



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# ESCUELA DE POSTGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL  
MERCADO CANADIENSE PARA LA  
EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO.

Tesis para optar el grado de Maestro en:

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autora:**

Maria Fernanda Vasquez Chavez

**Asesora:**

Dra. Obando Peralta, Ena Cecilia

Cajamarca – Perú

2021

## **Resumen**

El propósito de esta investigación fue determinar en qué medida el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos de Perú. Para el desarrollo de la investigación, se realizó análisis cuantitativo y cualitativo de las oportunidades de negocio del mercado canadiense para la exportación del arándano fresco, dicho análisis se enfocó en factores que influyen en el mercado, así mismo; se obtuvo el comportamiento de la demanda y oferta del arándano fresco del mercado canadiense, mediante el método de mínimos cuadrados (proyecciones). Por otro lado, se analizó el comportamiento de las exportaciones históricas y se estimó la cantidad de exportación a Canadá de arándano para los años 2020 al 2023, mediante método de incremento porcentual.

Se concluyó que el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos, Perú participaría en un 10.8% de la demanda insatisfecha de [120M TN | 2020-2023], esta generaría una ganancia promedio de 3.09 USD por cada Kg exportado, con un margen promedio 52%, con una venta de USD 86MM en el periodo del 2020-2023

## **Abstract**

The purpose of this investigation was carried out with the purpose of determining to what extent the Canadian market constitutes a business opportunity for the Peruvian exports of fresh Blueberry.

For the development of the project, a quantitative and qualitative analysis was made with respect to the business opportunities of the Canadian market for the export of fresh blueberry, this analysis focused on factors that influence the market, likewise; the demand and supply behavior of the fresh blueberry of the market under study was determined through the least squares method (projections). On the other hand, the behavior of historical exports was analyzed and the amount of export to Canada of blueberry for the years 2019 to 2023 was estimated, by means of the percentage increase method.

It was concluded that the Canadian market is a business opportunity for the export of fresh blueberries, Peru would participate in 10.8% of the unsatisfied demand of [120M TN | 2020-2023], this would generate an average profit of 3.09 USD for each Kg exported, with an average margin of 52%, with a sale of USD 86MM in the 2020-2023 period.

## **Dedicatoria**

*A mi madre que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos.*

*A mi tía que ha sabido formarme con buenos valores lo cual me ha ayudado a crecer como persona y a luchar por lo que quiero.*

*A mi novio por el apoyo, comprensión, confianza y permitirme aprender más de la vida a su lado.*

## **Agradecimientos**

*A Dios y a mi familia por estar presente en cada paso dado y sobre todo por guiarme siempre por el buen camino.*

## **Tabla de contenidos**

I.	INTRODUCCIÓN .....	1
I.1.	Realidad problemática .....	1
I.2.	Pregunta de investigación.....	3
I.3.	Objetivos de la investigación .....	3
I.4.	Justificación de la investigación .....	3
I.5.	Alcance de la investigación.....	4
II.	MARCO TEÓRICO.....	5
II.1.	Antecedentes.....	5
II.2.	Bases Teóricas.....	7
III.	HIPÓTESIS.....	17
III.1.	Declaración de hipótesis .....	17
III.2.	Operacionalización de variables.....	17
III.3.	Propuesta de solución.....	18
IV.	DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS .....	36
IV.1.	Tipo de Investigación .....	36
IV.2.	Diseño de Investigación .....	36
IV.3.	Población y muestra.....	37
IV.4.	Técnicas e Instrumentos .....	37
V.	RESULTADOS.....	37
VI.	DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	40
VI.1.	Discusión .....	40
VI.2.	Conclusiones .....	41
VI.3.	Recomendaciones .....	42
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	43
VIII.	ANEXOS .....	1

## Índice de tablas

Tabla 1. Cuadro Nutricional del arándano .....	15
Tabla 2. Matriz de Operacionalización.....	17
Tabla 3. Ranking de Importaciones mundiales de Arándano 2019.....	18
Tabla 4. Ranking de Importaciones mundiales de Arándano 2019.....	19
Tabla 5. Análisis Cualitativo - Descripción de Factores .....	20
Tabla 6. Análisis Cualitativo – Ponderación.....	20
Tabla 7. Precios FOB de arándano peruanos 2020 .....	22
Tabla 8. Evolución de exportaciones peruanas de arándano fresco 2015-2019 .....	23
Tabla 9. Análisis de Indicadores económicos 2015-2019.....	24
Tabla 10. Consumo per cápita 2017 – Arándano Fresco .....	24
Tabla 11. Día de tránsito desde Puerto Callao.....	24
Tabla 12. Análisis Cualitativo – Ponderación.....	25
Tabla 13. Demanda histórica de arándanos en Canadá.....	26
Tabla 14. Demanda proyectada de arándanos en Canadá.....	28
Tabla 15. Oferta histórica de arándanos para Canadá .....	28
Tabla 16. Coeficiente de correlación para variables de la oferta - Canadá .....	29
Tabla 17. Cálculos necesarios Series Históricas Canadá .....	30
Tabla 18. Oferta Proyectada Canadá.....	30
Tabla 19. Demanda insatisfecha de arándano en Canadá. ....	31
Tabla 20. Exportaciones [2014-2019] de arándano fresco - Perú.....	31
Tabla 21. Proyección de exportaciones [2020-2023] de arándano Fresco - Perú.....	31
Tabla 22. Resultado de Contribución de Exportación proyectada a Canadá .....	32
Tabla 23. Análisis Cualitativo – Resultados .....	38
Tabla 24. Análisis Cualitativo – Resultado.....	39

## Índice de figuras

Figura 1. <i>Tendencias de Consumo en Canadá</i> .....	2
Figura 2. <i>Exportación de Arándano - Perú</i> .....	2
Figura 3. <i>La curva de la demanda</i> .....	11
Figura 4. <i>Evolución y proyección de la Población de Canadá</i> .....	25
Figura 5. <i>Evolución del consumo per cápita de arándano en Canadá</i> .....	26
Figura 6. <i>Línea de tendencia de la demanda de arándanos - Canadá</i> .....	27
Figura 7. <i>Variación dólar canadiense</i> .....	33
Figura 8. <i>Ingreso promedio según edad – Canadá</i> .....	35
Figura 9. <i>Mapa de Riesgos políticos mundial</i> .....	35



## **I. INTRODUCCIÓN**

### **I.1. Realidad problemática**

Las frutas y verduras son una parte esencial de una dieta saludable. Un consumo adecuado todos los días puede ayudar a prevenir enfermedades graves. La OMS calculó que se pueden salvar 1,7 millones de vidas cada año si el consumo de frutas y verduras se incrementa lo suficiente. Asimismo, en los últimos diez años, la demanda mundial de frutas frescas ha crecido a una tasa anual del 21,5% (OMS, 2018, p.1).

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL) en un artículo del diario El Comercio indica que, la minería y la agricultura se convertirán en los principales sectores para impulsar el desarrollo de la economía nacional. (El Comercio, 2018, p.1). A octubre de 2018, las exportaciones del sector agropecuario peruano se han incrementado en un 15%, el resultado está impulsado principalmente por la exportación de frutas y verduras frescas (23%), dentro de este subsector, las frutas frescas tuvieron el mejor desempeño, ya que registraron un incremento en sus exportaciones de 30%, siendo el producto líder la Palta Hass seguida por el arándano, la cual superó a la cifra del 2017. (Gestión, 2018)

“Las exportaciones agrarias llegaron a 98 países, siendo los Estados Unidos el principal destino porque concentra el 36% del total exportado, seguido de Holanda que abarcó en 11%, España (5%), Ecuador (5%), Hong Kong (4%), Colombia (4%), China (3%), Inglaterra (3%), Alemania (3%) y Bélgica (3%)” (Gestión, 2017, p.1)

El Ministerio de Comercio y Turismo (Mincetur) informó que los envíos peruanos de arándano, una de las frutas de exportación más representativas del Perú, registraron un récord y La Libertad fue la región que lideró las exportaciones de arándanos en el país al registrar un crecimiento del 15% en sus envíos y alcanzar una participación de 48% en el mercado exportador del fruto. (Gestión, 2018, p.1)

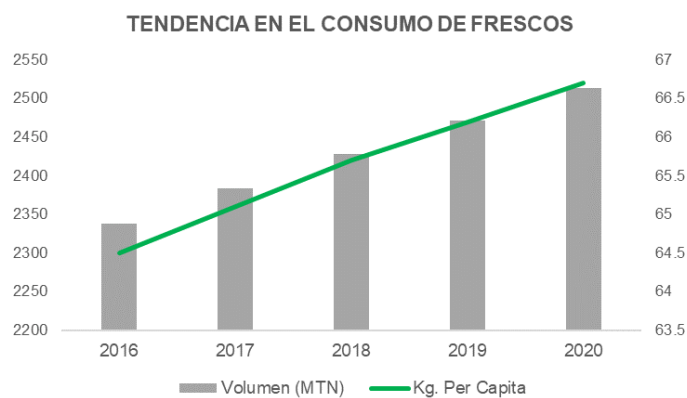
Carlos Valverde, responsable de Extensión Agraria del Proyecto Chavimochic, indica que la campaña (2019-2020) se proyecta que los envíos de arándano alcanzarían las 100,000 toneladas, mientras que la campaña (2020 -2021) los despachos sumarían 120,000 toneladas. Los datos mencionados confirmarían que los arándanos se convertirían en el principal

producto de agroexportación del Perú, superando a la uva, al café y palta. (Puell, 2016, p.1)

La exministra de Comercio Exterior y Turismo Magali Silva enfatizó que Canadá es uno de los mayores consumidores de arándanos del mundo, porque los canadienses compran productos frescos al menos una vez a la semana y consumen de ocho a diez porciones diarias. En los últimos años, el consumo de frutas en Canadá se ha incrementado en un 6% y el consumo de verduras se ha incrementado en un 5%.

Muestra de nuevas tendencias de consumo frescos en Canadá:

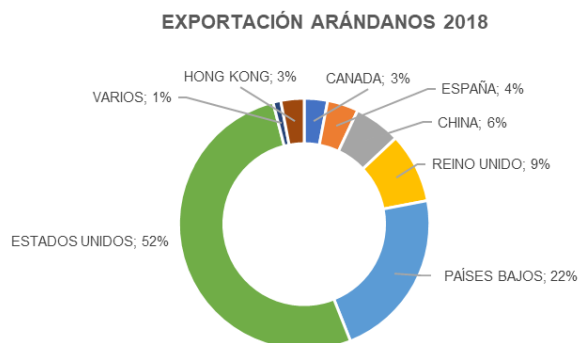
**Figura 1. Tendencias de Consumo en Canadá**



Fuente: Euromonitor

Así mismo, los principales destinos para el arándano fresco son las siguientes:

**Figura 2. Exportación de Arándano - Perú**



Fuente: Agrodata Perú

Es cierto que el Perú, está actualmente exportando Arándanos a Canadá estas son en mínimas cantidades ya que no se ha realizado ninguna investigación donde se busque nuevas presentaciones que le permitan tener un mejor y mayor valor al producto, y al cliente dada la alta exigencia de los consumidores del mercado en Canadá.

En este sentido, esta investigación ha sido realizada para que los exportadores peruanos puedan obtener guías de información técnica y comercial sobre el consumo, preferencias, precios y usos del producto.

## **I.2. Pregunta de investigación**

¿En qué medida el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos de Perú?

## **I.3. Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General:**

- Determinar en qué medida el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos de Perú.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar cuantitativamente las oportunidades de negocio del mercado canadiense basado en información socioeconómica canadiense, como: PBI per cápita, %Inflación, consumo per cápita, precio promedio.
- Analizar cualitativamente las oportunidades de negocio del mercado canadiense relacionadas con el entorno empresarial entre Perú y Canadá.
- Determinar y analizar el comportamiento de la exportación peruana de Arándano en el periodo de 2014 a 2023.
- Evaluar económicamente si el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos de Perú.

## **I.4. Justificación de la investigación**

### **• Criterio Teórico**

La finalidad de la investigación es mejorar el conocimiento en conceptos existentes sobre el rol que juega la inteligencia de mercados en la actividad exportadora, la evolución del entorno empresarial y la internacionalización de las

empresas ayudarán a expandir los intercambios, lo que a su vez facilita las decisiones estratégicas para asegurar el resultado exportador esperado.

- **Criterio Práctico**

El propósito de la investigación es determinar si el mercado canadiense es una oportunidad para la exportación de arándanos fresco de Perú, mediante el análisis cuantitativo y cualitativo del mercado canadiense y el comportamiento histórico de la exportación peruana, si se obtiene un resultado de análisis positivo se incrementará la exportación de arándanos frescos al mercado canadiense, buscando así los mejores canales de distribución y generando mayores ingresos.

- **Criterio Valorativa**

La investigación tiene como propósito incrementar la exportación de Arándanos Frescos hacia Canadá mediante la información obtenida del análisis de mercado: crecimiento de la producción en el Perú, crecimiento de la demanda canadiense y tendencias de consumo, que permitirá tener una buena gestión de toma de decisión de los productores y agroexportadoras.

- **Criterio Académico**

La investigación brinda una herramienta de ayuda a investigadores de comercio exterior, para que tengan una comprensión más clara de las oportunidades de negocio que ofrece los mercados para la exportación de productos peruanos.

### **1.5. Alcance de la investigación**

El propósito de la investigación es determinar si el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos, a fin de generar más conocimiento y tomar mejores decisiones para emprendedores y/o empresarios que quieran tomar riesgos, incrementar destinos o variedades de los productos de exportación, considerando que el mercado canadiense es muy atractivo para la venta del arándano fresco.

La investigación considera un análisis cualitativo y cuantitativo del mercado canadiense y peruano, como la tendencia de mercado y consumo, comportamiento de oferta y demanda; para generar una mejor visión al emprendedor o empresario peruano y contribuir con las estrategias y objetivos que permitan cumplir con las metas trazadas.

## II. MARCO TEÓRICO

### II.1. Antecedentes

- **Referencia 1**

Estephany Lisset Ale Cruz (Ale, 2018) de la Universidad Privada del Norte, escribió en el año 2018 en la ciudad de Lima la tesis titulada **“Estrategias de comercialización al mercado de Estados Unidos para las exportaciones de arándano fresco de los agricultores de la región de La Libertad, 2017”**.

La investigación determinó que las estrategias de comercialización sí influyen en la exportación de arándanos frescos en un 80%, ya que su implementación permite mejorar su capacidad de realizar negocios en el mercado local, con mayor posibilidad de ingreso al exterior. (Ale, 2018, p.124). Adicionalmente, presenta las siguientes recomendaciones: que el Perú debe contar con socios estratégicos los cuales apoyen las acciones de transferencia tecnológica, capacitaciones y asistencia técnica a los agricultores para aumentar competitividad y valor agregado a los productos de exportación. (Ale, 2018, p.125).

Este antecedente aporta información respecto a estrategias de comercialización para la exportación de arándano fresco en el mercado internacional, en donde el marketing mix tiene una influencia positiva para tener mayor visión sobre los canales de distribución, precio, conocimiento de la plaza y la implementación de la promoción para el éxito comercial.

