



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos
frescos al mercado de los Estados Unidos, período 2022**

**Para optar el Título profesional de Licenciada en Administración y Negocios
Internacionales**

AUTOR

Br. Santana Gallegos, Karla Nicollee

Código ORCID

0000-0002-8784-3363

LIMA - PERÚ

2021

Tesis

Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de los Estados Unidos, período 2022

Línea de investigación general de la universidad

Economía, Empresa y Salud

Línea de investigación específica de la universidad

Sistema de calidad

Asesor

Mg. Bazán Tanchiva, José Antonio

Código ORCID

0000-002-1059-7969

Miembros del Jurado

Dra. Victoria Gardi Melgarejo (ORCID: 0000-0001-6016-8719)

Presidente del Jurado

Dr. Leoncio Robinson Sánchez Roque (ORCID: 0000-0003-1336-8288)

Secretario

Mtro. Julio Capristan Miranda (ORCID: 0000-0001-5741-7438)

Vocal

Asesor temático

Bazán Tanchiva, José Antonio (ORCID: 0000-002-1059-7969)

Dedicatoria

EL trabajo escrito de investigación va dedicado a mi abuelo, abuela, mi madre, mi tía, mi tío y mi pareja, que me dieron fuerzas para seguir adelante, así mismo para mis sobrinos que me ven como un ejemplo a seguir, también a mis familiares de parte de madre, de mi pareja, amigos, compañeros que nunca dejaron de alentarme, finalmente a mis familiares que murieron por el Covid 19, un beso al cielo para todos ellos.

Agradecimiento

Agradecer en primer lugar a Dios por darme salud y fuerzas, también el agradecimiento para mi alma mater Universidad Privada Norbert Wiener, así mismo a los profesionales que formaron parte de este sueño la Dra. Irma Carhuacho Mendoza, Dr. Fernando Nolazco y Dr. José Bazán que no solo son grandes profesionales sino grandes seres humanos, a los profesionales que contribuyeron para realizar la investigación, así mismo agradecer su gran apoyo incondicional a los profesores que fueron parte de mi formación universitaria, finalmente agradecer sobre todo a al Mg. Eduardo Romero y Lic. Giovanni que me dieron la oportunidad de comenzar una vida universitaria mediante el deporte, sin ellos no hubiera llegado hasta acá.

Declaración de autoría

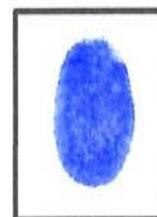
 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01

Yo, Santana Gallegos Karla Nicollee estudiante de la escuela académica de negocio y competitividad de la universidad privada Norbert Wiener, declaro que la tesis titulado: "Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022" para la obtención del título profesional de: Administración y Negocios Internacionales es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



 Firma
 Karla Nicollee Santana Gallegos
 DNI: 72688959



Huella

Lima, 16 de julio de 2021

Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice	vii
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Índice de cuadros	x
Resumen	xi
Introducción	13
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	15
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Formulación del problema	19
1.2.1 Problema general	19
1.2.2 problemas específicos	19
1.3 Objetivos de la investigación	19
1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Justificación de la investigación	20
1.4.1 Teórica	20
1.4.2 Metodológica	20
1.4.3 Práctica	20
1.5 Limitaciones de la investigación	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1 Antecedentes de la investigación	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	27
2.2 Bases teóricas	31
2.2.1 Marco fundamental	31
2.2.2 Marco conceptual	35
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	51
3.1 Método de investigación	51
3.2 Enfoque	51
3.3 Tipo de investigación	52
3.4 Diseño de la investigación	52
3.5 Población, muestra y unidades informantes	53
3.5.1 Población	53
3.5.2 Muestra	54

3.5.3 Unidad de análisis	54
3.6 Variables y dimensiones /categorías y subcategorías	55
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	57
3.7.1 Técnica	57
3.7.1.1 Entrevistas	57
3.7.1.2 Análisis documental	57
3.7.2 Instrumento	58
3.7.2.1 La guía de entrevista	58
3.7.2.2 El registro documental	58
3.7.3. Validación	59
3.8 Procesamiento y análisis de datos	60
3.9 Aspectos éticos	60
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	61
4.1 Descripción de resultados cuantitativos	61
4.2 Descripción de resultados cualitativos	78
4.2.1 Categoría oferta exportable	78
4.2.2 Subcategoría producto	81
4.2.3 Subcategoría documentación	83
4.2.4. Subcategoría negociación	84
4.2.5 Categorías emergentes	86
4.3 Diagnóstico	87
4.4 Propuesta	90
4.4.1 Priorización de los problemas	90
4.4.2 Consolidación del problema	91
4.4.3 Categoría solución (conceptualización)	92
4.4.4 Objetivo general de la propuesta	92
4.4.5 Impacto de la propuesta	92
4.4.6 Direccionalidad de la propuesta	93
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
5.1 Conclusiones	129
5.2 Recomendaciones	130
Referencias	131
Anexo	138
Anexo 1: matriz de consistencia	139
Anexo 2: evidencias de la propuesta	140
Anexo 3: instrumento cualitativo	147
Anexo 4: fichas de validación de la propuesta	150
Anexo 5: transcripción de las entrevistas	156
Anexo 6: pantallazos del atlas. Ti	167

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Representación de la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo	32
Tabla 2. Reglas de los Incoterm creadas por la CCI 2020	49
Tabla 3. Matriz de categorización de la categoría problema	55
Tabla 4. Matriz de categorización de la categoría solución	56
Tabla 5. Expertos que validaron la guía de entrevista	59
Tabla 6. Expertos que validaron la propuesta	59
Tabla 7. Presentación del sector agropecuario en Valor FOB.	63
Tabla 8. Principales empresas exportadoras de arándanos más solicitadas.	66
Tabla 9. Principal país destino de la exportación de arándanos frescos.	68
Tabla 10. Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2016.	70
Tabla 11. Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2017.	71
Tabla 12. Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2018.	72
Tabla 13. Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2019.	73
Tabla 14. Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2020.	74
Tabla 15. Países destino de arándanos de enero a abril del 2020.	75
Tabla 16. Países destino de arándanos de enero a abril del 2021.	76
Tabla 17. Presentación de los productos importados por EE.UU.	77
Tabla 18. Países exportadores de arándanos según el ITC de los Estados Unidos	100
Tabla 19. Lugares destino de las exportaciones de arándanos peruanos en el año 2020.	102
Tabla 20. Medidas del contenedor de 40 pies.	111
Tabla 21. Medidas del Pallets americano o universal	112
Tabla 22. Medidas específicas del envase de 250 g de arándanos	115
Tabla 23. Exportación de arándanos a los Estados Unidos	115
Tabla 24. Precio de arándanos promedio por kilogramos	121

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Representación de la población, muestra y unidad de análisis.	53
Figura 2. Posicionamiento del sector agropecuario a nivel nacional.	62
Figura 3. Mapa de los principales continentes destino de los productos agropecuarios.	64
Figura 4. Exportaciones de arándanos en los últimos cinco años por Valor FOB%	65
Figura 5. Evolución en las empresas agroexportadoras peruanas de arándanos.	67
Figura 6. Presentación gráfica según el valor FOB USD.	69
Figura 7. Presentación gráfica según el Peso Neto Kg.	69
Figura 8. Categoría oferta exportable del resultado cualitativo de la investigación	80
Figura 9. Subcategoría producto del resultado cualitativo de la investigación.	82
Figura 10. Subcategoría documentación del resultado cualitativo de la investigación.	84
Figura 11. Subcategoría negociación del resultado cualitativo de la investigación.	86
Figura 12. Categorías emergentes del resultado cualitativo de la investigación.	87
Figura 13. Gráfica de exportaciones de arándanos mensuales en el año 2016	96
Figura 14. Evolución de los países proveedores de arándanos a los Estados Unidos.	97
Figura 15. Hectáreas de cultivo de arándanos.	98
Figura 16 Procedimiento para el ingreso de le date base de los Estados Unidos	99
Figura 17. Cuadro estadístico de la exportación de arándanos según ITC.	101
Figura 18. Presentación correcta del envase, embalaje y transporte del arándano.	104
Figura 19. Presentación de las partes objetivas del contenedor reefer.	105
Figura 20. Inspección de los lugares de producción por SENASA	107
Figura 21. Imagen del transporte enmallado y con carpa.	108
Figura 22. Imagen del área de almacenamiento.	109
Figura 23. Especificaciones para el muestreo y la inspección de envíos de exportación	110
Figura 24. Imagen de la revisión para el muestreo y la inspección de envíos de exportación	110
Figura 25. Imagen del contenedor de 40 pies	112
Figura 26. Imagen del pallet americano	113
Figura 27. Presentación de la caja troquelada.	114
Figura 28. Imagen del envase del arándano.	114
Figura 29. Exportación de arándanos entre enero y mayo	116

Figura 30. Imagen de las ferias de arándanos para impulsar su cultivo y consumo.	120
Figura 31. Supermercado Walmart venta de arándanos	122
Figura 32. Plantaciones de arándano fresco	140
Figura 33. Desarrollo de raíces en suelo poroso.	141
Figura 34. Raíces enredadas de una plantación de arándanos	141
Figura 35. Fertilizante orgánico	142
Figura 36. Fertilizante convencional	143
Figura 37. Poda de formación (inicio y final)	143
Figura 38. Poda en verde, retiro de ramillas	144
Figura 39. Poda de rejuvenecimiento	144
Figura 40. Grupo de flores polinizadas	145
Figura 41. Reposo del arándano fresco recogido.	145
Figura 42. Clases de arándanos más exportados a EE.UU.	146

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Ficha técnica de entrevista	58
Cuadro 2. Matriz de direccionalidad de la propuesta	93

Resumen

La investigación denominada “Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022”, tiene como objetivo general proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense, cabe señalar que Estados Unidos es el primer importador de arándanos frescos provenientes de Perú.

La investigación se desarrolló por el método inductivo – deductivo, tipo proyectiva, diseño no experimental, los resultados cuantitativos se realizaron por fuentes secundarias de la base de datos de SUNAT, SIICEX, BCRP y los resultados cualitativos se enfocaron en realizar 3 entrevistas a personas relacionadas con los procesos de la oferta exportable, los datos fueron codificados por el programa de Atlas ti versión 9.

El estudio tuvo como diagnóstico que existe un grado de desconocimiento en las exportaciones de arándanos frescos, los procesos logísticos y la comercialización, por ello se realizó un perfil de mercado, un plan logístico y un plan de exportación, se concluyó que la exportación de arándanos frescos peruanos se posiciona en el mercado internacional como el primer proveedor a nivel mundial, sin embargo el gran número de los volúmenes de exportación se realizan en épocas donde la producción de arándanos en Estados Unidos es baja, por ello que se realizó un plan de exportación con la finalidad de generar nuevas oportunidades en el mercado competitivo.

Palabras clave: Oferta exportable, arándanos, producto, negociación, volúmenes, logística y mercado competitivo.

O resumo

A investigação denominada "Fortalecimento da oferta exportável de mirtilo fresco para o mercado dos Estados Unidos, período 2022", tem o objetivo geral de propor o fortalecimento dos diferentes processos a serem realizados para a exportação desta fruta para o mercado dos Estados Unidos. É importante destacar que os Estados Unidos é o principal importador o de mirtilos frescos do Peru.

A investigação foi desenvolvida pelo método indutivo-dedutivo, tipo projetivo, projeto não experimental, os resultados quantitativos foram realizados por fontes secundárias dos dados de base da SUNAT, SIICEX, BCR, e os resultados qualitativos foram realizados por entrevistas com pessoas relacionadas aos processos da oferta exportável, da mesma forma os dados foram codificados pelo programa Atlas ti versão 9.

O estudo teve como diagnóstico que existe um grau de desconhecimento nas exportações de mirtilos frescos, nos processos logísticos e na comercialização, por isso foram realizados um perfil de mercado, um plano logístico e um plano de exportação, chegou se à conclusão que a exportação de mirtilos frescos do Peru está posicionado no mercado internacional como o primeiro fornecedor mundial, porém o grande volume de exportação se dá em tempos em que a produção de mirtilos nos Estados Unidos é baixa, por isso foi realizado um plano de exportação para gerar novas oportunidades no mercado competitivo.

Palavras chave: oferta exportável, mirtilo, produto, volumes, logístico e mercado competitivo.

Introducción

La oferta exportable de arándanos frescos peruanos tuvo como principal país destino a los Estados Unidos, de manera que es el primer importador de este fruto peruano a nivel mundial, cabe señalar que el arándano forma parte de una alimentación saludable por ejemplo prevenir enfermedades cardiovasculares e infecciones, por ello el problema de la investigación fue mejorar la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense.

El país de los Estados Unidos ha generado nuevas oportunidades relacionando el sector agrícola con la actividad comercial, en este caso la exportación, es por ello que el fruto del arándano fresco debido a los suelos del territorio peruano favorece al cultivo de estas plantas logrando que el Perú ejecute grandes volúmenes de exportación al mercado estadounidense de este este fruto, sin embargo, existen procesos logísticos que retrasan el desarrollo de la exportación de este fruto.

Por consiguiente, se describe a continuación la categoría problema y categoría solución del trabajo de investigación.

La categoría problema se basó en la oferta exportable, según el posicionamiento que nos coloca en el sector agropecuario, en la exportación del fruto del arándano fresco al mercado estadounidense, satisfacer los requerimientos del importador norteamericano sobre todo en los volúmenes de exportación, la calidad del fruto y las negociaciones, aportará al desarrollo del sector agropecuario peruano

Así mismo la categoría problema estuvo conformada por subcategorías, la primera se basó en el producto, conocer que vas a enviar al mercado internacional, un ejemplo de ello es que el arándano fresco peruano es nutritivo, en segundo lugar se menciona como subcategoría a la documentación es importante estar informado de los requisitos que te pide las entidades encargadas de evaluar este tipo de mercancías, en el territorio nacional la evaluación es realizada por SENASA para que la mercadería sea liberada del puerto de origen, libre de plagas y enfermedades, así mismo el mercado norteamericano tiene sus propias restricciones la USDA que también vela por la protección de sus ciudadanos y por último la tercera categoría la negociación es importantes encontrar la satisfacción del cliente, y llevar a cabo una buena relación .

