impulsará el crecimiento del consumo no solo de Estados Unidos sino también a nivel mundial.

Pregunta 11: ¿De qué manera los acuerdos comerciales entre Perú y EE. UU han beneficiado a la exportación del espárrago fresco en el periodo 2014 al 2017?

Tabla 12. Acuerdos Comerciales Perú-Estados Unidos

Año	Acuerdo	Nombre	Tipo	Países	Beneficio	Restricción
1993	ATPA	Ley de Preferencias Arancelarias Andinas	Acuerdo Unilateral	Perú, Bolivia y Ecuador	Ingreso libre de aranceles a productos aprox.	Textiles, confecciones, entre otros
2001	ATPDA	a Ley de Promoción Comercial y Erradicación de la Droga	Acuerdo Unilateral	Perú, Bolivia y Ecuador	Ingreso libre de aranceles a productos aprox. incluye vestuario, ciertos textiles, calzado, petróleo, carteras y relojes.	
2009	TLC Peru-EEUU	Tratado de Libre Comercio	Acuerdo Bilateral	Perú	Elimina obstáculos al intercambio comercial, consolida el acceso a bienes y servicios y fomenta la inversión privada	

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)

Tabla 13. Aspectos Generales TLC Perú- Estados Unidos

Propiedad Intelectual	Protección de patentes
	Compras Gubernamentales
	No discriminación de inversionistas extranjeros
Agricultura	Eliminación de subsidios a la exportación
	Plazo de reducción arancelaria
	Ampliación de medidas de salvaguardia agropecuaria
	Programas de cooperación y asistencia técnica
Medio Ambiente	Cumplimiento efectivo de la legislación ambiental
	Soberanía para adoptar y modificar la legislación ambiental
	Mecanismos de cooperación ambiental
Laboral	Cumplimiento riguroso de la legislación nacional
	Firma de convenios fundamentales de la OIT
	Soberanía para modificar la legislación
	Mecanismo de cooperación nacional

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 2018)

Desde la entrada en vigencia del TLC Perú - Estados Unidos, la Cámara de Lima emitió un reporte donde se registró que las exportaciones crecieron un total de 18,1% hasta el 2017, y específicamente en el sector agropecuario se registró un crecimiento de 190.6%.

Gracias al TLC 5.372 empresas nuevas ingresaron al mercado (90% MYPES) y hay 1.279 productos nuevos que se exportan. El comercio bilateral con la primera economía del mundo trae consigo beneficios específicos para el sector de la agricultura como el no pago de impuestos, reducción de los obstáculos fitosanitarios, reducción de tiempos en la admisibilidad de alimentos, además, permite la reducción de costos, ya que la importación de productos como los fertilizantes e insumos agropecuarios son más baratos. Todo esto permite que nuestras exportaciones se incrementen y nuevos productores quieran ingresar al mercado debido a los beneficios que otorga este acuerdo comercial.

Pregunta 12: ¿De qué manera la balanza comercial de Perú a EE.UU. se ha ido desarrollando en relación al sector agro en el 2013 al 2017?

Tabla 14. Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2013-2017

	Millones USD				
	2013	2014	2015	2016	2017
EXPORTACIONES TOTALES	7.774	6.173	4.951	6.185	6.917
IMPORTACIONES TOTALES	8.347	8.33	7.373	6.673	7.611
BALANZA COMERCIAL PERÚ	-573	-2.158	-2.422	-488	-694

Fuente: (ADEX, 2019)

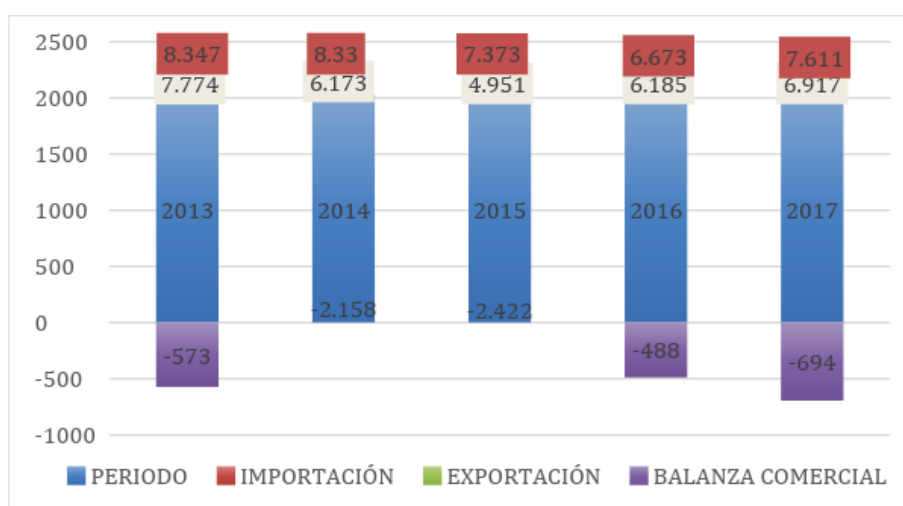


Gráfico 9 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2013-2017

Fuente: (ADEX, 2019)

Como podemos observar la balanza comercial de Perú a EE. UU arrojó los siguientes resultados en el año 2013, tuvo un resultado negativo de 573 millones de dólares fob, en el 2014 que fue representado con -2,158 millones, para el 2015 -2,422 millones usd, en el 2016 488 millones fob, y en el 2017 -694 millones FOB. En consecuencia, decimos que la balanza comercial para este periodo del 2013 al 2017 ha sido negativas en sus exportaciones versus sus importaciones. Lo cual resulta favorable para Perú, ya que esto quiere decir que Estados Unidos esta importante muchos más productos de nuestro país. Perú ha liderado el primer puesto en las exportaciones a EE.UU en el sector Agropecuario y Agroindustria, y dentro de este rubro se encuentra el famoso espárrago fresco. Es por ello que podemos concluir que

nuestro principal cliente en la industria agropecuaria sigue siendo el mercado estadounidense.

Pregunta 13: ¿De qué manera la economía de EE.UU. ha influido en la demanda de los productos agrícolas en el extranjero durante el periodo del 2013 al 2017?

Durante el periodo del 2013 al 2017, la economía de Estados Unidos a tenido una tendencia positiva notándose claramente en el crecimiento del país y con respecto al PBI este se encuentra compuesto por los Servicios, el cual es considera el que más se exporta e importa, debido a los viajes y los seguros; A parte también se encuentran la Industria, que es la fuente de empleo y de las inversiones del extranjero en Estados Unidos desde el 2012; por último se encuentra la Agricultura que también ha sido una fuente interna de crecimiento.

Según las proyecciones expuestas en el PENX 2025 por Mincetur se estima que el PBI seguirá en crecimiento y que para el 2021 se alcanzará un total de 22,776 millones de dólares, esto se debe a lo ya mencionado anteriormente y a que, en Estados Unidos, se puede observar un entorno empresarial muy favorable donde las empresas importadores y exportadoras podrán seguir invirtiendo.

La mejora del país ha permitido a los estadounidenses poder tener un crecimiento económico en este periodo, ya que se han generado mayor cantidad de empleos, nuevas empresas extranjeras han ingresado al país por la accesibilidad y al mismo tiempo productos como el espárrago han obtenido muy buena acogida.

Un buen entorno económico ha permitido que empresas peruanas se vena cada vez más interesadas en invertir en esta potencia mundial, lo cual es un factor clave para mejorar las exportaciones de nuestros productos agrícolas y hacerlos más conocidos a nivel mundial.

Pregunta 14: ¿Cómo el estilo de vida ha influenciado en la demanda del consumo de espárrago fresco en EE.UU. durante el periodo del 2014 al 2017?

El consumo del espárrago fresco en Estados Unidos, se debe a diversos factores de la población, uno de ellos es el estilo de vida que han llevado, más del 35% de los adultos en este país sufre de enfermedades por la mala alimentación y como consecuencia desarrollan diabetes u obesidad, esto ocasiona a que los consumidores obtén por consumir en mayor cantidad productos frescos como las frutas y verduras. Otro factor que se toma en cuenta es la edad; las personas dentro del rango de 40 a 49 años y “los baby boomers”, personas que se encuentran en el rango de edad entre 58 a 66 años, son

los que hoy en día se preocupan más por evitar el envejecimiento y toman mucho más interés en aspecto de la salud, adquiriendo vegetales y alimentos que sean bajos en azúcar, en sodio y que ayudan curar enfermedades, por otro lado, también los más jóvenes son conscientes del cuidado de la salud y del consumo de productos orgánicos, muchos de ellos se encuentran dispuestos a pagar un precio más elevado por este tipo de alimentos, ya que están más interesados en alimentos que les brinden alto valor proteico.

Otro factor que ha ido tomando fuerza durante los años estudiados, es las certificaciones de Comercio Justo conocido como “Fair Trade” con las que cuentan los productos en Estados Unidos hoy en día, un 59 % de la población, se encuentra informado sobre este tema y los consumidores más jóvenes buscan al momento de comprar, alimentos que contribuyan con la sostenibilidad del medio ambiente y de la sociedad, a través de los derechos humanos.

Además, los alimentos que no se encuentren con alguna modificación genética cuenta con un valor agregado para el consumidor y son conocidos como “free-from”, un 84% de la población de consumidores, toman en cuenta a estos alimentos como los más naturales del mercado y que no se encuentran con sustancias añadidas.

Estos puntos suponen una oportunidad para los exportadores de Perú de espárrago fresco, así que es necesario tomarlos en consideración al momento de ingresar al mercado estadounidense, ya que son tendencias que se encuentran en alza y deben ser aprovechadas

El estilo de vida que actualmente llevan los estadounidenses ha contribuido a que el consumo de espárrago fresco aumente, y, por ende, las exportaciones de Perú se puedan mantener, ya que sigue siendo un mercado grande con cada vez nuevos consumidores que no dejan de exigir productos que se mantengan a la vanguardia de las necesidades del consumidor.

Pregunta 15: ¿Cómo ha ido evolucionando el poder adquisitivo de EE. UU con respecto a la compra de espárragos frescos?

En Estados Unidos más de dos tercios de la economía son representados por los gastos de consumo. Actualmente en consumidor estadounidense se encuentra muy abierto a adquirir productos que sean de origen extranjero, cuentan en su mayoría con un poder adquisitivo promedio que les permite comprar una gran variedad de alimentos para el hogar dependiendo de los gustos e intereses, ya que son muy variado.

Sin embargo, las personas que pertenecen al rango de los “millennials” tienden a comprar productos mucho más económicos, van a buscar mayores ofertas, ya que su poder adquisitivo no es como el promedio, si no mucho menor, buscan más precios que otros factores como calidad o salud.

Se puede decir que en general, un estadounidense promedio cuenta con el suficiente poder adquisitivo para poder llevar una vida saludable, y considerando las tendencias del mercado por los productos naturales, se puede deducir que mientras un estadounidense se encuentre empleado y con un buen sueldo, representa una oportunidad de mercado para productos saludables, así como el espárrago fresco.

Explicar de qué manera los factores de éxito afectaron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017

Pregunta 16: ¿Cuáles son las políticas de promoción en las exportaciones que han fomentado la exportación del espárrago fresco?

Actualmente el Perú cuenta con la Comisión de Promoción de Exportaciones, también conocida como PROMPEX, la cual pertenece al estado y que busca mejorar las exportaciones de productos peruanos a nivel mundial, a través de las empresas del sector privado y público que se relacionan con el comercio internacional.

Para este caso, PROMPEX ayuda a las empresas agroexportadoras a generar competitividad en el mercado, mejorar la calidad del producto y aumentar la productividad; esta estrategia busca que las empresas no compitan por precios sino por las características con las que cuenta cada producto en el Perú, y que le otorga un valor agregado.

Tanto en el caso del espárrago fresco como de los demás productos frescos del sector agropecuario, PROMPEX ha apoyado a las empresas e institutos de los diferentes productos a través de planificaciones estratégicas para la participación de sus respectivos productos. Cabe resaltar que una de las principales instituciones que fue promovida de constitución fue el Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH).

Las iniciativas de PROMPEX por la mejora en las exportaciones ha provocado que se formen Comités que ayuden a la normalización, que brinden capacitación y asistencia al momento de implementar las prácticas calidad, y de responsabilidad social en las empresas, como es el caso del espárrago fresco a través del IPEH, que al igual que PROMPEX, buscan estrategias de mercado que ayuden a mejorar la calidad del espárrago a través de la participación en ferias internacionales.

Otra de las entidades que fomentan las políticas de comercialización es MINCETUR a través de sus planes regionales de exportación, los cuales buscan la internacionalización de las empresas peruanas exportadoras, así es como para cada departamento, adecuándose a la producción y las necesidades que tiene cada uno, se implementan planes para las mejoras de las exportaciones, brindando herramientas para su desarrollo, informaciones sobre los países de destino e información sobre cómo se han ido desarrollando las producciones de diferentes productos agrícolas como el espárrago.

Pregunta 17: ¿De qué manera el IPEH ha ayudado a mejorar las exportaciones de espárrago fresco a Estados Unidos?

El IPEH es una asociación que se encuentra conformada por todas las empresas productoras y comercializadoras a nivel internacional de espárrago en todas sus variedades. Este instituto se encuentra participando actualmente en un 80% en las exportaciones que se realizan de espárrago, ya que busca generar y mantener la comunicación con entidades nacionales e internacionales que velan por el desarrollo del cultivo y exportación del espárrago.

Actualmente, en Estados Unidos es una de las pocas entidades que ha creado una Asociación de Importadores de Espárrago fresco en el mercado estadounidense, por ser este el destino principal del producto; lo cual ha ayudado a tener mayor comunicación con las grandes autoridades del país

El IPEH ofrece investigaciones sobre temas fitosanitarios, calidad, implementación de tecnología entre otros, con la finalidad de informar sobre las normas de inocuidad que debe contar el espárrago desde su cultivo.

El IPEH es una institución que junto a SENASA busca la normalización de las normas técnicas peruanas, la aplicación de las Buenas Prácticas e implementaciones de programas como el Manejo Integrado de Plagas agrícolas para que los productores puedan mejorar sus producciones.

Todos estos programas y actividades ayudan a las empresas y productores a mejorar considerablemente el producto, lo que da como resultado una mayor exportación, ya que le garantiza a nuestro cliente internación, Estados Unidos, las óptimas condiciones en que se producen y comercializan el espárrago fresco.

Pregunta 18: Cuáles han sido las variaciones del precio de venta internacional del espárrago fresco al mercado de EE. UU en el periodo del 2014 al 2017?