- **Referencia 2**

Alicia Giron y Carolina Jalk (Giron & Jalk, 2018) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escribió en el año 2018 en la ciudad de Lima la tesis titulada **“Estudio de prefactibilidad de exportación de arándanos a Estados Unidos y Holanda”**

La investigación determinó que, las variables macroeconómicas indican que la exportación de arándanos frescos es favorable, evidenciado además en un crecimiento importante de exportación de arándanos desde 6 toneladas en 2010 a 28 millones de toneladas en 2016, principalmente utilizadas por los exportadores agrícolas Camposol, Danper y TalSA y pequeños productores. Así mismo, luego del análisis de factores ponderados, Estados Unidos y Holanda tienen una demanda insatisfecha de 0.5% y 3% respectivamente. (Giron & Jalk, 2018, p.99)

Este antecedente contribuye a la presente investigación en determinar una estructura de factores que permita confirmar que mercados son una oportunidad de negocio para la exportación de diferentes productos, así como mayor visión con respecto a la competencia.

- **Referencia 3**

Julia Esther Gamarra Solórzano C de la Universidad Nacional Agraria La Molina, escribió en el año 2016 en la ciudad de Lima la tesis titulada **“Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano desde Lima a América del Norte a partir del 2017”**

El estudio determinó que el nivel de ventas de las exportaciones de arándanos peruanos se ha incrementado en un promedio de 70% en diez años, y la aplicación de estrategias de marketing puede aumentar hasta en un 26%. De manera similar, la tasa de crecimiento de la industria mundial de arándanos de 2015 a 2014 fue del 5,2%, y América del Norte fue el mayor demandante mundial de 2008 a 2015, con un volumen de importación del 42%. Perú tiene un enorme potencial de exportación porque su porcentaje de participación global en 2015 fue de 5,153% (anteriormente 1,718%) (Gamarra, 2016, p. 184). Adicionalmente presenta las siguientes recomendaciones: los exportadores de arándano deben implementar estrategias de marketing mix, estrategia de diversificación, estrategia de aumento de los ingresos por cliente, entre otros. Así mismo, indentificación de productores de arándano del Perú a fin de estimar la oferta exportable del Perú. (Gamarra, 2016, p. 185).

Este antecedente aporta en la presente investigación en informar sobre las estrategias de mercado que el Perú utilizaría para fortalecer y mejorar la producción del arándano y aumentar su ventana comercial de setiembre a diciembre a todo el año. Considerando que, dentro de las características del mercado norteamericano, su requerimiento es muy exigente y además el consumo del producto es durante todo el año.

- **Referencia 4**

Karol Rossy Sandoval Zamora (Sandoval, 2016) de la Universidad Nacional de Trujillo, escribió en el año 2016 en la ciudad de Trujillo la tesis titulada **“Determinantes de la exportación de arándanos frescos en el Perú, periodo 2006-2015”**

El estudio determinó que el principal factor que explica el crecimiento de las exportaciones de arándanos frescos peruanos durante todo el periodo de estudio son el origen orgánico de la producción de arándanos, el crecimiento demanda de productos orgánicos en el mundo y los niveles de precio (a mayor volumen exportado menor es el precio). La demanda de arándano ha ido creciendo, siendo sus principales destinos Estados Unidos (39.79% del total exportado), Reino Unido (11.91%) y Canadá (11.84%). (Sandoval, 2016, p.66)

Esta tesis contribuye a la presente investigación en determinar los principales factores de crecimiento de las exportaciones del arándano fresco, recayendo principalmente por las características nutritivas de los arándanos que, entre otros beneficios, favorecer a eliminar lípidos retenidos, mantiene niveles en azúcar en la sangre, retrasan el proceso de envejecimiento y evitan formación de células cancerígenas y enfermedades de corazón. Así mismo, otro factor importante es la relación entre el precio y los montos de exportación que es inverso; a medida que se exportan mayor volumen de arándano el precio promedio tiende a bajar.

- **Referencia 5**

De acuerdo con el artículo publicado por ProChile Canada en el año 2015, el cual está titulado “**El mercado de arándanos en Canadá 2015 – Chile**” (ProChile Canadá, 2015, p.1)

El estudio indica que Canadá importó en el 2014 alrededor de USD187 millones de dólares a nivel mundial. De éstas, casi un 90% provienen de dos proveedores, Estados Unidos y Chile. Así mismo, el estudio determina que el consumo anual per cápita de arándano en Canadá rodea los 1.22 kg, siendo Chile el principal exportador entre los meses de noviembre y junio que es cuando Canadá importa el 80% de sus productos frescos (frutas y vegetales). (ProChile Canadá, 2015, p.2)

Este antecedente aporta información sobre Canadá como mercado de expansión, considerando que, en los meses que no son temporada de arándanos en Canadá, este importa de Estados Unidos y Chile, en un 90%. Los países de Sudamérica presentan gran ventaja competitiva la cual es la contra estación, teniendo una oportunidad de exportación entre los meses de noviembre y junio.

## **II.2. Bases Teóricas**

### **A. Oportunidad de Negocio**

Algunos autores señalan que las oportunidades comerciales son más específicas que las simples ideas. Esto crea desafíos a la hora de definir los límites entre ideas y oportunidades. En este caso, varios autores definen la oportunidad como un conjunto específico de elementos. Por ejemplo, Sarasvathy (2003) define las oportunidades comerciales como ideas o inventos que logran metas económicas, creencias que son beneficiosas para estas oportunidades y acciones tomadas para lograr esas metas (p.142). Singh, Hills, & Lumpkin (2000) cree que una idea se convierte en una oportunidad cuando el cliente la quiere y la cree posible (p. 100). Finalmente, Baron (2006) analiza diversas definiciones de descubrimiento de oportunidades, que incluyen principalmente tres aspectos: el potencial para crear cosas nuevas, el potencial del deseo social y el potencial para crear valor (ps. 106-113).

Con estas conceptualizaciones en mente, podemos sugerir que la oportunidad incluye tres elementos:

- a. Propuesta de solución (producto o servicio): correspondiente al reconocimiento de la mejor solución para satisfacer la demanda del mercado. La mejor solución incluye una variedad de combinaciones de recursos, con el objetivo de crear valor actualmente disponible, que va desde una ligera reorganización de los productos existentes hasta una innovación completa. (Ardichvili, Cardozo, & Ray, 2003, p. 109)
- b. Deseabilidad percibida de esta en el mercado en términos y necesidades: es el proceso de reconocer que existe una demanda de mercado insatisfecha o recursos subutilizados que pueden asignarse de manera más eficiente. Según Fletcher (2006), estas oportunidades pueden ser percibidas por ciertas personas que muestran sensibilidad y las alertan. El descubrimiento de las necesidades perceptibles constituye la etapa de análisis de la cotización actual, es decir, investigar posibles nuevos ajustes de manera más efectiva y / o aportar valor agregado al mercado en base a recursos-productos / servicios-mercados (p. 424).
- c. Lógica empresarial que le otorga valor y atractivo: La gran mayoría de los clientes perciben el "valor" de un producto o servicio al colocar dos aspectos a escala:
  - Todos los beneficios obtenidos al poseer o utilizar productos o servicios.
  - El precio o todos los costes que implica su adquisición, consumo o uso. La diferencia en esta operación (beneficio menos precio) representa el "valor" percibido por el cliente, se compara con otras cotizaciones existentes en el mercado. (Kotler, 2001, p. 4-5)



Estos tres elementos son indispensables y esenciales para definir oportunidades en la práctica y distinguirlas de las ideas empresariales simples.

En definitiva, una oportunidad de negocio se puede definir como una propuesta (producto o servicio) para necesidades insatisfechas o insatisfechas (segmentación del mercado) con una lógica empresarial específica (estrategia de entrada y modelo de negocio)

Con base en lo anterior, las oportunidades comerciales deben complementarse con base en el análisis de mercado, de la siguiente manera:

## **B. Análisis de Mercado**

Es la recopilación de datos sobre clientes, competidores y mercados a desarrollar, en base a esto ayudará a tomar decisiones, como cuánto invertir, y detectar desviaciones de los planes de marketing, entre otros. Sin embargo, según Innova (2015), “el análisis de mercado no garantiza el éxito del producto, sino que disminuye los riesgos de inversión”. (p. 1)

Se debe considerar la diferencia entre investigación de mercado y análisis de mercado, principalmente porque la investigación de mercado es una forma de investigación básica o retroalimentación recopilada directamente de las fuentes; al mismo tiempo, el siguiente paso será el análisis de mercado, porque se utilizarán los datos recopilados en la investigación. Sin embargo, según QuestionPro (2017) indica que ambos conceptos pueden funcionar por sí solos, la diferencia es que, “si se utilizan en conjunto, sus ventajas mejoran; es decir, si la investigación de mercado capta lo que los consumidores quieren que se escuche, el análisis del mercado ayuda a identificar patrones o tendencias”. (p. 1)

Según PromPerú (2016) El análisis de mercado respalda las decisiones estratégicas de marketing que deben tomar los emprendedores que desean exportar y brinda información relevante sobre el mercado, los intermediarios, los canales de comercialización, la competencia, los consumidores y el contexto internacional en el que operan. (p. 11)

El análisis de mercado debe incluir la siguiente información:

- Oportunidades que se brindan según la demanda: es decir, la industria está mostrando un crecimiento continuo, comprando en grandes cantidades, ingresando al mercado y hay más demanda para elegir productos de exportación.
- Importaciones y competencia: para lo cual se debe considerar el análisis del valor importado por país, análisis de proveedores, análisis de volúmenes, precios implícitos del producto a exportar.

- Disponibilidad de transporte: se debe considerar los posibles transportes para el producto a exportar, es decir, rutas, frecuencias, tiempo de tránsito, valor de fletes, gastos de embarque.
- Información cualitativa: en el cual se debe considerar, temas culturales y comerciales (Idiomas, costumbres, formas de negocio), Geografía (Ubicación), situación económica, situación política, mercado del producto (canales de comercialización, precios, tendencias).

### **B.1. Análisis Cuantitativo:**

Según Avalos (2016) tiene como función la medición y utilización de técnicas estadísticas, con la finalidad de cuantificar la información recolectada. Asimismo, se vincula directamente con los objetivos de la investigación para obtener tipos de información más estandarizados y representativos sobre clientes, canales de distribución o competidores. En este caso, se analizarán los siguientes puntos y serán considerados en la investigación y análisis:

#### **a. Precio**

“Es una variable del marketing en la que se puede intervenir con mayor rapidez y que produce un efecto inmediato en los demandantes del producto o servicio ofertado”. (Opera Global Business, 2016, p. 62). Así mismo, los precios de una empresa están influido por muchos factores: los precios de la competencia, los costes de producción y comercialización y los clientes.

Para fijar un precio competitivo a los productos peruanos, estos involucran principalmente los siguientes aspectos: contar con información confiable de mercado (competencia, volumen, estacionalidad, patrones de consumo, etc.) y una gestión efectiva de costos (financiamiento, incentivos aplicables, oferta de alternativas), y muchos más.).

**b. Demanda**

“Es la cantidad de bienes o servicios obtenidos o necesarios a un precio determinado. La cantidad demanda, es lo que los consumidores desean comprar en un periodo dado, a un precio determinado”. (Intriago, 2007, p. 3)

Así mismo, Intriago (2007) menciona que, tiene una relación inversamente proporcional al precio, por ende, al momento en que los precios suben, las cantidades demandadas disminuyen y así viceversa, esto es lo que se denomina la ley de la demanda. (p. 4)

• **Ley de la Demanda:**

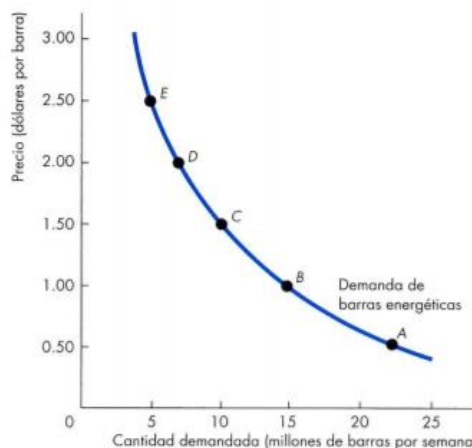
Según Sloman, Norris, & Garre (2014) indican que: “Si los demás factores no cambian, cuanto más alto es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada del mismo; y a menor precio de un bien, mayor es la cantidad demandada”. (p. 1)

Esto se debe a dos razones:

- **Efecto sustitución:** Cuando el precio de una mercancía sube mientras otros factores permanecen iguales, su precio relativo (costo de oportunidad) aumentará. Con el aumento del costo de oportunidad de los bienes, el incentivo para ahorrar el uso de bienes y convertirlos en sustitutos es cada vez más fuerte.
- **Efecto ingreso:** Cuando los precios suben y otros factores permanecen constantes, los precios aumentan en relación con los ingresos. Cuando todos los demás factores que afectan el plan de compra del consumidor permanecen sin cambios, la curva de demanda ilustra la relación entre la cantidad demandada y su precio.

A continuación, la representación gráfica:

**Figura 3.** La curva de la demanda



Fuente: (Sloman, Norris, & Garret, 2014)

Finalmente, en función a la ley de la demanda, es posible determinar y medir los factores que afectan la demanda del mercado de commodities, así como determinar la posibilidad de que los productos del proyecto satisfagan las necesidades antes mencionadas.

### **c. Estabilidad Económica del país y capacidad adquisitiva**

#### **c.1. Inflación**

Es el aumento general y continuo de los precios de bienes y servicios en un país durante un período de tiempo sostenido (generalmente un año). La inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Según el artículo de El economista (2016) existen 04 causas de inflación:

- **Inflación por consumo o demanda:** Si la demanda de bienes excede la capacidad de producir o importar bienes, los precios subirán.
- **Inflación por costes:** Ocurre cuando el precio de las materias primas sube, provocará que los productores busquen mantener sus márgenes de beneficio y, por tanto, aumenten los precios.
- **Inflación autoconstruida:** Esto sucede cuando se proporciona un fuerte aumento de precio en el futuro, y luego comienzan a hacer ajustes previos para que el aumento de precio sea gradual.
- **Inflación generada por expectativas de inflación:** es típica en países con alta inflación donde los trabajadores piden aumentos de salarios para contrarrestar los efectos inflacionarios, sin embargo, da pie al aumento en los precios por parte de los empresarios, convirtiéndose en un círculo vicioso.

#### **c.2. Producto Bruto Interno**

El diario Gestión (2014) define al "PBI como el valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un periodo determinado (mensual, trimestral y/o anual)." Así mismo, indica que, la producción puede medirse de tres formas distintas: "sumando el valor agregado de todas las unidades de producción, sumando los gastos de los consumidores (menos importaciones) o sumando todos los ingresos recibidos por los agentes económicos, finalmente las tres metodologías deberían arrojar el mismo resultado". (Gestión, 2014, p. 1)

Adicionalmente El diario El Comercio (2017) indica que:

El PBI se calcula al sumar el consumo efectuado por las familias, el efectuado por el gobierno, las inversiones y las exportaciones deducidas de las importaciones, así mismo, si el PBI sube es porque las empresas en el

país están produciendo más; si el PBI baja, quiere decir que hay menos producción y ventas y, en consecuencia, menos dinero. (p. 1)

Finalmente, el PIB es un indicador muy útil, nos permite sintetizar una serie de conceptos económicos importantes. Sin embargo, es importante complementar esto con muchos otros conocimientos para comprender la situación económica de un país.

#### **d. Consumo per cápita**

De acuerdo con Plan de negocio Perú (2020) se define como “el consumo total (de productos, de alimentos, de agua, de energía, etc.) de la población de un país o región dividida por el número de residentes en un tiempo determinado”. (p. 1). Así mismo, es un indicador que permite medir y analizar los índices de consumo en una población.