Por ello la categoría solución se basará en estrategias que fortalecerán la oferta exportable de arándanos frescos, es por ello que en la actualidad es importante saber la situación actual de las exportaciones en el mercado destino, en este caso el mercado estadounidense, así mismo mejorar la producción del fruto, disminuir los costos y los tiempos en los proceso logísticos, acompañado de fuentes secundarias que den viabilidad a la información requerida, con la finalidad que sean ejecutados en la mejora y/o comienzo de las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La comercialización de arándanos a nivel internacional se encuentra en constante crecimiento a través de los años, obteniendo una oferta más equilibrada con la demanda en el mercado, los países están compitiendo entre ellos para lograr posicionarse entre los primeros exportadores de arándanos y así mejorar sus ingresos en su industria nacional siendo así las condiciones climatológicas su principal factor perjudicando o favoreciendo en su producción. Los precios también están logrando una inestabilidad en el mercado, en el caso de Alemania su oferta se encuentra disminuyendo rápidamente y sus precios han ido subiendo cada semana por otro lado en Bélgica sus precios están volviendo a ser estables, depende mucho de sus temporadas de cosecha también afectando de que algunos países aún no alcanzan su pico de producción; por último el fruto del arándano se está convirtiendo en un alimento esencial para los consumidores a nivel mundial y eso generaría mayor demanda, sin embargo en algunos países como los consumidores franceses e italianos su consumo es bajo a comparación de otros, por ello el crecimiento se irá evaluando en los próximos años (Datasur, 2019).

Por consiguiente tendremos en cuenta que algunos países a través de los años han ido desarrollando su industria en la producción y comercialización de arándanos un fruto alto en fibra, en el caso de Estados Unidos actualmente es el principal país importador y uno de sus estados, California, se encuentra en su pico de producción, sin embargo algunos países afectados por el Covid- 19 ya sea por la escasez y elevación de mano de obra o porque algunos consumidores están priorizando otro tipo de necesidades, en el caso de Europa y Australia; por otro lado, algunos países han aumentado sus exportaciones; en el caso de

Sudáfrica ha generado una tasa de crecimiento en un 50% del 2018/2019 al 2019/2020 de 8.000 toneladas a 17.000 toneladas y en el 2020/2021 tener como meta 25000 toneladas y Colombia es otro de los países que ha tenido un aumento durante los 4 primeros meses del 2020, también cabe considerar que los arándanos provenientes de Lianong provincia de China están siendo lanzados al mercado con un precio altamente competitivo; para culminar otros países prefieren mantenerse en el mercado, como Alemania que actualmente tiene un mercado modesto o buscar nuevas alternativas de comercialización como los países bajos el cual tendrán menos productos y por ello también los envases los harán más pequeños (Simfruit.cl, 2020).

En Latinoamérica, específicamente Chile, busca replantear todo el sistema de su industria para volver a retomar su competitividad en el mercado y a su vez elevar la calidad de su fruta para ello implementaran; la selección correcta de variedades, el manejo adecuado de pre cosecha y post cosecha de la fruta y para finalizar la verificación del producto terminado, todo ello planteado por el Sistema de Calidad del Comité de Arándanos, cabe de resaltar que la directora y fundadora de iQonsulting, Isabel Quiroz que producen inteligencia de mercado explican que la industria del arándano se encuentra enfocado en exportar calidad de parte de los exportadores y los encargados de la producción; y asimismo el Covid- 19 lo verán positivamente ya que en la actualidad los consumidores buscan lograr una alimentación saludable y el fruto del arándano tiene como principales característica mejorar el sistema inmunológico y reforzar su sistema de salud por el cual el arándano formará parte de ello (Blueberries, 2020).

A nivel nacional, nos encontramos entre los primeros países exportadores de arándanos logrando una evolución positiva gracias a su alta rentabilidad, por ello según el

servicio nacional de sanidad y calidad agroalimentaria (SENASA), Orlando Dolores, informa que el crecimiento se ve reflejado en el aumento de toneladas anuales que se exportan, las cifras en el 2018 alcanzaron 73,993 toneladas, en el 2019 se logró 125,570 toneladas y a fines del 2020 se estimó culminar más de 150,000 toneladas de arándanos; teniendo como principales importadores de este fruto a E.E.U.U., Reino Unido, Países bajos, China y Canadá; por otro lado el director de Pro arándanos , Miguel Rentin, informó que el área de cultivo también ha logrado una expansión, siendo en el 2012 solo 70 hectáreas y en la actualidad con más de 14,000 hectáreas, aumentando la velocidad de su producción a nivel nacional (Agro noticias 2019).

Los TLC, acuerdos o diferentes programas de convenios del Perú con otros países nos han favorecido ya que el MINCETUR a través de la ministra Claudia Cornejo afirmó que EE.UU. importa el 50% del total de estos frutos y por ello gracias al Acuerdo de Promoción Comercial, la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC -siglas en inglés) no pondrán ningún tipo de restricciones o impuestos ya que no ven que las importación sean una amenaza para su industria nacional, principalmente por que las importaciones que se realizan son cuando E.E.U.U se encuentra en épocas de producción nacional baja (GESTIÓN, 2020).

En un informe el Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank detalla algunos puntos que han influenciado en el crecimiento y también en algunos retrasos sobre la comercialización del arándano sin embargo estima que los alcances que se generarían monetariamente de Julio 2020 a Julio 2021 serían los US\$ 1,050 millones y quedando su precio de exportación en US\$ 6.15 por Kg, disminuyendo el 6% a sus precios anteriores pero compensando en su volumen de exportación siendo mayor; otro de los puntos que explican

es la protestas que se realizaron en el 2020 por la Ley Agraria donde exigían mejorar su sistema, también cabe resaltar que el Covid-19 ha influenciado en el retraso de producción el cual sus exportaciones se retrasaron y se lograrían entre Octubre y Noviembre del presente año por último cabe mencionar que en el 2020 E.E.U.U no plantearía ningún tipo de restricciones pero en los tiempos actuales estaría evaluando nuevamente (Agro noticias 2021).

Finalmente, desde la perspectiva local, las empresas que dedican a la agro exportación, el enfoque principal debe ser tener un desarrollo sostenible en el mercado competitivo, así mismo aumentar las exportaciones al mercado destino, por ello existen problemas que forman parte del crecimiento de estas actividades, el primer problema se basa en fortalecer la oferta exportable del producto, para ello es importante saber cómo se encuentra posicionado las exportaciones de arándanos fresco en el mercado estadounidense, que es el país destino que se empleó en la investigación, así mismo los procesos logísticos que están formados por pasos a seguir para que la mercancía puede llegar al mercado objetivo sin ningún problema uno ejemplo de ello es el transporte de la mercancía, en el caso del arándano fresco no se puede romper la cadena frío, es decir el producto tiene que encontrarse bajo una temperatura controlada que logre no perder la calidad del fruto, es por eso que existen niveles de riesgo de pérdida en el transporte de arándanos, el cual su trayectoria trazada sería desde el campo hasta su destino final.

Por último las negociaciones que se realizan con la empresa importadora, por ejemplo uno de los problemas más frecuentes en este punto es el envase y embalaje por temas de requisitos del país importador y por otro lado las características que requiere el comprador, también el contrato de compraventa que acuerdan ambas empresas para detallar

las responsabilidades que tomaran por ambas partes sobre el traslado de mercancía desde el puesto de origen hasta el puerto destino, por ello la finalidad es fortalecer todo los procesos mencionados y tener una exportación éxitos y segura.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo mejorar la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la situación de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense?

¿Cuáles son los factores de mayor relevancia en la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Analizar la situación actual de los volúmenes de exportación para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense.

Identificar los factores de mayor relevancia que retrasa los procesos logísticos para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La investigación se basará en tres teorías, la primera será la teoría de la ventaja competitiva la cual ayudará a enfocarse en lo que mejor se desempeña la empresa en este caso la producción de arándanos, así mismo a fortalecer sus estrategias que plantean en el mercado competitivo; la segunda es la teoría de sistemas que se explica a través de un sistema abierto entre cómo se relaciona la empresa con su entorno y la teoría cepalina explicara que Perú siendo un país periférico puede lograr industrializarse a fin de generar nuevas oportunidades ya sean internas o externas, generando un impacto positivo en su economía.

1.4.2 Metodológica

Las razones de la justificación metodológica con respecto a la investigación serán realizadas con un enfoque mixto siendo cualitativa y cuantitativa con una visión holística basado en las posibles soluciones durante el proceso enfocándose en lo racional y sistemático con las técnicas de recolección y de análisis de datos a través de encuestas y entrevistas, de manera que se logre los propósitos finales del trabajo.

1.4.3 Práctica

La investigación se realizará con el fin de dar a conocer los volúmenes de exportación y la logística del fruto del arándano a través de diferentes procesos para obtener información con mayor claridad al momento de la toma de decisiones y lograr resultados positivos que aporten al crecimiento del sector.

1.5 Limitaciones de la investigación

El proyecto de investigación denominado, fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos al mercado de Estados Unidos, se desarrollará durante un periodo de seis meses, sabiendo que el Perú se encuentra como el primer país exportador de arándanos a nivel mundial y siendo EE.UU. El mayor importador de este fruto, la investigación se llevará a cabo en el departamento de Trujillo, en la región de La Libertad siendo este el primer productor y exportador de arándanos en el Perú logrando según Noticias Trujillo (2020), 79.827 toneladas métricas de fruta.

El proyecto de investigación será primordial una laptop con buena señal de internet y diferentes programas como Word, Excel, Atlas. Ti, entre otros a todo lo mencionado se suma una impresora ya que por la coyuntura que pasamos la mayoría de procesos se desarrollarán online o también a través de servicios de videoconferencia como zoom o meet que atravesamos una pandemia llamado COVID – 19, así mismo algunos trayectos que se tendrán que realizar por algún medio de transporte para informarnos más sobre los procesos de agro exportación de arándanos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

En Colombia, Tarazona (2019) realizó una tesis sobre determinar cómo influye en una agroempresa productora y comercializadora su técnica, economía y el mercado en la parte pre operativa, en el municipio de Guaca, Santander; teniendo como objetivo saber qué condiciones se puede emplear en la técnica de mercado estratégica y económica, así como también formando parte de ello la tecnología en la agroempresa productora y comercializadora de arándanos. La investigación fue de carácter observacional, logrando un enfoque mixto con aspectos retrospectivos y prospectivos ya que se lograron estadísticamente contextualizar algunas características, hábitos de compra y tendencias que están aconteciendo en el mercado de Bucaramanga siendo cuantitativo, y que también tuvo en cuenta opiniones de productores, proveedores y comerciantes de arándanos en el país de forma cualitativa de los cuales fueron consultados de manera directa; transversal al medir el resultado una sola vez y analítico al plantear y estudiar una hipótesis.

Se obtuvo como resultado identificar que el arándano a pesar de no ser un fruto reconocido por la mayoría de personas a nivel nacional, es aceptable por sus consumidores y también en su mayoría de veces la demanda se encuentra mayor a la oferta, estimulando a los comercializadores informar los beneficios saludables de esta fruta. Se concluye que, en la ciudad de Bucaramanga, Colombia existe una demanda por el arándano sin embargo no está presentada en altos volúmenes a diferencia de Cundinamarca, Antioquia y Boyacá; el cultivo del arándano es una nueva oportunidad de negocio que no se debe dejar de lado y se deben implementar sistemas e infraestructuras que mejoren su producción y comercialización para lograr resultados positivos.

En Colombia, Ammann (2019) realizó un estudio enfocado en el análisis del comportamiento de los productos agropecuarios colombianos teniendo como base las barreras y oportunidades para las exportaciones a Suiza. El objetivo de la investigación fue buscar un producto agropecuario en Colombia que cumpla con las expectativas del mercado suizo buscando diferentes estrategias para disminuir las barreras existentes, identificando los obstáculos administrativos, normativos, y financieros; y a su vez aprovechar las diferentes oportunidades teniendo como punto principal la caracterización del comprador suizo. La investigación fue de enfoque mixto tanto cualitativo y cuantitativo, realizando entrevistas y cuestionarios a expertos del sector, con poca exigencia respecto al orden de las preguntas, los modelos que emplearon en la investigación fueron el balance relativo de comercio y la ventaja comparativa revelada.

El resultado obtenido de la investigación es que las vinculaciones entre calidad, precio, medidas fitosanitarias y certificaciones de buenas prácticas afectan en su cadena logística y sus ventas, por ello la uchuva es el producto con mayor oportunidad en el mercado suizo, por otra parte la pos cosecha también influye a la hora de su exportación en este caso la refrigeración del fruto; por último Suiza es un país exigente sin embargo a pesar de ello el mercado ofrece oportunidades para que los productores y exportadores colombianos logren desenvolverse en el rubro. Se concluye que las barreras que presentan son tres; las medidas fitosanitarias, las certificaciones agrícolas y el pos cosecha por el cual se necesita invertir en capacitaciones y tecnología para que no se conviertan en grandes problemas a futuro, la principal oportunidad que presenta el mercado suizo es el Superfoods donde el consumidor suizo paga cualquier monto si es que el fruto cumple con las características de ser un alimento saludable.

En Argentina, Vivanco (2018) realizó un estudio enfocado en el análisis preliminar del comportamiento de las pequeñas y medianas empresas productoras de los países de Argentina y Chile vinculadas con la exportación de arándanos orgánicos, teniendo como mercado destino el hortofrutícola de Hon Kong, China. El objetivo de este estudio fue verificar la viabilidad que tendría este proyecto en las pequeñas o medianas empresas encargadas de la producción y exportación de arándanos orgánicos, con la finalidad de llegar al mercado hortofrutícola de Hon Kong ubicado en el país de China. La investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo de carácter exploratorio del cual se obtuvo dos fuentes, las primarias y las secundarias, las primarias fueron entrevistas presenciales y vía Skype, el cual es un software que permite comunicarse a través de un dispositivo electrónico como un móvil, una laptop, entre otros, y las secundarias fueron desde sitios web gubernamentales, intergubernamentales y de algunas organizaciones donde se encontraron temas referentes a la investigación.

Se obtuvo como resultado que los países de Argentina y Chile tienen diferentes oportunidades hacia el mercado de China, ambos desean ingresar al mercado dando un valor agregado al arándano, por otro lado, Argentina es una potencia en temas agroindustriales y a su vez tiene extensiones de tierras fértiles el cual hace que sus cultivos aún no han logrado su pico de producción, pero aún no se encuentra consolidado en temas de acuerdos internacionales o una estabilidad política económica, en cambio Chile se encuentra entre uno de los primeros países a nivel mundial de exportadores de arándanos y que por ahora busca mantener un nivel de calidad y prestigio en temas agroalimentarios, así mismo lograr la expansión y agrupamiento de mercados, con una cartera más amplia y profunda para Hong Kong y asimismo posicionarse en Asia con mayor eficacia.