Tabla 15. Precios FOB referencial en US\$/KG

	2013	2014	2015	2016	2017
Ene	4.13	3.17	3.23	4.25	4.02
Feb	3.57	3.27	3.16	3.93	3.84
Mar	3.33	3.05	3.17	3.52	3.71
Abr	3.29	2.63	3.56	3.44	3.41
May	2.94	2.45	2.79	2.99	3.04
Jun	2.81	2.73	2.99	3.03	3.13
Jul	4.31	3.65	3.65	3.22	4.82
Ago	4.52	2.99	3.55	3.47	3.82
Set	2.75	2.78	3.24	3.19	4.47
Oct	2.80	2.74	2.82	3.18	2.93
Nov	2.74	2.64	3.05	3.36	3.06
Dic	3.18	2.89	3.47	3.64	3.04
PRECIO PROM ANUAL	3.36	2.92	3.22	3.44	3.61

Fuente: (MINAGRI – SUNAT, 2019)

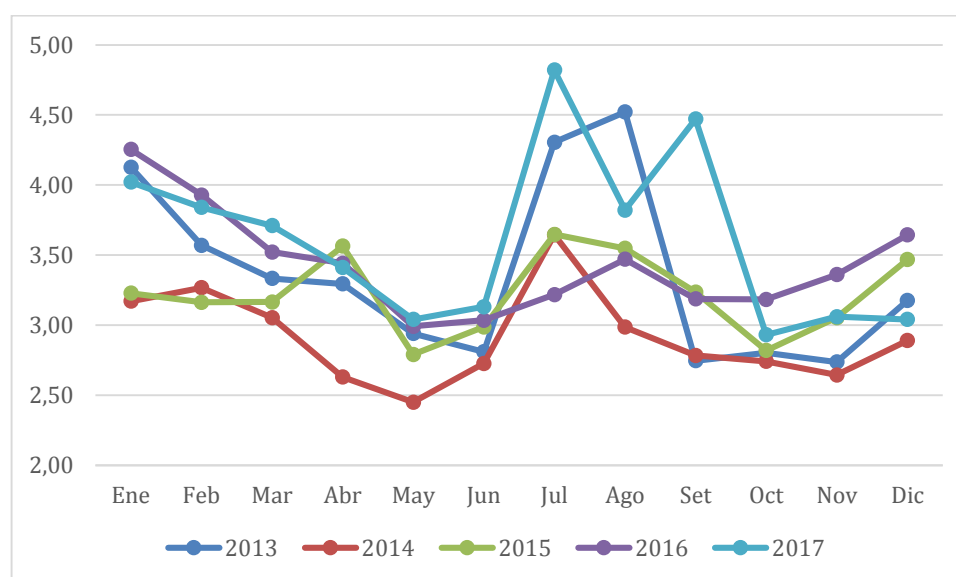


Gráfico 10 Precios FOB referencial en KG

Fuente: (MINAGRI – SUNAT, 2019)

En la tabla número 14 y en el gráfico 10 se pueden observar las variaciones de precios FOB del espárrago desde enero a diciembre durante el periodo del 2013 al 2016. El precio más bajo que alcanzó el kilogramo de espárrago durante el periodo analizado se dio en mayo del 2014 el cual fue US\$ 2.45 y el más alto fue el Julio del 2017, donde llegó a un valor de US\$ 4.82 por KG debido al descenso de la producción y exportación del producto.

Análisis de los resultados de las 3 entrevistas

Análisis de la entrevista sobre el espárrago peruano al coordinador César Santos Sutta del departamento de programas y proyectos multisectoriales – PROMPERU

- Según la entrevista realiza, podemos decir que la producción del espárrago se ha visto afectada por el mejor rendimiento de cultivo de productos alternativos y de mayor demanda en el mercado, debido a ello no se han hecho mayores inversiones para las cosechas de espárrago fresco. El productor y exportador actualmente, buscan rentabilidad y se adecuan a las necesidades del mercado, además muchos productores después de haber cosechado espárrago ya no vuelven a hacerlo, ya que la misma tierra no aguanta nuevamente el mismo producto, es por ello que deciden intercambiarlo luego de 8 años, que es la duración para cultivar espárragos, por otro producto como el maíz. Otro de los factores que ha influido en la producción han sido el envejecimiento de los cultivos, lo cuales no ha sido cuidados por la falta de inversión en este producto.

Por otro lado, el TLC ha beneficiado al espárrago por la anulación de aranceles, sin embargo, no ha sido algo determinante en las exportaciones del producto, ya que, desde antes de la firma del acuerdo, este ya contaba con el arancel cero.

En el caso del incremento por el mayor consumo de espárrago fresco en estados Unidos, se debe a que el consumidor prefiere hoy en día, productos frescos y orgánicos a productos en conserva, esto es una tendencia que hoy en día va en crecimiento y en la cual Perú y México vieron una oportunidad y que la han sabido aprovechar hasta el momento.

Actualmente se han puesto en marcha políticas de promoción para incentivar la inversión y el cuidado de los productos agrícolas como la Ley de Promoción Agraria, el Drawback e implementación de proyectos como Chavimochic 3era etapa entre otros, que buscan la mejora tanto dentro como fuera de las empresas productoras y comercializadoras de estos productos.

Finalmente se recomienda que el cultivo del espárrago pueda seguir expandiéndose a otras zonas como La Libertad o Ancash que son también muy favorables para este cultivo, y de esa manera lograr abastecer la demanda en el extranjero.

Análisis de la entrevista sobre el espárrago peruano al especialista Henry Beltrán de Sunat

- En el periodo analizado durante cinco años por Sunat se puede mencionar que en este mundo exportador se observa como Perú ha ido creciendo en el mercado norteamericano siendo este EE. UU el mercado con más opciones abiertas y posibilidades de demanda al espárrago del Perú y de otros países por la misma razón principal de su capacidad financiera económica que refleja en sus indicadores de PBI, entre otros. Es por ello que Henry Beltrán refiere que este país sería la ventana principal para el ingreso y permanencia exitosa del espárrago peruano, sin descartar la posibilidad de que comiencen con ventanas pequeñas haciendo referencia a otros mercados internacionales menores al mercado norteamericano más top EE.UU.

Así mismo, si el Perú quiere lograr desarrollarse y crecer aún más como exportador de espárrago tendrá que lograr estar al nivel de los procesos actuales en su producción, por ende, deberían trabajar de manera orgánica el espárrago para que esta no solo concluya satisfaciendo al cliente sino marque la diferencia y trascienda a otros mercados.

También debemos entender que si este mercado no se abrió no debemos aferrarnos, todo lo contrario, debemos buscar a otros mercados disminuyendo el riesgo y diversificando las oportunidades para llevar a la empresa a otro nivel de independencia y no tanto de la dependencia.

Análisis de la entrevista sobre el espárrago peruano al director de estudios económicos Walter Puelles de Mincetur.

- En el periodo analizado durante cinco años se observa como Perú ha ido manteniendo su nivel de exportación, el cual ha ido en crecimiento hasta el 2017, año en el cual México ha presentado una mejora en sus exportaciones y en su producción, lo cual ha mejorado de manera significativa su calidad y sus niveles de exportaciones a nivel mundial. El consumidor en el mercado actual ya no solo se encuentra interesado en que el producto se encuentre en buenas condiciones, sino que hoy en día se valora más la elaboración, y su presentación, el consumidor de hoy busca diferenciación que es como dice César Santos, el elemento principal para poder competir con otros países productores y llegar a seguir posicionándonos como el primer exportador de espárrago. Actualmente las certificaciones internacionales medioambientales, sociales y económicos más que una diferenciación, generan confianza al comprador y se han vuelto indispensables al momento de realizar la comercialización, ya que nos permiten ingresar a mercados internacionales de manera mucho más sencilla y garantizando un buen producto; a pesar de ello se debe tener en cuenta que la certificaciones que se necesiten serán dependiendo del mercado de destino al que queremos llegar y también dependerá de nuestros consumidores finales.
- El conocimiento y la especialización en temas de producción agrícola son indispensable para lograr mejoras en el rendimiento y por ende en la exportación de espárragos. Hoy en día existen muchas empresas peruanas que se dedican a la producción del producto, sin embargo muchas de ellas no se encuentra con personal capacitado que permita un buen manejo de las hectáreas de producción; un ejemplo claro se observa en los rendimientos de los dos principales departamentos productores de espárrago, como señaló César, Ica tiene un mejor rendimiento por hectárea y esto se debe a que cuenta con personal mejor capacitado que el departamento de La Libertad, que a pesar de contar con más hectáreas de cultivo no las aprovechan para producir mayores cantidades de espárragos y obtener mejores rendimientos. Por otro lado, brindar capacitación a agricultores y todo el personal de las empresas permitiría obtener mayores conocimientos que darían como resultado mejores ideas de la forma en cómo se exporta el espárrago, poder mirar más allá de una exportación sólo de materia prima, sino darle

un valor agregado y exportarla en diferentes presentaciones ya procesadas y lista para el consumo final. Todo esto beneficiaría al país, ya que nos permitiría no solo ser reconocidos por nuestra buena materia prima sino también por la calidad de nuestros productos terminados y listos para el consumo, abriéndonos paso para nuevos mercados.

- La demanda del espárrago, especialmente al mercado Estadounidense, siempre ha sido constante durante todo el año, debido al gran consumo de la población y la falta de abastecimiento local del producto; esto ha representado una gran oportunidad para el Perú, ya que es más sencillo poder vender la producción mucho más rápido, sin necesidad de generar sobrecostos por algún exceso, como es el caso de otros productos no tan demandados, a pesar de ello, si los productores por causas externas como la antigüedad del suelo en las hectáreas o cambios climatológicos como el fenómeno del niño, como lo pasado en el 2017, no llegan a conseguir la producción necesaria para sus clientes, esto puede generar la cancelación de pedidos y pérdidas para la empresa.
- Actualmente los nuevos consumidores valoran mucho más la calidad y presentación del producto, que un precio más bajo. Es el caso del espárrago y otros productos agrícolas que produce el Perú, que son considerados de alta calidad y gran sabor. El precio de venta internacional juega un papel importante al momento de las negociaciones, ya que también dependiendo de esto se podría vender un poco más del producto, sin embargo, no es considerado indispensable, ya que como se mencionó antes, se espera que el cliente tome como principales factores al momento de comprar, el valor agregado que se le da al producto y que tan competitivo llegue a ser en el mercado.

DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito identificar y describir aquellos factores internos, factores externos y factores clave de éxito determinantes, que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú hacia los Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017, en las cuales se identificó lo siguiente respecto a los resultados de la presente investigación con otras investigaciones halladas identificándose las fuentes de información y los resultados arrojados por las fichas técnicas y entrevistas realizadas a los entes de instituciones de comercio exterior.

En primer lugar, identificamos que existe relación respecto a nuestra entrevista realizada al SubJefe Cesar Santos del departamento de programas y proyectos multisectoriales de Promperú, ya que el menciona que la mayoría de las empresas que se expanden a nuevos mercados adquieren nuevas tecnologías y además que se ponen a la vanguardia de las nuevas mejoras que se realizan para los cultivos, y esta declaración lo pudimos podemos presenciar en la tabla estadística del 2017 cuando México arrasó con sus exportaciones de espárrago para EE.UU por su mejora tecnológica en procesos y calidad a comparación de nosotros que nos quedamos en el proceso de calidad observando como las cifras de exportación disminuyeron, frente a nuestro competidor México y sus resultados que lo posicionaron en primer lugar. Todo esto refuerza lo que dice Minervini (2014), que la mejora de tecnología y calidad del producto: Al ingresar a nuevos mercados los exportadores adquieren nuevas y mejores tecnologías que favorecen a las empresas, ya que adquieren nuevos conocimientos.

En segundo lugar podemos identificar que según Santisteban Bancez, John Deyvi (2016), en la tesis titulada Procesamiento de espárrago verde fresco para exportación, basada en los procesos e identificación de problemas en la producción del espárrago, concluye en que tendría que colocar al ritmo actual de las industrias que trabajan de manera orgánica el espárrago, de la misma manera logrando la satisfacción y exigencias del cliente importador, lo cual se asemeja a la entrevista al coordinador Henry Beltrán pronunciándose en que los exportadores peruanos de espárrago, para lograr estar al nivel de los procesos actuales en su producción deberían trabajar de manera orgánica el espárrago para que esta no solo concluya satisfaciendo al cliente sino que se marque la diferencia y que esto trascienda a otros mercados.

Según MINCETUR en su plan llamado PENX 2025 (Plan Estratégico Nacional Exportador), el gobierno pone en marcha diversas estrategias, el cual busca consolidar la presencia de nuestro país a nivel global ayudando a las empresas a expandirse a través de alianzas para la comercialización en el país de destino e instalación de nuestras empresas en el exterior, entre otros. Lo cual en la tabla N°1 de resultados de exportaciones en los últimos 5 años durante su preparación ya rumbo al Penx 2025 se representa en el 1er año hasta el 4º año un crecimiento favorable y mejora en sus exportaciones de las empresas esparragueras respecto al volumen de exportación al mercado norteamericano, logrando cada año consolidar a las pymes y medianas empresas a su expansión a otros mercados internacionales de manera efectiva por otras empresas peruanas.

Según la Oficina de Información Diplomática, Estados Unidos es considerado el tercer país con una extensión territorial más grande, y es una de las potencias mundiales. Y ello se contrasta con la entrevista realizada al representante de Sunat, el señor Henry Beltrán, quien coincide que EE. UU es el mercado con más opciones abiertas y posibilidades de demanda al espárrago del Perú y de otros países por la misma razón principal de su capacidad financiera económica que refleja en sus indicadores de PBI, entre otros. Declarando que EE.UU, sería la ventana principal para el ingreso y permanencia exitosa del espárrago peruano.

Finalmente el factor de calidad con el precio tienen una relación directa sincronizada por medio de sus certificaciones de calidad y ambiental, entre otros que las empresas peruanas tengan brindaran más confianza a la hora de que escojan tu producto sin importar cuanto tengan que pagar por él y como dice la psicología del marketing “mayor calidad, mayor precio” y entonces será la empresa peruana la que ponga su precio por el espárrago que marca la diferencia no solo en presentación sino también en sus procesos de calidad y factores ambientales en certificaciones, en cualquier mercado del extranjero no solo el de EE.UU que en esta ocasión se está analizando. Así mismo, según el análisis de la entrevista al jefe Cesar Santos de PROMPERÚ, refiere que la presentación y la innovación en tu producto es una temática crucial de los actuales compradores muy fundamental a la hora de que compren tu espárrago en el mercado internacional.