#### **e. Transporte Internacional – Distancia al mercado**

Se analizará el transporte marítimo, por la demanda de este en la exportación de productos.

##### **e.1. Transporte Marítimo**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define al transporte marítimo internacional como el traslado de mercancías o vías navegables de un país a otro mediante medios de transporte como barcos u otro tipo de embarcaciones.

Como afirma Manual de Comercio Exterior (2017), las características del transporte marítimo internacional son las siguientes:

- **“Carácter internacional:** ya que es prácticamente el único medio económico de transportar grandes volúmenes de mercancías entre puntos distantes geográficamente”. (Manual de Comercio Exterior, 2017, p. 1)
- **“Capacidad:** los tonelajes de los buques llegaron hace muchos años a superar el medio millón de toneladas de peso muerto (TPM en español o DWT en inglés) en los grandes petroleros”. (Manual de Comercio Exterior, 2017, p. 1)
- **“Flexibilidad:** esta característica viene dada por la posibilidad de emplear buques desde pequeños tamaños (100 TPM) hasta los Very large crude carriers (VLCC)”. (Manual de Comercio Exterior, 2017, p. 1)
- **“Competencia:** a pesar de las tendencias proteccionistas de algunos países, la mayor parte del tráfico internacional se realiza en régimen de libre competencia según las leyes del mercado de fletes”. (Manual de Comercio Exterior, 2017, p. 1)
- **“Versatilidad:** por los diferentes tipos de buques adaptados a todo tipo de cargas”. (Manual de Comercio Exterior, 2017, p. 1)

### **Ventajas y Desventajas:**

En comparación con otros modos de transporte, en el transporte internacional, este modo de transporte puede desarrollar el comercio exterior a gran escala y el costo es relativamente bajo. Entre todos los medios de transporte, el transporte marítimo es un medio de transporte que transfiere la mayor cantidad de mercancías en el transporte internacional por su capacidad. (Mincetur, 2009, p. 8)

### **B.2. Análisis Cualitativo:**

Según QuestionPro (2018) la investigación cualitativa es:

Un método de investigación conversacional que depende de los siguientes métodos de investigación: grupos de enfoque, entrevistas, y otros métodos de investigación innovadores. Así mismo, se enfoca en entender las creencias y puntos de vista de las personas, y también lo que las personas sienten de una situación y los factores decisivos que influyen en su comportamiento. (p. 1)

Cabe recalcar que, “la principal ventaja de la investigación cualitativa es que permite comprender al consumidor y a través de este conocimiento las empresas pueden diseñar productos específicos para esas personas”. (Datanalisis, 2015, p. 1)

A continuación, se analizará los siguientes puntos para el análisis cualitativo de la investigación:

#### **a. Acuerdos Comerciales**

En la década de los noventa, el Perú comenzó a exportar más productos a otros países y abrió el mercado a la importación de materias primas, equipos y tecnología a menor costo, lo cual es necesario para que las empresas peruanas mejoren su competitividad. Sin embargo, aunque estos sistemas son buenos, no son suficientes. Es por ello que, para consolidar la oportunidad de entrada de productos al mercado, el Perú ha decidido negociar acuerdos comerciales con los países que más venden y en la actualidad. Con el Tratado de Libre Comercio, todos los beneficios que el Perú debe exportar ya no serán temporales ni limitados, sino que se incorporarán a un "Tratado Comercial" amplio y permanente. (Blog Perú historia y cultura , 2015)

#### **a.1. Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá**

Según un artículo del Blog: Perú historia y cultura (2015) indica que, “el Tratado de Libre Comercio (TLC) se firmó en Lima el 29 mayo de 2008; y entró en vigor el 1° agosto 2009”.

Cabe resaltar que, en este tratado se negociaron los siguientes capítulos:

Trato Nacional y Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Facilitación de Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Emergencia y Defensa Comercial, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Telecomunicaciones, Servicios Financieros, Entrada Temporal Personas de Negocios, Política de Competencia, Contratación Pública, Comercio Electrónico, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Solución de Controversias.

Los principales productos que se exportan a Canadá son: oro, gasolina, minerales de plata, cobre y plomo, plata en bruto, aceite de pescado, mineral de zinc, harina de pescado, gas natural productos agropecuarios, mandarina, uvas frescas, artesanía, maderas y papeles, metalmecánico, minería no metálica, pesquero, pieles y cueros, químicos, siderometalúrgico, textiles, joyería. (Blog Perú historia y cultura , 2015, p. 1)

### C. ARÁNDANO

#### Descripción:

Los arándanos, esas bayas ligeramente azuladas, son ligeramente ácidas y, debido a sus excelentes propiedades antioxidantes y antiinflamatorias, pueden brindar un excelente apoyo para la salud.

**Tabla 1. Cuadro Nutricional del arándano**

Por cada 100 gramos de alimento consumido	
Agua	84%
Calorías	40 kcal
Proteínas	0,74 g
Grasas	0,33 g
Hidratos de carbono	14 g (9, 96 g corresponden a azúcares)
Fibra	1,7 g
Hierro	0,5 mg
Calcio	14 mg
Potasio	77 mg
Fósforo	12 mg
Magnesio	6 mg
Vitamina C	12 mg
Vitamina B3	0,5 mg
Vitamina B7	6 mg
Vitamina A	10 mcg

Fuente: (Cebrian, 2018)

### Propiedades:

Según Penelo (2018), menciona algunas propiedades del arándano:

- **Astringentes y antidiarreicas.** Los arándanos son ricos en ingredientes que pueden ayudarnos a prevenir el crecimiento de bacterias y tratar enfermedades digestivas como diarrea, indigestión, inflamación intestinal o gastroenteritis. Además, por su efecto astringente, favorece la cicatrización.
- **Tónicas y protege el estómago,** ayudándonos a favorecer la digestión y elimina las molestias estomacales.
- **Antisépticas,** Puede evitar que las bacterias se asienten en las células epiteliales del tracto urinario, evitando así infecciones. También pueden acidificar la orina, prevenir la propagación de patógenos y la formación de cálculos de fosfato de calcio.
- **Hipoglucemiantes,** recomendables en personas con diabetes de tipo II, ya que previene los trastornos visuales asociados a esta enfermedad
- **Antioxidantes,** que ayudan a neutralizar la acción de los radicales libres que son nocivos para el organismo, previniendo la aparición de enfermedades como el cáncer y enfermedades del corazón.

### Requerimientos Climatológicos y edafológicos (suelo)

Adicionalmente, los arándanos tienen requerimiento climatológicos y edafológicos, para un sano crecimiento. De acuerdo a Irrifrut (2014), en la sección de “Frutales y Requerimiento Climático – Arándano”, menciona:

**Clima:** Crecen dentro de una amplia gama de climas, ya que tienen un requerimiento de Horas frío que van desde 400-1100. Su temperatura mínima de crecimiento es de 7°C, y su temperatura máxima es de 33°C, su crecimiento es óptimo entre 16 a 25°C. Los arbustos bajos son más exigentes en horas fríos, mientras que los arbustos más altos son más resistentes a sequías y necesitan menos horas frío. Su requerimiento de GDA es de 850 a 1300 hrs, y su fotoperiodo es de días largos y días cortos, de los cuales los últimos son esenciales en algún momento del ciclo de vida.  
(Irrifrut, 2014, p. 1)



**Suelo:** Los arándanos crecen mejor en suelos ácidos pH 4-5, arenosos, franco arenosos o arcillosos; no muy profundos y de baja fertilidad. Requiere de suelos húmedos, con buen drenaje, pero con humedad superficial durante los meses de verano, aunque en el periodo de crecimiento la napa no debe subir de los 40 cm. Un mal manejo del agua puede provocar un crecimiento pobre, escasa producción de fruta, exceso de ramas secas y aun muerte del arbusto. Sólo en invierno soportan anegamientos. (Irrifrut, 2014, p. 1)

### III. HIPÓTESIS

#### III.1. Declaración de hipótesis

El mercado canadiense es una oportunidad de negocio para incrementar considerablemente la exportación de arándanos peruanos.

#### III.2. Operacionalización de variables

##### Variables

- **Variable Dependiente:**

Exportación peruana del arándano fresco

- **Variable Independiente:**

Oportunidad de Negocio en el mercado canadiense

**Tabla 2.** *Matriz de Operacionalización*

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	TECNICA
Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para las exportaciones peruanas de arándano fresco.	La Oportunidad de negocio según Casson (1982), se refiere al momento en el cual todos los factores están a favor para aprovechar un nuevo producto, servicio, material y método de organización los cuales crean un valor superior.	Las oportunidades de negocio se van a medir a través del análisis cuantitativo y cualitativo	Análisis cuantitativo	*Precio Promedio *Demanda Potencial *Estabilidad económica del país y capacidad adquisitiva *Consumo per cápita *Distancia al Mercado	Entrevista   Análisis de Documento/Bibliográfico
			Análisis cualitativo	*Preferencia arancelaria *Permisibilidad de Ingreso *Información disponible en el mercado *Presencia de competidores nacionales *Temporada de cultivo	
Exportación peruana de arándano fresco	La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.	Las exportaciones peruanas de arándanos frescos se medirán a través de la variación de las exportaciones y de las proyecciones	Exportación peruanas de arándanos frescos del 2014 al 2018	Comportamiento de la exportación peruana de arándano fresco en el periodo 2014-2018	Análisis de Documento/Bibliográfico
			Proyección de las exportaciones para los años 2019-2023	Proyección de las exportaciones de arándanos frescos para el periodo 2019-2023	Análisis de Documento/Bibliográfico

Elaboración propia

### III.3. Propuesta de solución

Se describirá el análisis para determinar la selección del mercado de exportación objetivo mediante análisis cualitativo y cuantitativo.

#### EL MERCADO

El país objeto de exportación es aquel que demanda mayor consumo de arándano fresco a mejor precio generando un valor total diferenciado en dólares, el cual se visualiza en la Tabla 03. de Ranking de importaciones mundiales durante el año 2019. Se muestra:

**Tabla 3. Ranking de Importaciones mundiales de Arándano 2019**

(en miles de dólares y toneladas)

Importadores	Indicadores			
	Valor importado en 2019 (miles USD)	% Participación	Cantidad importada en 2019 (Ton)	Valor Unitario USD/Ton)
Mundial	3944.032	100%	667.916	
Estados Unidos	1362.161	35%	252.332	5.40
Reino Unido	390.971	10%	56.528	6.92
Países Bajos	448.658	11%	68.612	6.54
Alemania	370.390	9%	61.700	6.00
Cánada	254.801	6%	62.665	4.07
China	175.398	4%	22.045	7.96
España	127.587	3%	21.046	6.06
Hong Kong - China	86.112	2%	15.417	5.59

Fuente: Trademap.org (2021)

Los 5 principales importadores que tiene un mayor % de valor importado son: Estados Unidos, Reino Unido, Países Bajos, Alemania y Canadá.

Cabe resaltar que en cuanto a cantidad importada (Ton), el análisis que daría de la siguiente manera:

**Tabla 4.** Ranking de Importaciones mundiales de Arándano 2019

(en miles de dólares y toneladas)

Importadores	Indicadores			
	Valor importado en 2019 (miles USD)	% Participación	Cantidad importada en 2019 (Ton)	Valor Unitario USD/Ton
Mundial	3944.032	100%	667.916	
Estados Unidos	1362.161	35%	252.332	5.40
Países Bajos	448.658	11%	68.612	6.54
Canadá	254.801	6%	62.665	4.07
Alemania	370.390	9%	61.700	6.00
Reino Unido	390.971	10%	56.528	6.92
China	175.398	4%	22.045	7.96
España	127.587	3%	21.046	6.06
Hong Kong - China	86.112	2%	15.417	5.59

Fuente: Trademap.org (2021)

Como puede verse en la tabla anterior, los cinco principales importadores con el mayor volumen de importación son: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Países Bajos y Alemania.

Sobre esta base, se utilizarán criterios cualitativos y cuantitativos para aprobar la elección de los mercados de exportación a analizar.

### 3.1.1. CRITERIO DE SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

#### A. Análisis Cualitativo

Se considera 5 factores, otorgando un puntaje del 1 al 10 a cada país de acuerdo con los factores que se describen:

- **Factor 1: Preferencia arancelaria:** Los acuerdos comerciales (TLC) existentes y otras preferencias arancelarias pueden promover el comercio entre los dos países. Se considera un factor importante con un peso de 3.
- **Factor 2: Permisibilidad de Ingreso:** Se analizará las exigencias de ingreso del mercado a cada País Importador. Se considera un peso de 2.
- **Factor 3: Información disponible en el mercado:** Se analizará la información sobre el arándano de cada País seleccionado y donde se haga mayores esfuerzos por incrementar el consumo del producto. Se considera un peso de 1.
- **Factor 4: Presencia de competidores nacionales:** Se analizará la permanencia de otros exportadores peruanos en el país destino. Se considera un peso de 1.

- **Factor 5: Temporada de cultivo:** Se analizará la temporada de cultivo por país, es decir a mayores meses de contra estación mayor será el puntaje, ya que es beneficioso para la demanda del arándano. Se considera un peso de 3. A continuación, se muestra la descripción de cada país por factores de los 5 principales importadores, obtenido del análisis previo:

**Tabla 5. Análisis Cualitativo - Descripción de Factores**

País	F1	F2	F3	F4	F5
Estados Unidos	TLC (Libre de Arancel)	Controles fitosanitarios, Normas de Etiquetado, Acta de Bioterrorismo	ALTA, USHBC*, IBO* y sedes alrededor del mundo	13 empresas nacionales exportaron en 2014	Noviembre - Mayo
Reinos Unido	TLC Unión Europea	Controles fitosanitarios, Normas de embalaje y comercialización	Regular, Apoyo del estado	8 empresas nacionales exportaron en 2014	Agosto - Mayo
Cánada	TLC (Libre de Arancel)	Controles fitosanitarios, Normas de etiquetado	ALTA, IBO* y apoyo del estado.	Exportaciones a partir del 2015	Noviembre - Mayo
Países Bajos	TLC Unión Europea	Controles fitosanitarios, Normas de embalaje y comercialización	Regular, Apoyo del estado	13 empresas nacionales exportaron en 2014	Octubre - Junio
Alemania	TLC Unión Europea	Controles fitosanitarios, Normas de embalaje y comercialización	Regular, Apoyo del estado	8 empresas nacionales exportaron en 2014	Octubre - Junio

\* USHBC: The United States Highbush Blueberry Council

\* IBO: International Blueberry Organization

Fuente: Minagri (2016), Mincetur (2018), PromPerú (2017)

En base a ello, se procede con la puntuación, que se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 6. Análisis Cualitativo – Ponderación**

País	F1	F2	F3	F4	F5	Total	Ranking
<b>Peso</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>		
Estados Unidos	10	8	10	7	8	87	2°
Reinos Unido	8	8	8	8	9	83	3°
Cánada	10	9	9	10	8	91	1°
Países Bajos	8	8	8	8	9	83	3°
Alemania	8	8	8	8	9	83	3°

Elaboración Propia

- El factor 1, preferencia arancelaria, cuenta con puntajes altos porque todos tienen acuerdos comerciales con Perú, TLC (Tratado Libre Comercio) vigentes, según información obtenida en Mincetur. Así mismo, Estados Unidos y Canadá obtienen el máximo puntaje ya que el producto se encuentra extenso a impuestos, es decir, se puede comercializar arándano fresco con 0% de aranceles.
- El factor 2, permisibilidad de ingreso, se revisaron los principales requisitos de exportación de cada país, todos requieren el mismo control de inspección y estandarización de productos, variando en el rigor y nivel de detalle aplicado, el mercado europeo tiene los requisitos más altos y el canadiense el más flexible.
- El factor 3, información disponible en el mercado, Estados Unidos es el país con mayor inversión en organizaciones que promueven, la producción, comercialización del Arándano. USHBC - *The United States Highbush Blueberry Council*, busca mejorar la calidad de proveedores del arándano en el mundo, así mismo, IBO – *International Blueberry Organization*, el cual busca promover y empoderar a las asociaciones y organizaciones de cada país para que sean más eficaces, promover localmente, promover dentro de los mercados a los que sirven y difundir el mensaje de salud (Blueberries consulting, 2017), Canadá forma parte de ésta última.
- El factor 4, presencia de competidores nacionales, se obtuvo como resultado que hay 24 empresas peruanas compitiendo en el mercado, siendo Estados Unidos el país con mayor ingreso de arándanos frescos de proveedores peruanos (15 exportadores), mientras Canadá ha abierto recientemente el mercado de exportación de arándanos, por lo cual son pocas empresas nacionales que están en este país, obteniendo el mayor puntaje.
- El factor 5, Temporada de Cultivo, muestra que los países europeos tienen meses de mayor escasez de arándano; esto es principalmente por las condiciones climáticas, generando que los países europeos obtengan el mayor puntaje por la demanda del arándano.