Se concluye que la demanda de productos orgánicos, en este caso de arándanos, se ha ido incrementando a nivel mundial, y que actualmente el mercado de Argentina se encuentra en pleno proceso de difusión ya que posee una capacidad productiva dormida a diferencia de Chile que ya se encuentra consolidado en el mercado internacional gracias a su tecnología para reducir los costos generando aumentar la producción sin perder su calidad; se estima que el hortofrutícola en Hong Kong, China tiene como proyección desplazar a los Estados Unidos y al mercado Europeo con la finalidad de volverse el primer importador de arándanos orgánicos a nivel mundial; para finalizar se comprueba que si es factible realizar una exportación compartida, de Pymes productoras de arándanos orgánicos de Argentina y Chile, como mercado destino el hortofrutícola de la región de Hong Kong, de la República Popular China.

En Chile, Cerda (2016) realizó la tesis sobre cómo puede influenciar en la comercialización de los arándanos frescos con su etiquetado desde las perspectivas del consumidor en supermercados, la investigación a realizar se basa en principalmente en estudiar el mercado moderno y captar la atención del consumidor a través del etiquetado de arándanos frescos; su investigación fue de enfoque mixto de carácter exploratorio ya que se realizó una encuesta de doce preguntas cerradas y de escala de Likert, se consideró ocho clases de etiquetas que complementaron al cuestionario y a su vez se empleó un análisis de varianzas, tablas de contingencia y pruebas de chi- cuadrado.

Se obtuvo como resultado que la mujer es la persona que más influye en las compras de los alimentos para la casa, también que existen más consumidores que no consumidores ya que desean llevar una alimentación saludable, algunos lo consumen por temporadas y

otros todo el año. Se concluye que en la etiqueta del producto debe estar sus características del arándano como factor principal por ejemplo que tiene un alto contenido de antioxidantes, según las etiquetas presentadas tanto azules como verdes, ambas fueron aceptables ya que se debe ver la fruta en el envase por medio de una transparencia y según lo estudiado las etiquetas azules fueron las más aceptadas por el público y por último las diferentes maneras como del etiquetado para poder aumentar la comercialización de arándanos.

En Chile, Cáceres (2016) realizó un estudio sobre las dificultades que afectarán a la exportación de arándanos y qué características buscan los mercados principales a futuro. Se obtuvo como objetivo determinar qué factores influyen en la producción de los arándanos chilenos tomando como base el clima y las perspectivas del mercado internacional. Su investigación fue de enfoque mixto, no experimental ya que primero se recolectaron datos de forma cualitativa de Agromet y su red de estaciones Meteorológicas y Automáticas (EMA) para luego cuantificar a través de una solución algorítmica.

A si mismo se obtuvo como resultado que el clima es impredecible para ello se debe generar un plan de contingencia con la posibilidad de ubicar patrones que nos permita mostrar el comportamiento del clima, por otro lado la mano de obra se basa en las características de los trabajadores, se dedujo que el rendimiento se ve reflejado en la edad mientras más joven eres puedes ser más efectivo a comparación de los adultos o tercera edad en vista de que su mano de obra es menos productiva, entre las soluciones que también se dan en la actualidad es la mano de obra emigrante ya que afecta directamente en su costo de producción y por último los mercados internacionales a futuro serian el Europeo y Asiático. Se concluye que a pesar de que el arándano chileno es muy beneficioso, hace falta mayor investigación, inversión y ayuda del gobierno para generar un mejor posicionamiento sobre

la competencia internacional y estar preparado para la expansión de este fruto a nivel mundial.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Canales y De la Vega García (2020) realizaron un estudio sobre causas que influenciaron en las exportaciones de arándanos peruanos y chilenos teniendo como país destino a los Estados Unidos en el periodo 2012-2018, tuvieron como objetivo identificar influencias de algunos factores en las exportaciones ya sean internos o externos, directos o indirectos. La investigación lo realizaron mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo con un alcance explicativo - descriptivo, siendo cualitativo no experimental porque se tuvo en cuenta algunas situaciones que ya existían, aparte de ello no se logró que las variables sean manipuladas ni controladas, por eso sus conclusiones fueron generales.

Por otro lado, fue cuantitativo al utilizar una técnica estadística llamada chi - cuadrado ya que se utiliza frecuentemente cuando el investigador no encuentra una relación entre sus variables. Se concluye que los factores que influyeron están comprendidos en el clima ya que es un factor esencial para su producción, la mano de obra especializada aunque ambos países son bajos en ello, pudieron destacar en el mercado internacional, la inversión en la tecnología a través de los años ha sido un factor importante que influye positivamente en la rentabilidad y por último los aspectos políticos que también han ido generando nuevas oportunidades en el caso de los TLC de Perú y Chile con otros países llegando a diferentes acuerdos comerciales; cabe indicar que Asia sería un mercado potencial en los próximos años ya que es el Continente que tiene preferencia por productos saludables. Se recomendó que los productores y agricultores estén en constantes capacitaciones para su producción y

comercialización, para lo cual se sugirió que las empresas también financien el bienestar de sus operarios.

Espinoza (2018) realizó la tesis sobre los factores limitantes que afectan en la producción de la oferta exportable de los arándanos en la Región de La Libertad teniendo como mercado destino el de los Estados Unidos. El objetivo de la investigación fue saber que limitaciones están influyendo en la producción del arándano y a qué grado puede afectar en su oferta exportable hacia el mercado de los Estados Unidos. La investigación se realizó mediante un enfoque mixto, porque se recopilaron datos cualitativos y cuantitativos mediante instrumentos como la revisión documentaria, entrevista a profundidad y cuestionario no estructurado también de tipo aplicado y diseño no experimental.

Se obtuvo como resultado cuatro (04) limitaciones las cuales son, la alta inversión afectando de manera directa la producción, también la falta de conocimiento técnico (capacitaciones), la falta de innovación tecnológica y el inadecuado servicio logístico. Se concluye que este fruto ha ido evolucionando en su producción a medida del transcurso del tiempo y esta que tomando presencia en La Libertad – Trujillo, indica que el arándano necesita un cuidado especial en los diferentes procesos que lleva (siembra, cosecha y post cosecha), y por último, que la refrigeración cumple un rol muy importante del arándano en su post cosecha, para lo cual se debe invertir en una tecnología avanzada para su conservación, con la finalidad de lanzar al mercado internacional una fruta de buena calidad.

Chipana y Velarde (2017) realizaron la tesis de promover las exportaciones de arándanos frescos de la región Lima, empleando diversos factores que influyen en ello. Se logró como objetivo definir factores que influyen para la mejora de las exportaciones de

arándanos frescos en la región de Lima. La investigación participó de un diseño no experimental con un enfoque mixto por lo que es cualitativo, teniendo un alcance explicativo desarrollando hipótesis causales, también se realizaron estudios exploratorios y a su vez teóricos e históricos; por otro lado, se realizó una entrevista vía telefónica con especialistas de algunas entidades públicas y privadas de un aproximado de 20 minutos y un cuestionario estructurado de 45 preguntas definiéndose como una investigación descriptiva simple, siendo así cuantitativo.

Se obtuvo como resultado según las hipótesis planteada que, tanto la demanda internacional, el precio y la estacionalidad son factores que influyen en el aumento de las exportaciones porque al lograr que países se encuentren interesados en otros países al querer importar arándanos frescos peruanos se está abriendo un nuevo mercado, por ello el monto monetario tiene que ser competitivo, y por último las condiciones climáticas el cual Perú lo tiene a su favor, todos ellos cumplen un rol importante sobre su producción y comercialización. Se concluye que en los últimos años el Perú ha incrementado de manera efectiva sus ventas internacionales, para lo cual se planteó buscar nuevas oportunidades en la mejora de su rentabilidad y poder mantenerse o desarrollarse en el mercado competitivo. Recomendaron que el estado apoye a los agricultores con capacitaciones y/o también con un seguro agrícola para cualquier desastre natural o climático.

Hidalgo (2017) realizó un estudio para exportar el jugo de arándano a los Estados Unidos y colocarlo en el mercado competitivo. Logrando como objetivo ofrecer al mercado estadounidense un valor agregado al arándano, en este caso el jugo de arándano para poder exportarlo aplicando el método de investigación holística de tipo proyectivo y diseño no experimental con un enfoque mixto, ya que los datos se recolectaron y analizaron de manera

cuantitativa a través de una encuesta, y cualitativa porque se obtuvo puntos específicos de la investigación logrando resultados subjetivos mediante una entrevista.

Se obtuvo como resultado que las cadenas productivas a través de sus miembros, plantearon darle un valor agregado al arándano y que también el Gobierno pueda fortalecer este sector de la industria a través de capacitaciones y/o talleres a sus colaboradores, y por último con un plan de mejora en la alimentación convirtiéndola más saludable. Se concluye que el jugo de arándano generaría utilidades, por ello se detalló que, a través de teorías administrativas enfocadas en el comercio internacional, así como lograr una documentación y certificación adecuada, se lograría que las exportaciones sean todo un éxito. Se recomendó poder dar a los agricultores nuevas técnicas para el cultivo y así evitar el desarrollo de plagas, asimismo brindar mayor información de sus beneficios e incentivar el consumo interno de esta fruta.

Gamarra (2016) realizó la tesis de mejorar las exportaciones de arándanos a través de estrategias de mercado teniendo en cuenta su género de arbustos el *Vaccinium*, desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017, tuvo como objetivo saber cómo se comporta el arándano en el mercado americano y poder implementar estrategias en el mercado competitivo para aumentar sus ventas de los exportadores peruanos. La investigación lo realizó mediante un enfoque mixto porque se definió como un trabajo descriptivo (cuantitativo) y exploratoria (cualitativa), el objetivo del estudio no tenía investigaciones anteriores sin embargo, buscaron incidencias y valores en más de una variable explorando de igual modo cómo se encuentra en el contexto natural siendo un diseño no experimental, obteniendo como resultado identificar los primeros importadores de arándanos como Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido, Hong Kong seguidos de China, España,

Noruega, Suiza y Bélgica en diversas presentaciones como, en frutos frescos o dándole un valor agregado en jugos o conservas, influyendo la partida arancelaria 2007 de las frutas procesadas en donde las exportaciones han ido aumentando.

Se concluye que los países importadores consumen este fruto todo el año y exigen calidad; en especial Estados Unidos siendo el actual mayor importador desde el 2008 hasta el 2015 teniendo el 42% del total, y por otro lado recomendó implementar estrategias para obtener el interés de nuevos países en el mercado internacional tales como estrategias marketing de mejora de la lealtad y también del nivel de recompensa y mejoría en la ventaja de diferenciación generando más ingresos en la industria nacional.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Marco fundamental

La teoría de la ventaja comparativa (David Ricardo, 1817), se basa en el comercio internacional y se menciona en el libro llamado *On the Principles of Political Economy and Taxation* (Principios de la economía política y tributación) por primera vez, publicado en Inglaterra en el siglo XIX y considerado una de las aportaciones más importantes en la evolución de la ciencia económica, esta teoría aporta a la investigación basándose en que los países se especialicen en la producción y exportación de los bienes que se fabriquen con costos bajos a comparación de otros países, para Ricardo el valor de los bienes que se entregan es el valor de los productos que se reciben, además nos daba a conocer que una nación así tuviera desventaja absoluta según sus costos de producción de las mercancías, lograría beneficiarse del comercio si esta misma se especializa en la producción y el comercio de los bienes que tienen una menor ventaja absoluta en su producción local.

De esta manera cada país debe basarse en lo que sea más eficiente en su producción e importar aquellos productos con menor eficiencia, por ello si un país X, produce un bien a un menor costo que el país Y, será mejor que este último lo compre en vez de producirlo entonces se puede decir que el país X tiene una ventaja comparativa sobre el país Y, por último debemos entender que para Ricardo el comercio exterior es fundamental para aumentar su mercado e incrementar su producción y así poder beneficiar a ambos países que realicen la negociación .

Se entiende con mayor claridad en el libro el ajedrez del libre comercio, el cual toma de modelo dos países, Inglaterra y Portugal, y asimismo dos productos que son los paños o también conocidos como telas para limpiar y vinos, además se medirá la eficiencia según la producción de los dos bienes en función a la cantidad de horas que va a emplear un trabajador en producir una unidad.

Tabla 1.

Representación de la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo

PRODUCTO	PORTUGAL	INGLATERRA
Coste de paño	90 H	100 H
Barricas de vino	80 H	120 H

Fuente: Ronderos (2006).

Se observa que Portugal gasta menos tiempo en la producción por unidad de ambos bienes, eso quiere decir que tiene una ventaja comparativa sobre Inglaterra, cabe mencionar que Portugal tiene una mayor eficiencia en la producción de vinos (80h vs 120h) a

comparación que la de paños de (90 h vs 100h) es por ello que debe invertir su capital en la producción de vinos y así pueda adquirir tranquilamente paños procedentes de Inglaterra; para concluir en el libro además de plasmar un ejemplo práctico, también explica que el Tratado de Libre Comercio o conocido por sus siglas como T.L.C. con Estados Unidos sería un gran aporte para los países andinos en el momento que realicen las actividades comerciales de exportación o importación siempre y cuando se desaparezca el *arancel de externo común* con dicho país (David Ricardo citado por Ronderos, 2006).

La teoría de los sistemas de Bertalanffy (Bertalanffy, 1968), fue publicado a fines de la segunda guerra mundial entre los años 1950 y 1968, para Bertalanffy el sistema tenía dos conceptos básicos uno de ellos era el propósito u objetivo y otro era el globalismo o totalidad, su visión fue holística e integradora con el fin de entender la realidad, por ello se detalla que la TGS (Teoría General de Sistemas) se basa en dos enfoques, siendo uno el analítico y otro el global, estos enfoques aportaran a la investigación detallando que el analítico es un fenómeno donde el proceso se segmenta en partes más pequeñas y esto logra que se entienda el comportamiento del todo, en cambio el global es un fenómeno por el cual el proceso se vincula de una dependencia mutua y equitativa interrelacionandose para comprender el todo, los dos se sintetizan y pertenece al total.

Así mismo que los factores involucrados se benefician ya sea de forma sistemática y científica de aproximación a la realidad, esto quiere decir hay un paradigma para desarrollar nuevas teorías, la cual se caracteriza por tener una visión integradora, también es un organismo basado en un sistema abierto es decir está en constante permutando con otros sistemas próximos, por medio de dificultosas interacciones, el nivel de adaptación se

encuentra permanentemente en un estado dinámico, aplicándolo a la administración el sistema permanece presentando constantes cambios durante la exportación e importación.