CONCLUSIONES

- Los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017 son: Factores internos, Factores externos y Factores clave de éxito, los cuales comprenden indicadores que influyen en la investigación.
- En los factores internos tenemos a: productividad, principales competidores nacionales y calidad, respecto a los resultados obtenidos. En primer lugar, de acuerdo al factor productivo podemos deducir que la producción del espárrago en los periodos 2013 al 2017 no se ha desarrollado de manera estable y adecuada para tener un mejor impacto en las exportaciones. Ya que, a pesar que en el periodo 2013 tuvo una de las más altas cifras de productividad, esto no siguió continuando de la misma manera para los años 2014, 2015, 2016, trayendo consigo para el año 2017 un deceso, a pesar que hubo un mayor crecimiento de demanda de parte de EE. UU. La producción no logró abastecerse, y de esa manera no pudo cubrir las exigencias del mercado norteamericano, siendo desplazado por México quien se convirtió en nuestro principal competidor en la exportación del espárrago fresco. Asimismo, en cuanto al factor de principales competidores nacionales los porcentajes de participación de las empresas locales exportadoras del espárrago han sido liderados por Complejo Agroindustrial Beta S.A de manera perenne durante el periodo del 2013 al 2017 con rangos de 12% hasta 18% de participación entre todas las empresas del mercado peruano. En el segundo lugar está Danper Trujillo S.A.C que ha venido llevando de la mejor manera su crecimiento de participación con rangos de 5 a 10%. Finalmente, respecto al factor de calidad y variedad precisamos que las normas técnicas empleadas para este producto buscan establecer funciones específicas para mejorar la calidad del espárrago fresco en su comercialización nacional e internacional, así como las certificaciones internacionales basados en garantizar calidad, seguridad alimentaria y seguridad dentro del área laboral.
- En los factores externos tenemos a: competidores internacionales, condiciones de transporte, demanda, aspectos políticos, aspectos económicos y estilos de vida que intervienen en la exportación de espárrago fresco, de acuerdo a los resultados

obtenidos. Respecto a los competidores internacionales deducimos México es el principal proveedor de EE. UU por la implementación de nuevas tecnologías que realizan en el proceso de manipulación del espárrago disminuyendo el riesgo, devolución y pérdida del producto. Así mismo, debido a la cercanía entre ambos países, los precios de transporte logístico son menos costosos y esto facilita la entrada al mercado. Por ende, nos encontramos en 2ª lugar en la lista de proveedores de espárrago a EE.UU, con cifras de 413,586 para el 2013 frente a sus rivales, finalizando el 2017 con 409,147 US\$. Por otro lado, observamos que el canal de distribución más usado es la vía aérea, ya que es un producto fresco y por ende es muy sensible al momento de realizar la manipulación para los traslados. Finalmente, deducimos que el TLC con EE.UU ha traído mayor acceso de mercado en el comercio bilateral para ambos.

- En los factores clave de éxito tenemos a las políticas de promoción y precio de venta internacional. De acuerdo, a los resultados obtenidos deducimos que el precio internacional en valor FOB del espárrago ha sido inestable durante el periodo del 2013 al 2017, esto no ha beneficiado de manera positiva a las exportaciones, sin embargo, el impacto no ha sido tan fuerte, ya que Estados Unidos a pesar del precio, seguirá teniendo una gran demanda de espárragos fresco.

RECOMENDACIONES

Debido a la importancia de esta investigación y en función a los resultados se planteará algunas sugerencias enfocadas a los factores determinantes que influyeron en la exportación del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017, esto con la finalidad de lograr una mayor competitividad, conocimiento y mejoras dentro de los factores relacionados a la exportación de espárrago fresco.

- Respectos a los factores internos, se recomienda mayor inversión en el cultivo de espárragos por hectáreas para aumentar la productividad en las tierras y así evitar el envejecimiento de esparragueras. Y así habrá mayor siembra de este producto durante todo el año con más eficiencia. Así mismo, se sugiere que las empresas nacionales esparragueras adopten las normas técnicas peruanas para el espárrago con la finalidad de que pueda garantizar calidad en su comercialización nacional y esta influya también en el comercio exterior, como muestra que en su país de origen emplea normativas de calidad. Sin olvidar a las certificaciones internacionales como segunda opción.
- Respectos a los factores externos se recomienda que las esparragueras del Perú implementen nuevas tecnologías especializadas en el proceso de manipulación tomando de ejemplo a México. Para obtener mayor calidad del producto final. Así mismo, realicen asociaciones con gremios para enviar en un solo viaje la mercancía similar, de varios productores que vayan a este país y así disminuir el costo de flete en agrupaciones de envío. Además, se propone que la mercancía sea embalada en cajas de cartones certificadas para evitar contaminación en su embalaje durante su transporte y además se recomienda que hagan uso de la cadena de almacén de Frio Aéreo por su eficacia en el transporte de la mercadería. Finalmente, que, en el caso extremo de requerir apoyo en asesorías de agro, se recurra al programa de cooperación técnica que se acordó en el TLC.

- Respectos a los factores clave de éxito se sugiere que manejemos un sistema de precios actualizados referentes a nuestros competidores y nosotros, para no tener una desventaja en el precio comercial. Y coordinar la producción, ya que va a influir que el precio del mercado aumente o disminuya. Finalmente, llegamos a la conclusión que es necesario que se continúe investigando sobre factores de análisis del espárrago para los próximos 5 años en el mercado peruano para EE. UU para la validación comparativa futura de transformaciones de resultados de estos hallazgos.

REFERENCIAS

- Acuerdos Comerciales del Perú. (2016). *Lo que debemos saber de los TLC: Acuerdos Comerciales del Perú*. Obtenido de: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe>
- AGRODATAPERU. (2017). Espárragos frescos Perú: AGRODATAPERÚ. Obtenido de AGRODATAPERÚ: <https://www.agrodataperu.com>
- Aguilar Mendo, N. V., León Zevallos, C. d., Magro Palacios, E. F., & Malache Zavala, R. N. (2015). Análisis descriptivo de los factores críticos de éxito en la producción de frambuesas peruanas para la exportación tomando como referencia la experiencia chilena entre los años 2011 al 2015. Lima.
- Ballesteros Bruschi, N. A. (2012). Investigación de mercado para determinar la oportunidad de negocio de una empresa extranjera en la ciudad de Bogotá en el año 2013, dentro del sector de papelería y suministros de oficina. Bogotá.
- Barboza Flores, S. (2008). El higo y sus posibilidades de mercado. Costa Rica.
- Bautista Sepúlveda, M. A. (2011). Plan de exportación de Orellanas a la Asociación Europea de libre comercio (AELC). Bogotá.
- Bello Alfaro, J. L. (2012). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970-2010. Lima.
- Bibiloni, J. (19 de julio de 2015). Jardín mundani: Virus de mosaico de la higuera. Obtenido de Jardín mundani: <http://jardin-mundani.blogspot.pe>
- Borthiry Buide, E. (2011). Estudio de pre factibilidad para la exportación de espárragos orgánicos argentinos en Alemania. La Plata.
- Callata Panca, A. P., & Castro Orcón, C. A. (2016). Estudio de pre factibilidad para la implementación del proceso de comercialización y exportación de mango orgánico a los Estados Unidos. Lima.
- Cámara de Comercio de Lima. (2018). Los TLCs impulsan el desarrollo del Perú. La Cámara, 6-8.
- Cámara de Comercio Internacional. (2010). Incoterms 2010. Barcelona: AGPOGRAF, S.A.
- Carton de Grammont, H. (2000). Agricultura de exportación en tiempo de Globalización. México.
- Casadomet, E., Lopez, M., Perez, F., Senero, M., Perez, J., & Del moral, J. (Junio de 2016). ResearchGate: Plagas y enfermedades del cultivo de la higuera. Obtenido de ResearchGate: <https://www.researchgate.net>

- Central Intelligence Agency. (2017). The work Factbook: Central Intelligence Agency. Obtenido de Central Intelligence Agency: <https://www.cia.gov>
- Cervantes Bojórquez, E. (2011). Estrategia de exportación de RoadMag a nuevos mercados, Salmag Ltda. Santiago de Chile.
- Cheé Cucalón, C., León Yamamoto, S., Montenegro Ruiz, D., & Valdivia Bravo, L. (2015). Estrategia para la Exportación de higos hacia el mercado de la Unión Europea. Tesis de Maestría. Pontífice Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Cheé Cucalón, C., León Yamamoto, S., Montenegro Ruiz, D., & Valdivia Bravo, L. (2015). Estrategias para la exportacion de higos hacia el mercado de la Unión Europea. Lima.
- Colana Huarac, J. N., Melgar Espíritu, C. A., & Muñoz Saldivar, J. E. (2017). Planeamiento Estratégico para la exportación de la aceituna en el Perú. Lima.
- Coronel Núñez, K. R. (2017). Factores que determina la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015. Lima.
- Diario Gestión. (3 de 20 de 2017). Exportación peruana de espárragos caería en el 2017 y se recuperaría en el 2018. Diario Gestón, pág. 6.
- Escalante Candiotti, N. Y. (2014). Cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico. Lima.
- Estrella Mandujano, S. K., & Hidalgo Ramos, S. M. (2015). Alternativas de mercado para la exportación del mando fresco (*Mangifera Indica L.*). Lima.
- Figs, H. a. (agosto de 2016). Los higos frescos podrían ingresar al mercado de EE. UU a partir del 2017. Obtenido de Higos and figs.
- Fresh Fruit report. (2017). La oferta de frutas y hortalizas del Perú. Lima: Fresh Fruit report.
- Gamarra Solórzano, J. E. (2016). Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos. Lima.
- Gestión, D. (08 de octubre de 2016). Diario Gestión. Obtenido de: <http://gestion.pe/economia/exportadores-higos-deben-eliminar-riesgos-plagas-envios-eeuu-2171665>
- González, A. G. (11 de enero de 2018). Agro negocios: El Economista. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx>

- Herrera Aguilar, J. J. (2012). Determinante de las exportaciones no tradicionales en Perú entre 2000 y 2010. Lima.
- Ibañez Alvarado, V. M. (2016). La influencia de la marca país en las exportaciones de palta a los Estados Unidos. Lima.
- Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. (2016). ¿Qué son barreras no arancelarias?: Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. Obtenido de Instituto de promoción de exportaciones e inversiones.
- Infoagro. (2016). Infoagro:El cultivo de la breva. Obtenido de Infoagro: <http://www.infoagro.com>
- Koo, W. (20 de 02 de 2018). Espárragos Frescos Perú Exportación: AGRODATAPERU. Obtenido de: <https://www.agrodataperu.com>
- Llanos Rodríguez, D., & Del Pilar Tirado Tello, F. (2015). Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009-2013. Iquitos.
- López Llave, L. J. (2014). Evolución y análisis de la producción y exportación de uvas de mesa: 2000-2012. Lima.
- Manuel, A. (2010). La higuera. En A. Manuel, Fruticultura (págs. 423-425). Madrid, España: Ediciones Mundi Prensa.
- Medina Gutiérrez, M., & Sánchez Sánchez, M. C. (2014). Producción y exportación de arándanos para Estados Unidos. Lima.
- MINAGRI. (2009). Actualización de plan estratégico.
- MINCETUR. (2017). Reportes Bilaterales - Socio Comerciales: MINCETUR. Obtenido de MINCETUR: <https://www.mincetur.gob.pe>
- MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). PENX Plan Estratégico Nacional Exportador 2025: MINCETUR. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <https://www.mincetur.gob.pe>
- MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Guía de Mercado Estados Unidos: MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://www.siicex.gob.pe>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). Ministerio de Agricultura y Riego: Portal Comercio Exterior. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riego: <http://minagri.gob.pe>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). TLC Perú - Estados Unidos: Acuerdos Comerciales del Perú. Obtenido de Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Comercio Exterior: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <https://www.mincetur.gob.pe>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). Ministerio de Economía y Finanzas. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas.
- Montes Camus, J., & Quispe Huata, R. (2013). Exportaciones de cacao en grano entero o partido crudo certificado en el departamento de San Martín. Lima.
- Morón, E., Bernedo, M., Chávez, J., Cusato, A., & Winkelried, D. (2005). Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos: una oportunidad para crecer sosteniblemente. Lima: Universidad del Pacífico.
- Núñez Rojas, W. E. (2016). Impacto de estrategias de mercado para la exportación de palta orgánica (Persea Americana), de la región Junín a Estados Unidos. Lima.
- Oficina de Información Diplomática. (Julio de 2017). Fichas País: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Obtenido de Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación: <http://www.exteriores.gob.es>
- Palacios García, C. A. (2016). Impacto de las exportaciones en el crecimiento económico de la región La Libertad: 2003-2011. Lima.
- Redacción Gestión. (5 de Mayo de 2017). TLC Perú-EE.UU. cumple ocho años: Estos son los resultados conseguidos. Diario Gestión.
- Rey Sepúlveda, V. F. (2014). Logística de exportación de hierbas aromáticas colombianas hacia Alemania para la empresa Fruartti S.A.S. Bogotá.
- Roco Benavides, C. E. (2016). Plan de exportación para cervecería Artesanal Weisser. Santiago de Chile.
- RPP Noticias. (9 de febrero de 2016). Mincetur: exportaciones peruanas a EEUU crecieron 90% tras firma de TLC. RPP Noticias, pág. 1.

- Rural Business and Cooperativ Development Service. (2009). Cooperatives in the U.S.-Citrus Industry :Rural Business and Cooperativ Development Service. Obtenido de Rural Business and Cooperativ Development Service: <https://www.rd.usda.gov>
- Salas Canales, H. J. (2012). Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia. Lima.
- Salazar Chávez, C. M. (2014). Oportunidades de Negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la Región La Libertad. Trujillo.
- Salvador Mercado, H. (2010). Comercio Internacional I Mercadotecnia Internacional Importación-Exportación (Quinta ed.). (G. N. EDITORES, Ed.) Mexico: LIMUSA.
- Santisteban Bances, J. D. (2016). Procesamiento de espárrago verde fresco para exportación. Lambayeque.
- SIICEX. (19 de Mayo de 2018). Producto Espárrago: SIICEX. Obtenido de SIICEX: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior: <http://www.siicex.gob.pe/>
- SUNAT. (2016). SUNAT: Orientación Aduanera. Obtenido de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe>
- SUNAT. (2017). Estadísticas y Estudios: SUNAT. Obtenido de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe>
- The OBSERCATORY of ECONOMIC COMPLEXITY. (2016). Estados Unidos: The OBSERCATORY of ECONOMIC COMPLEXITY. Obtenido de The OBSERCATORY of ECONOMIC COMPLEXITY: <https://atlas.media.mit.edu>
- TRADE MAP. (2018). Indicadores de importaciones: TRADE MAP. Obtenido de TRADE MAP: <https://www.trademap.org>
- Uribe Jiménez, C. d. (2011). Estudio de la pre factibilidad de la industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos. Lima.
- Valderrama, C. (2014). Oportunidades comerciales en mercado de los Estados Unidos. Lima: PROMPERU.
- Vallejo Mejia, A. M. (2012). Logística del Territorio para la exportación en el entorno del aeropuerto El Dorado. Bogotá.
- Vega, R. (2013). “Manejo integrado y el uso de semillas certificada F1 en el cultivo del espárrago” (pp.23-28). Ancash.

Woodrow Wilson International Center for Scholars. (2010). La Economía política del tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos. Washington: Woodrow Wilson Center Report.