En conclusión, del Análisis Cualitativo: Según el análisis de factores cualitativos, Canadá es el mercado objeto de exportación.

## B. Análisis Cuantitativo

Se considera 05 factores cuantitativos, con una puntuación del 1 al 10 a cada país de acuerdo con los factores que se describen:

- **Factor 1: Precio Promedio:** Se analizará la evolución del precio FOB de exportación del Perú a los países destinos seleccionados. Se otorgarán puntuaciones más altas a aquel país que compra a precios más altos. Se considera un peso de 2.
- **Factor 2: Demanda Potencial:** Se analizará la evolución de exportaciones peruanas de arándano fresco a cada país destino, en miles de toneladas y dólares. Se considera un peso de 3.
- **Factor 3: Estabilidad económica del país y capacidad adquisitiva:** Se analizarán indicadores económicos como la tasa de inflación y el crecimiento del PBI per cápita. El estándar de puntuación está relacionado con un nivel más bajo de inflación y un nivel más alto de PBI per cápita. Se considera un peso de 2.
- **Factor 4: Consumo per cápita:** Se analizará el consumo per cápita de arándanos, considerando que es un componente importante para la demanda del producto (Arándano fresco). Se considera un peso de 3.
- **Factor 5: Distancia al Mercado:** Se analizará el tiempo de demora en llegar el producto del Perú a cada país destino, se considera el traslado vía marítima, ya que según SUNAT (2017) la mayor exportación se realizó de forma marítima. Se considera un peso de 1.

A continuación, se muestra la descripción de cada país por factores cuantitativos descritos anteriormente:

- Factor 1, Precio promedio: En la Tabla N°07, se observa que Canadá pagó el mejor precio de 6.24 USD/kg en el 2020, según la información obtenida del portal de Aduanas - SUNAT. Sin embargo, en cuanto a Kg exportados desde Perú, Canadá se ubica en el penúltimo país por cantidad exportada durante el año 2020.

**Tabla 7. Precios FOB de arándano peruanos 2020**  
(en dólares y kilogramos)

País Destino	Valor FOB (USD)	Peso Neto (KG)	Precio /KG
Estados Unidos	78,250,908.27	15,382,985.62	5.09
Reino Unido	11,176,627.83	2,094,964.76	5.33
Canadá	1,060,017.13	169,906.40	6.24
Países Bajos	41,016,848.17	7,853,548.34	5.22
Alemania	5,707.98	1,522.78	3.75

Fuente: SUNAT (2021)

Uno de los incoterms más usado es el FOB (Free on board). El precio FOB tiene la responsabilidad de cuando el vendedor asume los gastos hasta la subida a bordo de la mercancía, incluyendo el despacho de exportación y gastos en origen, mientras que el comprador se encarga de los costos de flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino. Así mismo, este incoterm solo se utiliza para transporte marítimo o fluvial.

En este caso, el análisis se basa en la exportación del arándano fresco de Perú a Canadá, por tanto, es beneficioso para asumir solamente la responsabilidad / riesgo de entregar la mercancía y dejarla a bordo del buque en el puerto de embarque en donde se haya coordinado, para ello se debe tener en cuenta el valor de la mercancía, costo de empaçado, etiquetado, gasto de aduanas de salida y gastos dentro del puerto como la carga o estiba. He de recalcar que en el **análisis de margen de contribución** se contemplan dichos costos.

- Factor 2, Demanda potencial: En la tabla N° 08, se observa que, en los últimos años [periodo: 2015-2019], el país con mayor crecimiento % en términos de volumen de exportación es Canadá, el cual tuvo un crecimiento porcentual (%) mayor al +100%, seguido por Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido y Alemania, este último con una disminución comparando el periodo 2018-2019 de exportación peruana en un 82.2%. Vale mencionar que, durante el periodo de 2015 a 2019, el país que genera mayor ingreso es Estados Unidos debido al volumen importado de arándano fresco peruano.

**Tabla 8.** Evolución de exportaciones peruanas de arándano fresco 2015-2019

(en miles de dólares y toneladas)

Año	2015		2016		2017		2018		2019	
	Valor Exportado (USD)	Cant. Exportada (TN)	Valor Exportado (USD)	Cant. Exportada (TN)	Valor Exportado (USD)	Cant. Exportada (TN)	Valor Exportado (USD)	Cant. Exportada (TN)	Valor Exportado (USD)	Cant. Exportada (TN)
Estados Unidos	53,902	5,624	129,010	15,262	160,332	19,112	285,019	38,320	454,023	69,197
Reino Unido	12,178	1,404	35,402	3,769	38,232	4,703	55,451	7,127	63,480	9,612
Canadá	287	22	5,086	581	7,558	837	13,860	1,943	8,239	1,129
Países Bajos	27,171	2,908	56,473	6,836	97,043	11,334	121,780	15,253	182,023	27,507
Alemania	159	18	1,593	169	505	77	2,605	297	398	53

Fuente: Trademap.org (2021)

- Factor 3, Estabilidad Económica del País y capacidad adquisitiva: En la tabla N°09, se observa la tasa de inflación % y los indicadores PBI per cápita de los países destinos seleccionados. El país que muestra una mejor tendencia en el % de Inflación es Canadá, además se observa que mantiene su PBI per cápita con respecto al 2018, aunque Estados Unidos presenta un ligero crecimiento del 4% con respecto al 2018.

Cabe resaltar, que este es un indicador importante al decidir el mercado a exportar, ya que se demuestra por el poder adquisitivo promedio y la estabilidad económica del país.

**Tabla 9. Análisis de Indicadores económicos 2015-2019**

(En dólares y % inflación)

País Destino	2015		2016		2017		2018		2019	
	Inflación (%)	PBI Per cápita (USD)	Inflación (%)	PBI Per cápita (USD)	Inflación (%)	PBI Per cápita (USD)	Inflación (%)	PBI Per cápita (USD)	Inflación (%)	PBI Per cápita (USD)
Estados Unidos	0.12	56,839	1.26	57,952	2.13	60,062	2.44	62,996	1.81	65,298
Reino Unido	0.37	44,975	1.01	41,064	2.56	40,361	2.29	43,043	1.74	42,330
Canadá	1.13	43,586	1.43	42,322	1.60	45,149	2.27	46,313	1.95	46,195
Países Bajos	0.60	45,175	0.32	46,008	1.38	48,675	1.70	53,045	2.63	52,331
Alemania	0.51	41,087	0.49	42,108	1.51	44,553	1.73	47,811	1.45	46,445

Fuente: World Bank (2021)

- Factor 4, Consumo per cápita: En la tabla N°10, se observa el consumo per cápita de arándano fresco de cada país destino analizado, teniendo como resultado que el país con mayor consumo es Países Bajos, seguido por Canadá, Estados Unidos, Alemania y Reino Unido.

**Tabla 10. Consumo per cápita 2017 – Arándano Fresco**

(en Kilogramos)

País Destino	Consumo Per cápita 2017
Estados Unidos	1.06
Reino Unido	0.65
Canadá	1.22
Países Bajos	1.25
Alemania	0.95

Fuente: Euromonitor (2018)

- Factor 5, Distancia al mercado: En la tabla N°11, se analizará el tiempo de tránsito vía marítima del Puerto Callao a los puertos de cada país destino. Según MAPEX (portal de SIICEXX), detalla las vías marítimas el cual permite definir que, Estados Unidos y Canadá son más próximos para la exportación del producto, mientras que, en países europeos, Países Bajos y Alemania la mercadería demoraría menos en llegar ya que se encuentran más próximos que Reino Unido.

**Tabla 11. Día de tránsito desde Puerto Callao**

(En días)



País Destino	Días de tránsito	Frecuencia de Salidas
Estados Unidos	Miami (17), Port Everglades (18), Charleston (17), Norfolk (19), Baltimore (21), New York (17)	Semanal
Reino Unido	Tilbury (30)	Semanal
Canadá	Montreal (21)	Semanal
Países Bajos	Rotterdam (24)	Semanal
Alemania	Hamburgo (24)	Semanal

Fuente: Mapex.pe (2018)

En base a ello, se procede con la puntuación, que se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 12. Análisis Cualitativo – Ponderación**

País	F1	F2	F3	F4	F5	Total	Ranking
<b>Peso</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>		
Estados Unidos	8	8	10	8	10	94	3°
Reinos Unido	8	8	8	7	8	85	5°
Canadá	10	10	10	9	10	107	1°
Países Bajos	9	9	8	10	9	100	2°
Alemania	7	7	9	8	9	86	4°

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, del Análisis Cuantitativo, del análisis de factores cuantitativo, se puede determinar que el mercado objeto de exportación es Canadá.

## ANALISIS DE LA DEMANDA

Se procederá a describir el nivel de consumo del arándano en Canadá y las variables que determinan el comportamiento de la demanda con el fin de hacer la proyección y posibilitar la evaluación económica.

### a. Demanda Histórica

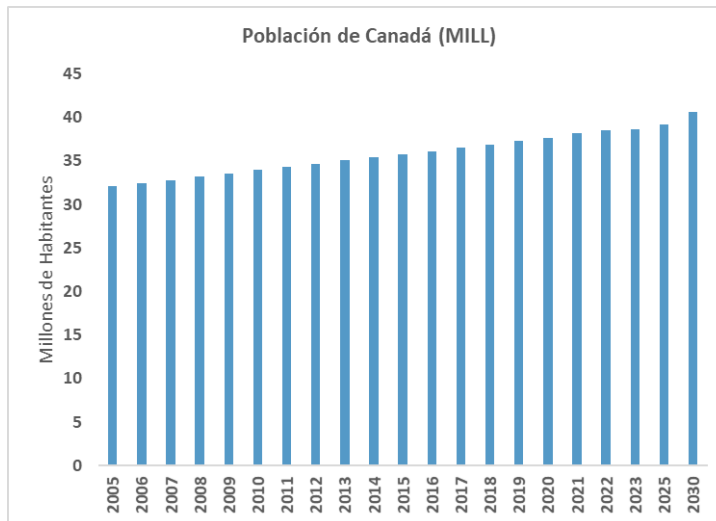
De acuerdo con la selección del mercado de la sección anterior se analizará la demanda histórica de Canadá.

#### Población:

Para establecer la demanda se analizará la evolución y proyección de la población, como se detalla a continuación:

**Figura 4. Evolución y proyección de la Población de Canadá**

(En millones)

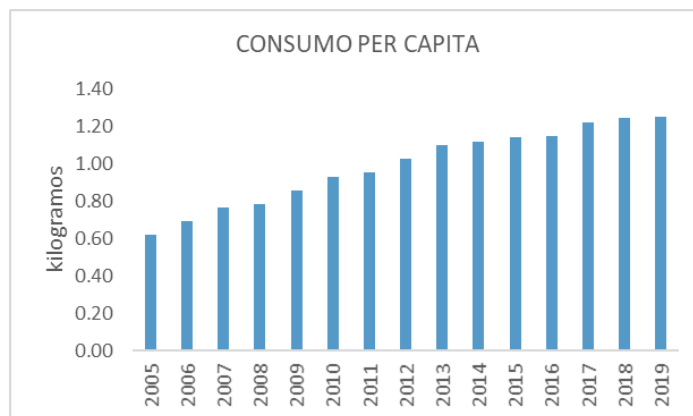


Fuente: (ContryMeters, 2018)

Consumo Per cápita:

Así mismo se analizará la evolución y proyección del consumo per cápita del arándano como se muestra en el detalle:

**Figura 5.** Evolución del consumo per cápita de arándano en Canadá (En kg/habitante)



Fuente: (Euromonitor,2019)

Con los dos componentes (Población y Consumo Per cápita) observamos que el crecimiento es sostenible en los años. A partir de ello se puede extraer la demanda histórica de arándanos, se detalla a continuación:

**Tabla 13.** Demanda histórica de arándanos en Canadá (En toneladas)

Año	Población (N° Habitantes)	Consumo per Cápita (kg)	Demanda (TON)
2005	32,087,458	0.62	19,846
2006	32,433,885	0.69	22,396
2007	32,796,856	0.76	25,008
2008	33,172,766	0.79	26,057
2009	33,554,908	0.86	28,773
2010	33,936,366	0.93	31,544
2011	34,313,039	0.95	32,683
2012	34,684,028	1.02	35,534
2013	35,049,382	1.10	38,432
2014	35,409,203	1.12	39,641
2015	35,763,860	1.14	40,860
2016	36,134,016	1.15	41,536
2017	36,508,003	1.22	44,595
2018	36,885,861	1.24	45,904
2019	37,244,181	1.25	46,555

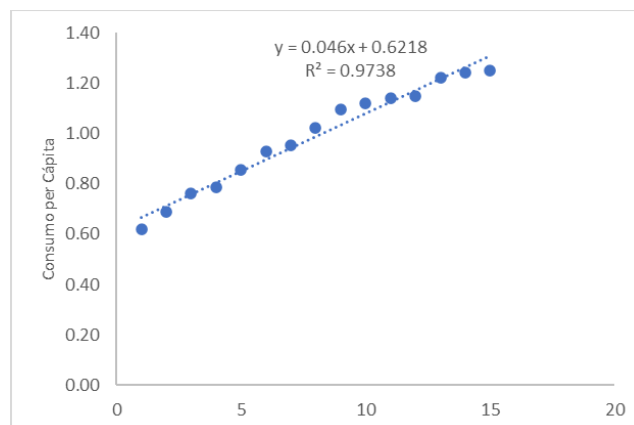
Fuente: (CountryMeters,2019) / (Euromonitor,2019)

#### b. Demanda Proyectada

Analizando los datos históricos del punto anterior, se encontrará la tendencia más adecuada para proyectar demanda.

Para ello se busca encontrar una línea de tendencia, donde la correlación de las variables sea mayor que 80% ( $R^2 > 0.8$ ). Si hay más de una línea de tendencia que cumpla con esta condición, se seleccionará la línea de tendencia que presente una proyección a futuro menos pronunciada y que sea más realista, generado más seguridad cuando el mercado presente caída.