Bertalanffy explica que según la satisfacción inmediata del ser humano el mundo no es de cosas si no de símbolos, se distingue tres tipos de niveles de complejidad; el sistema, el supra sistema y el subsistema; el sistema es una totalidad coherente, el suprasistema es el medio que rodea al sistema y el subsistema los componentes que rodean al sistema, Bertalanffy también nos detalla que hay principios que se deben aplicar en todo sistema como la de un orden jerárquico, la equifinalidad que se trata de alcanzar una misma meta siguiendo diferentes caminos o procesos, la mecanización donde las partes de los sistemas van a plantearse en procesos, la diferenciación que se basará en ver características diferentes a otros, la homeostasis como un equilibrio de su estado, la totalidad de que todo es más que la suma de sus partes y la retroalimentación donde siempre los sistemas están actualizándose; además él utilizó esos principios para detallar temas científicos y filosóficos para el ser humano, por último él busca la tecnificación y la agilidad en los procesos logrando mayores alcances.

La teoría cepalina de Prebisch (Prebisch, 1984), se caracteriza por estar en constante cambio y continuidad, y nace a consecuencia de los problemas que venían atravesando los mercados internacionales, entre los mencionados se encuentra la inestabilidad en los precios que afecta al mercado, basándose en el lado comercial como el costo elevado de aranceles y el cambio de moneda a raíz de todo lo acontecido surge una gran depresión, provocando una crisis del Modelo Primario Exportador (MPE); por ello Prebisch nos hace saber que al generar productos manufacturados en el centro, marcaban una superioridad en comparación con la producción de materia prima en la periferia; él nombró centro a un país desarrollado

como por ejemplo EE.UU y la periferia eran países subdesarrollados, siguiendo el ejemplo México y Perú son dependientes de EE.UU.

Por ello, se detalla que los países desarrollados tenían una tecnología avanzada con procesos de industrialización de alta calidad a comparación de los periféricos que seguirán exportando solo materia prima para satisfacer sus necesidades de los del centro, por ello el objetivo principal sería lograr un mercado común y con el pasar de los años se pueda ampliar los mercados para luego generar una competitividad y así reducir los costos, hasta que los países se industrializan a nivel internacional, entonces él planifica un modelo que aportaría al desarrollo industrial el cual generaría un equilibrio en la economía basándose en el crecimiento de la inversión, el empleo y la distribución enfocándose a un largo plazo. Hubo pruebas donde se logró entender en que se basa la teoría cepalina, una de ellas es la limitación del crecimiento ya que los precios para ser comercializada la materia prima eran bajos.

Por otro lado, la situación que era muy difícil de alcanzar por parte de los agricultores generando nuevas oportunidades de trabajo logrando una mejor estabilidad económica, concluye que lo que debe transformar es el sistema en otros términos la consolidación de la inequidad social, en la actualidad ha logrado grandes transformaciones en la economía a nivel mundial y es una teoría que ha ido aportando en el desarrollo de países con gran biodiversidad de materia prima y logrando un libre mercado.

2.2.2 Marco conceptual

La oferta exportable tiene como principal influyente la economía mundial el cual a través de los últimos años la producción mundial ha generado un impacto económico positivo, volviendo al continente asiático uno de los más destacados en este acontecimiento,

las actividades comerciales de exportación o importación han tomado valor a través de los años, la comercialización de minerales es parte de las principales negociaciones que influyen a la economía mundial, seguido por los productos agrícolas.

Estados Unidos es el país que genera más importaciones de materia prima para luego darles un valor agregado convirtiéndolos en productos manufacturados y exportarlos a nivel mundial, el aumento de los productos manufacturados son los que más aportan en la actualidad al comercio mundial, existen nuevas oportunidades para realizar una actividad comercial con menores costos, por ejemplo los costos de transporte, a pesar de ello la economía mundial sigue en proceso de recuperación de forma lineal por los diferentes factores externos que han pasado a través de los años ; como la depresión económica, el proteccionismo y la guerra; los aranceles y los subsidios también cumplen un rol importante en las actividades comerciales porque forman parte de los requisitos que el gobierno plantea para realizar una actividad comercial, ambos países llegan a un acuerdo de negociación en el momento de obtener un producto o servicio.

Por último, la economía mundial tiene como principal interés, la globalización siendo uno de los factores que forman parte del crecimiento del comercio mundial, sin embargo, hay efectos secundarios que pueden generar a la larga grandes daños ambientales y están siendo tomados de poca importancia por los países desarrollados (Krugman, Obstfeld y Melitz, 2012).

La oferta exportable se basa en lograr satisfacer las necesidades de un país importador que ha solicitado un producto del mercado nacional del país exportador; también hace referencia a cuatro puntos que influyen a la empresa de forma directa o indirecta, esto quiere decir que miden las capacidades de la empresa siendo la productiva, la económica financiera,

la comercial y la de personal y gestión; lo cual genera una competitividad en el mercado internacional, así mismo, se debe tener en cuenta la demanda mundial de los productos exportados, clasificándose en dos productos tradicionales y no tradicionales.

Se describe que los tradicionales se encuentran en la lista del Decreto Supremo 076-92-EF; los más comercializados son los minerales y productos agrícolas, cabe resaltar que el gas natural no se encuentra en la lista, pero está siendo considerado en la actualidad como producto tradicional; en cambio los productos no tradicionales son bienes que tienen un valor agregado por ejemplo las joyerías; la lista se encuentra en el mismo decreto antes mencionado (MINCETUR, 2018).

La oferta exportable también hace referencia al comercio internacional, donde los primeros que realizaron estas actividades fueron los fenicios realizando embarcaciones por el Mar Mediterráneo, con el pasar del tiempo este proceso llegó a tener un valor monetario; tomándolo como un beneficio que más adelante fortalecería sus relaciones con el fin de que su mercado crezca contactando nuevos clientes y generar más beneficios económicos, el comercio internacional lo definen como un conjunto de operaciones comerciales que se realizan entre privados, que se mantienen en distintos países ”.

En la actualidad la importancia del comercio internacional es mejorar los ingresos de los países y pueblos y el cual se podrá controlar si a través del indicador de producción que calcula los bienes y servicios que un país genera anualmente, otro punto es que impulsa en el aspecto tecnológico ya que no todos los países tienen los mismos avances tecnológicos y eso retrasaría en el momento de las producciones, así mismo genera una competitividad entre los productores de bienes en el momento de las comercializaciones por que el

consumidor final tendrá muchas opciones para lograr satisfacer sus necesidades por ello se debe estar en constante actualización por parte de los productores y consumidores; para finalizar el comercio internacional aporta en el desarrollo económico de los países generando nuevas oportunidades ya sea de trabajo, ingresos; ya sea de bienes terminados o materia prima (Huesca, 2012).

El comercio internacional ha influenciado en la economía de los países a través de diversas actividades que se han ido realizando con el tiempo, para ello uno de los beneficios más resaltantes es que si un país tiene la capacidad de que un producto logre una ventaja comparativa en sus costos de producción sería factible que realice la exportación y a su vez importar productos que en su industria nacional no serían rentables por sus costos elevados, con ello la globalización también ha sido parte de este proceso por los resultados que trae consigo de manera política, social, cultural y tecnológica, siendo la política comercial uno de los puntos a tratar más resaltantes basándose en el conjunto de regulaciones que plantea un estado al momento de comercializar un producto, teniendo en cuenta dos puntos a tratar.

El primero es el proteccionista donde explica que un estado protegerá su industria nacional buscando beneficiarse con la comercialización de sus productos nacionales al mercado internacional mediante la exportación y restringiendo las importaciones, en cambio el librecambista sería todo lo contrario ya que el Estado generaría más facilidades al momento de la comercialización uno de ellos es los aranceles más bajos o en algunos caso no se daría el cobro de ellos, basando principalmente en la oferta y la demanda. Actualmente se sabe que todas las naciones buscan satisfacer sus necesidades, por ello no existe un país que no necesite el apoyo de otros países (Canta, 2014).

La oferta exportable también tiene relación a la internacionalización de las empresas, realizando las actividades ya mencionadas como exportación, importación e inversiones logrando un mercado competitivo, teniendo como principales objetivos, incrementar las ventas, adquirir nuevos recursos, diversificar sus puntos de ventas y suministros, y la reducción al mínimo del riesgo competitivo, para realizar una oferta exportable adecuada se debe basar en tres puntos principales como la disponibilidad del producto donde se evalúa si el volumen del producto puede satisfacer al mercado internacional, la capacidad económica y financiera de la empresa, es cuando tiene un fondo monetario estable para solventar un proceso de exportación y la capacidad de gestión donde se debe analizar detalladamente las ventajas y desventajas de la empresas al momento de la exportación. Por último, la oferta exportable es el punto más importante al momento de ingresar al mercado global porque deberá cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo (Valero, Rodenes & Rueda, 2016).

El producto a nivel mundial y dentro del comercio es mayormente denominado como el *corazón del marketing*, dicho esto antiguamente el producto basándose en un sin fin de cualidades, ha ido mejorando conforme a su presentación en lo que es la oferta de mercado, así como mostrándose con muy buena calidad; por otro lado, es importante mencionar que las empresas no han conservado un producto en mal estado y de manera permanente en el mercado, sin embargo no significa que ello te brinde un triunfo total para la venta de tu producto, de igual modo para iniciar un movimiento en el mundo del comercio no es recomendable lanzar un producto mal ejecutado, un producto relacionado con el marketing no es considerarlo como una herramienta, existen muchos clientes que les gusta adquirir por satisfacción y no el producto en sí, y continuando con esta de forma de pensar

se deja como concepto al producto, grupo de cualidades físicas, de servicio y representativo que crea un gozo o provecho en el entorno de un consumidor (Belío y Sainz , 2007).

El producto como significado presenta dos pensamientos los cuales le dan vida, uno está relacionado en que el producto viene a ser el centro de todo, teniendo en cuenta sus características dentro del *mix de marketing*; actualmente, no se verá reflejado tener un producto sin antes asignarle un precio, el traslado y la difusión respectiva, cuando se quiere mencionar al producto nos enfocamos básicamente en que es una materia extensa, y que de ello obtenemos una mezcla de instrumentos que ayudan a tener una oferta de mercado favorable siendo estas aplicadas en un bien o también en un servicio; el siguiente pensamiento se basa en un producto especial, quiere decir que una empresa o compañía va directamente a impulsar el consumo de este a través de especificaciones claras con la finalidad de que cada consumidor adquiera un producto porque simplemente satisface sus necesidades, *así como lo mencionó Revlon Internacional en épocas de los 60: “En la fábrica producimos perfume, en la perfumería vendemos ilusiones”* (Roberto, 2004).

El producto como la unión de características que posiblemente tiene en cuenta un consumidor al momento de adquirir un bien determinado , quiere decir que busca complementarlas a fin de obtener un valor único que le ayude a cubrir sus expectativas, poniendo como ejemplo a un fabricante que busca presentar al usuario un bien con valores agregados (químicos y físicos) para dar una mayor posibilidad de utilización, agregando a esta definición básica, el marketing ha logrado que el producto se fortalezca en dos dimensiones, donde la primera realiza investigaciones para hallar más características de producción y la segunda generar ideas subjetivas (costumbres, fotos, pensamientos, etc.), a

fin de que el consumidor se identifique con el bien, logrando reconocer este a través de una marca o imagen (Bonta y Farber , 1994) .

La calidad es una palabra utilizada en muchas circunstancias, por ello es importante asignarle una tarea principal para que pueda definirse correctamente, la finalidad por la cual se debe tomar en cuenta este término es por el simple hecho de que está preparada para que le asignen cierta cantidad de números, esto quiere decir que el tamaño de la calidad independientemente de su concepto, puede tener variaciones, casi siempre está interpretada con una simbología la cual es X, en el momento que se menciona control de calidad este será definido como un valor importante dentro de la empresa; la calidad en este caso será usada para determinar temas físicos de las cuales están incluidos los valores como la longitud, velocidad, y resistencia, sin embargo, estos indicadores van a representar el resultado de la calidad, para lo cual tendría beneficiar a la empresa (Shewhart, 1997).

El transporte en el transcurso de los años ha evolucionado en especial el transporte comercial, cabe destacar que la calidad y el precio también influyen en que el transporte se encuentre en buen o mal estado, así mismo existen objetivos que han formado parte de este crecimiento entregar la mercancía dentro de los plazos requeridos, la calidad un ejemplo de transporte frigorífico es esencial mantener la cadena de frío sino se pueden generar grandes pérdidas, otro objetivo importante es la reducción de costos cada vez se van incrementando las empresas que tienen su propio transporte particular y así se pueda facilitar sus procesos o envíos, sin embargo, ha aumentado la contaminación ambiental, las calles congestionadas, el nivel de la contaminación acústica, entre otros, por otro lado el transporte denominado intermodal o multimodal se basa en el traslado de la mercancía en una misma unidad de carga sin manipuleo por terceros, ello permitirá disminuir los costos logísticos, los daños que

puede tener la mercancía, simplificar la documentación y sobre todo tener un seguimiento más claro de la mercancía (Mauleón, 2013).

La estacionalidad tiene como concepto el ser un balanceo rotativo de manera ordenada y constante, si la analizamos detalladamente la estacionalidad está referida a modificaciones de procedimientos por el cual es monitoreada, se puede mencionar que una opción de inspección estacional sería en des estacionar su continuidad antes de que inicie la verificación respectiva, cabe mencionar que, sin la estacionalidad los estudios por tiempos determinados vendrían a ser muy comunes, considerando que la mayoría de ellos en las especialidades de psicología y sociales estarían muy bien adaptados, lamentablemente quedan mostrados que las fases son totalmente de tipo mensual, trimestral, anual, entre otros, por lo que se encuentran dañadas e influenciadas por grandes elementos estacionales, por lo tanto, queda como concluido que para maximizar las técnicas del control de la estacionalidad es fabricar un origen de las energías estacionales (Arnau, 2001).

La documentación hace referencia a los documentos que requiere un estado para realizar una actividad, para ello existen aspectos legales que pueden influenciar en el proceso comercial y logística; Douglas Long señala que los documentos son planteados mediante un proceso administrativo llevando consigo un resultado; en la actualidad los riesgos que existen de una documentación mal preparada son altos y si nos enfocamos en realizar una exportación, el exportador es quien terminaría costear los gastos extras generando desde ya una pérdida, por ello cuando se realiza una negociación la documentación es necesaria que esté enfocada en leyes que rectifiquen la veracidad de un proceso, un ejemplo a ello es la factura comercial que se enfoca en los objetivos, precio y la forma de pago dándole un grado de formalidad a la comercialización (PROMPERÚ, 2016).