ANEXOS

ANEXOS 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problemas General</p> <p>¿Cuáles son los factores determinantes que influyeron en las exportaciones del espárrago fresco de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Analizar los factores que determinantes influyeron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017.</p>	Factores internos	<p>Productividad</p>	<p><u>Método de investigación:</u></p> <p>Cualitativo</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿De qué manera los factores internos afectaron el nivel de exportación del espárrago fresco</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar de qué manera los factores internos afectaron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el</p>		<p>Principales competidores nacionales</p>	<p><u>Tipo de investigación:</u></p> <p>Documental</p>
		Factores Externos	<p>Calidad y variedad</p> <p>Competidores internaciones</p>	<p><u>Nivel de estudio:</u></p> <p>Descriptivo Simple</p>
			<p>Condiciones de Transporte</p>	<p><u>Diseño de estudio:</u></p>

<p>de Perú a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?</p> <p>¿De qué manera los factores externos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?</p>	<p>periodo del 2013 al 2017</p> <p>Describir de qué manera los factores externos influyeron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017</p>		<p>Demanda</p> <p>Aspectos Políticos</p> <p>Estilo de vida</p>	<p>No experimental</p> <p><u>Tipo:</u></p> <p>Longitudinal</p>
<p>¿De qué manera los factores claves de éxito afectaron el nivel de exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017?</p>	<p>Factores clave de éxito</p>		<p>Políticas de Promoción</p>	<p><u>Técnicas:</u></p> <p>Se aplicara la técnica de entrevistas y documentación</p>

	Explicar de qué manera los factores de éxito afectaron en las exportaciones del espárrago fresco a Estados Unidos en el periodo del 2013 al 2017		Precio de venta internacional	-
--	--	--	--------------------------------------	---

ANEXO 2: CORREO AL JEFE DE PROYECTO MULTISECTORIALES DE PROMPERU



LUCERO BRIGGITTE MENDOZA RODAS

para mí ▾

19 jun. ☆



Lucero Mendoza

Consultora en Negocios Internacionales

Cel.:984710441

----- Mensaje reenviado -----

De: LUCERO BRIGGITTE MENDOZA RODAS <lucetibri@gmail.com>

Fecha: 19 de junio de 2018, 9:52

Asunto: ENTREVISTA DEL ESPARRAGO PERUANO

Para: Cesar Santos <csantos@promperuext.pe>, Cesar Santos <csz.1990@gmail.com>

Buenos días estimado Cesar,

Mediante este correo según lo conversado con anterioridad pedimos que nos responda las siguientes preguntas con fines exclusivos de investigación y desarrollo de Tesis para el beneficio de futuros investigadores del Peru.

- 1-. Cómo cree que las certificaciones internacionales ayuden a potenciar las exportaciones de espárrago en EE.UU?
- 2-. Cree que si se especializara a los agricultores en manejos agrícolas están pudieran obtener una mejor producción de exportación?
- 3-. Cuan importante es que tenga una capacidad de abastecimiento optima de produccion de esparrago?
- 4-. El precio de venta internacional del espárrago cree es un factor crucial a la hora del proceso de negociación en la exportación?

Agradecemos su tiempo

Quedo atenta a sus comentarios.

ANEXO 3: RESPUESTA DE JEFE DE PROYECTO MULTISECTORIALES DE PROMPERU



LUCERO BRIGGITTE MENDOZA RODAS

para mí ▾

25 jun. ☆



----- Forwarded message -----

From: Cesar Santos <csantos@promperuext.pe>

Date: lun., 25 de jun. de 2018 9:28 p. m.

Subject: RE: ENTREVISTA DEL ESPARRAGO PERUANO

To: LUCERO BRIGGITTE MENDOZA RODAS <lucebibri@gmail.com>

Estimada Lucero

Un gusto poderte ayudarte en esta etapa de tu investigación, y esperando puedan al final enviarme los resultados para compartirlos con la comunidad exportadora.

A continuación te envió mis respuesta:

1- Cómo cree que las certificaciones internacionales ayuden a potenciar las exportaciones de espárrago en EE.UU?

Respuesta:

Las exportaciones de espárragos en los últimos 20 años ha crecido tanto que en la actualidad existe más de 100 empresas peruanas que exportan a estados unidos, ¿Cómo haces para ser tan competitivos como estas?, ¿Cómo logras competir como las demás empresas de México que el año pasado nos quitaron el primer lugar en la exportación de espárragos a nivel mundial. Ya no es suficiente tener un buen producto, es necesario generar mayor valor agregado, aprovechar las oportunidades que brindan estos mercados y generar nuevas competencias que nos permitan no solo ser más competitivos, si no tambien poder tener una mejor negociación gracias a la diferenciación.

Además si bien las certificaciones no tienen el carácter de obligatoriedad, se han convertido en requisito indispensable y casi siempre son tomados como tácitos en la negociación. Por ejemplo, están las certificaciones medioambientales, sociales y de carácter económico como Comercio Justo, Global Gap, Orgánico, ISO y BPM que siempre son lo mínimo que tiene toda empresa internacional y se vuelven tan fundamental que ya no generan diferenciación sino más bien confianza. Y están las de carácter religioso o de origen que más bien permiten poder ingresar a mercados o nichos específicos.

Así las certificaciones terminan siendo una necesidad y una oportunidad para potenciar las exportaciones; y ahí la importancia de evaluar muy bien el tipo de certificado que se van a implementar y no hacerlo con el fin de tener todos los certificados, dado que esto desnaturaliza la finalidad de estos y terminas con un sobre costo muy alto en tu exportación; por eso es muy importante que las certificaciones estén de acuerdo a las exigencias del mercado objetivo y a la visión de la empresa.

2.- Cree que si se especializara a los agricultores en manejos agrícolas están pudieran obtener una mejor producción de exportación?

Respuesta:

Claro que sí, es más estoy seguro que si existieran más carreras y especializaciones en procesos productivos y agrícolas no seríamos un país exportador de materias primas como nos han denominado.

Nosotros tenemos más de 20 años de historia exportando espárragos, siendo el primer productor y exportador en el mundo. Y este desarrollo no se extendido más allá de Trujillo e Ica y sigue siendo el mismo proceso desde sus inicios con algunas mejoras tecnológicas pero insignificantes para producir un impacto a nivel nacional. Por eso creo que es importante comenzar fomentar las especializaciones en la producción agrícola para poder generar externalidades en los demás producto que a pesar de producirse en la misma región no tienen este nivel de tecnificación y por tanto no son tan competitivos.

Además si lo analizamos desde un punto de vista solamente económico, existe una gran ineficiencia en los manejos agrícolas en gran parte de las empresas exportadoras, en Trujillo existen empresas con un rendimiento que apenas superan las 4 toneladas por hectárea, contra un gran contraste con las grandes empresas en Ica que logran rendimientos de hasta 20 Toneladas por hectárea, y la diferencia se basa principalmente en el adecuado control de calidad en todo el proceso. Lo cual llega a ser muy difícil si no existe una correcta especialización del agricultor y todos los actores dentro de la cadena productiva-exportadora.

3.- Cuán importante es que tenga una capacidad de abastecimiento óptima de producción de espárrago?

Respuesta:

En la producción y exportación de frescos, el abastecimiento toma una gran importancia a la hora de establecer el éxito del negocio. No poder completar un volumen de exportación puede ocasionar la cancelación de todo el pedido y un exceso generar un sobre costo tan grande para la empresas que no pueda recuperarse. En el caso del espárrago y dado su producción de modo extensivo se tiene una ventana comercial durante todo el año lo cual permite implementar mejor políticas de abastecimiento más óptimas y eficientes que solo dependerán del poder que tenga la empresa con sus proveedores y la dependencia hacia los agricultores.

4.- El precio de venta internacional del espárrago cree es un factor crucial a la hora del proceso de negociación en la exportación?

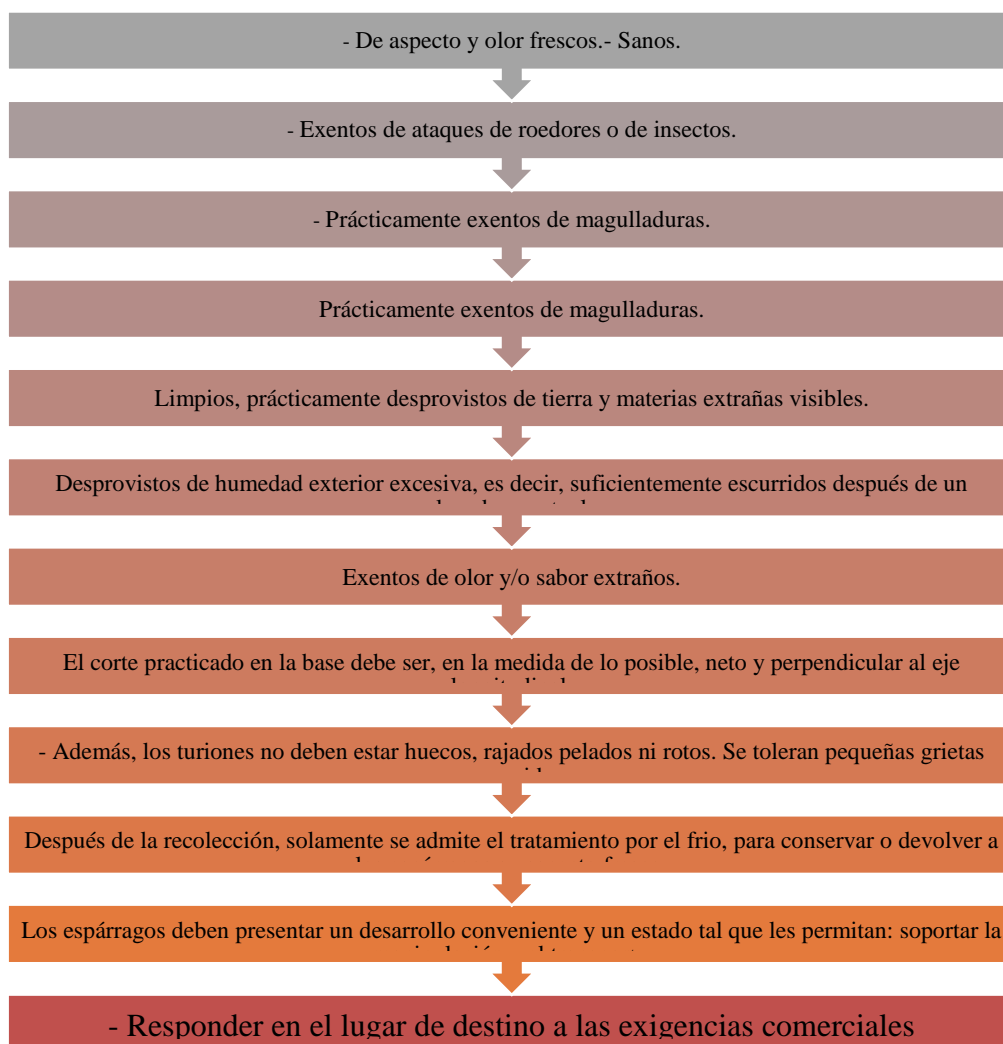
Respuesta:

No creo que sea crucial, pero si importante y que siempre se debe tomar en cuenta en todo proceso de negociación.

El espárrago como commodity, siempre estará influenciado por la demanda internacional y por consiguiente por el precio internacional, lo cual debe ser considerado por el productor como riesgo de poder negociar mejores precios por las condiciones favorables que tiene el mercado mundial por los productos naturales y saludables o de menores precios si las circunstancias cambian o aparecen nuevos competidores. Sin embargo, considero que igual como está pasando con el café y el cacao peruano es importante diferenciarse por la propuesta de valor de tu producto y tu empresa que te permita negociar sobre estos precios internacionales y según las condiciones de tu producto.

En el proceso de negociación toda información del comprador, el mercado internacional y la competencia es importante y te ayudara a tener una mejor negociación, pero siempre recomendamos darle mayor importancia a los detalles de la calidad y los procesos de tu producto pues esto te ayudaran a diferenciarte.

ANEXO 4: CRITERIOS DE CALIDAD DEL ESPÁRRAGO



ANEXO 5: LISTA DE MERCADOS IMPORTADORES DE ESPÁRRAGO FRESCO

Importadore+A10: G2Bs	Indicadores					
	Valor exportado en 2017 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2017	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados proveedores (km)	Concentración de los proveedores de los países socios
Mundo	409147	115143	Toneladas	3553		
Estados Unidos de América	260007	81195	Toneladas	3202	3488	0,5
Reino Unido	43279	8452	Toneladas	5121	9135	0,6
Países Bajos	40423	8810	Toneladas	4588	7274	0,37
España	30087	8448	Toneladas	3561	9133	0,66
Brasil	4628	1182	Toneladas	3915	3491	0,99
Bélgica	3543	722	Toneladas	4907	3676	0,36
Australia	3157	694	Toneladas	4549	13331	0,64
Japón	3088	590	Toneladas	5234	10276	0,41
Francia	2734	564	Toneladas	4848	2203	0,39
México	2226	565	Toneladas	3940	4467	0,98
Canadá	1861	576	Toneladas	3231	4381	0,47
Alemania	1558	370	Toneladas	4211	3052	0,19
Irlanda	1534	343	Toneladas	4472	7196	0,35
Italia	1438	381	Toneladas	3774	2584	0,24
Dinamarca	1324	343	Toneladas	3860	1265	0,24
Chile	1155	263	Toneladas	4392	2273	1
Corea, República de	1051	223	Toneladas	4713	10856	0,24
Colombia	908	231	Toneladas	3931	1843	1
Taipei Chino	813	174	Toneladas	4672	6779	0,38
Hong Kong, China	735	158	Toneladas	4652	9650	0,21
Singapur	518	108	Toneladas	4796	9871	0,26
Panamá	455	119	Toneladas	3824	2355	0,83

Emiratos Árabes Unidos	394	100	Toneladas	3940	7270	0,47
Suiza	364	84	Toneladas	4333	2868	0,19
Costa Rica	310	78	Toneladas	3974	2454	1
Argentina	293	75	Toneladas	3907	2829	1
China	274	55	Toneladas	4982	9653	0,43
Sudafrica	236	36	Toneladas	6556	9097	0,22
Suecia	161	44	Toneladas	3659	1269	0,21
Noruega	140	29	Toneladas	4828	8186	0,41
Grecia	103	23	Toneladas	4478	3055	0,64
Guatemala	103	42	Toneladas	2452	7535	0,35
Ecuador	75	25	Toneladas	3000		
Uruguay	59	15	Toneladas	3933	3231	1
Turquía	44	11	Toneladas	4000	11985	0,62
Malasia	43	10	Toneladas	4300	8221	0,22
Rusia, Federación de	25	5	Toneladas	5000	7638	0,67