Figura 6. Línea de tendencia de la demanda de arándanos - Canadá



Elaboración propia

En la figura N°06, presenta una tendencia lineal con un R2 de 0.9738. La ecuación que se empleará es  $y=0.046x+0.6218$  para proyectar los datos per cápita para los años 2020 a 2023. Por último, con la población estimada se hallará la demanda proyectada en toneladas, la cual se detalla a continuación:

**Tabla 14.** Demanda proyectada de arándanos en Canadá.

(En Toneladas)

Año	Población (N° Habitantes)	Consumo per Cápita (kg)	Demanda (TON)
2020	37,577,502	1.36	51,023
2021	37,966,429	1.40	53,297
2022	38,315,720	1.45	55,550
2023	38,468,983	1.50	57,542

Elaboración propia

## ANALISIS DE LA OFERTA

Al analizar la competencia, la producción, la exportación y la importación, se procederá a encontrar la oferta de arándanos al país objetivo.

### a. Oferta Histórica:

Para analizar la oferta histórica del arándano en Canadá se tendrá en cuenta la siguiente formula:

$$\text{Oferta} = \text{Importaciones} + \text{Producción} - \text{Exportaciones}$$

A continuación, se observa el detalle de oferta histórica a Canadá desde año 2005 hasta el 2019:

**Tabla 15.** Oferta histórica de arándanos para Canadá

Años	Importación (TN)	Producción (TN)	Exportación (TN)	Oferta (TN)
2005	23.501	132,854	56.002	132,821
2006	25.599	157,239	63.160	157,201
2007	28.368	148,250	58.096	148,220
2008	41.650	168,204	65.733	168,180
2009	38.708	189,529	60.734	189,507
2010	45.470	158,955	55.057	158,945
2011	50.810	190,674	55.828	190,669
2012	45.942	253,749	88.434	253,707
2013	54.319	231,959	90.218	231,923
2014	46.353	326,649	94.183	326,601
2015	37.709	320,671	106.888	320,602
2016	44.903	391,472	100.808	391,416
2017	41.122	312,056	82.789	312,014
2018	42.763	333,766	105.258	333,704
2019	62.665	348,567	75.932	348,554

Fuente: (Trademap.org,2021) / (FAOSTAT,2018)

### b. Oferta Proyectada:

Para la oferta proyectada, se realizará la misma mecánica que el punto de la demanda proyectada, en este caso se analizará tres variables que están ligadas a la oferta: PBI agrícola, PBI per cápita y PBI. En este caso, la variable que brinde mayor correlación ( $R^2 > 0.8$ ). Se detalla:

**Tabla 16.** Coeficiente de correlación para variables de la oferta - Canadá

Años	PBI Agrícola (miles de millones)	PBI per cápita (USD)	PBI USD (miles de millones)
2005	21.0	36,266	1,308
2006	21.0	40,386	1,342
2007	21.0	44,543	1,370
2008	22.7	46,594	1,383
2009	21.2	40,773	1,343
2010	21.5	47,448	1,384
2011	22.4	52,087	1,427
2012	22.6	52,678	1,452
2013	26.6	52,653	1,488
2014	24.5	50,893	1,531
2015	25.4	43,586	1,546
2016	26.4	42,322	1,568
2017	26.5	45,149	1,616
2018	26.6	46,313	1,653
2019	26.6	46,195	1,734
<b>R. Coef correlación</b>	<b>R2 = 0.80</b>	<b>R2 = 0.71</b>	<b>R2 = 0.94</b>

Elaboración Propia

Como se observa la variable que mejor modelo la oferta es el PBI. Para obtener la recta de regresión, es preciso hallar la pendiente "m" y la

constante “b”. Para ello, se utilizarán las fórmulas que se describe a continuación. Los resultados para cada variable se muestran en el cuadro N°16:

$$Y=mx+b... (1)$$

$$m = [n\Sigma XY - (\Sigma X) (\Sigma Y)] / [n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2]... (2)$$

$$b = [\Sigma Y \Sigma X^2 - (\Sigma X) (\Sigma XY)] / [n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2]... (3)$$

**Tabla 17. Cálculos necesarios Series Históricas Canadá**

X	Y	XY	X <sup>2</sup>
1,308	266,283	348,220,242	2,615
1,342	344,501	462,325,141	2,684
1,370	379,480	519,772,349	2,739
1,383	428,342	592,567,551	2,767
1,343	486,993	653,833,713	2,685
1,384	509,765	705,511,050	2,768
1,427	584,059	833,724,928	2,855
1,452	599,907	871,294,732	2,905
1,488	579,031	861,788,926	2,977
1,531	618,384	946,642,214	3,062
1,546	560,675	866,889,980	3,092
1,568	653,622	1,024,891,298	3,136
1,616	598,326	966,775,977	3,232
18,758	6,609,368	9,654,238,100	37,517

Elaboración propia

De (2),  $m = -4.308$

De (3),  $b = 250632$

$$Y = -4.308x + 250,632 \dots (4)$$

Por lo tanto, dado el crecimiento del PBI de Canadá, se puede predecir la oferta de arándanos. Para el crecimiento del PBI se está considerando a los datos con pronósticos realizados por Statista, un portal de datos estadísticos que elabora reportes y estudios de pronósticos que son usados como fuente por diversas entidades financieras, entre ellas el *Wall Street Journal*. Reemplazando la formula (4) obtenemos lo siguiente:

**Tabla 18. Oferta Proyectada Canadá**

Año	X	Y (OFERTA)
2020	1,820	24,279
2021	1,937	24,229
2022	2,053	24,178
2023	2,185	24,122

Fuente: (Statista, 2019)

## DEMANDA FINAL

### a. Demanda Insatisfecha:

Después de encontrar la demanda proyectada para el mercado objetivo y la oferta de arándano fresco, se procederá a encontrar la demanda no satisfecha del mercado en estudio [Canadá], a continuación, se detalla:

**Tabla 19.** Demanda insatisfecha de arándano en Canadá.

(En Toneladas)

Año	Demanda (TON)	Oferta (TON)	Demanda Insatisfecha
2020	51,023	24,279	26,744
2021	53,297	24,229	29,069
2022	55,550	24,178	31,372
2023	57,542	24,122	33,420

Elaboración propia

## EXPORTACIÓN

### COMPORTAMIENTO HISTORICO:

Las exportaciones del Perú desde el año 2014 hasta 2019, se muestra a continuación:

**Tabla 20.** Exportaciones [2014-2019] de arándano fresco - Perú

Año	Exportación Mundo (TN)	EXP. A Canadá (TN)
2014	2,902	0
2015	10,353	22
2016	28,154	537
2017	43,038	837
2018	72,582	1,943
2019	122,449	1,129

Fuente: Trademap.org (2021)

### COMPORTAMIENTO PROYECTADO:

Para la proyección de exportaciones de Perú, se utilizó el método del incremento porcentual el cual genera el siguiente resultado:

**Tabla 21.** Proyección de exportaciones [2020-2023] de arándano Fresco - Perú

Año	Exportación Mundo (TN)	EXP. A Canadá (TN)
2020	162,694	1,760
2021	216,165	2,743
2022	287,211	4,275
2023	344,653	5,130

Elaboración propia

## ANÁLISIS ECONÓMICO

Según SUNAT el principal formato de arándano que es enviado para exportación a Canadá desde Perú son CJX12 conteniendo 12 clamshews. Es por lo que, tomando como referencia dicha información se evaluara económicamente:

**Tabla 22. Resultado de Contribución de Exportación proyectada a Canadá**

Año	Tamaño Envase	Contenido	Peso Dv	Costos Producción \$/Kg-drw						Unit \$/dw		Margen			Venta			
				FCL	Efic	C.U MP	MP	MO	Emb	Total CV Fab	Total Cv Vta	Costo	Precio	Mc (\$)	MC (%)	MC \$/ Kg- mp	Venta (\$)	
2020	Caja x 1.5 kg	12 CLAMSHELLS (125G)	1.5	143.52	95%	1.80	1.89	0.16	0.64	2.93	0.10	3.03	6.24	\$	5,647,005	51%	3.05	10,980,692
2021	Caja x 1.5 kg	12 CLAMSHELLS (125G)	1.5	223.70	95%	1.76	1.85	0.16	0.64	2.89	0.10	2.99	6.24	\$	8,917,313	52%	3.09	17,115,157
2022	Caja x 1.5 kg	12 CLAMSHELLS (125G)	1.5	348.67	95%	1.74	1.83	0.16	0.64	2.87	0.10	2.97	6.24	\$	13,989,108	52%	3.11	26,676,697
2023	Caja x 1.5 kg	12 CLAMSHELLS (125G)	1.5	418.40	95%	1.73	1.82	0.16	0.64	2.86	0.10	2.96	6.24	\$	16,840,964	53%	3.12	32,012,036

Elaboración propia

Se debe considerar que el precio considerado es el mencionado en el punto de Mercado, que corresponde al precio FOB del 2020 [6.24 USD/kg]. Por otro lado, los KG evaluados es tomando en cuenta la estimación de exportación al mercado estudiado [Canadá].

La estimación de KG para exportación a Canadá no cubre la demanda insatisfecha calculada con anterioridad, generando una oportunidad de ganancia por USD347M.

## ANÁLISIS DE RIESGOS

Muchos exportadores salen a conquistar los mercados extranjeros, principalmente por oportunidades sin embargo no se analiza los riesgos a que se exponen, por tanto, a continuación, se realiza un análisis de riesgo con respecto al mercado potencial para exportación de arándano fresco peruano, Canadá.

Se detalla:

### ECONÓMICO,

- Tipo de cambio: Siendo el mercado en estudio Canadá, la moneda del país es el dólar canadiense, que a mayo/2021 tiene un valor de 1 CAD: 0.8291 USD, este



valor a incrementado desde abril/ 2021. Dado que Perú es un país exportador, el tipo de cambio alto favorece, pues, el exportador tendrá precios más competitivos y al recibir dólares se obtendrá mayores soles. Sin embargo, a mediano plazo el mercado importador podría comprar menos cantidad, por lo indicado anteriormente se observa que el tipo de cambio en Canadá ha aumentado dada la crisis económica mundial.

**Figura 7. Variación dólar canadiense**



Fuente: (Bank of Canada, 2021)

- **Inflación:** De acuerdo con el Banco Mundial, la inflación en Canadá al 2019 fue de 1.95% y de acuerdo con el Banco de Canadá al 2020 cerró en 0.7%, explicado por las medidas implementadas en Canadá para contener el virus y el cierre de toda la actividad económica para impedir la propagación, generando que los precios al consumidor disminuyeran incluso a estar en valores negativos (abril 20). Sin embargo, el sector alimentos fueron uno de los pocos que no se encarecieron, incluso aumentó (en 3.4%) (Chapman, 2020), dado la mayor demanda de productos alimenticios, recalcar que Canadá tiene como política mantener su inflación entre 1% al 3%, a marzo/21 ya cuenta con 3.4%, que según expertos es temporal.

En cuanto a Perú, cerró a Dic/20 con una inflación de 1.97%, sin embargo, a Feb/21 (2.4%) se muestra un leve aumento por la recuperación de la actividad económica (principalmente, alza de precios como alimentos y bebidas, esparcimiento, diversión, combustible, entre otros), vale mencionar que Perú también tiene la política de mantener la inflación entre 1% al 3% (Banco Central de Reserva del Peru, 2021)

Hay que recalcar que, la inflación afecta al tipo de cambio nominal, es decir la cantidad de monedas locales que son necesarias para adquirir un bien extranjero. Perú al ser exportador en este estudio, y al tener una inflación relativamente baja (moneda más baja) hace que gane competitividad en el exterior dado que los

productos son más baratos, caso contrario si la moneda es fuerte hace que el comercio disminuya con el resto de los países al perder competitividad.

- **Recesión:** pérdida generalizada de la actividad económica que es medida por el Producto Interno Bruto (PBI), dada la situación actual sanitaria ha disminuido el consumo, las demandas de productos, menor ingreso y disminución de la producción. En este caso Canadá es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PBI, sin embargo, al 2020 esta disminuyó en -5.4% con respecto al 2019 [PBI 2020: 1,440,563M euro]. Mientras que Perú, también disminuyó con respecto al 2019 en un -11.1% [PBI 2020: 178,403M Euros]. (Datos macro, 2021)

Es importante conocer sobre los riesgos y oportunidades que brinda los mercados extranjeros, a nivel Económico, Canadá es un mercado positivo para concretar la exportación de arándano fresco.

## **JURIDICOS,**

El riesgo jurídico está ligado de que los países extranjeros realicen modificación de la reglamentación relativa a nuestros productos o servicios, por tanto, se debe hacer adaptaciones costosas o nuevas homologaciones.

Las relaciones diplomáticas entre Perú y Canadá se establecieron el 29.01.1944, y TLC (tratado libre comercio) fue suscrito el 29.05.2008 y entró en vigor el 01.08.2009, dicho acuerdo no ha tenido modificaciones hasta el momento. En el acuerdo, 99,8% de los productos exportados a Canadá está liberado de aranceles, en este caso el producto en cuestión en el estudio es el arándano fresco peruano, que actualmente para ingresar al mercado canadiense cuenta con libre arancel en categoría A. (Mincetur, 2020)

Es importante conocer sobre los riesgos jurídico que presenta el mercado canadiense, en este caso la relaciones entre ambos países son óptimas para exportación, considerando entre ellas las exportaciones con libre arancel.

## **COMERCIALES,**

El riesgo comercial se basa en las necesidades de clientes que cambian o productos sustitutos, que son detectadas muy tarde y generan pérdida de manera brusca.

El perfil actual del consumidor canadiense es:

- Preocupado por: medio ambiente, salud (dieta equilibrada), comercio justo.

- Informado y exigente por: la presentación del producto, información nutricional y formas de utilización.
- Relación precio – calidad
- Dispuesto a probar nuevos sabores y productos de otros países, buscando variedad e innovación. (Ruiz, 2014)

**Figura 8. Ingreso promedio según edad – Canadá**

Edad	Personas (millones)	% de la población	Ingreso promedio
15-24	9.8	31	\$16,364
25-44	8.8	28	\$36,586
<b>45-64</b>	<b>8.7</b>	<b>27</b>	<b>\$37,375</b>
65+	4.3	14	\$29,660

Fuente: (Datos macro, 2021)

Considerando los puntos del perfil consumidor y el ingreso promedio según edad en Canadá, el arándano fresco peruano se ajusta a las necesidades del consumidor dado las ventajas que tiene el producto, esto es contrastado con el consumo per cápita de arándano en Canadá en 1.25 kg. Vale mencionar que, según la Embajada del Perú en Canadá (2020), Canadá es actualmente el 3° destino global de las exportaciones peruanas, solo al 2019 se exportó USD 2,431 millones (valor FOB), observándose que un incremento en exportación en frutas y superfoods, destacando la uva, arándanos, mandarinas, mangos, fresas, quinua, chía y maíz morado.