La documentación en las organizaciones ha evolucionado ya sea en formato papel o electrónico, logrando analizar la evolución en su desarrollo de una empresa, por ello es necesario que se encuentre de forma ordenada para obtener la información correcta en el momento indicado, así mismo serán eficientes al generar un servicio y eficaces con los clientes, es primordial relacionar los recursos que nos plantea una documentación tradicional con una documentación modernizada empleando la tecnología; la Norma ISO 15489 nos explica que la gestión documental puede llegar a crear, recepcionar, mantener e inclusivamente destruir documentos, teniendo en cuenta que algunos procesos pueden servir de evidencias para la empresa a futuro, todo proceso documentado tiene que ser evaluado por las ventajas y desventajas que trae consigo con el fin de conseguir los objetivos planteados (Nayar, 2010).

La documentación va relacionada con la gestión documental dos tipos de interpretaciones al momento de realizarlo, el primero de ellos es proponer sistemas de gestión para facilitar los procesos establecidos una de las características que resaltantes es que por más que un documento sea corto no quiere decir que se fácil de redactar, por otro lado una política concebida se enfocara en recolectar los principios y reglas para lograr solucionar los problemas de una empresa a través de esquemas de funcionamiento, algunos modelos de gestión documental, entre otros; en diferentes países estos procesos son fundamentales en la administración pública, al momento de aprobar o rechazar una documentación (Bustelo, 2018).

La formalización es el nivel por el cual las herramientas de una sociedad se encuentran alineadas, las sociedades suelen establecer normativas tales como métodos, funciones por cada cargo laboral, y de igual modo en la emisión de documentos que

encaminan el comportamiento del colaborador; si estas normativas redactadas y pactadas se encuentran en un régimen de alto nivel, quiere decir que la formalización de una sociedad con esta clase de documentación será mayor; a pesar de que la formalización suele ser muy variable no hay que dejar de considerar que a los trabajadores de una empresa los limita y no hace posible que generen opiniones nuevas y provechosas; se da como un claro ejemplo en el caso de los restaurantes de comida rápida, los cuales determinan que solo hay forma de cómo elaborar sus hamburguesas o pizzas, y de igual manera ocurre el cómo debes atender a los comensales, para que la formalización sea beneficiosa es recomendable realizar procesos selectivos con la finalidad de elegir a un personal idóneo que cumpla con las necesidades internas de la empresa (Muñoz y Nevado, 2007).

Los requisitos dentro del comercio exterior vienen a ser considerados importantes e indispensables ya que hacen que en un futuro las organizaciones se encuentren bien orientadas y alcancen una alta competitividad en el mercado, de esta manera es necesario compartir los siguientes requisitos básicos que se tienen que realizar en una exportación, entre ellos tenemos la facultad de prepararse para ingresar a los mercados extranjeros, quiere decir que se deben proyectar a la inclusión de tecnología en los diferentes procedimientos, así como captar colaboradores profesionales que tengan como base el idioma inglés, también que manejen temas de exportación y la capacidad para hacer marketing, a fin de que beneficie a la empresa con la reducción de costos; Por otro lado, el presentar buenos productos teniendo en cuenta el precio, la calidad y valores agregados harán que la empresa llegue a tener un triunfo significativo y que posiblemente les brinde productividad, patrimonio o rentabilidad; Es necesario que, se promuevan métodos que permitan visualizar estadísticas de los consumidores, técnicas, reglamentos, ya sea a nivel nacional como en el exterior (tributos y aranceles), entre otros; por último, para llevar una planificación correcta

en la ejecución de una exportación, es importante pactar logros que se quieren obtener en un futuro, y para ello deben existir métodos presentados por la empresa que sean fáciles de manejar en un mercado competitivo (MIDAGRI, 2015).

El seguro viene a ser una herramienta de protección ante cualquier peligro, independientemente cual haya sido el motivo que lo ocasione, en lo que respecta al comercio exterior, durante el transporte ya sea marítimo, aéreo, terrestre o ferroviario, se encuentran involucrados tanto el exportador como el importador, y para el transportista nace una tarea importante y al estar a cargo del traslado de la mercancía en los diferentes puntos durante el proceso (importar o exportar), debe tener en cuenta que hay de por medio un contrato y un seguro en caso de pérdidas, si hubiese alguna incidencia, automáticamente pasaría a indemnizar a ambas partes de acuerdo a lo estipulado; Al respecto, se mencionan algunas regulaciones según el tipo de transporte, en el marítimo está bajo las normas de La Haya, en el aéreo se encuentra regulado por el Convenio Varsovia, en el terrestre según el Convenio CMR y para finalizar el ferroviario por el Convenio CIM (Ballesteros, 2001).

La negociación forma parte de un conjunto de estrategias que tienen un solo objetivo en común lograr cerrar con éxito una actividad comercial, así mismo algunos puntos a tratar son por las preguntas que el cliente realiza, la mayoría de los clientes adquieren los productos sin embargo tienen dudas que pueden marcar el resultado final de la negociación por ello para resolver algunas incertidumbres siendo eficaz se pueden recurrir a diferentes técnicas la principal solicitar de inmediato la firma del contrato o pedido antes que se complique la situación, otro punto importante es evitar las pérdidas explicarle los beneficios que no va adquirir con el producto y preguntarle si de verdad a pesar de ello lo va adquirir, por otro lado la garantía y seguros eso permitirá al cliente sentirse más protegidos a la hora

de la compra, entre otro; por último lo que se convertirá en una ventaja comparativa en la comercialización será la innovación con que presentarás tus propuestas productivas (Guerra, 2018).

La negociación hace referencia al mercado internacional influyendo en las empresas y organizaciones por ello existen aspectos el cual mejoraran su desarrollo, una de ellas es cómo se va desarrollando el proceso estructurado de una negociación, en este punto nos explica las etapas que se emplean utilizando estrategias de modo que se alcancen los objetivos planteados, otro punto es la relación de intercambio mutuo, detalla que ambas partes en una negociación lleguen a un acuerdo en el intercambio de productos o servicios a través de un monto monetario u otro tipo de valor dado; de igual manera uno de las estrategias más relevantes para realizar una negociación exitosa es estudiar el mercado competitivo para elevar y/o modificar tanto el nivel externo como interno de la empresa u organización enfocándose en las necesidades del cliente o consumidor buscando así nuevas oportunidades, por último existen organismos que aportan en los procesos de exportación entre ellos se encuentra la Organización Mundial de Comercio (OMS) siendo esta una de las principales instituciones situada en Ginebra y que se basa en el sistema de las negociaciones entre países, por otro lado tenemos la Conferencia de la Naciones Unidas sobre el Comercio y el desarrollo (UNCTAD), entre otros el cual su objetivo principal es aportar positivamente a la economía mundial (Martínez, 2018).

La negociación a través de los años ha ido evolucionando basándose en diferentes acuerdos entre dos partes, se realizaron cambios de modo que la economía industrial se convirtió en economía de conocimiento eso quiere decir que los clientes se vuelven más exigentes para satisfacer sus necesidades; por otro lado las negociaciones se han ampliado,

siendo las importaciones y exportaciones las tradicionales en la actualidad también formar parte de ello los acuerdos entre sociedades buscando facilitar el proceso de negociación por ejemplo las alianzas estratégicas, licencias , entre otros; el objetivo de la negociación es lograr la fidelización de los clientes para lograr una mejora continua, el comercio exterior ha influenciado en las negociaciones y es de suma importancia al momento de plantear diferentes escenarios comerciales que aportaran a entender mejor la negociación y volviéndola dinámica para que ambas partes estén de acuerdo con lo planteado , disminuyendo los malentendidos o procesos que faltan concretar por falta de información (Peña, 2016).

Los acuerdos comerciales son principalmente tratados, los cuales se encuentran respaldados por los estados en todo el mundo y que conforman la OMC (Organización Mundial del Comercio), cada uno de estos países determinan sus propias ideas comerciales, para que luego sean unificadas y se logre pactar términos que les favorezcan, en conclusión estos tratados y/o acuerdos están reconocidos por disposiciones y parámetros que obligan a los países a cumplirlos, de esta manera se aseguran de que exista anticipación y claridad en el comercio internacional, y que en paralelo se pueda prevenir que se escapen de las manos ciertos caracteres por factores externos que no aportan al desarrollo del comercio, cabe mencionar que cada acuerdo pactado se les denomina como el verdadero “corazón” de la OMC, asimismo hay que considerar también que los acuerdos comerciales son importantes porque definitivamente beneficia y enriquece al comercio exterior (Moreno, 2010).

El envase es un contenedor con características específicas y esto hace que al momento de adquirir un bien logre acoplarse a este; al respecto, el envase puede personalizar, economizar, perdurar, mostrar y reseñar de sentido único a una mercancía, utilizando

diferentes componentes al mismo tiempo, asimismo cabe mencionar que es importante que existan métodos de seguridad que permitan correctamente la repartición, manipuleo, y que paralelamente salga a la venta; es reconocido como el “vendedor silencioso” porque brinda señales radicales del bien hacia el adquirente; por otro lado tenemos el embalaje, el cual viene a ser algún elemento físico que cuida un producto ya sea para la entrega o reserva en un local, este material es trabajado mayormente con maquinarias que se ocupan de preservar el producto en tramos largos y así evitar pérdidas de la mercancía, tránsito, manipuleo, clima, antecedentes biológicos así como también robos, de igual manera prevenir gastos, desbordes y principalmente deterioros y que por lo tanto será rentable para las empresas de este rubro (MINCETUR, 2009).

Los Incoterm se basan en las diferentes responsabilidades que ambas partes tendrán que asumir previo acuerdo para el traslado de la mercancía vía marítima, se comprenden en 11 reglas con definiciones diferentes. Los de la Regla E (Ex Works) el vendedor coloca la mercancía en sus propias instalaciones para que el comprador realice los demás procesos, en la Regla F en el cual participan tres reglas, la empresa que se encarga de realizar las ventas se hace responsable de la mercancía hasta llevarla al transporte que fue solicitado por el comprador una vez colocado ahí la responsabilidad pasa al comprador, en la Regla C participan cuatro reglas y la empresa que realiza la venta hará el contrato del transporte que se encargará de llevar la mercancía hasta el puerto solicitado, entrega la mercancía y el responsable pasaría al comprador y los de la Regla D que consta de tres reglas, la empresa que realizó la venta se encarga de llevar la mercadería hasta su punto de destino y se hace cargo de todo los costos o riesgos de la mercancía. Todas las reglas son aplicadas a través de un contrato de compraventa a través de las actividades de exportación o importancia de mercancía (Cabrera, 2020).

Es por ello que en la tabla 2 se encuentran las once reglas de Incoterm que se emplean para la ejecución de las actividades comerciales de exportación e importación en los contratos de compra y venta.

Tabla 2.

Reglas de los Incoterm creadas por la CCI 2020

SIGLA	DESCRIPCIÓN EN INGLÉS	DESCRIPCIÓN EN ESPAÑOL
EXW	Ex works	En fábrica
FCA	Free carrier	Franco porteador
FAS	Free alongside ship	Franco al costado del buque
FOB	Free on board	Franco a bordo
CFR	Cost and freight	Costo y flete
CIF	Cost, insurance and freight	Costo, seguro y flete
CPT	Carriage paid to	Transporte pagado hasta
CIP	Carriage and insurance paid to	Transportes y seguros pagados hasta
DAP	Delivered at place	Entregada en lugar
DPU	Delivered at place unloaded	Entregada en lugar descargada
DDP	Delivered duty paid	Entrega derechos pagados

Fuente: Incoterm 2020

La investigación llevó a cabo estrategias de fortalecimiento que mejore los diversos procesos que se emplean en la oferta exportable, cabe señalar que actualmente la economía mundial está globalizando cada vez más rápido es decir las estrategias se dificultan cada vez más para competir en el mercado extranjero, así mismo, de forma tradicional en su mayoría de veces la empresa que exporta es responsable de todo lo que pueda ocurrir en los procesos ejecutados, sin embargo en la actualidad todo son responsables que la exportación salga un éxito y lograr los objetivos, para que una empresa emplee estrategias de exportación debe enfocarse en factores que formaron parte del desarrollo de sus actividades por ejemplo si la empresa está dispuesta a cumplir con los volúmenes de exportación que te exige el mercado

extranjero, también influye los acuerdo comerciales que tenga con el país destino, entre otros.

Por ende, se detallaran factores externos e internos que puedan mejorar las estrategias de exportación, las estrategias externas están basadas en los obstáculos comerciales que se pueden trazar en los procesos, el siguiente se basó en los acuerdos comerciales que tenga la empresa exportadora como país de origen y la empresa importadora como país destino, la situación política de ambas partes y el medio ambiente, la estacionalidad de adquisición del producto del país importador y por último los precios de venta que se pactara para realizar la negociación, así mismo se encuentran factores internos que formaron parte del desarrollo interno de la empresa, el primero es preparar una información objetivo del mercado destino un ejemplo puede ser sus necesidades y requerimientos, la situación actual de la empresa que va realizar la exportación, los recursos humanos, entre otros. Por último, es importante presentar las características del producto del producto que se va a ofrecer al mercado en el exterior, así mismo se recomienda un estudio del mismo mercado internacional en partes generales es decir del comportamiento de la empresa importadora con los demás y de manera particular del comportamiento de la empresa importadora con la empresa exportadora (Águila y Diaz, 2020).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

En el estudio se aplicó el método inductivo – deductivo a fin de que el método inductivo explicará de lo particular a lo general basándose primero en la observación o experiencia de los hechos de la investigación proponer conclusiones generales, así mismo, el deductivo obtendrá los resultados generales mediante conceptos y definiciones para predecir y/o explicar de manera particular con el fin de lograr conclusiones específicas, comprobando la validez de los resultados, siendo estos dos importantes en el desarrollo del estudio (Bernal, 2006).

3.2 Enfoque

El enfoque que se desarrolló en la investigación fue mixto, el cual acopla el enfoque cualitativo con el cuantitativo, a fin de resaltar lo positivo de ambos y disminuir lo negativo, cabe detallar que el cuantitativo se enfoca en el positivismo basándose en un análisis estadístico para aprobar, del mismo modo el cualitativo tiene como finalidad observar y así poder resolver el problema, principalmente mediante un análisis y la importancia que le da un individuo para conseguir sus objetivos; se sabe que el enfoque mixto busca resolver a fondo la problemática de la investigación de manera efectiva, así mismo su objetivo será lograr un información clara y completa, para ello se tendrá en cuenta tres puntos expuestos, triangulación del tiempo, espacio y sujeto, así mismo triangulación de la información que brindara la muestra y por último triangulación teórica o de discusión y así poder explicar, analizar y anunciar el fenómeno estudiado, es importante buscar alternativas de solución para potenciar y mejorar lo ya expuesto (Carhuancho, Nolzco, Sicheri, Guerrero y Casana, 2019).