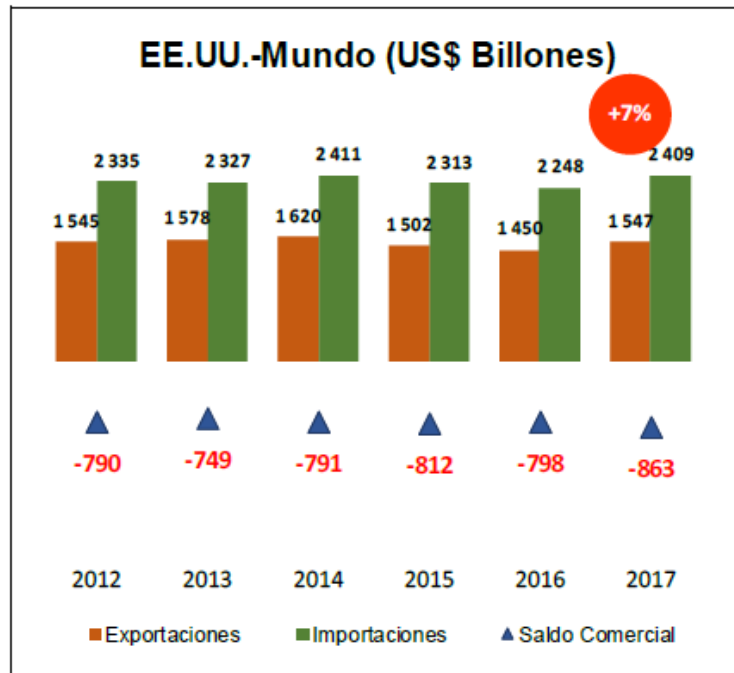
Fuente: Trade Map

ANEXO 6: LISTA DE EXPORTADORES DE ESPÁRRAGO FRESCO

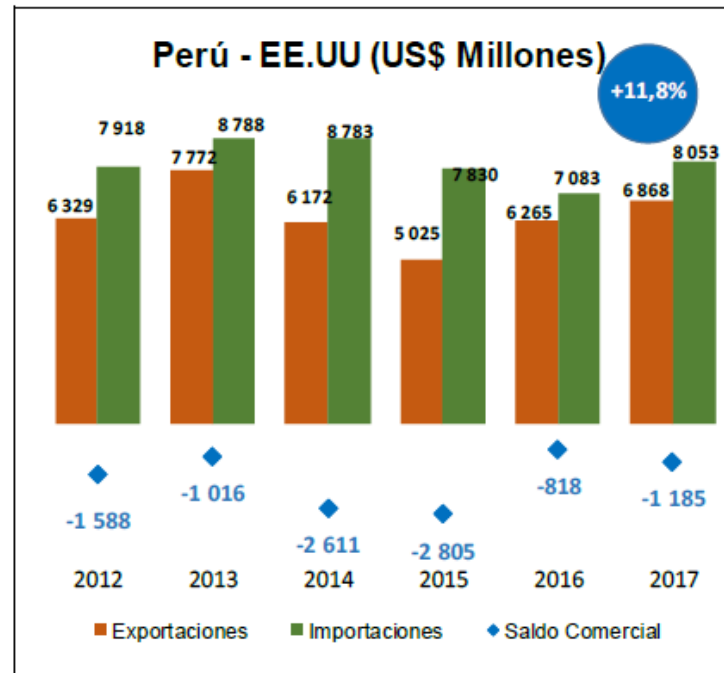
Exportadores	valor exportada en 2009	valor exportada en 2010	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013
Mundo	760372	901887	962872	1042636	1131535
Perú	250823	290617	293689	343087	413586
México	146209	217413	234045	224710	244186
Estados Unidos de América	101241	129043	140433	153937	146071
Países Bajos	59867	56014	70807	93881	85568
España	47181	40782	47078	46099	54865
Grecia	32902	39051	26764	27588	25312
Italia	9902	13949	16323	21740	24973
Francia	19630	16477	20656	20289	24412
Alemania	10934	16698	21409	22035	23127
Australia	11897	16182	17131	17034	16103
Bélgica	8400	7173	9431	10239	14879
Hungría	10391	9971	7847	9679	10172
Polonia	5567	7027	9145	9187	9977
Canadá	5162	4422	5310	6732	6546
Eslovaquia	5130	5241	6439	6380	6149
Tailandia	17540	12974	15618	12044	6009
Lituania	731	1442	2902	3595	4303
Reino Unido	1935	2176	2431	3631	3443
Nueva Zelanda	2010	2166	2439	2592	1885
Filipinas	707	529	1224	1399	1534
Marruecos	4517	3461	2627	1404	1497
Austria	2475	2718	3403	891	929

Chile	374	260	41	0	762
Ecuador	460	273	156	325	591
Dinamarca	320	728	899	267	513
Bangladesh	0	18	9	231	503
Luxemburgo	244	294	325	313	375
Nigeria	67	0	0	0	350
Irlanda	9	8	7	0	291
Fiji	161	228	356	291	288
Sudafrica	266	492	241	266	251
República Checa	255	223	272	322	236
Guatemala	248	269	214	170	230
Eslovenia	23	9	18	30	204
China	213	310	121	503	177
Singapur	100	230	466	155	168
Suecia	510	103	34	55	131
Letonia	2	1	1	52	114
Argentina	757	658	514	122	96
Viet Nam	61	81	9	20	84
Suiza	131	86	169	87	74
Rumania	18	127	523	433	71
Emiratos Árabes Unidos				113	65
Malasia	18	14	17	16	64
India	3	0	9	0	62
Hong Kong, China	15	20	36	24	48
Túnez	336	223	4	28	40

ANEXO 7 : COMERCIO EXTERIOR EEUU-MUNDO Y PERÚ-EEUU



Fuente: SUNAT / Elaboración: VMCE



Fuente: TRADEMAP / Elaboración: VMCE

ANEXO 8: LISTA DE ENTIDADES CERTIFICADORAS DE ORIGEN

N°	ENTIDAD AUTORIZADA
1	Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica
2	Cámara de Comercio y Producción de La Libertad
3	Asociación de Exportadores
4	Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERÚ
5	Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto
6	Cámara de Comercio y Producción de Piura

ANEXO 9: RESPUESTA DEL COORDINADOR DEL ENTE DE SUNAT – Javier Prado

Análisis de la entrevista sobre el esparrago peruano al coordinador del área Henry Beltrán del ente de SUNAT- Javier Prado.

1-. Según su experiencia en SUNAT en el área de exportaciones e ingresos como ha podido observar a EE.UU. como su mercado principal de la exportaciones de espárragos peruanos? Porque es un mercado a considerar como principal?

En el periodo analizado durante cinco años por Sunat te puedo mencionar que en este mundo exportador se observa como Perú ha ido creciendo en el mercado Norteamericano siendo este EE.UU el mercado con más opciones abiertas y posibilidades de demanda al esparrago del Perú y de otros países por la misma razón principal de su capacidad financiera económica que refleja en sus indicadores de PBI, entre otros. Es por ello que Henry Beltrán refiere que este país sería la ventana principal para el ingreso y permanencia exitosa del esparrago peruano, sin descartar la posibilidad de que comiencen con ventanas pequeñas haciendo referencia a otros mercados internacionales menores al mercado norteamericano más top EE.UU.

2-. Qué tipo de procesos o diferenciaciones debe seguir un exportador peruano, para el mercado de EE.UU. que logre la diferenciación?

Debe seguir con el objetivo de desarrollarse y crecer aún mas como exportador de esparrago tendrá que lograr estar al nivel de los procesos actuales en su producción, por ende deberían trabajar de manera orgánica el esparrago para que esta no solo concluya satisfaciendo al cliente sino marque la diferencia y trascienda a otros mercados.

2-. Qué tipo de procesos o diferenciaciones debe seguir un exportador peruano, para el mercado de EE.UU. que logre la diferenciación?

Debe seguir con el objetivo de desarrollarse y crecer aún mas como exportador de esparrago tendrá que lograr estar al nivel de los procesos actuales en su producción, por ende deberían trabajar de manera orgánica el esparrago para que esta no solo concluya satisfaciendo al cliente sino marque la diferencia y trascienda a otros mercados.

3-. Que recomienda a los empresarios sobre su elección del esparrago peruano?

Yo les recomendaría las empresas que también debemos entender que si este mercado no se abrió no debemos aferrarnos, todo lo contrario debemos buscar a otros mercados disminuyendo el riesgo y diversificando las oportunidades para llevar a la empresa a otro nivel de independencia y no tanto de la dependencia.

ANEXO 10: ESPÁRRAGO



ANEXO 11: MAPA ESTADOS UNIDOS



ANEXO 12: CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS

CUESTIONARIO

INSTITUCIÓN: SUNAT

PUESTO: ESPECIALISTA EN TRIBUTOS

FECHA: 14/11/2018

NOMBRE: HENRY BELTRAN

DIMENSIÓN: FACTORES EXTERNOS

INDICADORES:

- Aspectos económicos

- 1-. ¿Cómo observa usted su capacidad financiera de EE. UU?
- 2-. ¿Cómo observa usted la demanda de Perú estos últimos años?

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS

INDICADORES:

- Productividad.

- 1-. ¿Finalmente, Que recomendarías al Perú respecto su proceso de producción del espárrago peruano?

CUESTIONARIO

INSTITUCIÓN: MINCETUR

PUESTO: DIRECTOR DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

FECHA: 08/05/2019

NOMBRE: WALTER PUELLES

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS

INDICADORES:

- Productividad.

1-. ¿De qué manera la producción impactó el nivel de exportación de espárrago fresco de Perú a EE. UU en el periodo del 2013 al 2017?

2-. Finalmente, ¿Que recomendarías al Perú respecto a la producción de espárrago para que vuelva a ser el primer proveedor en EE. UU?

DIMENSIÓN: FACTORES EXTERNOS

INDICADORES:

- Estilo de vida
- Aspectos políticos
- Política de promoción

1. ¿Cómo observas el comportamiento de los estadounidenses en el consumo de espárrago fresco estos últimos años?

2. ¿Qué ventajas podemos obtener como país en el marco comercial del sector agro del espárrago respecto al TLC que tenemos con EE. UU?

3. ¿Cuáles son las principales políticas de promoción que se aplican para el espárrago fresco?

CUESTIONARIO

INSTITUCIÓN: MINCETUR

PUESTO: COORDINADOR DE PLANEX

FECHA: 08/05/2019

NOMBRE: CESAR SANTOS SUTTA

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS

INDICADORES:

- Productividad.
 - Productores nacionales
 - Calidad
1. ¿A qué se debe que el cultivo de espárrago se encuentre siendo desplazado por otros productos?
 2. ¿Qué empresas son las que se encuentran compitiendo en el mercado de producción de espárrago y que requisitos de calidad deben tener en cuenta?
 3. Finalmente, ¿Cuáles son las zonas en el Perú que cuentan con mayor producción de espárrago y a que se debe?

DIMENSIÓN: FACTORES DE EXITO

INDICADORES:

- Política de promoción
 - Precios internacionales
1. ¿Qué ha incentivado a los productores e inversionistas a invertir en el cultivo del espárrago?
 2. ¿Qué políticas de promoción son las que se aplican actualmente para mejorar la exportación de espárrago?
 3. Finalmente, ¿Que recomendarías al Perú respecto a la producción de espárrago para que vuelva a ser el primer proveedor en EE. UU?