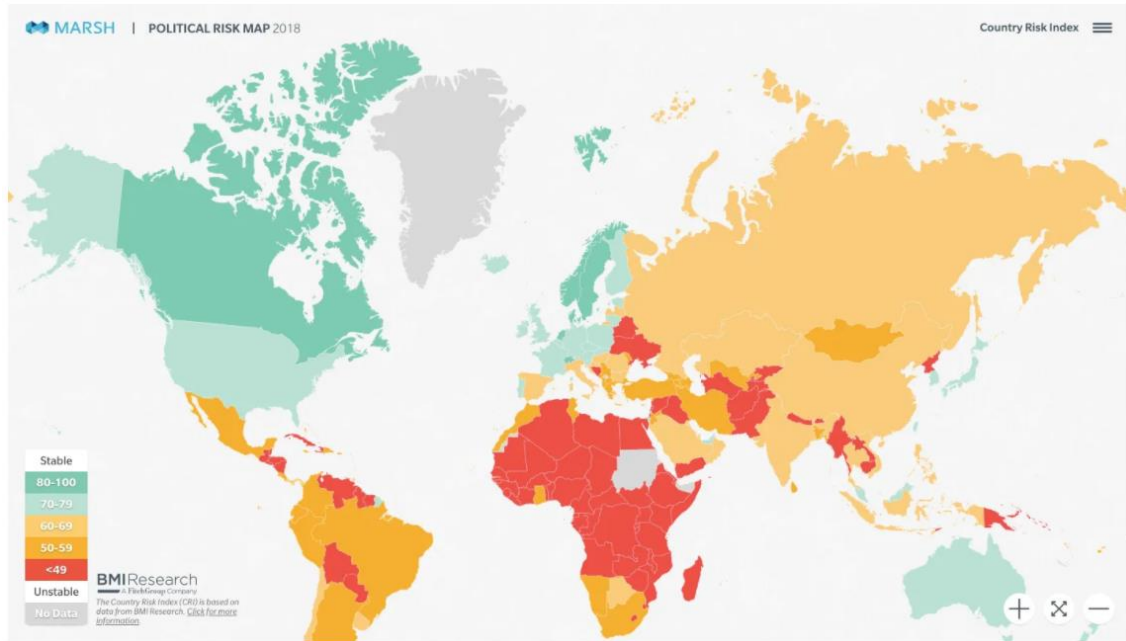
## **POLITICOS**

El riesgo político, se basa en las revueltas sociales, huelgas y conflictos que pueden paralizar la economía de un país, por otro lado, las nacionalizaciones que suponen la pérdida de sucursales o de clientes en mercados exteriores.

MARSH, se dedica al análisis y locación de los riesgos políticos quien realizó un mapa detallando el riesgo de los países a nivel mundial, se muestra en la figura 9:

Vale mencionar que, esta información se basa en datos y conocimientos de BMI Research, una fuente líder de análisis de riesgo político, macroeconómico, financiero y de la industria independiente. Según el método de BMI Research, la puntuación de un país se clasifica entre 100: cuanto más alto es el índice, menor es el riesgo político.

**Figura 9. Mapa de Riesgos políticos mundial**



Fuente: (MARSH, 2018)

En donde se observa que Canadá es un país en donde no presenta riesgo político elevado, sin duda es uno de los países potenciales para la exportación.

Vale mencionar que, contratar un Seguro de Crédito a la Exportación, sería un mecanismo de cobertura que protegería a los exportadores tanto contra riesgos ordinarios como extraordinarios derivados del comercio internacional.

Finalmente, luego del análisis de riesgo realizado en base a riesgos económicos, jurídicos, comerciales y políticos se determina que Canadá es un mercado optimista para concretar las exportaciones de arándano fresco a futuro.

#### IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS

##### IV.1. Tipo de Investigación

**Causa – Efecto**, “busca revelar las relaciones de causa y efecto entre dos variables, comprendiendo que variables son la causa y que variables son el efecto y determinando la naturaleza de la relación entre las variables causales y el efecto predicho” (SurveyMonkey, 2021)

##### IV.2. Diseño de Investigación

**No experimental**, “estudio realizado sin manipulación deliberada de variables y sólo se pueden analizar los fenómenos observados en su ambiente natural”. (Aguilar & Duarte, 2011)

**Transversal o transaccional**, “busca recolectar datos y describir la interrelación de las variables en un momento dado”. (Aguilar & Duarte, 2011)

### IV.3. Población y muestra

**Población:**

La exportación del arándano fresco peruano.

**Muestra:**

Las exportaciones del arándano fresco peruano hacia el mercado de Canadá en el periodo 2014-2023

### IV.4. Técnicas e Instrumentos

#### 4.4.1. Técnicas:

- **Entrevista:** técnica orientada a establecer una interrelación o dialogo entre personas, el entrevistados y entrevistado para la obtención de información. **Hernandez, et al.**, (2014). Permitirá en la investigación tener información sobre factores cualitativo con expertos del rubro.
- **Análisis de Documento/Bibliográfico:** Según **Hernandez, et al.**, (2014) es técnica basada en recolección de datos de fuentes primarias como Libros, boletines, revistas, folletos y periódicos para el análisis de las variables de interés. Permitirá en la investigación obtener la información sobre los distintos factores cualitativos / cuantitativos mediante fuentes confiables.

#### 4.4.2. Instrumentos:

- **Ficha de Entrevista:** documento de trabajo que se utiliza para tener accesibles los resultados de la entrevista que se ha realizado. (**Hernandez, et al., 2014**). En la investigación permitirá tomar nota de forma ordenada cuando se ejecute la entrevista.
- **Ficha bibliográfica:** “documento destinado para registrar y resumir los datos extraídos de fuentes bibliográficas, el cual genera una mejor organización de la información”. (**Hernandez, et al., 2014**). En la investigación permitirá como documento para registrar los datos extraídos de las distintitas fuentes de consultas online y fisicas.

## V. RESULTADOS

### Resultado No 01:

- Se determinó que el mercado canadiense es una oportunidad de negocio para la exportación de arándanos frescos de Perú, dado que se observa un crecimiento en exportación del 2019 en 1.1M TN a 2023 en 5.1M TN, es decir un incremento considerable de +354%, y ventas en el periodo del 2020 – 2023 por \$86MM

**Resultado No 02:** Factores cualitativos para el análisis de oportunidades de negocio del mercado canadiense para la exportación de Arándano Fresco de Perú, de describe:

- **Preferencia arancelaria:** De acuerdo con los puntajes dados a cada país analizado, obtiene mayor puntaje Estados Unidos (10) y Canadá (10) dado que cuentan con TLC vigente que permite comercializar con 0% impuestos [extensos a impuestos de embarque, sin impuesto de sobreestadía, ni de procesamiento de mercadería]
- **Permisibilidad de Ingreso:** Obtiene el mayor puntaje Canadá (9). Luego de analizar los principales requisitos de exportación de cada país; Canadá es el país con mayor flexibilidad en controles de inspección y normalización de producto.
- **Información disponible en el mercado:** Obtiene mayor puntaje Estados Unidos (10), dado que es el país que mayor a invertido en organizaciones que promueven la promoción, producción, comercialización del arándano.
- **Presencia de competidores nacionales:** Obtuvo mayor puntaje Canadá (10). Debido a que, Canadá recientemente abrió el mercado de exportación de Arándanos peruanos, es decir no cuenta con mucho posicionamiento de empresas peruanas en su mercado.
- **Temporada de Cultivo:** Obtiene mayor puntaje países europeos (9), dado que muestran mayor tiempo de escasez de arándano; respaldado principalmente por condiciones climáticas.

**Tabla 23.** Análisis Cualitativo – Resultados

País	F1	F2	F3	F4	F5	Total	Ranking
<b>Peso</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>		
Estados Unidos	10	8	10	7	8	87	2°
Reinos Unido	8	8	8	8	9	83	3°
Canadá	10	9	9	10	8	91	1°
Países Bajos	8	8	8	8	9	83	3°
Alemania	8	8	8	8	9	83	3°

Elaboración Propia

Análisis Cualitativo: Canadá obtuvo 91 puntos, la mayor puntuación dentro de los mercados con mayor presencia de importaciones de arándano fresco y luego de analizar los factores indicados previamente.

**Resultado No 03:** Factores cuantitativos para el análisis de oportunidades de negocio del mercado canadiense para la exportación de Arándano Fresco de Perú, se describe:

- **Precio Promedio:** Obtiene mayor puntuación Canadá (10). Dado que, en 2020; el país en mención pagó más [6.24 USD/Kg] por los Kg exportados de Perú, con respecto a otros mercados, vale mencionar que la información se obtuvo de SUNAT.
- **Demanda Potencial:** Obtiene mayor puntaje Canadá (10), dado que en los últimos años [periodo: 2015-2019], Canadá cuenta con mayor crecimiento en términos de volumen de exportación es Canadá, mayor a +100%.
- **Estabilidad económica del país y capacidad adquisitiva:** Obtiene mayor puntaje Estados Unidos (10) y Canadá (10). Los países norteamericanos muestran menores niveles en el % inflación y crecimiento en PBI per cápita. Canadá, mantiene su PBI per cápita con respecto al 2018.
- **Consumo per cápita:** Obtiene mayor puntuación Países Bajos (10). En el 2017, el mayor consumo de arándano fresco en Países bajos [1.25kg] seguido por Canadá con [1.22kg].
- **Distancia al mercado:** Obtiene mayor puntaje Canadá (10) y Estados Unidos (10), dado que, en promedio la exportación de arándanos desde el Puerto del Callado (ruta naviera) hacia ambos países demoran 20 días aproximadamente.

**Tabla 24. Análisis Cualitativo – Resultado**

País	F1	F2	F3	F4	F5	Total	Ranking
<b>Peso</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>		
Estados Unidos	8	8	10	8	10	94	3°
Reinos Unido	8	8	8	7	8	85	5°
Canadá	10	10	10	9	10	107	1°
Países Bajos	9	9	8	10	9	100	2°
Alemania	7	7	9	8	9	86	4°

Elaboración Propia

Análisis Cuantitativo: Canadá obtuvo 107 puntos, la mayor puntuación dentro de los mercados con mayor presencia de importaciones de arándano fresco y luego de analizar los factores cuantitativos indicados previamente.

**Resultado No 04:**

- Se determinó y analizó el comportamiento de la exportación peruana de arándano en el periodo de 2014 a 2023, obteniendo que; la exportación de arándano fresco al mundo entre 2014 a 2019 fue de 279M TN, y mediante el método de incremento

porcentual se determinó que la proyección de exportación de arándano fresco peruano hacia Canadá entre 2020 - 2023 será de 13M TN.

### **Resultado No 05:**

- Se evaluó económicamente mediante el margen de contribución y se determinó que exportar arándano fresco peruano al mercado canadiense es una oportunidad, debido a que genera las siguientes ganancias por Kg [\$/Kg]: en 2020 será de 3.05\$/Kg, en 2021 de 3.09\$/Kg, en 2022 de 3.11 \$/Kg y 2023 de 3.12 \$/Kg, es decir un margen de contribución nominal de \$45.3MM, vale mencionar que las ventas a un precio de 6.24\$/Kg (SUNAT) sería de \$86.7MM en el mismo periodo de 2020 – 2023.

## **VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **VI.1. Discusión**

Esta investigación tuvo como propósito determinar si el mercado canadiense representa una oportunidad de negocio para la exportación de arándano fresco. En la primera etapa de la investigación se seleccionó los países que importen en mayor cantidad el arándano fresco peruano, los resultados de participación fueron los siguientes: USA (43%), Reino Unido (10%), Canadá (9%), Países Bajos y Alemania (7%).

En la segunda etapa, se realizó análisis cuantitativo y cualitativo para ratificar la selección de mercado. El análisis (cualitativo/cuantitativo) se realizó mediante factores los cuales concluyeron que Canadá es el país que representa mejor oportunidad de negocio para la exportación de arándano fresco, sustentado con la puntuación obtenida en el A. Cuantitativo [107ptos] y A. Cualitativo [91ptos].

Según PromPerú (2016) el análisis debe contener la siguiente información “Oportunidades que se brinda según demanda, importaciones y competencia, disponibilidad de transporte e información cualitativa” a fin de respaldar decisiones que toman los emprendedores con respecto al mercado, los intermediarios, los canales de comercialización, la competencia, los consumidores y el contexto internacional en el que operan y en este proyecto se tomo dichos factores cuantitativos y cualitativos para la selección del mercado.

En la tercera etapa, se determinó la demanda estimada, oferta estimada y la demanda insatisfecha del mercado canadiense. En cuanto a la demanda estimada se utilizó el método de regresión final para determinar la ecuación a utilizar, se consideró que R<sup>2</sup> es mayor que 0.80 se detalla en la tabla N°13. Sobre la Oferta



estimada se utilizó el método de mínimos cuadrados para determinar la ecuación a utilizar, el cual se muestra en la Tabla N°17 y por último la demanda insatisfecha obtenida de la diferencia de la demanda y la oferta el cual se detalla en la Tabla N°18, el resultado es de 120M TN [2019-2023].

De acuerdo con lo indicado por Giron y Jalk (2018), “Estados Unidos y Holanda garantizan una demanda insatisfecha de 0.5% y 3% respectivamente con su proyecto”. Mientras que en el presente proyecto en el periodo del 2020 al 2023 para el mercado canadiense cubren la demanda insatisfecha en un 10% [120M TN].

En la cuarta etapa, se determinó la proyección de la exportación peruana de Arándano fresco al mundo y a Canadá (Tabla N°20), mediante método de incremento porcentual, el cual resulta: Exportación Mundo 1010M (TN) y Exportación a Canadá 13.8M (TN).

Según Gamarra (2016) indica que, “el Perú cuenta con un gran potencial exportador ya que su porcentaje de participación con respecto al mundo es de 5.153%”, a diferencia de este proyecto que indica según investigación y validado por el análisis de indicadores cualitativos y cuantitativos una participación del 9% con respecto al mundo y con una proyección mayor al pasar los años

Por otro lado, Sandoval (2016), indica que sus principales mercados de destino del arándano fresco son Estados Unidos (39.79% del total exportado), Reino Unido (11.91%) y Canadá (11.84%). Mientras que el presente proyecto determinó que el mercado potencial para el arándano fresco analizando distintas variables es Canadá.

Finalmente, en la quinta etapa, se realizó un análisis económico mediante resultados de contribución, donde el resultado de ganancia por cubrir la demanda insatisfecha sería por Kg exportado es de 3.09 \$/kg, así mismo, la contribución sería de 392(miles de Millones \$), con una cantidad de 9 Mil FCL y considerando un precio promedio de 6.24 \$/kg.

Vale mencionar que para obtener el resultado económico del presente proyecto se deberá contar con estrategias de comercialización. Según lo indicado por Ale (2018), “Las estrategias de comercialización si influyen en la exportación de arándano fresco en un 80% ya que su implementación permite mejorar su capacidad de realizar negocios en el mercado local, con mayor posibilidad de ingreso al exterior”.

## **VI.2. Conclusiones**

- El mercado canadiense representa una oportunidad de negocio para incrementar considerablemente las exportaciones peruanas de Arándano, dado que se observa un crecimiento en exportación del 2019 en 1.1M TN a 2023 en 5.1M TN, es decir un incremento considerable de +324%.
- En el análisis cuantitativo que se realizó mediante los factores: Precio promedio, demanda potencial, estabilidad económica del país y capacidad adquisitiva, consumo per cápita y distancia al mercado; determinaron que el mercado de Canadá es un mercado que representa una oportunidad de negocio para el crecimiento de las exportaciones de Arándano fresco.
- En el análisis cualitativo realizado, determinó que existe un favorable ambiente entre Perú y Canadá, lo cual fue demostrando mediante los factores: preferencia arancelaria, permisibilidad de ingreso, información disponible en el mercado, presencia de competidores nacionales y temporada de cultivo.
- El análisis del comportamiento histórico de las exportaciones de Perú hasta el 2023 es próspero para el comercio del Arándano fresco, observando un crecimiento de exportación al mundo en el 2023 de [344M TN] y a Canadá de [5.1M TN], oportunidad que el Perú, como proveedor en potencia del arándano puede aprovechar para aumentar las exportaciones hacia el mundo y Canadá.
- Se evaluó económicamente la demanda de exportación proyectada, el cual genera una contribución de 45 (Miles de Millones \$), y una ganancia de 3.10 \$/kg de producto exportado, con un Margen, el cual es 52.30%. Lo cuales son resultados positivos que indica que Canadá representa una oportunidad de negocio para el aumento de las exportaciones de Arándano fresco peruanas.