3.3 Tipo de investigación

La investigación se realizó mediante un estudio de tipo proyectiva basando en las técnicas y procedimientos dispuestos, su base es la realidad de la problemática para ello se propondrá diferentes técnicas de análisis hasta obtener posibles soluciones mediante fundamentos, descripciones, explicaciones marcando objetivos, presupuesto y opiniones del personal capacitado en el tema principal de la investigación de forma práctica y sencilla (Carhuancho, Nolzco, Sichei, Guerrero y Casana, 2019).

3.4 Diseño de la investigación

La investigación se enfocó en un diseño no experimental donde se observará las diferentes situaciones de los fenómenos en su contexto natural basándose en los estudios cuantitativos, dirigiéndose a situaciones que ya existen y no pueden ser alteradas es decir no se podrá actuar sobre las variables independientes ya acontecidas y en sus consecuencias que traigan con ello; cabe mencionar que un diseño no experimental se clasifica en transeccional o transversal y longitudinal, el primero se enfocará en describir las variables y saber su relación en el momento de los hechos de manera exploratoria, descriptiva y correlacionales-causales; y el longitudinal se encargará de recolectar la información en diferentes momentos o periodos para deducir las causas y sus efectos de lo estudiado enfocándose en cómo va desarrollándose la investigación, de manera que el diseño no experimental es de manera sistemática y empírica logrando una mejora constante (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.5 Población, muestra y unidades informantes

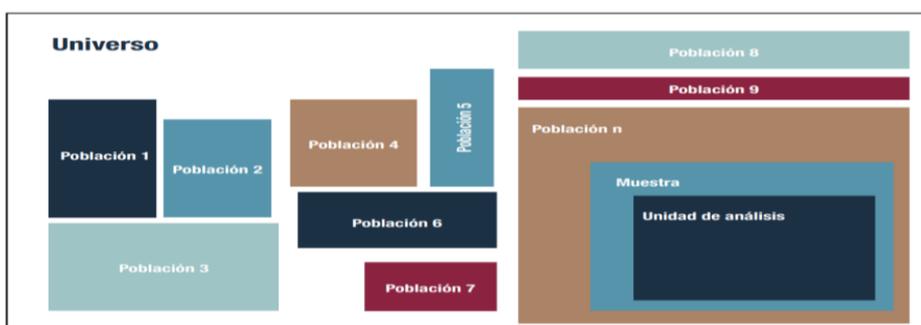
3.5.1 Población

La población se basa primeramente en la recopilación de datos de individuos u organizaciones, en este caso fueron a través de fuentes secundarias enfocándose en los estudios que puedan ofrecer toda información necesaria para la investigación, por ende la investigación se enfoca en 20 datos de las diferentes entidades relacionadas al tema de investigación entre ellas SUNAT, SIICEX, BCRDP, entre otros, relacionándose entre sí por características comunes y lograr que sean medibles al momento de llevar a cabo la investigación, otro punto importante que se toma en cuenta es el conjunto de poblaciones llamado universo ya que será el punto de partida (Carhuacho, Nolasco, Sicheri, Guerrero y Casana, 2019).

La población es la relación entre sí de todos los acontecimientos agrupados con una sucesión de especificaciones (Lepkowski citado por Hernández, Fernández & Baptista, 2014), por ello debe ser detallada de manera minuciosa en la descripción de sus características, con la intención de definir cuáles son los parámetros que se enfocarán en la muestra (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Figura 1.

Representación de la población, muestra y unidad de análisis.



Fuente: Carhuacho, Nolasco, Sicheri, Guerrero y Casana (2019)

3.5.2 Muestra

La muestra se caracteriza por ser una parte de la población de manera adecuada y válida, se denomina subconjunto o subgrupo de la población, el cual facilita obtener los resultados de la investigación, significativamente enfocándose en un enfoque cuantitativo la muestra debe ser representativa por ende se basa en una pequeña cantidad de individuos u organizaciones el cual evidenciaría al total con mayor exactitud (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La muestra de la investigación es la parte fundamental porque de ahí se obtendrá la información necesaria y del mismo modo poder efectuar la medición y observar las variables como parte del estudio a realizar (Bernal, 2010); para realizar una muestra se debe tener en cuenta los siguientes pasos, en primer lugar, precisar tu población, luego saber cuál será tu marco muestral, además fijar el tamaño de la muestra, escoger el procedimiento de muestreo y por último escoger la muestra (Kinneer y Taylor citado por Bernal, 2010).

La muestra de la investigación aplicada fue no probabilística intencional, estuvo conformada por 4 organizaciones que nos dio a conocer cómo se encuentra actualmente las exportaciones de arándanos la primero SUNAT, base de datos actualizada hasta abril del año 2021, SIICEX, base de datos actualizada hasta mayo del año 2021 y BCRP base de datos actualizada hasta abril del año 2021.

3.5.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis son todos los sujetos, casos o elementos que participen en la recolección de datos y que van a ser medidos en la investigación, entre ellos se encuentran los individuos y organizaciones; cabe resaltar que, si la unidad de análisis ya se encuentra

establecida, se puede proceder a definir la población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La investigación se enfoca como unidad de análisis a cada entrevistado que participe de la investigación, el primer entrevistado es un abogado de la Universidad San Martín de Porres actualmente se encuentra laborando en la empresa Scharff Logística Integrada S.A. como representante legal, el segundo es Ing. Agropecuario de la Universidad Zamorano en Honduras y Gerente General de su propia empresa Agroecológicos SAC y la última es una abogada de la Universidad San Martín de Porres actualmente se encuentra laborando de forma particular y es representante legal de diversos procesos que se soliciten, los tres participantes participan en actividades de exportación de diversos frutos como arándanos, espárragos entre otros.

3.6 Variables y dimensiones /categorías y subcategorías

Tabla 3.
Matriz de categorización de la categoría problema

Categoría/ Variable	Subcategoría	Indicadores
C1. Oferta Exportable	C1.1. Producto	C1.1.1. Calidad
		C1.1.2. Transporte
		C1.1.3. Estacionalidad
	C1.2. Documentación	C1.2.1. Formalización
		C1.2.2. Requisitos
		C1.2.3. Seguros
	C1.3. Negociación	C1.3.1. Acuerdos Comerciales
		C1.3.2. Incoterm
		C1.3.3. Envases y embalaje

Elaboración propia.

Tabla 4

Matriz de categorización de la categoría solución

Categoría	Alternativas de Solución	KPI	Entregable
Estrategias de fortalecimiento	Elaborará un perfil de mercado mediante la recopilación de información sobre el posicionamiento actual de la exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense	Volúmenes de exportaciones del producto. N° de proveedores de arándanos en el mercado de EE.UU. Grado de oportunidad de negocio del arándano en USA.	Perfil de mercado
	Evaluar los procesos actuales dentro de la cadena logística y proponer mejoras enfocadas a simplificar la ejecución en las operaciones de exportación de arándanos frescos	Rentabilidad de los procesos en la cadena actual. Lead time de procesos implementados. N° de errores producidos durante validación	Plan logístico
	Gestionar la implementación de estrategias orientadas a mejorar los volúmenes actuales de exportación al mercado objetivo.	Analizar la situación actual de exportaciones de arándano. Identificar estrategias comerciales adecuadas. Proponer procedimientos para incrementar las ventas.	Plan de exportación

Elaboración propia

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1 Técnica

3.7.1.1 Entrevistas

En el estudio se la técnica de la entrevista basándose en el método que se realizará de manera directa con los individuos a fin de que se proporcione la información adecuada para realizar la investigación; así mismo la entrevista se presenta a través de un cuestionario flexible el cual permitirá que las respuestas obtenidas de los entrevistados sean enfocadas en sus impulsos naturales (Bernal, 2010).

La entrevista realizada en la investigación aportará en la recolección de información de cada individuo entrevistado, consta de 10 preguntas y con la finalidad de lograr los alcances propuestos.

3.7.1.2 Análisis Documental

El análisis documental es el método en que se averiguara la veracidad de los documentos presentados en la investigación mediante fichas bibliográficas, el marco teórico es uno de los puntos donde se emplea con frecuencia este método, es recomendable que en el proceso para reunir información de la investigación se empleen do o más métodos con el fin de verificar y/o agregar antecedentes (Bernal, 2010).

El análisis documental de esta investigación se enfocará en encontrar la veracidad de la información obtenida que se encuentre a través de libros, artículos, entre otros.

3.7.2 Instrumento

3.7.2.1 La guía de entrevista

La guía de entrevista se utiliza para recolectar información el cual no forma parte de un protocolo estructurado quiere decir que no se ajusta solamente a un esquema, además se emplea como un recordatorio al momento de realizar las preguntas sobre los asuntos a tratar en la investigación, que a su vez pueden ser modificadas al momento de realizar más entrevistas, enfocándose en el estudio cualitativo, da a conocer lo que el investigador busca verdaderamente resolver con la información brindada (Taylor y Bogdan, 1987).

La investigación será empleada en base a la información captada durante el proceso de entrevistas que corresponden a las opiniones de los participantes de manera individual respecto a los diferentes asuntos propuestos.

Cuadro 1

Ficha técnica de entrevista

Ficha técnica de entrevista	
Cargo o puesto en que se desempeña:	
Nombres y apellidos:	
Código de la entrevista:	
Fecha:	
Lugar de la entrevista:	

3.7.2.2 El registro documental

El registro documental se basa en recoger información de diferentes fuentes que provengan de artículos científicos, libros, entre otros; otro punto a tratar es que la manera más rápida para obtener información es buscar a través de palabras claves o complementarios, además se detalla que el retiro los documentos o diversos informes pueden ser citas textuales y no textuales (CIFE, 2016).

3.7.3. Validación

La validez o fiabilidad de una investigación se basa primeramente en la información recolectada el cual la mayoría de los datos son empíricos es decir son efectuados por la experiencia y observación brindada para ello existen diversos métodos, uno de ellos es el juicio de expertos ya que se emplea con frecuencia en los estudios cualitativos, el cual se enfocan en personas preparadas, con conocimientos y experiencia sobre el tema evaluadas por otros como expertos que cuenten con todos los requisitos y calidad de información con el fin de obtener el grado de veracidad y poder seguir aplicándolo en la investigación (Robles y Rojas, 2015).

Tabla 5

Expertos que validaron la guía de entrevista

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
Carhuancho Mendoza Irma Milagros	Licenciada en administración	Si hay suficiencia
Nolazco Labajos Fernando Alexis	Licenciado en educación /administración	Si hay suficiencia
Bazán Tanchiva José Antonio	Licenciado en administración y negocios internacionales	Si hay suficiencia

Elaboración Propia

Tabla 6

Expertos que validaron la propuesta

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
Bazán Tanchiva José Antonio	Magister en administración y negocios internacionales	La propuesta es coherente en cuanto problema y solución
Gardi Melgarejo, Victoria	Doctora en administración de empresas	Propuesta viable y concisa
Sanchez Roque, Leoncio	Doctor en administración/Ciencias de la educación	La propuesta es consistente

3.8 Procesamiento y análisis de datos

La evaluación de los expertos que formaron parte de la investigación fue realizada mediante un documento denominado guía de entrevista la cual fue aprobada, después, se realizarán las video entrevistas que tendrán una serie de preguntas planteadas por el investigador, finalmente las respuestas obtenidas se migrarán a un programa informático llamado Word y se utilizará el programa Atlas ti el cual analizará los datos cualitativos de forma digital.

3.9 Aspectos éticos

El estilo fue planteado por la asociación profesional y científica de los Estados Unidos denominada por sus siglas en inglés American Psychological Association, el cual aportó en la investigación en evitar el plagio de libros, artículos científicos, revistas científicas, tesis y otros documentos que se han utilizado como fuente, respetando los derechos de autor y la propiedad intelectual de la investigación, así mismo la muestra se enfocó en conservar la información de los individuos entrevistados y la veracidad de sus respuestas para la investigación, finalmente la data va a mostrar de forma transparente y original los resultados obtenidos sin ningún tipo de variación.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados cuantitativos

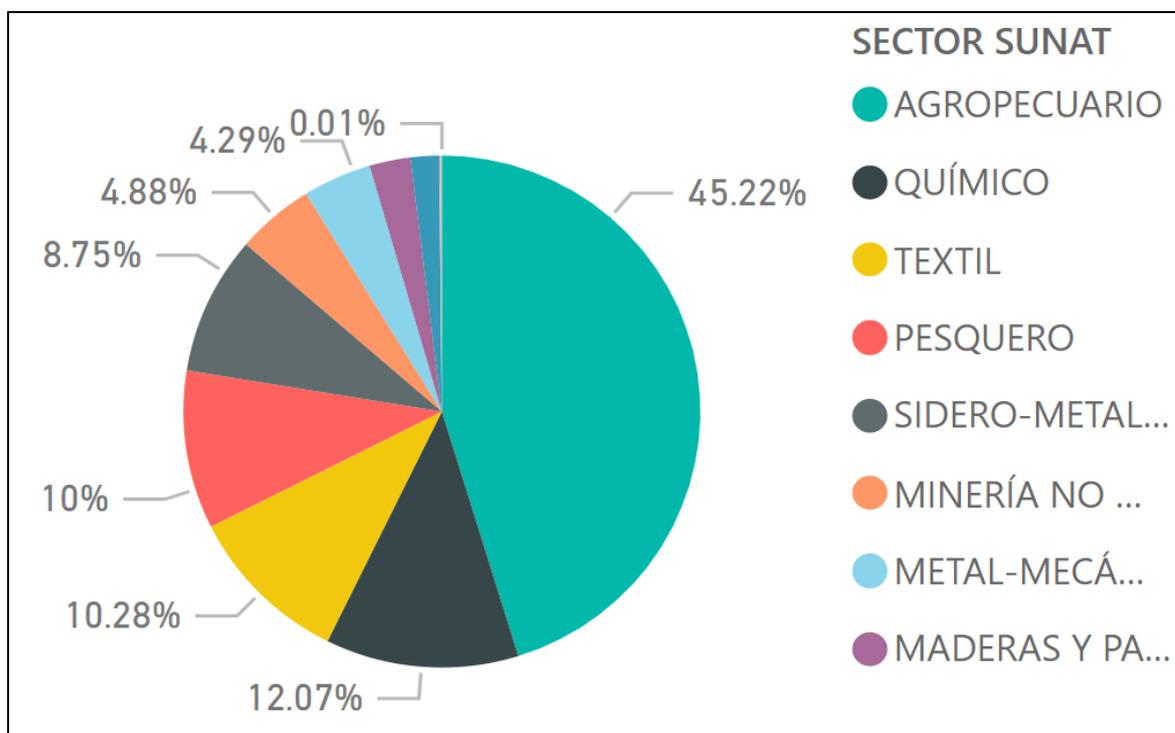
La información que se presentará en los resultados cuantitativos se basará en una información verídica obtenida por la base de datos de las diferentes entidades como SUNAT, SIICEX, BCRP, entre otros, del desarrollo y evolución del arándano fresco.