ANEXO 13: FICHAS DE REVISION DOCUMENTAL

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA ANALIZAR LA PRODUCTIVAD DEL ESPARRAGO FRESCO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
AUTOR : MINAGRI																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
DIMENSION : FACTORES INTERNOS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
SUBDIMENSION : PROCESO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
INDICADOR: PRODUCTIVIDAD																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
DOCUMENTOS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Boletín estadístico "Producción Agrícola y Ganadera" II - Trimestre 2017</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Boletín Estadístico "Producción Agrícola y Ganadera" II - Trimestre 2017</p> </div> </div>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
<p>C.9 PERÚ: PRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS POR PRODUCTO SEGÚN AÑO, II Trimestre 2013-2017</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Producto</th> <th colspan="5">Miles de toneladas</th> <th colspan="5">Variación porcentual</th> </tr> <tr> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016¹</th> <th>2017²</th> <th>2013/2012</th> <th>2014/2013</th> <th>2015/2014</th> <th>2016/2015</th> <th>2017/2016</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cereales</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Trigo</td> <td>67,0</td> <td>51,7</td> <td>54,7</td> <td>51,7</td> <td>49,1</td> <td>6,7</td> <td>-5,3</td> <td>-7,6</td> <td>-5,5</td> <td>-4,7</td> </tr> <tr> <td>Maíz amarillo duro</td> <td>316,2</td> <td>310,6</td> <td>322,6</td> <td>290,9</td> <td>291,6</td> <td>12,0</td> <td>-1,8</td> <td>36,8</td> <td>19,8</td> <td>2,2</td> </tr> <tr> <td>Maíz amiláceo</td> <td>222,7</td> <td>218,0</td> <td>214,0</td> <td>203,5</td> <td>192,6</td> <td>11,5</td> <td>-1,8</td> <td>-2,1</td> <td>-4,9</td> <td>-5,3</td> </tr> <tr> <td>Maíz duro</td> <td>1470,7</td> <td>1207,0</td> <td>1415,9</td> <td>1419,4</td> <td>1142,5</td> <td>6,0</td> <td>-18,3</td> <td>17,8</td> <td>0,3</td> <td>-19,5</td> </tr> <tr> <td>Debida grano</td> <td>14,1</td> <td>11,3</td> <td>11,2</td> <td>10,4</td> <td>9,4</td> <td>17,6</td> <td>2,8</td> <td>-3,8</td> <td>-5,4</td> <td>-8,2</td> </tr> <tr> <td>Quinua</td> <td>42,7</td> <td>67,0</td> <td>73,0</td> <td>139,9</td> <td>98,0</td> <td>4,7</td> <td>50,7</td> <td>9,9</td> <td>-10,2</td> <td>6,9</td> </tr> <tr> <td>Hortalizas</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Calabacín</td> <td>75,0</td> <td>72,7</td> <td>84,5</td> <td>99,4</td> <td>80,4</td> <td>-1,3</td> <td>5,8</td> <td>6,1</td> <td>5,6</td> <td>-0,1</td> </tr> <tr> <td>Alcachofa</td> <td>12,4</td> <td>12,0</td> <td>6,4</td> <td>7,0</td> <td>15,0</td> <td>22,0</td> <td>2,3</td> <td>-29,4</td> <td>10,4</td> <td>100,0</td> </tr> <tr> <td>Brécol</td> <td>57,2</td> <td>47,9</td> <td>49,4</td> <td>41,1</td> <td>47,7</td> <td>42,1</td> <td>-22,7</td> <td>-0,4</td> <td>1,6</td> <td>4,0</td> </tr> <tr> <td>Zanahoria</td> <td>57,1</td> <td>57,5</td> <td>62,4</td> <td>44,7</td> <td>40,5</td> <td>0,0</td> <td>0,7</td> <td>8,5</td> <td>-29,4</td> <td>-2,5</td> </tr> <tr> <td>Ajónjolí verde</td> <td>35,6</td> <td>34,5</td> <td>37,9</td> <td>37,5</td> <td>40,3</td> <td>-3,7</td> <td>-8,5</td> <td>5,9</td> <td>-2,3</td> <td>7,5</td> </tr> <tr> <td>Zanahoria</td> <td>42,0</td> <td>42,9</td> <td>38,5</td> <td>41,0</td> <td>39,7</td> <td>-7,5</td> <td>3,6</td> <td>-1,5</td> <td>2,2</td> <td>-3,1</td> </tr> <tr> <td>Hoja</td> <td>8,3</td> <td>11,3</td> <td>10,3</td> <td>11,1</td> <td>11,0</td> <td>15,6</td> <td>24,0</td> <td>4,1</td> <td>1,6</td> <td>-0,2</td> </tr> <tr> <td>Cebolla</td> <td>148,5</td> <td>128,5</td> <td>116,9</td> <td>121,2</td> <td>125,4</td> <td>-13,6</td> <td>-14,1</td> <td>-6,8</td> <td>3,7</td> <td>1,8</td> </tr> <tr> <td>Maíz dulce</td> <td>131,1</td> <td>157,0</td> <td>146,6</td> <td>135,5</td> <td>143,1</td> <td>4,4</td> <td>4,5</td> <td>7,0</td> <td>-7,5</td> <td>5,6</td> </tr> <tr> <td>Frutas y hortalizas</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Papa</td> <td>130,4</td> <td>153,9</td> <td>197,4</td> <td>233,1</td> <td>259,1</td> <td>13,0</td> <td>40,7</td> <td>7,6</td> <td>26,2</td> <td>1,8</td> </tr> </tbody> </table>		Producto	Miles de toneladas					Variación porcentual					2013	2014	2015	2016 ¹	2017 ²	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	Cereales											Trigo	67,0	51,7	54,7	51,7	49,1	6,7	-5,3	-7,6	-5,5	-4,7	Maíz amarillo duro	316,2	310,6	322,6	290,9	291,6	12,0	-1,8	36,8	19,8	2,2	Maíz amiláceo	222,7	218,0	214,0	203,5	192,6	11,5	-1,8	-2,1	-4,9	-5,3	Maíz duro	1470,7	1207,0	1415,9	1419,4	1142,5	6,0	-18,3	17,8	0,3	-19,5	Debida grano	14,1	11,3	11,2	10,4	9,4	17,6	2,8	-3,8	-5,4	-8,2	Quinua	42,7	67,0	73,0	139,9	98,0	4,7	50,7	9,9	-10,2	6,9	Hortalizas											Calabacín	75,0	72,7	84,5	99,4	80,4	-1,3	5,8	6,1	5,6	-0,1	Alcachofa	12,4	12,0	6,4	7,0	15,0	22,0	2,3	-29,4	10,4	100,0	Brécol	57,2	47,9	49,4	41,1	47,7	42,1	-22,7	-0,4	1,6	4,0	Zanahoria	57,1	57,5	62,4	44,7	40,5	0,0	0,7	8,5	-29,4	-2,5	Ajónjolí verde	35,6	34,5	37,9	37,5	40,3	-3,7	-8,5	5,9	-2,3	7,5	Zanahoria	42,0	42,9	38,5	41,0	39,7	-7,5	3,6	-1,5	2,2	-3,1	Hoja	8,3	11,3	10,3	11,1	11,0	15,6	24,0	4,1	1,6	-0,2	Cebolla	148,5	128,5	116,9	121,2	125,4	-13,6	-14,1	-6,8	3,7	1,8	Maíz dulce	131,1	157,0	146,6	135,5	143,1	4,4	4,5	7,0	-7,5	5,6	Frutas y hortalizas											Papa	130,4	153,9	197,4	233,1	259,1	13,0	40,7	7,6	26,2	1,8	<p>C.2 PERÚ: VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA POR PRODUCTO SEGÚN AÑO, II Trimestre 2017/2016</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">División/Grupo/Producto</th> <th colspan="5">Miles de soles a precios 2017</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Abril-junio</th> <th rowspan="2">Var. %</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th></th> <th>2016¹</th> <th>2017²</th> <th>Abr</th> <th>May</th> <th>Jun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SECTOR AGROPECUARIO</td> <td>16 584,6</td> <td>16 554,7</td> <td>1,4</td> <td>3 265,9</td> <td>3 453,1</td> <td>3 784,7</td> </tr> <tr> <td>Productos de la agricultura, la horticultura y la ganadería comercial</td> <td>1 286,3</td> <td>7 385,6</td> <td>7,7</td> <td>2 146,3</td> <td>2 581,0</td> <td>2 691,8</td> </tr> <tr> <td>Cereales</td> <td>1 007,6</td> <td>1 556,4</td> <td>-43,3</td> <td>316,1</td> <td>427,8</td> <td>696,5</td> </tr> <tr> <td>Trigo</td> <td>41,9</td> <td>10,1</td> <td>-4,2</td> <td>0,6</td> <td>6,1</td> <td>33,6</td> </tr> <tr> <td>Maíz amarillo duro</td> <td>191,0</td> <td>183,5</td> <td>-2,2</td> <td>31,7</td> <td>35,9</td> <td>119,2</td> </tr> <tr> <td>Maíz amiláceo</td> <td>245,0</td> <td>233,0</td> <td>-3,3</td> <td>27,2</td> <td>57,7</td> <td>108,1</td> </tr> <tr> <td>Maíz duro</td> <td>1153,3</td> <td>1121,1</td> <td>-11,5</td> <td>232,6</td> <td>218,8</td> <td>308,3</td> </tr> <tr> <td>Cebada grano</td> <td>63,5</td> <td>58,2</td> <td>-6,8</td> <td>7,1</td> <td>15,2</td> <td>32,8</td> </tr> <tr> <td>Quinua</td> <td>78,1</td> <td>85,5</td> <td>8,9</td> <td>31,9</td> <td>34,0</td> <td>17,7</td> </tr> <tr> <td>Otros cereales</td> <td>97,9</td> <td>101,0</td> <td>3,1</td> <td>5,1</td> <td>12,1</td> <td>9,4</td> </tr> <tr> <td>Hortalizas</td> <td>631,4</td> <td>553,3</td> <td>-4,3</td> <td>234,6</td> <td>225,3</td> <td>198,2</td> </tr> <tr> <td>Esparago</td> <td>272,8</td> <td>222,6</td> <td>-0,1</td> <td>93,0</td> <td>85,4</td> <td>85,1</td> </tr> <tr> <td>Alcachofa</td> <td>10,7</td> <td>22,4</td> <td>109,5</td> <td>7,6</td> <td>7,7</td> <td>7,6</td> </tr> <tr> <td>Brécol</td> <td>28,9</td> <td>30,1</td> <td>4,1</td> <td>5,6</td> <td>11,3</td> <td>10,9</td> </tr> <tr> <td>Zanahoria</td> <td>18,3</td> <td>18,5</td> <td>-2,5</td> <td>5,1</td> <td>5,3</td> <td>5,3</td> </tr> <tr> <td>Ajónjolí verde</td> <td>31,8</td> <td>34,2</td> <td>7,5</td> <td>12,3</td> <td>11,5</td> <td>10,2</td> </tr> <tr> <td>Maíz dulce</td> <td>44,1</td> <td>45,9</td> <td>4,1</td> <td>4,4</td> <td>4,4</td> <td>4,4</td> </tr> </tbody> </table>			División/Grupo/Producto	Miles de soles a precios 2017					Abril-junio		Var. %	2017			2016 ¹	2017 ²	Abr	May	Jun	SECTOR AGROPECUARIO	16 584,6	16 554,7	1,4	3 265,9	3 453,1	3 784,7	Productos de la agricultura, la horticultura y la ganadería comercial	1 286,3	7 385,6	7,7	2 146,3	2 581,0	2 691,8	Cereales	1 007,6	1 556,4	-43,3	316,1	427,8	696,5	Trigo	41,9	10,1	-4,2	0,6	6,1	33,6	Maíz amarillo duro	191,0	183,5	-2,2	31,7	35,9	119,2	Maíz amiláceo	245,0	233,0	-3,3	27,2	57,7	108,1	Maíz duro	1153,3	1121,1	-11,5	232,6	218,8	308,3	Cebada grano	63,5	58,2	-6,8	7,1	15,2	32,8	Quinua	78,1	85,5	8,9	31,9	34,0	17,7	Otros cereales	97,9	101,0	3,1	5,1	12,1	9,4	Hortalizas	631,4	553,3	-4,3	234,6	225,3	198,2	Esparago	272,8	222,6	-0,1	93,0	85,4	85,1	Alcachofa	10,7	22,4	109,5	7,6	7,7	7,6	Brécol	28,9	30,1	4,1	5,6	11,3	10,9	Zanahoria	18,3	18,5	-2,5	5,1	5,3	5,3	Ajónjolí verde	31,8	34,2	7,5	12,3	11,5	10,2	Maíz dulce	44,1	45,9	4,1	4,4	4,4	4,4
Producto	Miles de toneladas					Variación porcentual																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	2013	2014	2015	2016 ¹	2017 ²	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Cereales																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Trigo	67,0	51,7	54,7	51,7	49,1	6,7	-5,3	-7,6	-5,5	-4,7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Maíz amarillo duro	316,2	310,6	322,6	290,9	291,6	12,0	-1,8	36,8	19,8	2,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Maíz amiláceo	222,7	218,0	214,0	203,5	192,6	11,5	-1,8	-2,1	-4,9	-5,3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Maíz duro	1470,7	1207,0	1415,9	1419,4	1142,5	6,0	-18,3	17,8	0,3	-19,5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Debida grano	14,1	11,3	11,2	10,4	9,4	17,6	2,8	-3,8	-5,4	-8,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Quinua	42,7	67,0	73,0	139,9	98,0	4,7	50,7	9,9	-10,2	6,9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Hortalizas																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Calabacín	75,0	72,7	84,5	99,4	80,4	-1,3	5,8	6,1	5,6	-0,1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Alcachofa	12,4	12,0	6,4	7,0	15,0	22,0	2,3	-29,4	10,4	100,0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Brécol	57,2	47,9	49,4	41,1	47,7	42,1	-22,7	-0,4	1,6	4,0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Zanahoria	57,1	57,5	62,4	44,7	40,5	0,0	0,7	8,5	-29,4	-2,5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Ajónjolí verde	35,6	34,5	37,9	37,5	40,3	-3,7	-8,5	5,9	-2,3	7,5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Zanahoria	42,0	42,9	38,5	41,0	39,7	-7,5	3,6	-1,5	2,2	-3,1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Hoja	8,3	11,3	10,3	11,1	11,0	15,6	24,0	4,1	1,6	-0,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Cebolla	148,5	128,5	116,9	121,2	125,4	-13,6	-14,1	-6,8	3,7	1,8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Maíz dulce	131,1	157,0	146,6	135,5	143,1	4,4	4,5	7,0	-7,5	5,6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Frutas y hortalizas																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Papa	130,4	153,9	197,4	233,1	259,1	13,0	40,7	7,6	26,2	1,8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
División/Grupo/Producto	Miles de soles a precios 2017																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	Abril-junio		Var. %	2017																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
	2016 ¹	2017 ²		Abr	May	Jun																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
SECTOR AGROPECUARIO	16 584,6	16 554,7	1,4	3 265,9	3 453,1	3 784,7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Productos de la agricultura, la horticultura y la ganadería comercial	1 286,3	7 385,6	7,7	2 146,3	2 581,0	2 691,8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Cereales	1 007,6	1 556,4	-43,3	316,1	427,8	696,5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Trigo	41,9	10,1	-4,2	0,6	6,1	33,6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Maíz amarillo duro	191,0	183,5	-2,2	31,7	35,9	119,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Maíz amiláceo	245,0	233,0	-3,3	27,2	57,7	108,1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Maíz duro	1153,3	1121,1	-11,5	232,6	218,8	308,3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Cebada grano	63,5	58,2	-6,8	7,1	15,2	32,8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Quinua	78,1	85,5	8,9	31,9	34,0	17,7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Otros cereales	97,9	101,0	3,1	5,1	12,1	9,4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Hortalizas	631,4	553,3	-4,3	234,6	225,3	198,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Esparago	272,8	222,6	-0,1	93,0	85,4	85,1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Alcachofa	10,7	22,4	109,5	7,6	7,7	7,6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Brécol	28,9	30,1	4,1	5,6	11,3	10,9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Zanahoria	18,3	18,5	-2,5	5,1	5,3	5,3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Ajónjolí verde	31,8	34,2	7,5	12,3	11,5	10,2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Maíz dulce	44,1	45,9	4,1	4,4	4,4	4,4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
DESCRIPCION:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
En principio el boletín estadístico de "Producción agrícola y Ganadería", detalla la producción en toneladas y en miles de soles de los principales cultivos, entre ellos, el espárrago fresco en el periodo del 2013 al 2017																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Enlace Web:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-iitrimestre2017_041017.pdf																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA ANALIZAR LA PRODUCTIVAD DEL ESPARRAGO FRESCO																																																																																																												
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>																																																																																																										
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input checked="" type="radio"/>																																																																																																								
AUTOR : Lissete Alicia Cuyuche Yupari, Juan Jorge Miguel Planas Rivarola, Fernando Alonso Salazar Oré																																																																																																												
DIMENSION : FACTORES INTERNOS																																																																																																												
SUBDIMENSION : PROCESO																																																																																																												
INDICADOR: PRODUCTIVIDAD																																																																																																												
DOCUMENTOS																																																																																																												
<p>Tabla 13</p> <p><i>Períodos de Cosecha de Espárragos en los Países Competidores</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>País productor</th> <th>Ene.</th> <th>Feb.</th> <th>Mar.</th> <th>Abr.</th> <th>May.</th> <th>Jun.</th> <th>Jul.</th> <th>Ago.</th> <th>Sep.</th> <th>Oct.</th> <th>Nov.</th> <th>Dic.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>China</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Perú</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>México</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alemania</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>España</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Holanda</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estados Unidos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><small>Nota: Adaptado de "Riesgos de mercado: Espárragos," de Maximino, 2015.</small></p> <p>El cultivo del espárrago es intensivo en mano de obra. Como se describirá más adelante el análisis interno, representa el 11.4% del costo de instalación del cultivo y el 49.3% del costo de producción. La mano de obra no sólo representa un porcentaje importante de los costos sino se requiere de especialización: conocimiento y experiencia. En la instalación, la mano de obra interviene desde la preparación del terreno, siembra de las coronas o plantines, las actividades de labor agrícola, aplicación de herbicidas, control fitosanitario y aplicación de riego. Todas estas estas actividades requieren conocimiento y</p>					País productor	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	China													Perú													México													Alemania													España													Holanda													Estados Unidos												
País productor	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.																																																																																																
China																																																																																																												
Perú																																																																																																												
México																																																																																																												
Alemania																																																																																																												
España																																																																																																												
Holanda																																																																																																												
Estados Unidos																																																																																																												
DESCRIPCION:																																																																																																												
En el siguiente documento se pueden observar los meses de cultivo del espárrago fresco en el Perú y en comparación con otros de los países productores del mundo																																																																																																												
Enlace Web:																																																																																																												
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9601/CUYUCHE_PLANAS_PLANEAMIENTO_ESPARRAGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y																																																																																																												

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES COMPETIDORES EN LA EXPORTACION DE ESPARRAGO

TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>

AUTOR : TRADE MAP

DIMENSION : FACTORES INTERNOS

SUBDIMENSION : PROCESO

INDICADOR: PRINCIPALES COMPETIDORES

DOCUMENTOS

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América [?]
 Producto: 070920 Espárragos, frescos o refrigerados

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla Gráfico Mapa Empresas [Datos ED] [Datos arancelarios] Normas voluntarias

Descarga: Período (número de columnas) 5 por página 100 Filas por página Por defecto (25 por página)

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017*
	Mundo	673,267	600,750	660,979	715,509	776,209
E	México	315,205	246,630	278,510	363,405	426,280
E	China	283,068	306,048	375,681	284,456	344,940
I	Corea del Sur	9,535	8,009	8,107	8,202	8,914
E	Ecuador	423	377	560	588	412
E	Argentina	84	106	140	273	264
I	Chile	0	0	40	127	54
E	Francia	20	3	17	14	13
F	Países Bajos	23	8	30	29	11
I	Alemania	4	4	3	3	9
E	Australia	0	0	29	0	0
F	Brasil	0	3	0	0	0
L	Costa Rica	181	0	0	0	0
E	India	0	0	0	0	0
F	Rusia	52	10	11	0	0
L	México	0	12	0	0	0
E	Nueva Zelanda	0	0	847	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de US Customs Patrols desde enero de 2016
 Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE hasta enero de 2016.