### **VI.3. Recomendaciones**

El mercado canadiense ha demostrado tener factores beneficiosos para la exportación de Arándano fresco de Perú. Las tendencias de consumo en ese mercado se orientan a productos frescos, saludables y funcionales. En tal sentido, es importante aprovechar todas las condiciones que generen una oportunidad de negocio en el mercado canadiense y así poder tener éxito en la exportación y/o relaciones comerciales.

Para asegurar un posicionamiento del arándano fresco en Canadá, se recomienda realizar estudios de mercado especializado y plan de marketing integral que permita resaltar las propiedades beneficiosos del arándano, así mismo; realizar investigaciones que se centren en analizar el perfil del consumidor en el mercado canadiense, a fin de disminuir el tiempo de posicionamiento en el mercado. Por otro lado, se recomienda a las entidades públicas y privadas relacionadas a la producción y comercialización del

arándano, que puedan potenciar estrategias de mejora en el producto para hacer frente a la competencia, a fin de que el producto cuente con valor agregado y por ende sean innovadores ante el mercado canadiense.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, A., & Duarte, L. (14 de Febrero de 2011). *SlideShare*. Recuperado el Diciembre de 2018, de SlideShare: <https://es.slideshare.net/uabcpsique/diseos-no-experimentales-transversales-transversales-descriptivos-y-exploratorios>
- Ale, E. (1 de Enero de 2018). Estrategia de comercialización al mercado de Estados Unidos para las exportaciones de arándanos frescos de los agricultores de la región de La Libertad, 2017. *tesis*. Lima, Lima, Peru.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). *A theory of entrepreneurial opportunity identification*. Illinois: Journal of Business Venturing: Elsevier Science Inc.
- Avalos, B. (02 de Mayo de 2016). *Blog: Todo Marketing*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Todo Marketing: <http://www.todomktblog.com/2013/04/investigacion-de-mercados-cuantitativa.html>
- Banco Central de Reserva del Peru. (23 de Mayo de 2021). *Reportes: Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de BCRP web site: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2021.pdf>

- BANCO MUNDIAL. (28 de MARZO de 2021). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de BANCO MUNDIAL:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2019&start=1985&view=chart>
- Bank of Canada. (23 de Mayo de 2021). *Estadistic: Bank of Canada* . Obtenido de Bank of Canada  
web site: <https://www.bankofcanada.ca/>
- Baron, R. (2006). *Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities*. New York: Academy of Man. Obtenido  
de [https://pajuha.com/wp-content/uploads/2020/02/Tr185.Mogh\\_.Opportunity-Recognition-as-Pattern.pdf](https://pajuha.com/wp-content/uploads/2020/02/Tr185.Mogh_.Opportunity-Recognition-as-Pattern.pdf)
- Blog Perú historia y cultura . (4 de diciembre de 2015). *Blog: Perú historia y cultura*. Obtenido de  
Perú historia y cultura Blos Spot:  
<https://peruhistoriaycultura.blogspot.com/2015/12/acuerdos-comerciales.html>
- Blueberries consulting. (03 de Octubre de 2017). *Noticias: Blueberries consulting*. Recuperado el  
2018, de Blueberries Consulting: <https://www.blueberriesconsulting.com/canada-sera-la-proxima-sede-del-international-blueberry-organization-summit/>
- Cebrian, J. (01 de diciembre de 2018). *Plantas medicinales: Web consultas*. Obtenido de  
Webconsultas: <https://www.webconsultas.com/belleza-y-bienestar/plantas-medicinales/que-es-el-arandano-principios-activos>
- Chapman, L. (21 de Mayo de 2020). *Radio Canadá Internacional*. Obtenido de Radio Canadá  
Internacional: <https://www.rcinet.ca/es/2020/05/20/la-inflacion-cae-por-debajo-de-cero-en-canada/>
- ContryMeters. (01 de Noviembre de 2018). *About Canada*. Recuperado el 05 de Enero de 2019, de  
Country Meters: <https://countrymeters.info/es/Canada>
- Datanalisis. (02 de Febrero de 2015). *Estudios: Datanalisis*. Recuperado el Diciembre de 2018, de  
Datanalisis Sitio Web: <https://www.datanalisis.com/144/investigacion-cualitativa-permite-entender-al-consumidor/>
- Datos macro. (23 de Mayo de 2021). *Economía y datos de los países: Datos macro*. Obtenido de  
Datos macro web site: <https://datosmacro.expansion.com/paises/canada>
- El Comercio. (19 de Octubre de 2017). *Respuesta: El Comercio*. Recuperado el Diciembre de 2018,  
de El Comercio: <https://elcomercio.pe/respuestas/que/pbi-calcula-noticia-466808>
- El Comercio. (22 de Agosto de 2018). *Economía: El comercio*. Recuperado el Diciembre de 2018,  
de El Comercio Sitio Web: <https://elcomercio.pe/economia/peru/ccl-mineria-agro-impulsaran-crecimiento-exportaciones-ano-noticia-549488>
- El Economista. (01 de Enero de 2016). *General: El Economista*. Recuperado el Diciembre de 2018,  
de El Economista: <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>

- Fletcher, D. (2006). *Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity*. Luxemburgo: Entrepreneurship & Regional Development.
- Gamarra, J. (1 de Enero de 2016). Estrategia de Mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017. Tesis. Lima, Lima, Peru.
- Gestión. (22 de Abril de 2014). *Opinión: Gestión*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Gestión: <https://gestion.pe/opinion/gestion-explica-calcula-pbi-58060>
- Gestión. (06 de Marzo de 2017). *Economía: Gestión*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Gestión: <https://gestion.pe/economia/agroexportaciones-peru-suman-us-516-millones-enero-llegaron-98-paises-130139>
- Gestión. (04 de Diciembre de 2018). *Economía: Gestión*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Gestiónn Sitio Web: <https://gestion.pe/economia/exportaciones-arandanos-peruanos-crecen-57-octubre-baten-record-251826>
- Gestión. (04 de Febrero de 2018). *Economía: Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/peru-desplaza-ee-uu-canada-exportacion-mundial-arandanos-226463>
- Giron, A., & Jalk, C. (1 de Febrero de 2018). Estudio de Pre-factibilidad de exportación de arándanos a Estados Unidos y Holanda. Tesis. Lima, Lima, Peru.
- Gobierno del Perú. (3 de Diciembre de 2020). *¿Que hacemos?: E Canadá*. Obtenido de Gobierno del Perú: <https://www.gob.pe/4153-embajada-del-peru-en-canada-que-hacemos>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). Mexico D.F.: The McGraw-Hill Companies.
- Innova. (1 de Enero de 2015). *Blogs: Innova Media Consultores*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Innova Media Consultores: <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>
- International Trade Centre. (28 de Marzo de 2021). *Intracen.org*. Obtenido de TradeMap: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0810400000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0810400000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Intriago, A. (01 de Diciembre de 2007). *Macroeconomic Analysis*. Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.aiu.edu/applications/DocumentLibraryManager/upload/Analisis%20Macroeconomico.pdf>
- Irrifrut. (05 de Julio de 2014). *Climafrutal*. Recuperado el 03 de marzo de 2019, de Climafrutal: <https://climafrutal.wordpress.com/el-arandano/>

- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Londres: Pearson Educación . Obtenido de <https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
- Manual de Comercio Exterior. (02 de MARZO de 2017). *Articulos Publicados: El Transporte Marítimo de carga*. Obtenido de MANUAL DE COMERCIO EXTERIOR Web Site: <https://www.manualdecomercioexterior.com/2018/03/el-transporte-maritimo-de-carga.html>
- MARSH. (31 de Diciembre de 2018). *Campaigns: MARSH*. Obtenido de MARH WEB SIT: <https://www.marsh.com/us/campaigns/political-risk-map-2018.html>
- Mincetur. (01 de Setiembre de 2009). *GUÍA DE ORIENTACIÓN AL USUARIO DEL TRANSPORTE ACUÁTICO* (Vol. I). (M. Higa, & P. Monzón, Edits.) Lima: MInisterio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado el diciembre de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad43065.pdf>
- Mincetur. (1 de Enero de 2019). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de Acuerdos Comerciales Sitio Web: [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=27](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=27)
- Mincetur. (20 de Mayo de 2020). *Acuerdo comerciales: Mincetur*. Obtenido de Mincetur web site: [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/canada/espanol/Anex\\_203\\_Cro nog\\_Arancel\\_Canada.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/canada/espanol/Anex_203_Cro nog_Arancel_Canada.pdf)
- OMS. (01 de Enero de 2018). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Organización Mundial de la Salud Web Site: <https://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/>
- Opera Global Business. (01 de Enero de 2016). *Contenidos: Operagb*. Obtenido de OperaGb Web site: <http://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>
- Penelo, L. (10 de Julio de 2018). *Materia Prima: Lavanguardia*. Recuperado el 03 de marzo de 2019, de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180710/45783544503/arandanos-frutas-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>
- Plan de negocio Perú. (15 de marzo de 2020). *Plan de negocio Perú*. Obtenido de Plan de negocio Perú: Blog: <https://plandenegociosperu.com/2020/03/calcular-el-consumo-per-capita/>
- ProChile Canadá. (1 de Enero de 2015). El Mercado de Arandanos en Canadá. *Ficha de Mercado*. Santiago, Santiago, Chile.
- PromPerú. (2016). Guía Exportadora - Servicio al Exportador. *PromPerú*, 1-37. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>

- Puell, L. (01 de Octubre de 2016). *Agencia: Andina*. Recuperado el Diciembre de 2018, de Andina Sitio Web: <https://andina.pe/agencia/noticia-chavimochic-convertira-a-peru-el-primer-exportador-arandanos-del-mundo-728640.aspx>
- QuestionPro. (01 de Enero de 2017). *Blog: QuestionPro*. Recuperado el Diciembre de 2018, de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-de-mercado-y-analisis-del-mercado/>
- Questionpro. (01 de Enero de 2018). *Blog: QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-de-mercado-cualitativa/>
- Ruiz, V. (10 de octubre de 2014). *Slideshare* . Obtenido de Slideshare web Site: <https://es.slideshare.net/VALELUXI/tlc-canada>
- Sandoval, K. (22 de Agosto de 2016). Determinantes de la exportación de arándanos frescos en el Perú. *Tesis*. Trujillo, La Libertad, Perú.
- Sarasvathy, S. (2003). *Three Views of Entrepreneurial Opportunity*. Virginia: Part of the International Handbook Series on Entrepreneurship book series (IHSE, volume 1).
- Singh, R., Hills, G., & Lumpkin, G. (2000). *Examining the role of self-perceived entrepreneurial alertness in the opportunity recognition process*. France: 13th UIC/AMA Symposium on Marketing and Entrepreneur-ship Interface.
- Sloman, J., Norris, K., & Garret, D. (2014). *Principes of Economics*. (R. Pomponio, Ed.) Australia: Pearson Australia. Recuperado el Diciembre de 2018, de Recursos Biblio sitio web: [http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio\\_sin\\_paredes/maestria/dir\\_indus/econom\\_parkin/cap/03.pdf](http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio_sin_paredes/maestria/dir_indus/econom_parkin/cap/03.pdf)
- Statista. (01 de Enero de 2019). *Sociedad: Economía*. Recuperado el 2019, de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/635220/producto-interior-bruto-pib-de-canada/>
- SUNAT. (28 de Marzo de 2021). *SUNAT*. Obtenido de SUNAR: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- SurveyMonkey. (4 de Abril de 2021). *SurveyMonkey*. Obtenido de SurveyMonkey: <https://es.surveymonkey.com/mp/how-causal-research-leads-business-decisions/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20causal%20est%C3%A1%20dentro,un%20individuo%20o%20una%20organizaci%C3%B3n.>

## VIII. ANEXOS

### ANEXO I. Matriz de Consistencia

ANEXO: MATRIZ DE CONSISTENCIA				
AUTOR: MARIA FERNANDA VÁSQUEZ CHÁVEZ			FECHA: 15 / 10 / 2020	
TÍTULO: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL MERCADO CANADIENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO DE PERÚ				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>1. Problema General:</b></p> <p>¿En qué medida el mercado canadiense constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones peruanas de Arándano fresco?</p>	<p><b>1. Objetivo General:</b></p> <p>Determinar en qué medida el mercado canadiense constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones peruanas de Arándano fresco</p>	<p><b>1. Hipótesis General:</b></p> <p>El mercado canadiense constituye una oportunidad de negocio para incrementar significativamente las exportaciones peruanas de Arándano.</p>	<p><b>V. Independiente</b></p> <p>Oportunidad de Negocio en el mercado canadiense</p>	<p><b>1. Tipo de Investigación</b> Causa - Efecto</p> <p><b>2. Nivel de Investigación</b> Causa - Efecto</p> <p><b>3. Método:</b> _____</p> <p><b>4. Diseño de la Investigación:</b> No experimental, Transversal o transaccional</p> <p><b>5. Marco Muestral:</b> _____</p> <p><b>6. Población:</b> Las exportaciones del arándano fresco peruano.</p> <p><b>6. Muestra:</b> Las exportaciones del arándano fresco peruano al mercado canadiense en el periodo 2014-2023</p> <p><b>7. Técnicas:</b> Entrevista, Análisis de Documento/Bibliográfico</p> <p><b>8. Instrumentos:</b> Ficha de Entrevista, Ficha Bibliográfica,</p> <p><b>9. Indicadores:</b> * Análisis Cuantitativo (Precio promedio, Demanda potencial, Estabilidad económica, consumo per capita, distancia al mercado) * Análisis cualitativo (Preferencia arancelaria, permisibilidad de ingreso, información disponible del mercado, presencia de competidores nacionales, temporada de cultivo) *Comportamiento de la exportación peruana del arándano frescos para el periodo 2014 - 2018 *Comportamiento de la exportación de arandanos frescos para el periodo 2019 al 2023</p>
<p><b>2. Problemas Específicos:</b></p> <p>¿Es posible determinar con análisis cuantitativo que el mercado consitutre una oportunidad de negocio para el incremento de Arándano Fresco?</p> <p>¿Es posible determinar con el análisis cualitativo si existe un ambiente favorable Perú y Cánada con respecto a las oportunidad de negocio?</p> <p>¿Es posible determinar y analizar el comportamiento historico de exportaciones peruanas de los Arandanos durante 2014-2023?</p> <p>¿Es posible evaluar economicamente si el mercado canadiense constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones peruanas de Arandano Fresco?</p>	<p><b>2. Objetivos Especificos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar cuantitativamente las oportunidades de negocio del mercado canadiense respecto a la información socioeconómica de Canadá, como: PBI per cápita, %Inflación, consumo per cápita, precio promedio.</li> <li>• Analizar cualitativamente las oportunidades de negocio del mercado canadiense respecto al ambiente comercial entre Perú y Canadá</li> <li>• Determinar y analizar el comportamiento de las exportaciones peruanas de los Arándanos durante el periodo de 2014 a 2023.</li> <li>• Evaluar economicamente si el mercado canadiense constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones peruanas de Arándano Fresco.</li> </ul>	<p><b>2. Hipótesis Especificas (opcional):</b></p>	<p><b>V. Dependiente:</b></p> <p>Exportación peruana del arándano fresco</p> <p><b>V. Intervinientes:</b></p>	