Para detallar la descripción de los resultados cuantitativos de la investigación, fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos en el mercado estadounidense, nos enfocaremos primeramente en cómo se encuentra el sector agropecuario según SIICEX en los últimos tres años 2018, 2019 y 2020, cabe señalar que el sector económico de la SUNAT está dividido en productos tradicionales, productos no tradicionales y otros; los productos tradicionales están conformados por el sector minero, pesquero tradicional, petróleo - gas natural y agrícola; los productos no tradicionales están conformados por el sector agropecuario, el textil, pesquero no tradicional, químico, metal- mecánico, entre otros.

Según los datos de la figura 2, el área encargada de los procesos aduaneros y aspectos tributarios, SUNAT, exportados a la página oficial de la entidad encargada del comercio exterior, SIICEX – promperú, por medio de la información de las estadísticas de las regiones conformado por Lima, Macro Región Centro, Macro Región Noroeste, Macro Región Norte, Macro Región Oriente, Macro Región Sureste y Macro Región Suroeste, según los últimos tres años (2018, 2019, 2020) el sector agropecuario en el mercado nacional se posiciona entre los principales sectores obteniendo un más que la tercera parte pero un poco menos que la mitad del porcentaje total (100%) a diferencia de los otros sectores como químico un poco menos que la octava parte, en textil la décima parte, pesquero al igual que el área textil la décima parte, entre otros.

Figura 2

Posicionamiento del sector agropecuario a nivel nacional.



Fuente: SIICEX – Promperú

De acuerdo a la tabla 7, el valor FOB el sector agropecuario logró obtener 35,361,907,542 efectuado en dólares estadounidenses, para finalizar el sector agropecuario pertenece a productos no tradicionales ya que estos mismos siempre serán expuestos al mercado nacional e internacional mediante un valor agregado enfocándose en los insumos, la cadena logística que se necesite, la mano de obra peruana que es barata con la finalidad de realizar las actividades en el desarrollo del fruto del arándano fresco, un ejemplo de ellas la cosecha de un fruto, entre otros.

Tabla 7

Presentación del sector agropecuario en Valor FOB.

N°	SECTOR SUNAT	FOB USD	%PART.	Var%
1	Agropecuario	35,361,907,542	45.22%	6.70%
2	Químico	9,441,178,293	12.07%	6.40%
3	Textil	8,042,182,874	10.28%	6.10%
4	Pesquero	7,822,294,365	10.00%	7.50%
5	Sidero- Metalúrgico	6,840,835,321	8.75%	7.20%
6	Minería no metálica	3,812,390,896	4.88%	5.50%
7	Metalmecánico	3,355,321,918	4.29%	5.20%
8	Maderas Y Papeles	2,008,299,647	2.57%	4.60%
9	Varios (Inc. Joyería)	1,391,643,711	1.78%	4.90%
10	Pielés Y Cueros	118,597,175	0.15%	1.10%

Fuente: SIICEX – promperú

Elaboración propia

La figura 3, detalla que el color verde representa al sector agropecuario y establece cómo se encuentra posicionado en los diferentes Continentes a nivel mundial, se logra observar que América del Norte es el principal Continente destino de los productos peruanos, el cual está conformado por tres países que son Canadá, México y Estados Unidos, sin embargo, Estados Unidos es el principal país destino de productos agropecuarios.

Figura 3.

Mapa de los principales continentes destino de los productos agropecuarios.



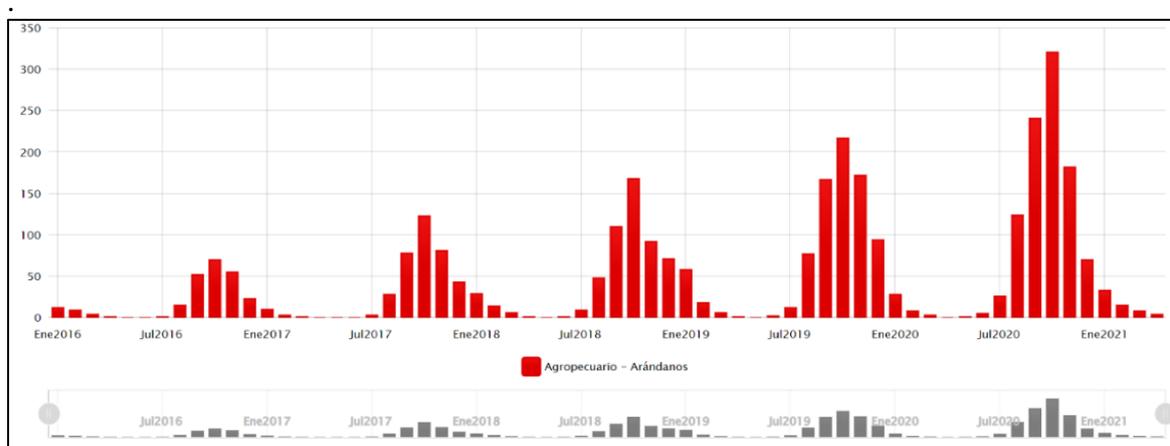
Fuente: SIICEX – promperú

En la figura 4, el fruto del arándano fresco correspondiente al sector agropecuario, se encuentra en productos no tradicionales, obteniendo en los últimos años un crecimiento positivo convirtiéndose en el año 2020 el primer exportador de arándanos frescos en el mundo desplazando a Chile; así mismo Estados Unidos se posiciona como el primer importador de este fruto.

Según el BCRP por medio de la Gerencia Central de Estudios económicos nos especifica cómo ha evolucionado las exportaciones de los arándanos frescos desde enero del 2016 a enero del 2021 de manera semestral y se observa que el mayor porcentaje de salida de este fruto al mercado internacional se realizan en el segundo semestre del año efectuado por medio de los valores FOB (millones de US\$) que establecen según los resultados anuales.

Figura 4.

Exportaciones de arándanos en los últimos cinco años por Valor FOB%



Fuente: BCRP – Gerencia Central de Estudios Económicos.

A continuación la tabla 8 y la figura 5, según la base de datos de SUNAT indica las principales empresas exportadoras de arándanos, entre ellas la empresa CAMPOSOL S.A. con número de documento 20340584237 en el año 2019 logró obtener como resultado en valor FOB USD 178,053 y en el 2020 disminuyeron sus ingresos obteniendo un valor FOB USD 137,853; por lo que es 40,200 dólares menos que el año anterior cabe mencionar que la empresa CAMPOSOL S.A. tiene otros destinos aparte de Estados Unidos como Reino Unido, Alemania, Países Bajos, China, Hong Kong, Canadá, Tailandia, Costa Rica, Brasil; en cambio la empresa HORTIFRUT – PERÚ S.A.C. con número de documento 20602822533, en el 2019 logró obtener en valor FOB USD de 101,317 y en el año 2020 un valor FOB de 144,78 , eso quiere decir que logró obtener 43,472 más que el año anterior, finalmente existen empresas como AGROVISION PERÚ S.A.C, COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A., AGRO BERRIES PERU S.A.C., entre otras empresas que poco a poco se están posicionando en el mercado internacional.

Tabla 8

Principales empresas exportadoras de arándanos más solicitadas.

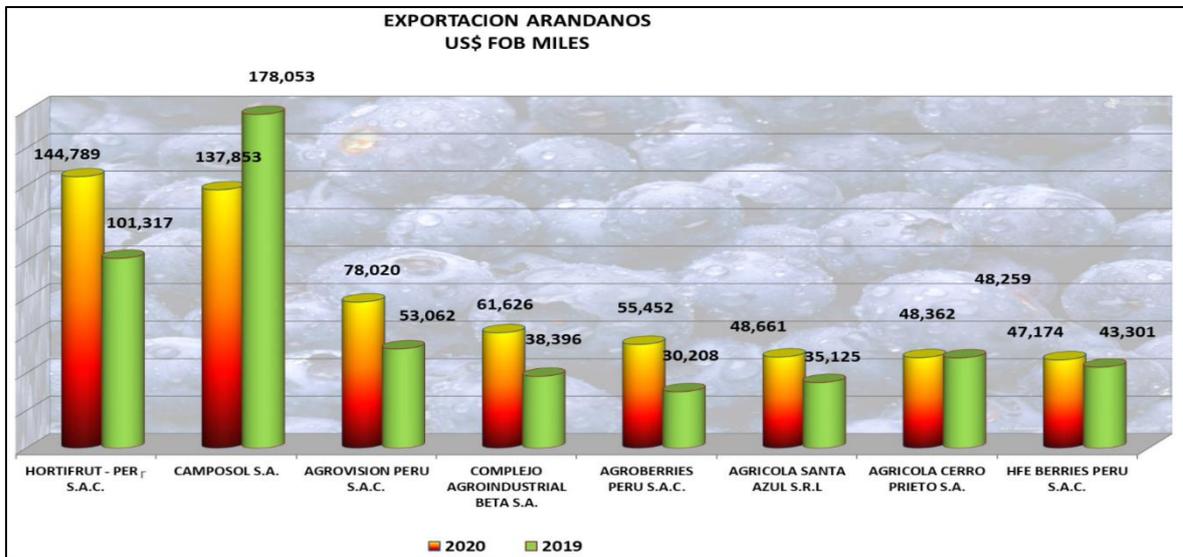
		Valor FOB	
N		USD -	Valor FOB
DOCUMENTO	EMPRESA	2019	USD - 2020
20602822533	HORTIFRUT - PERU S.A.C.	101,317	144,789
20340584237	CAMPOSOL S.A.	178,053	137,853
20554556192	AGROVISION PERU S.A.C.	53,062	78,020
	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL		
20297939131	BETA S.A.	38,396	61,626
20600807685	AGROBERRIES PERU S.A.C.	30,208	55,452
20555837659	AGRICOLA SANTA AZUL S.A.C	35,125	48,661
20461642706	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	48,259	48,362
20600529481	HFE BERRIES PERU S.A.C.	43,301	47,174

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

Figura 5

Evolución en las empresas agroexportadoras peruanas de arándanos.



Fuente: SUNAT

En la tabla 9 y la figuras 6 y 7 nos detalla que el Perú en el mercado internacional se ha posicionado como el primer país exportador de arándanos frescos en el mundo. Se precisa que Estados Unidos en los últimos diez años es el primer importador de estados unidos sin embargo se visualizan dos excepciones ya que en el año 2010 Bélgica fue el primer importador de arándanos mediante la Unión Europea que es una entidad geopolítica y el cual se logró un Valor FOB USD de 17,050.73 y un peso neto de 1,449.00 kg, posteriormente en el año 2011 el peso neto como el valor FOB USD logró un incremento en sus resultados anuales obtenidos y Estados Unidos se posiciona como el primer importador de arándanos logrando un valor FOB USD de 36,027.00 y un peso neto de 2,703.00 kg , en el año 2012 el primer importador de arándanos fue el Reino Unido y obtuvo un peso neto de 14,931.60 kg y un valor FOB USD de 170,007.84 también mediante la Unión Europea y para finalizar desde el año 2013 hacia adelante Estados Unidos es el primer importador arándanos según

los datos del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, SIICEX – promperú y que cada año ha sido de manera ascendente los resultado obtenidos hasta el año 2020, cabe mencionar que los E.E.U.U. lo realizan mediante NAFTA, que es un tratado de libre comercio de América del Norte donde Estados Unidos, Canadá y México llegan a diferentes acuerdos comerciales para la compra y venta de los productos que necesiten.

A continuación, el primer país destino por año en el ranking de los últimos diez años.

Tabla 9

Principal país destino de la exportación de arándanos frescos.

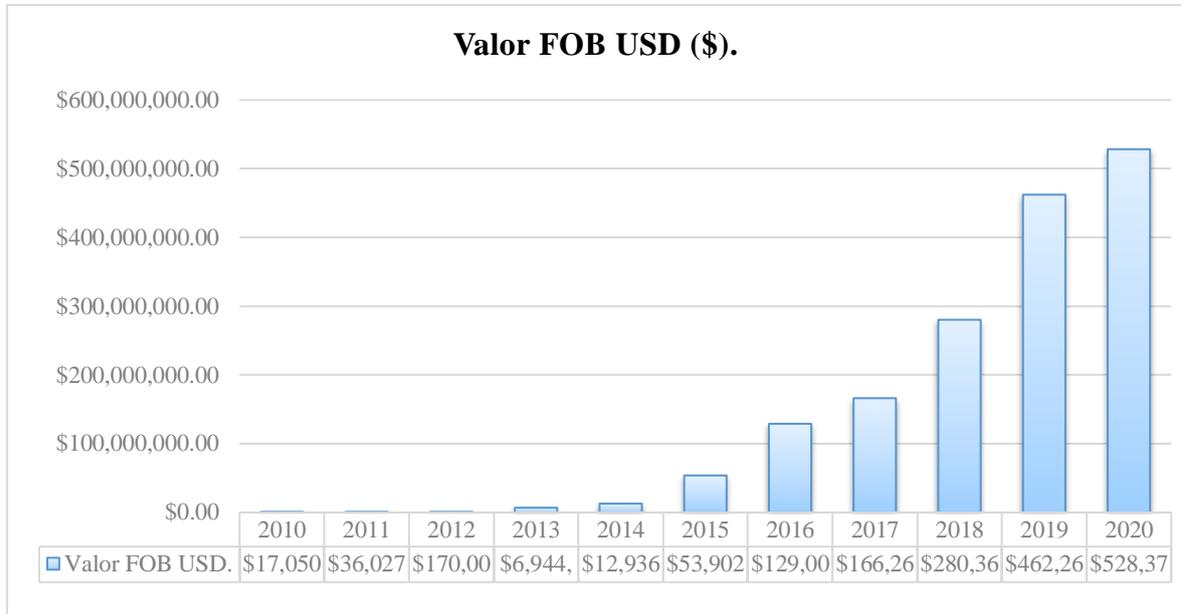
AÑO	Código	Agrupación	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
2010	BE	UNIÓN EUROPEA	Bélgica	1,449.00	17,050.73
2011	US	NAFTA	Estados Unidos	2,703.00	36,027.00
2012	GB	UNIÓN EUROPEA	Reino Unido	14,931.60	170,007.84
2013	US	NAFTA	Estados Unidos	607,272.82	6,944,787.52
2014	US	NAFTA	Estados Unidos	1,324,772.91	12,936,901.78
2015	US	NAFTA	Estados Unidos	5,623,643.15	53,902,455.65
2016	US	NAFTA	Estados Unidos	15,261,663.80	129,009,854.33
2017	US	NAFTA	Estados Unidos	19,139,010.03	166,265,467.13
2018	US	NAFTA	Estados Unidos	39,669,457.92	280,361,585.98
2019	US	NAFTA	Estados Unidos	71,244,205.24	462,260,364.43
2020	US	NAFTA	Estados Unidos	87,578,548.64	528,375,035.92

Fuente: SIICEX – promperú

Elaboración Propia

Figura 6

Presentación gráfica según el valor FOB USD.