DESCRIPCION:

En la pagina web de Trade Map se encuentra la lista de los principales paises exportadores de esparrago fresco a Estados Unidos, y se mencionan las cantidades en miles de soles en toneladas que se exportaron en los años del 2013 al 2017

Enlace Web:

https://www.trade-map.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES COMPETIDORES EN LA EXPORTACION DE ESPARRAGO				
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : EL ECONOMISTA, DIARIO GESTION				
DIMENSION : FACTORES INTERNOS				
SUBDIMENSION : PROCESO				
INDICADOR: PRINCIPALES COMPETIDORES				
DOCUMENTOS				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; background-color: #fff9c4; padding: 5px;"> <p>A nivel nacional se observan dos regiones productoras principales, en las cuales la producción se ha especializado a proveer el mercado de exportación. Al 2016, fueron cinco estados los que prácticamente produjeron la totalidad del volumen nacional: Sonora, Baja California Norte y Sur, Guanajuato y Querétaro. Con volúmenes marginales se encuentran otros ocho estados, como, Michoacán, Sinaloa, Zacatecas y San Luis Potosí.</p> <p>La balanza comercial de México es superavitaria, y ha crecido 11% en los últimos 10 años. En el 2016 se exportó 65% de la producción, mismos que tuvieron como principal destino el mercado de Estados Unidos y en menor proporción (10%) Canadá, nuevos mercados se están abriendo para el espárrago mexicano, tales como Japón.</p> <p>FIRA, del 2008 a la fecha, ha otorgado créditos a la producción primaria de espárrago en créditos refaccionarios de largo plazo para instalaciones, líneas de empaque, sistemas de riego, cuartos fríos; como actividades realizadas por los productores en campo, favoreciendo su especialización al mercado de exportación.</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>Durante el 2017 las exportaciones de espárragos ascenderían a US\$ 540 millones, mostrando una reducción de 6% respecto al 2016, y para el 2018 se recuperarían ligeramente, en 2% a US\$ 550 millones, proyectó el Scotiabank.</p> <p>En general, las menores exportaciones del 2017 son producto de un menor volumen exportado. En los últimos años la producción peruana ha estado estancada por la antigüedad de las plantaciones y, en consecuencia, menor rendimiento.</p> <p>Además, esta situación se acentuó en el primer semestre del 2017 por las mayores temperaturas ocasionadas por la presencia del Fenómeno del Niño (FEN), afectando los rendimientos, señaló la analista senior del Departamento de Estudios Económicos del Scotiabank, Erika Manchego.</p> <p>Dijo que el volumen exportado de espárragos ha caído a pesar de que la producción local ha tenido ligeros incrementos. Esto se da porque las condiciones adversas han generado variaciones en la calidad de los cultivos obligando a los productores a destinar parte de su producción al mercado local.</p> </div> </div>				
DESCRIPCION:				
En los siguientes diarios se encuentra información sobre como se esta desarrollando en el mercado de esparrago fresco el pais de Mexico, que es el principal competidor de Perú en la exportaciones de ese producto.				
Enlace Web:				
https://gestion.pe/economia/exportacion-peruana-esparragos-caeria-2017-recuperaria-2018-219944 https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Aumenta-la-produccion-de-esparrago-en-Mexico-II-20180111-0082.htm				

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES COMPETIDORES EN LA EXPORTACION DE ESPARRAGO

TIPO DE INFORMACION : CUANTITATIVA CUALITATIVA

TIPO DE FUENTE : FOTO ANALISIS ESTADISTICO DOCUMENTOS TESIS

AUTOR : MINAGRI

DIMENSION : FACTORES INTERNOS

SUBDIMENSION : PROCESO

INDICADOR: PRINCIPALES COMPETIDORES

DOCUMENTOS

0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	COMPLEJO AGRICOLA INDUSTRIAL BETA S.A.	16 476.07	21 767.70	32.12	43 004.56	66 204.01	58.60
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	ACRICIDIA LA VENTA S.A.C.	5 500.21	5 015.00	4.00	15 400.05	17 100.11	12.72
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	EXCELTA AGRICULTURA HUANCA S.A.	3 421.99	4 017.28	-16.81	17 000.60	26 268.20	30.21
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	DIWFER TRUJILLO S.A.C.	5 881.87	5 927.43	1.29	19 647.43	20 978.48	6.77
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	CAVO CHOQUE HERNAN DANIEL	0.00	0.00	-100.00	0.00	0.00	-100.00
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGRO INDUSTRIAS PACOKE S.A.	1 500.00	1 011.27	-14.24	4 347.11	3 113.77	-12.21
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	ELITE PERUVIAN PRODUCE S.R.L.	917.88	779.90	-15.01	2 708.82	2 150.90	-20.60
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	GLOBAL FRESH S.A.C.	4 592.70	4 881.53	6.29	13 948.65	16 000.92	14.71
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	OSP AGROEXPORTACIONES S.A.C.	1 216.45	678.00	-43.51	3 755.83	2 143.75	-42.94
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	ACRICIDIA PANAMA S.A.C.	20.34	12.89	-25.04	67.92	55.00	-20.34
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	SIN RAZON SOCIAL	0.00	0.00	--	0.00	1 070.91	--
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGUALMA S.A.C.	1 073.20	1 786.64	66.48	2 987.35	2 634.90	88.63
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGROEXPORTACION SOCIEDAD LIMITADA	100.24	0.00	-100.00	000.56	0.00	-100.00
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	EXPORTACIONES HUMANAS S.A.C.	004.74	750.07	134.07	1 022.55	1 701.42	1.73
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	EXPORTACIONES HIRSA EMPRESA INDIVIDUAL	0.60	10.50	316.60	3.92	39.25	240.73
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGRICOLA PUERTO MORIN S.A.C. AGRO MORIN	112.83	0.00	-100.00	348.07	0.00	-100.00
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	SIN RAZON SOCIAL	0.00	0.00	--	0.00	13.11	--
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	SIN RAZON SOCIAL	0.00	33.01	--	0.00	87.66	--
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	INVERSIONES VICTORIA S.A.C.	0.00	0.00	--	0.00	0.00	--
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	BAVER S.A.	0.00	0.00	--	0.00	0.00	--
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	LA S.A.	2 104.34	1 721.47	-25.24	7 443.07	6 740.26	-10.73

DESCRIPCION:

Minagri nos brinda informacion con respecto a todas la empresas peruanas exportadoras de esparrago fresco durante los años del 2013 al 2017.

Enlace Web:

<http://sistemas.minagri.gob.pe/siscex/exportaciones/comparativaN>

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA DESCRIBIR LA CALIDAD EN LA NTP QUE DEBE CUMPLIR EL ESPARRAGO FRESCO				
TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS				
AÑO DE PUBLICACIÓN:	2018			
DIMENSION : FACTORES INTERNOS				
SUBDIMENSION : PROCESO				
INDICADOR: CALIDAD				
DOCUMENTOS				
<p>osseguro www.sni.org.pe/aprueban-normas-tecnicas-peruanas-version-2018-referentes-lucuma-esparrago-pane-la-granulada-especies-y-condimentos-frutas-frescas-y-otros</p> <p> <input type="checkbox"/> Control de Calidad <input type="checkbox"/> Asesoría Legal <input type="checkbox"/> Políticas Públicas <input type="checkbox"/> Asesoría Internacional <input type="checkbox"/> Estudios Económicos </p> <p>Reemplaza a la NTP 208.402.2003</p> <p>NTP 209.403.2007 (revisada el 2018) ESPÁRRAGO. Control de la estabilidad de conservas vegetales. Método de ruina. 2ª Edición Reemplaza a la NTP 209.403.2007</p> <p>NTP 209.404.2003 (revisada el 2016) ESPÁRRAGO EN CONSERVA. Determinación de fibrosidad. 1ª Edición</p> <p>Reemplaza a la NTP 209.404.2003</p> <p>NTP 209.406.2008 (revisada el 2018) ESPÁRRAGO EN CONSERVA. Requisitos. 1ª Edición</p> <p>Reemplaza a la NTP 209.406.2008</p> <p>NTP 209.410.2007 (revisada el 2018) ESPÁRRAGO EN CONSERVA. Determinación del espacio de cabeza. 1ª Edición</p> <p>Reemplaza a la NTP 209.410.2007</p> <p>NTP 207.200.2013 (revisada el 2018) PANELA GRANULADA. Definiciones y requisitos. 1ª Edición</p> <p>Reemplaza a la NTP 207.200.2013</p> <p>NTP 209.200.1982 (revisada el 2018) ESPECIAS Y CONDIMENTOS. Achiote. Requisitos. 1ª Edición</p> <p>Reemplaza a la NTP 209.200.1982 (revisada el 2013)</p>				
DESCRIPCION:				
<p>En principio el reporte legal de "Aprueban Normas Técnicas Peruanas en su versión 2018 referentes a lúcuma, espárrago, pana la granulada, especias y condimentos, frutas frescas y otros", de talla las normas técnicas peruanas vigentes y actualizadas que debe cumplir un esparrago fresco para así lograr una mejor competitividad en el nivel nacional e internacional de su comercialización".</p>				
Enlace Web:				
<p>http://www.sni.org.pe/aprueban-normas-tecnicas-peruanas-version-2018-referentes-lucuma-esparrago-pane-la-granulada-especies-y-condimentos-frutas-frescas-y-otros/</p>				

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA DESCRIBIR LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES QUE EXIGE EL MERCADO NORTEAMERICANO PARA EL ESPARRAGO FRESCO			
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>	
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/> TESIS <input checked="" type="radio"/>
AUTOR : NORMAN REYES MORALES			
DIMENSION : FACTORES INTERNOS			
SUBDIMENSION : PROCESO			
INDICADOR: CALIDAD			
DOCUMENTOS			
<p>a) Hazard Analysis and Critical Control Point</p> <p>Las siguientes instituciones: U.S. Food and Drug Administration, U.S. Department of Agriculture and The National Advisory Committee on Microbiological Criteria for Foods, forman un comité que determina al sistema HACCP como un medio eficaz y racional de garantizar la seguridad de los alimentos desde la cosecha hasta el consumo. La última versión está vigente desde el 14 de Agosto de 1997 y el comité reconoce que para asegurar la inocuidad de los alimentos, los</p>			
DESCRIPCION:			
En principio la tesis de "Factibilidad de empresas productoras y procesadora - exportadora de esparrago verde", detalla las exigencias de certificaciones internacionales que exige el mercado norteamericano para la comercializacion del esparrago fresco.			
Enlace Web:			
https://www.slideshare.net/alexyonelvasquezgoicochea/reyes-morales-normanempresaesparragoverde			

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA DESCRIBIR CUALES SON LAS CARACTERISTICAS DE CALIDAD DE PRODUCCION DEL ESPARRAGO DE MEXICO QUE LO CONVIERTEN EN NUESTRO PRINCIPAL COMPETIDOR				
TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE:	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : Ing. Javier Sánchez Vigo & Jackeline Elizabeth Cabrera Vera, Juan Miguel Castro Medina, Walter Leonardo Cruzado Castañeda y Carlos Gabriel Mego Armas.				
AÑO DE PUBLICACIÓN	Ambas pertencen al año 2017			
DIMENSION : FACTORES INTERNOS				
SUBDIMENSION : PROCESO				
INDICADOR: CALIDAD				
DOCUMENTOS				
 <p style="text-align: center;">Fuente: J. Josepa. Ipeh 2014, Lima, Perú.</p> <p style="text-align: center;">Fuente: J. Juvette. Ipeh 2014, Lima, Perú.</p>				
DESCRIPCION:				
<p>En principio el reporte de seminario internacional de "Mercado mundial del esparrago. Situacion y perspectivas del cultivo. Oportunidades y Amenazas para el Cultivo en Chile.", detalla las características que posee y cumple el esparrago fresco mexicano que lo convierte en el principal competidor para Peru. En la segunda fuente proveniente de la tesis "Planeamiento Estratégico De La Industria Del Espárrago En La Región De La Libertad." , detalla la principal características de calidad que implementa Mexico a sus trabajadores en el proceso de produccion del esparrago en la región Sonora.</p>				
Enlace Web:				
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9535/CABREBA_CASTRO_ESPARRAGO_IA_LIBERTAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y				

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA IDENTIFICAR LOS CANALES DE DISTRIBUCION EN LA EXPORTACION DE ESPARRAGO				
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input checked="" type="radio"/>
AUTOR : IICA				
AÑO DE PUBLICACION: 2007, 2004				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : MERCADO INTERNACIONAL				
INDICADOR: CANALES DE DISTRIBUCION				
DOCUMENTOS				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>9. Estándares de Empaque</p> <p>Los espárragos pueden presentarse en los envases colocados en hileras o en manojos firmemente atados, sujetos por cintas o gomas elásticas, y/o envasados en pequeñas bolsas de polietileno. Dentro de los envases se ordenan en hileras regulares y cada uno podrá ir protegido con papel. Los envases que normalmente se utilizan son las cajas de cartón, con dimensiones de 26 x 50 x 24 cm (Largo x Ancho x Alto), provistas de tapa, o bien se pueden utilizar envases de cartón de una capacidad de 11 kgs con manojos de 0.7 kgs cada uno. El producto no debe sobresalir del nivel superior del envase. Debe empacarse de tal manera que todo el producto quede debidamente protegido.</p> <p>El material usado para empaque debe ser nuevo (en caso del cartón), estar limpio y ser de calidad tal que evite daños al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, que lleven las especificaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamentos no tóxicos.</p> <p>10. Etiquetado</p> <p>Cada envase debe llevar la siguiente información agrupada en el mismo lado, legible, escrita de forma indeleble y visible desde el exterior:</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificación: Nombre, razón social y dirección del productor, empaquetador, exportador o distribuidor registrado para el uso de la marca. Naturaleza del producto: Si el producto no es visible desde afuera, cada envase debe llevar una etiqueta con el nombre del producto. </div> <div style="width: 50%;"> <p>La industria del espárrago ha tenido que profesionalizarse al máximo para poder competir en el mercado internacional promoviendo la calidad en todos los aspectos. Prácticamente el 80% de la exportación de espárrago verde se realiza vía aérea y en su mayoría a Estados Unidos, contándose con ciertas desventajas por los mayores costos de transporte debidos a la lejanía del Perú al mercado estadounidense, los cuales alcanzan hasta el 45% del valor del producto por flete aéreo. Los principales avances en la industria del espárrago por la participación de Frio Aéreo se visualizan en el control de la cadena de frío (en todas sus etapas), el control de la calidad del producto, el sistema de información y el programa de compras conjuntas. Otros logros están relacionados con un mayor grado de accesibilidad a las aerolíneas, lo que ha ayudado a los exportadores a contar con mayores facilidades para hallar espacios disponibles en vuelos y gozar de tarifas competitivas, lo que promueve las agroexportaciones.</p> <p>El control de la cadena de frío ha permitido alcanzar un control de la temperatura desde las plantas de empaque hasta la misma aeronave, estableciendo un ranking de temperaturas por exportador y por aerolínea, y controlando el tiempo que las aerolíneas dejan el producto a la intemperie mientras realizan la carga. Mediante el uso de mantas térmicas para la etapa previa al embarque se ha logrado asegurar una correcta cadena de frío, la cual no excede de 1°C de diferencia entre las cámaras de frío y las aeronaves.</p> <p>En relación con el control de la calidad, Frio Aéreo juega un rol importante en la normalización del espárrago dada su participación activa en la elaboración de las Normas Técnicas Peruanas del Espárrago (armonizadas con la norma del Codex Alimentarius), en el control de la calidad del producto siguiendo las Normas Técnicas Peruanas de Muestreo y del Espárrago Fresco y en la información diaria de los controles de calidad en las terminales de exportación.</p> </div> </div>				
DESCRIPCION:				
En los documentos en mención, se hace referencia a las formas correctas en empaquetar y etiquetar los espárragos para realizar una correcta exportación, además de cual es el canal de distribución más óptimo para hacer el traslado de espárrago fresco a Estados Unidos.				
Enlace Web:				
http://repiica.iica.int/docs/B3446e/b3446e.pdf http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-documents/IICA/esparrago_peru.pdf				