## ANEXO II. Instrumentos [Ficha de entrevista y Ficha Bibliográfica]

### Ficha de entrevista

La Ficha de entrevista tiene como objetivo de obtener información para el trabajo de investigación que se realiza sobre: "OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL MERCADO CANADIENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO DEL PERÚ"

Razon social de la empresa			
Nombre del entrevistado			
Cargo que desempeña			
Años de experiencia en el sector			
Fecha			
<b>ACERCA DE LA PRODUCCIÓN</b>			
<b>¿Conoces Ud. Los atributos del arándano?</b>			
SI	<input type="text"/>	¿Cuáles?	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>		
<b>¿Cuenta con áreas de cultivo de arándano?</b>		<b>¿Las áreas de cultivo son propias?</b>	
SI	<input type="text"/>	SI	<input type="text"/> ¿Ubicación? <input type="text"/>
NO	<input type="text"/>	NO	<input type="text"/>
Si su respuesta es sí:			
<b>¿Hace cuanto tiempo produce arándano?</b>		<b>¿Cuántas hectareas de arándano tien sembrado?</b>	
Hace 3 años	<input type="text"/>	Menor a 1 ha	<input type="text"/>
Hace 5 años	<input type="text"/>	Entre 1 ha y 2 ha	<input type="text"/>
más de 5 años	<input type="text"/>	mayor a 2 ha	<input type="text"/>
<b>¿Qué variedad de arándano tiene sembrado?</b>		<b>¿Qué rendimiento obtiene de su producción de arándano?</b>	
Biloxi	<input type="text"/>	5TM/ ha	<input type="text"/>
Ventura	<input type="text"/>	7 TM/ha	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	9 TM/ha	<input type="text"/>
Desconoce	<input type="text"/>	más de 11 TM/ha	<input type="text"/>
<b>¿Por qué produce arándano?</b>		<b>¿Considera uD. Que el arándano es un cultivo rentable?</b>	
Por calidad	<input type="text"/>	SI	<input type="text"/>
Por precio	<input type="text"/>	NO	<input type="text"/>
Por rendimiento	<input type="text"/>	Mencionar cuanto :	<input type="text"/>
Oportunidad de mercado	<input type="text"/>		
Otros	<input type="text"/>		
<b>ACERCA DEL MERCADO</b>			
<b>¿De que forma comercializa el arándano?</b>			
Fresco	<input type="text"/>		
Procesado	<input type="text"/>	Indica como	<input type="text"/>
<b>¿Dónde comercializa su producto, sea fresco o procesado?</b>			
Mercado local	<input type="text"/>	A que zonas	<input type="text"/>
Mercado nacional	<input type="text"/>	A que regiones/ciudades	<input type="text"/>
Mercado Internacional	<input type="text"/>	A que países	<input type="text"/>
<b>¿Conoce las normas para exportar el arándano ya sea fresco o procesado?</b>			
SI	<input type="text"/>		
NO	<input type="text"/>		
<b>ACERCA DEL PRECIO Y MARCA</b>			
<b>¿Cuáles son los criterios utilizados para la fijación de precios de exportación?</b>		<b>¿Como ha variado el precio de la venta desde el ultimo año?</b>	
Costo	<input type="text"/>	Se incremento	<input type="text"/>
Competencia	<input type="text"/>	Disminuyo	<input type="text"/>
Elasticidad de la demanda	<input type="text"/>	Estable	<input type="text"/>
Lo propone el comprador	<input type="text"/>		
Otros	<input type="text"/>		
<b>¿A que precio vende su producto fresco?</b>		<b>Sus productos ¿cuentan con alguna marca</b>	
rspta.	<input type="text"/>	SI	<input type="text"/> ¿Cuál? <input type="text"/>
		NO	<input type="text"/>
<b>¿Cual es la modalidad de exportación?</b>			
Producto de marca	<input type="text"/>		
Productos de granel sin marca	<input type="text"/>		
Ambas	<input type="text"/>		

ACERCA DE LAS VENTAS			
¿Cual fue el monto neto de sus ventas "en miles USD durante el 2018?		¿Qué % de sus ventas del 2018 corresponde a exportación de arándanos?	
Menor a 300M	<input type="text"/>	Menor al 10%	<input type="text"/>
300M a 1,8MM	<input type="text"/>	Del 10% al 25%	<input type="text"/>
1,8MM a 3MM	<input type="text"/>	Del 26% al 50%	<input type="text"/>
Mayor a 3MM	<input type="text"/>	Del 51% al 75%	<input type="text"/>
		Mayor al 75%	<input type="text"/>
¿Cuál es el porcentaje de ventas al exterior que espera para el 2019?		¿Ha variado la cantidad vendida de sus productos desde el último año?	
Mayor	<input type="text"/>	Se incrementó	<input type="text"/>
Menor	<input type="text"/>	Disminuyó	<input type="text"/>
Igual	<input type="text"/>		
Si enfrentara un aumento de la demanda local y/o internacional, ¿tendría la capacidad para abastecerla?		¿Posee la empresa alguna norma de certificación Internacional?	
SI	<input type="text"/>	SI	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>	NO	<input type="text"/>
NO SABE	<input type="text"/>		
¿Se siente satisfecho con la cantidad de arandano fresco o procesado que comercializa?			
SI	<input type="text"/>	¿Por qué?	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>	¿Por qué?	<input type="text"/>
ACERCA DE LAS EXPORTACIONES			
¿Ha participado en misiones comerciales en el exterior?		¿Ha participado en ferias sectoriales?	
Una vez	<input type="text"/>	Una vez	<input type="text"/>
Mas de una vez	<input type="text"/>	Mas de una vez	<input type="text"/>
Ninguna vez	<input type="text"/>	Ninguna vez	<input type="text"/>
¿De qué manera promociona su producto?		¿Qué atributos considera que diferencia a sus productos de los demás?	
Ferias internacionales	<input type="text"/>	Calidad	<input type="text"/>
Por internet	<input type="text"/>	Precio	<input type="text"/>
Revistas	<input type="text"/>	Envase/Etiquetado	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	Otros	<input type="text"/>
¿Cómo financia la producción destinada a las Exportaciones?		¿Qué carencias considera tener que le limita a exportar?	
Bancos	<input type="text"/>	Escacez de productos agricolas	<input type="text"/>
Capital propio	<input type="text"/>	Escazo conocimiento del producto	<input type="text"/>
Proveedores	<input type="text"/>	Escaza tecnología p/ producción	<input type="text"/>
Todas	<input type="text"/>	Escacez logística adecuada	<input type="text"/>
		Falta de espacio para area de cultivo	<input type="text"/>
		Otros	<input type="text"/>

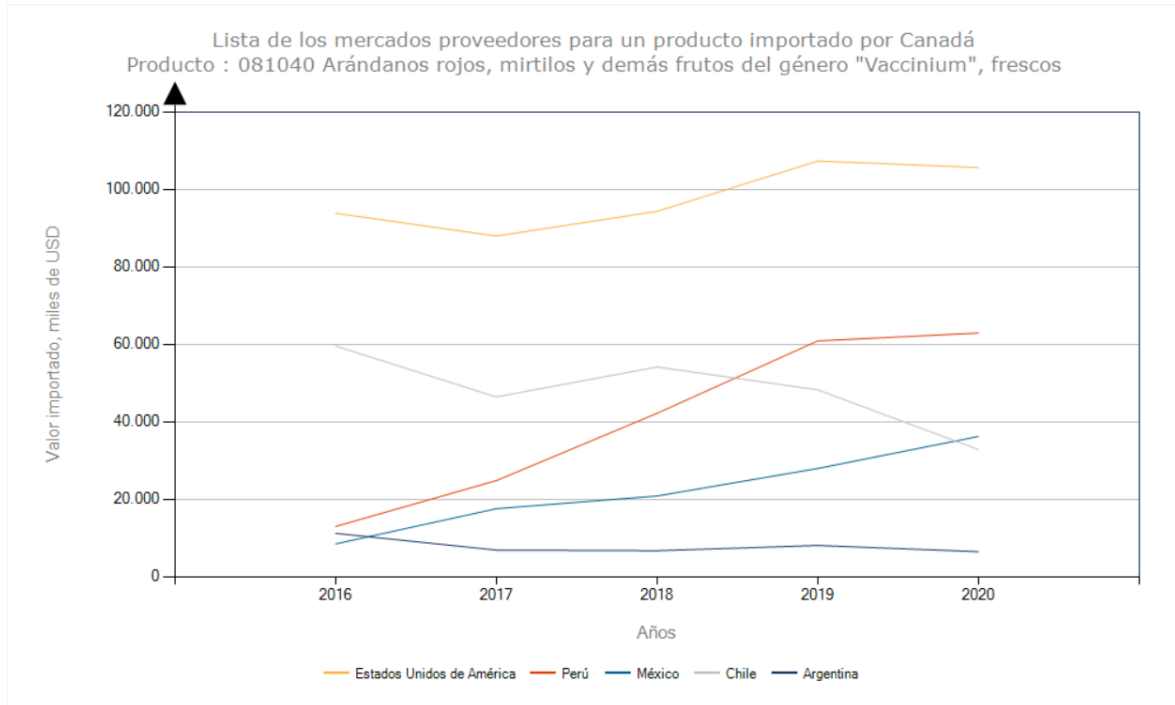
## Ficha Bibliográfica

FICHA BIBLIOGRAFICA / CIBERGRAFICA			
N° FICHA	<input type="text"/>		
AUTOR	<input type="text"/>		
TITULO	<input type="text"/>	AÑO DE PUBLICACION	<input type="text"/>
TEMA	<input type="text"/>	TIPO DE PUBLICACION	<input type="text"/>
LINK   UBICACIÓN DEL TEXTO:	<input type="text"/>		
RESUMEN	<input type="text"/>		

**ANEXO III. Importaciones de Canadá de arándano fresco**

**Figura 7. Importaciones de Canadá | arándano Fresco – 2016-2020**

(miles de USD)



Fuente: (International Trade Centre, 2021)

ANEXO IV: Análisis Cualitativo

Figura 8. Convenios Internacionales

CONVENIOS INTERNACIONALES

SECCIÓN: II : PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL  
 CAPITULO: 8 : Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías  
 08.10 Las demás frutas u otros frutos, frescos.  
 0810.40.00.00 - Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
VENEZUELA	229 - ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE NATURALEZA COMERCIAL PERU			23/09/2013-31/12/9999	---	100%	
URUGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	8104000		01/01/2011-31/12/9999	---	100%	
ARGENTINA	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	8104000		01/01/2014-31/12/9999	---	100%	
BRASIL	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	8104000		01/01/2014-31/12/9999	---	100%	
BRAZIL	504 - ACUERDO DE ALCANCE REGIONAL NRO. 4 - PAR 4 PERU-BRA-CH			16/09/2000-31/12/9999	---	6%	
CHILE	504 - ACUERDO DE ALCANCE REGIONAL NRO. 4 - PAR 4 PERU-BRA-CH			16/09/2000-31/12/9999	---	10%	
EE.UU.	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU.			01/01/2012-31/12/9999	25%	100%	
CANADA	803 - TLC PERU - CANADA			01/01/2012-31/12/9999	25%	100%	
SINGAPUR	804 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - SINGAPUR			01/01/2013-31/12/9999	25%	100%	
CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHINA			01/01/2012-31/12/9999	17%	100%	
COREA	806 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - COREA			01/01/2012-31/12/9999	9%	100%	
ISLANDIA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2012-31/12/9999	25%	100%	
LIECHTENST	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2012-31/12/9999	25%	100%	
SUIZA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2012-31/12/9999	25%	100%	
NORUEGA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/07/2012-31/12/9999	25%	100%	
TAILANDIA	808 - PROTOCOLO PERU - TAILANDIA			31/12/2011-31/12/9999	25%	100%	
MEXICO	809 - ACUERDO DE INTEGRACION COMERCIAL PERU - MEXICO			01/01/2021-31/12/9999	25%	100%	
JAPON	810 - ACUERDO DE ASOCIACION ECONOMICA PERU - JAPON			01/03/2012-31/12/9999	9%	100%	
PANAMA	811 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - PANAMA			01/05/2012-31/12/9999	9%	100%	
ALEMANIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
AUSTRIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
BELGICA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
BULGARIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
CHIPRE	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
CROACIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
DINAMARCA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
ESLOVAQUIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	
ESLOVENIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/01/2018-31/12/9999	17%	100%	

Fuente: (SUNAT, 2021)

ANEXO V: Análisis Cuantitativo

**Tabla 25. Inflación, precios al consumidor (% anual)**

Country Name	Country Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Canadá	CAN	2.72	2.53	2.26	2.76	1.86	2.21	2.00	2.14	2.37	0.30	1.78	2.91	1.52	0.94	1.91	1.13	1.43	1.60	2.27	1.95
Alemania	DEU	1.44	1.98	1.42	1.03	1.67	1.55	1.58	2.30	2.63	0.31	1.10	2.08	2.01	1.50	0.91	0.51	0.49	1.51	1.73	1.45
Reino Unido	GBR	1.18	1.53	1.52	1.38	1.39	2.09	2.46	2.39	3.52	1.96	2.49	3.86	2.57	2.29	1.45	0.37	1.01	2.56	2.29	1.74
Países Bajos	NLD	2.36	4.16	3.29	2.09	1.26	1.69	1.10	1.61	2.49	1.19	1.28	2.34	2.46	2.51	0.98	0.60	0.32	1.38	1.70	2.63
Estados Unidos	USA	3.38	2.83	1.59	2.27	2.68	3.39	3.23	2.85	3.84	-0.36	1.64	3.16	2.07	1.46	1.62	0.12	1.26	2.13	2.44	1.81

Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2021)

**Tabla 26. PIB per cápita (US\$ a precios actuales)**

Country Name	Country Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Canadá	CAN	24,190	23,738	24,169	28,201	32,034	36,266	40,386	44,543	46,594	40,773	47,448	52,087	52,678	52,653	50,893	43,586	42,322	45,149	46,313	46,195
Alemania	DEU	23,636	23,608	25,078	30,244	34,044	34,507	36,323	41,587	45,427	41,486	41,532	46,645	43,858	46,286	47,960	41,087	42,108	44,553	47,811	46,445
Reino Unido	GBR	28,150	27,745	30,057	34,419	40,290	42,030	44,600	50,567	47,287	38,713	39,436	42,039	42,463	43,445	47,426	44,975	41,064	40,361	43,043	42,330
Países Bajos	NLD	26,149	26,873	29,204	35,672	40,362	41,979	44,863	51,733	57,644	52,514	50,950	54,159	50,073	52,184	52,830	45,175	46,008	48,675	53,045	52,331
Estados Unidos	USA	36,335	37,133	38,023	39,496	41,713	44,115	46,299	47,976	48,383	47,100	48,468	49,887	51,611	53,118	55,065	56,839	57,952	60,062	62,996	65,298

Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2021)