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA DESCRIBIR LA DEMANDA DE EE.UU ENTRE SUS 5 PRINCIPALES PROVEEDORES DEL ESPARRAGO FRESCO EN EL MUNDO

TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input checked="" type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : TRADEMAP				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : PROCESO				
INDICADOR: DEMANDA				

DOCUMENTOS

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América
Producto: 070920 Espárragos, frescos o refrigerados

Bilateral a 4 dígitos	Exportadoras	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2017*
	Mundo	516.486	512.180	613.262	688.290	688.929	756.869	775.289	758.880
▲	México	241.268	217.054	316.295	248.800	278.510	353.405	424.250	502.507
▲	Perú	263.502	205.255	350.650	395.220	375.621	354.755	344.160	321.257
T	Canadá	5.29	5.52	6.525	5.209	5.107	6.202	5.214	5.209
▼	Chile	280	22	123	217	920	985	112	111
Σ	Argentina	181	16	14	106	140	215	85	161
▲	Francia	58	6	20	3	17	14	55	33
▲	Países Bajos	49	5	23	0	35	25	1	27
T	Génera	0	0	0	3	0	0	0	7
▼	Brasil	0	0	1	1	3	3	8	1
Σ	Australia	0	0	0	0	14	0	0	0
▲	Col.	82	0	0	0	45	127	14	0
▲	Colombia	48	0	0	0	0	0	0	0
T	Guatemala	0	0	154	0	0	0	0	0

DESCRIPCION:

En principio la información estadística "Lista de los mercados para un producto importado por Estados Unidos de America Producto: 070920 Espárragos", detalla las compras que EE.UU realizo a sus 5 principales proveedores del espárrago".

Enlace Web:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c070920%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA ANALIZAR EN QUE PORCENTAJE LA DEMANDA DE ESPARRAGO FRESCO A EE.UU A VARIADO DEL 2014 AL 2017

TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input checked="" type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : TRADEMAP				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : PROCESO				
INDICADOR: PORCENTAJE DE DEMANDA				

DOCUMENTOS

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de America
Producto: 070920 Espárragos, frescos o refrigerados

País	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018*
Mundo	516.505	512.100	673.257	600.750	662.979	715.509	776.208	710.550
México	241.246	270.084	305.293	246.690	278.510	361.486	426.280	388.617
Canadá	198.502	208.196	250.655	156.225	375.621	354.756	344.100	321.057
Guatemala	6.381	6.550	6.516	6.209	5.107	6.287	6.314	6.349
Costa Rica	280	323	423	377	550	506	412	411
Argentina	599	96	74	108	140	273	395	153
Francia	36	6	20	3	12	14	33	33
Países Bajos	49	6	22	8	35	28	11	27
Italia	0	0	0	3	0	0	0	7
Alemania	6	5	4	4	3	3	9	4
Estados Unidos	0	0	0	0	29	0	0	0
Chile	60	0	0	0	16	127	51	0
Colombia	46	0	0	0	0	0	0	0

DESCRIPCION:

En principio la informacion estadistica "Lista de los mercados para un producto importado por Estados Unidos de America Producto: 070920 Espárragos", detalla el nivel de porcentaje de participacion que sus proveedores lograron satisfacer en la demanda del espárrago al mercado norteamericano en el periodo 2013 al 2017"

Enlace Web:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c070920%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA CONOCER LOS ASPECTOS POLITICOS DE ESTADOS UNIDOS EN LA EXPORTACION DE ESPARRAGO

TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	<input type="radio"/> FOTO	<input type="radio"/> ANALISIS ESTADISTICO	<input type="radio"/> DOCUMENTOS	<input checked="" type="radio"/> TESIS
AUTOR : Paul Bengoa Medina, Margot Ramos Montalvo, Juan Carlos Shimabukuro Goto				
AÑO DE PUBLICACION: 2016				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : SITUACIÓN GLOBAL				
INDICADOR: ASPECTOS POLITICOS				

DOCUMENTOS

Anexo 10. Criterios de selección de mercado objetivo

Criterio 1: Acceso al mercado de destino	
Acuerdos comerciales	El Perú cuenta con tratados de libre comercio (TLC) vigentes con todos los países bajo análisis. El primer paso lo constituye el Perú en donde el 1 de enero del 2016 se firmó el acuerdo de libre comercio con los Estados Unidos, el cual entró en vigencia el 1 de julio del 2016. Otros acuerdos comerciales vigentes con los países bajo análisis son: (i) Acuerdo de Comercio y Turismo Perú - Estados Unidos (2006), (ii) Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea (2013) y (iii) Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón (2012).
Restricción de divisas	En la publicación del Fondo Monetario Internacional (FMI) "Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions 2014" (FMI 2014), se ha visto que ninguno de los países bajo análisis cuenta con restricciones de divisas.
Reglamentación sanitaria	En base a la Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos 2015 para Estados Unidos (PromPerú 2015), Unión Europea (PromPerú s.f.) y Japón (PromPerú 2015), elaboradas por PromPerú para el caso del espárrago congelado, todos los países bajo análisis tienen un nivel de exigencia fitosanitaria alto.
Factores de riesgo político	Ninguno de los mercados bajo análisis presenta un riesgo político que pueda poner en peligro las operaciones de PEF (Riskmaps 2015).
Criterio 2: Tamaño y atractivo de mercado	
Valor FOB 2015 importado de Perú	En base a la información recopilada de la página web de SUNAT (s.f.b), Estados Unidos, Japón y España fueron los principales países importadores de espárrago congelado peruano en el año 2015 con un valor FOB en miles de dólares de US\$ 17,462, US\$ 10,172 y US\$ 3,712, respectivamente.
Cantidad exportada año 2015	En base a la información recopilada de la página web de SUNAT (s.f.b), Estados Unidos, Japón y España fueron los principales países importadores de espárrago congelado peruano en el año 2015 con una cantidad total de 3,548 toneladas, 2,143 toneladas y 1,243 toneladas, respectivamente.
Valor unitario por kilogramo peruano	Del análisis se obtiene que los países con mayor valor unitario al 2015 fueron Estados Unidos, Japón y Francia pagando un precio FOB promedio de US\$ 4.92, US\$ 4.88 y US\$ 2.51, respectivamente por kilo de espárrago congelado peruano.
Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA) 2005-2015	Se utilizó la TCPA para evaluar el crecimiento de las importaciones de espárrago congelado en base a valores (miles de US\$) y cantidades (toneladas) por los últimos diez años (2005 al 2015). A mayor tasa de crecimiento, más atractivo será el país bajo análisis.
Criterio 3: Volumen, estructura y expansión de mercado (Central Intelligence Agency s.f.)	
PBI año 2015	A mayor sea esta cifra, más grande y productiva será la economía y, por lo tanto, el país será más atractivo.
Consumo de vegetales per cápita año 2011	Aquellos países en donde el consumo de vegetales es más elevado que en otros, serán mercados más atractivos.
Crecimiento del PBI al año 2015	El crecimiento de la economía de un país se puede medir a través del crecimiento de su PBI. En ese sentido, serán más atractivos aquellos países en donde el crecimiento del PBI es mayor.
Inflación	Los países con una tasa de inflación elevada serán menos atractivos.

DESCRIPCION:

En la tesis Plan de Negocios para el ingreso a la exportación del espárrago congelado, se menciona cuales son los tratados y acuerdos comerciales que mantiene Perú con Estados Unidos y que benefician a la exportación de espárrago fresco.

Enlace Web:

http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1684/Paul_Tesis_maestria_2016.pdf;jsessionid=4571BFE8668DFFBF09626BBADD7644C5?sequence=1

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA CONOCER LOS ASPECTOS ECONOMICOS DE ESTADOS UNIDOS EN LA				
TIPO DE INFORMACION :	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : THE PACKER, MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR				
AÑO DE PUBLICACION: 2017				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : SITUACIÓN GLOBAL				
INDICADOR: ASPECTOS SOCIALES				

DOCUMENTOS

asparagus

La Asociación de Importadores de Espárragos Peruanos (AIA, por sus siglas en inglés) ha conducido estudios que indican que el 36% de consumidores en LL.UU. ha comprado espárragos en el último año, lo que supone un 3% de incremento comparado con el año pasado.

Otro estudio realizado en 2014 por The Packer, sobre el perfil del consumidor más frecuente de espárrago, encuentra que el consumo se da en edades entre 40-49 años, lo que representa el 43% del total de consumidores en ese país. Además, incluye a individuos con una vida activa que prefieren el estilo natural y a familias con más de dos niños.

A pesar de que el 71% de los consumidores consultados adquieren espárragos en su forma convencional, la preferencia por productos nutritivos y naturales va creciendo en este mercado. Al respecto un 8% declaró comprar espárragos orgánicos, y un 10% una combinación de ambos, orgánica y convencional.

Ante este escenario, la COEX Miami destaca al mercado estadounidense, principalmente Miami, como un importante destino para los espárragos peruanos considerando que el 97% de este producto ingresa a EE.UU. a través de esta ciudad.

Cabe señalar que en el 2014 las importaciones de espárrago peruano superaron a las de México en un 1%, alcanzando la cifra de 113,571,11 millones.

Asimismo, las cifras para las importaciones globales en LL.UU. entre enero y mayo de 2015 han crecido 12,6% con respecto al mismo periodo del año anterior, siendo el crecimiento para los espárragos peruanos en este mercado de 21,4% en este periodo.

DESCRIPCION:
 En la revista The packer y en el documento de MINCETUR se encuentran las tendencias de consumo de vegetales en Estados Unidos, como se ha ido desarrollando y la preferencia que los estadounidenses están teniendo por el espárrago.

Enlace Web:
http://digitaledition.qwinc.com/publication/?i=485187#%22issue_id%22:485187,%22page%22:0
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/Comunicaciones/Boletines_Ocex/Ocex_Miami/miami_boletin21.html

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA ANALIZAR COMO HA VARIADO EL PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL DEL ESPARRAGO DE PERU A EE.UU ENTRE EL 2014 AL 2017

TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input checked="" type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : AGRODATA				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : COMERCIALIZACION				
INDICADOR: PRECIO INTERNACIONAL				

DOCUMENTOS

The screenshot shows the Agrodata Peru website interface. At the top, there is a logo and the text 'La mejor información sobre Comercio Exterior, Aprovechamiento del Perú'. Below this is a navigation menu with options: Inicio, Importaciones, Exportaciones, Balanza Comercial, Blog, and Contáctanos. A green banner indicates the current category: 'Estás navegando por los archivos de Categoría: Espárragos Frescos'. Two article cards are displayed, each with a title, date, author, and a small table of data.

MES	2012	2013	2014	2015	2016	2017
SEPT	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000
OCT	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000


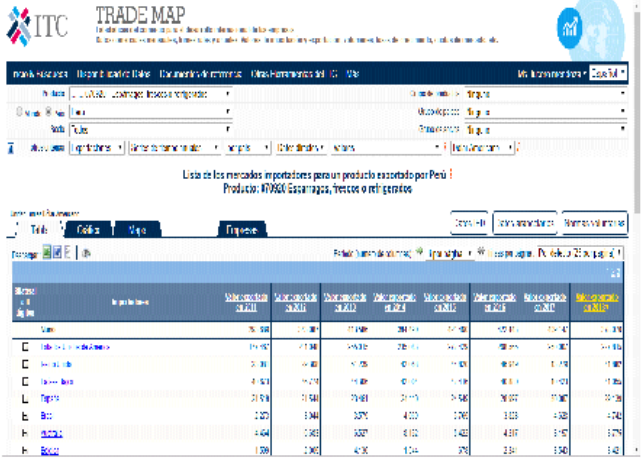
MES	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AGO	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000
SEPT	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000

DESCRIPCION:

En principio la informacion estadistica "Categoría: Espárragos Frescos", detalla los resultados de variaciones del precio fob de esparrago de Peru al mercado norteamericano en el periodo 2013 al 2017"

Enlace Web:

<https://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/esparragos-frescos-exportacion/page/9>

FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL PARA ANALIZAR COMO HA VARIADO EL PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL DEL ESPARRAGO FRENTE AL VOLUMEN DE EXPORTACION DE PERU A EE.UU ENTRE EL 2014 AL 2017				
TIPO DE INFORMACION	CUANTITATIVA <input type="radio"/>	CUALITATIVA <input checked="" type="radio"/>		
TIPO DE FUENTE :	FOTO <input type="radio"/>	ANALISIS ESTADISTICO <input checked="" type="radio"/>	DOCUMENTOS <input type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
AUTOR : AGRODATA & TRADEMAP				
DIMENSION : FACTORES EXTERNOS				
SUBDIMENSION : COMERCIALIZACION				
INDICADOR: PRECIO INTERNACIONAL				
DOCUMENTOS				
 				
DESCRIPCION:				
<p>En principio la informacion estadistica "Categoría: Espárragos Frescos", detalla los resultados de variaciones del precio fob de esparrago de Peru al mercado norteamericano en el periodo 2013 al 2017" . Por otro lado la "Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú Producto: 070920 Espárragos, frescos o refrigerados", detalla los resultados de exportaciones de esparrago de Peru al mercado norteamericano en el periodo 2013 al 2017" . Al unirlo ambas informaciones obtenemos un cuadro comparativo entre volumen y precio para observar la relación que surge en este periodo.</p>				
Enlace Web:				
<p>https://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/esparragos-frescos-exportacion/page/9 https://www.trademapp.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?vpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0709%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1</p>				