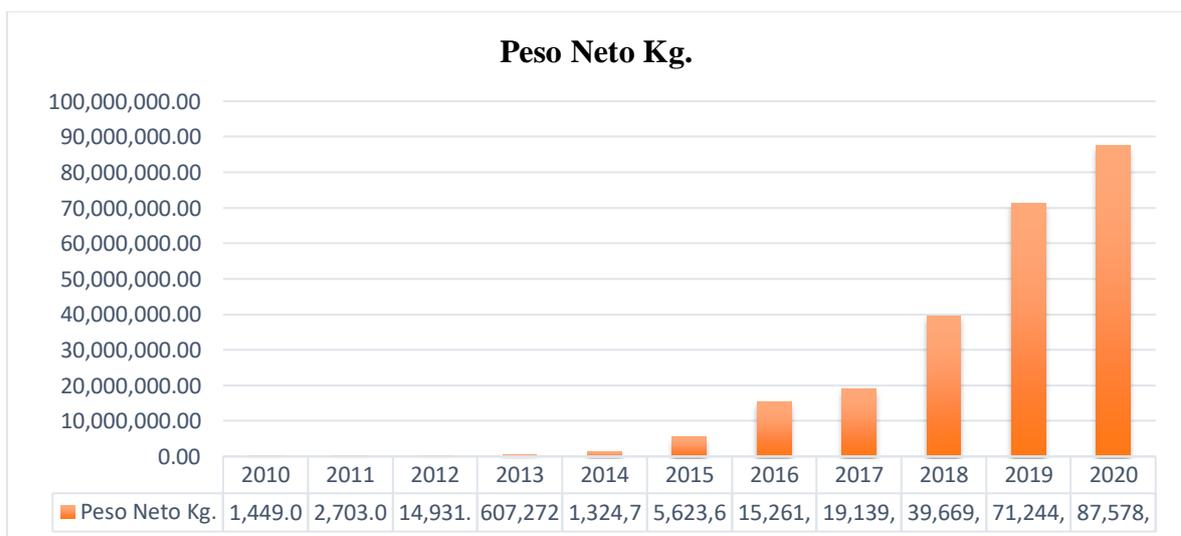


Fuente: SIICEX - promperú

Elaboración propia

Figura 7

Presentación gráfica según el Peso Neto Kg.



Fuente: SIICEX - promperú

Elaboración propia

A través de fuentes secundarias, cabe destacar que el mercado estadounidense detalla la importación y el desarrollo de este fruto según su partida arancelaria, 0810400000, que pertenece a los arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género *vaccinium*.

En la tabla 10, correspondiente al año 2016 las exportaciones de arándanos frescos se colocaron en el tercer lugar de los productos agropecuarios más importados por los Estados Unidos en un periodo anual, logrando exportar 15,261,663.80 kilogramos y un valor FOB USD 129,009,854.33; en segundo lugar, quedaron las uvas frescas con un Valor FOB USD de 247,773,328.06 y el primer lugar fue para los espárragos fresco o congelados con un Valor FOB USD de 268,610,372.79.

Tabla 10

Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2016.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	709200000	Espárragos, fresco o refrigerados	87,068,895.63	268,610,372.79
2	806100000	Uvas frescas	86,036,054.83	247,773,328.06
3	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género <i>vaccinium</i> , frescos	15,261,663.80	129,009,854.33
4	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	32,271,605.11	74,862,959.75
5	2005991000	Alcachofas (alcauciles)	23,359,588.63	60,415,034.53

Fuente: SIICEX – promperú

En la tabla 11 correspondiente al año 2017 se obtuvo una exportación de 19,139,010.03 kilogramos y se obtuvo un valor de FOB USD de 166,265,467.13 cabe mencionar que en ese año se posicionó en el 4to lugar ya que la partida arancelaria 0804400000 correspondiente a la descripción de aguacates (paltas), frescas o secas logró un valor FOB USD de 175,153,157.48. posicionándose en el tercer lugar.

Tabla 11

Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2017.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	806100000	Uvas frescas	89,664,086.42	273,049,918.66
2	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	81,415,976.80	261,019,440.01
3	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	66,212,126.28	175,153,157.48
4	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	19,139,010.03	166,265,467.13
5	2005991000	Alcachofas (alcauciles)	23,293,610.21	60,520,875.13

Fuente: SIICEX – promperú

En el año 2018, los arándanos frescos se posicionan en el segundo lugar y se logra exportar 39,669,457.92 con un valor FOB USD de 280,361,585.98. se detalla por ello que recaudó 100,000,000 en FOB USD que el año 2017 y a sí mismo también se menciona que en ese año la partida 806100000 correspondiente a las uvas frescas se posiciona en el primer lugar con un Valor FOB USD de 302,448,309.1 y los espárragos se encuentran en el tercer lugar con un valor FOB USD de 230,957,395.3, como se detalla en la tabla 12.

Tabla 12

Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2018.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	806100000	Uvas frescas	112,174,486.5	302,448,309.1
2	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	39,669,457.92	280,361,586.0
3	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	92,537,180.05	230,957,395.3
4	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	82,891,343.31	175,945,468.8
5	2005991000	Alcachofas (alcauciles)	27,149,498.5	65,997,952.39

Fuente: SIICEX – promperú

En la tabla 13 correspondiente al año 2019, la exportación de arándanos alcanza posicionarse en el primer lugar a pesar de haber entrado a una emergencia sanitaria por la epidemia Covid – 19, por lo que se exportó 71,244,205.24 kilogramos y alcanzó un valor FOB USD de 462,260,364.43, por lo tanto, se demuestra que se logró alcanzar según el Valor FOB USD 181, 898,778.4 más que el año 2018 y a su vez muy cerca de triplicar los ingresos en Valor FOB USD del año 2016.

Tabla 13

Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2019.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	71,244,205.24	462,260,364.43
2	806100000	Uvas frescas	141,622,328.30	387,833,072.33
3	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	92,863,741.73	252,320,617.98
4	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	85,411,489.71	232,628,050.74
5	805299000	Wilking e híbridos similares de agrios (cítricos) excepto tangelo	48,343,025.70	64,672,378.45

Fuente: SIICEX – promperú

Finalmente en la tabla 14 en el año 2020, a pesar de la coyuntura que se seguía atravesando, a nivel mundial por la epidemia del COVID-19 y además la OMS lo manifieste de manera pública como una emergencia de salud a nivel internacional, no fue impedimento para que la exportación de arándanos frescos se posicione nuevamente en el primer lugar obteniendo un peso neto de 87,578,548.64 kg y un valor FOB USD de 528,375,035.92 logrando casi duplicar en Peso Neto kg y Valor FOB USD referente al año 2018.

A continuación, se muestran las exportaciones en Peso Neto Kg y Valor FOB USD.

Tabla 14

Valor FOB% de las exportaciones de arándanos en el año 2020.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	87,578,548.64	528,375,035.90
2	806100000	Uvas frescas	183,919,844.50	474,645,538
3	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	95,595,882.74	264,538,142.50
4	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	80,025,492.30	158,102,269.10
5	805299000	Wilking e híbridos similares de agrios (cítricos) excepto tangelo	79,234,577.67	96,315,521.82

Fuente: SIICEX – promperú

La tabla 15, da a conocer que se reportó el periodo del año 2020 sólo desde el mes de enero al mes de abril, debido que los datos de SIICEX – promperú se encuentran actualizados desde el periodo de enero a abril del presente año, con la finalidad de realizar una información comparativa de estos dos últimos años.

Se puede detallar que en el año 2020 de enero a abril, se generó un peso neto de 4,898,727.49 kg y un valor FOB USD de 23,928,419.01 y finalmente el otro punto observado en el año 2020, Países Bajos (Holanda) ocupaba el segundo lugar con un Valor FOB USD de 11,302,640.38 y China ocupaba el tercer lugar con un valor FOB USD de 2,212,929.19.

Tabla 15

Países destino de arándanos de enero a abril del 2020.

N°	Código	Agrupación	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	US	NAFTA	Estados Unidos	4,898,727.49	23,928,419.01
2	NL	UNIÓN EUROPEA	Países Bajos (Holanda)	2,176,852.20	11,302,640.38
3	CN		China	400,302.00	2,212,929.19
4	GB	UNIÓN EUROPEA	Reino Unido	290,978.30	1,332,132.22
5	HK		Hong Kong	35,100.00	186,876.34

Fuente: SIICEX – promperú

Se visualiza en la tabla 16, que los datos correspondientes a la exportación de arándanos del año 2021 correspondiente al periodo del mes de enero hasta el mes de abril, de manera que Estados Unidos se sigue posicionando en el primer lugar con un peso neto de 6,981,060.62 Kilogramos, por lo tanto 2,082,333.13 kg más que el año 2020 y un valor FOB USD de 41,375,168.32; a su vez en la posición dos se encuentra Países Bajos (Holanda) con un peso neto de 2,127,052.02 kg y 11,942,174.51 en valor FOB USD y en el presente año es Canadá quien ocupa el tercer lugar con un peso neto de 220,591.10 y un valor FOB USD 1,677,991.60.

Tabla 16

Países destino de arándanos de enero a abril del 2021.

N°	Código	Agrupación	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	US	NAFTA	Estados Unidos	6981060.62	41375168.32
2	NL	UNIÓN EUROPEA	Países Bajos (Holanda)	2127052.02	11942174.51
3	CA	NAFTA	Canadá	220591.1	1677991.6
4	CN		China	164640	1556092.49
5	HK		Hong Kong	195775.11	1369390.56
6	GB	UNIÓN EUROPEA	Reino Unido	308997.82	1300985.12
7	MY	ASEAN	Malasia	54382.5	325440.77
8	TH	ASEAN	Tailandia	47484.05	310721.14
9	AE	OTROS	Emiratos Árabes Unidos	17212.5	103493.61
10	CR	OTROS	Costa Rica	11544.84	80476.3
11	BR	MERCOSUR	Brasil	12253.5	75301.95
12	SV	OTROS	El Salvador	7833.6	50693.42
13	FR	UNIÓN EUROPEA	Francia	8032.5	40576.67
14	PA	OTROS	Panamá	4703.43	33895.72
15	SG	ASEAN	Singapur	1822.5	9604.42
16	KH	ASEAN	Camboya	1147.5	7596.28
17	BH	OTROS	Baréin	1080	5823.2
18	GT	OTROS	Guatemala	765	5469.7
19	QA	OTROS	Qatar	382.5	2556.12
20	DE	UNIÓN EUROPEA	Alemania	1	1
TOTAL, LISTADO				10,166,762.090	60,273,452.90

Fuente: SIICEX – promperú

Los ingresos que corresponden a la tabla 17 en Valor FOB (\$) de los productos más adquiridos por Estados Unidos según las SUBPARTIDAS arancelarias en el 2020.

A nivel general en productos peruanos exportados al mercado estadounidense en el año 2020 la exportación de arándanos logro posicionarse en el segundo lugar logrando un valor FOB USD de 528,375,035.92, el primer lugar fue para el oro en las demás formas en bruto con partida arancelaria 7108120000 y logrando un Valor FOB USD de 1,376,457,538.05, así mismo se observa que los productos agropecuarios no tradicionales son los que más se están posicionando en el mercado estadounidense, en materia prima.

Tabla 17

Presentación de los productos importados por EE.UU.

N°	Partida	Descripción	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	7108120000	Oro en las demás formas en bruto	81,363.13	1,376,457,538.05
2	810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	87,578,548.64	528,375,035.92
3	806100000	Uvas frescas	183,919,844.54	474,645,537.99
4	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	95,595,882.74	264,538,142.54
5	901119000	Café sin tostar y sin descafeinar excepto para siembra	53,638,614.92	174,281,419.58
6	8001100000	Estaño en bruto, sin alear	8,828,528.20	163,850,008.71
7	804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	80,025,492.30	158,102,269.08
8	2510100000	Fosfatos de calcio naturales, aluminio cálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler	2,297,471,324.86	144,330,669.09
9	2613900000	Minerales de molibdeno y sus concentrados, sin tostar	13,994,872.05	123,272,919.50
10	2710121900	Gasolinas sin tetraetilo de plomo excepto para motores de aviación y vehículos automóviles	212,172,425.00	103,047,417.59

Fuente: SIICEX – promperú

4.2 Descripción de resultados cualitativos

4.2.1 Categoría oferta exportable

La información correspondiente a la figura 8, se basa en la categoría de la investigación es la oferta exportable, el cual se encuentra avalado por subcategorías que son el producto, la documentación, la negociación. El producto señala principalmente que el arándano fresco tiene como principal particularidad al igual que otros productos peruanos, una alta demanda en el mercado internacional y es por ello que cada vez va alcanzando nuevos mercados mediante las ventajas competitivas por su calidad, el transporte que se va utilizar para trasladar el arándano fresco y la estacionalidad que formare parte de las evaluaciones que se podrán realizar para saber cómo se encuentra posicionado.

De igual manera, la documentación se encargará sobre todo de respaldar los diferentes requisitos de la exportación que se producen para exportar un producto uno de ellos es que los procesos que se encuentran en la precosecha, cosecha y post cosecha del arándano fresco sean aptos, a través de diferentes entidades formales como SENASA, SUNAT, entre otros; cabe señalar que todo proceso debe estar afiliado a un seguro que garantice que el producto llegara a su destino en óptimas condiciones, cabe resaltar que proyectos de exportación de materia prima han obtenido grandes pérdidas por el simple hecho de no tener los permisos adecuados o no haber prevenido los requisitos de las entidades ya mencionadas.

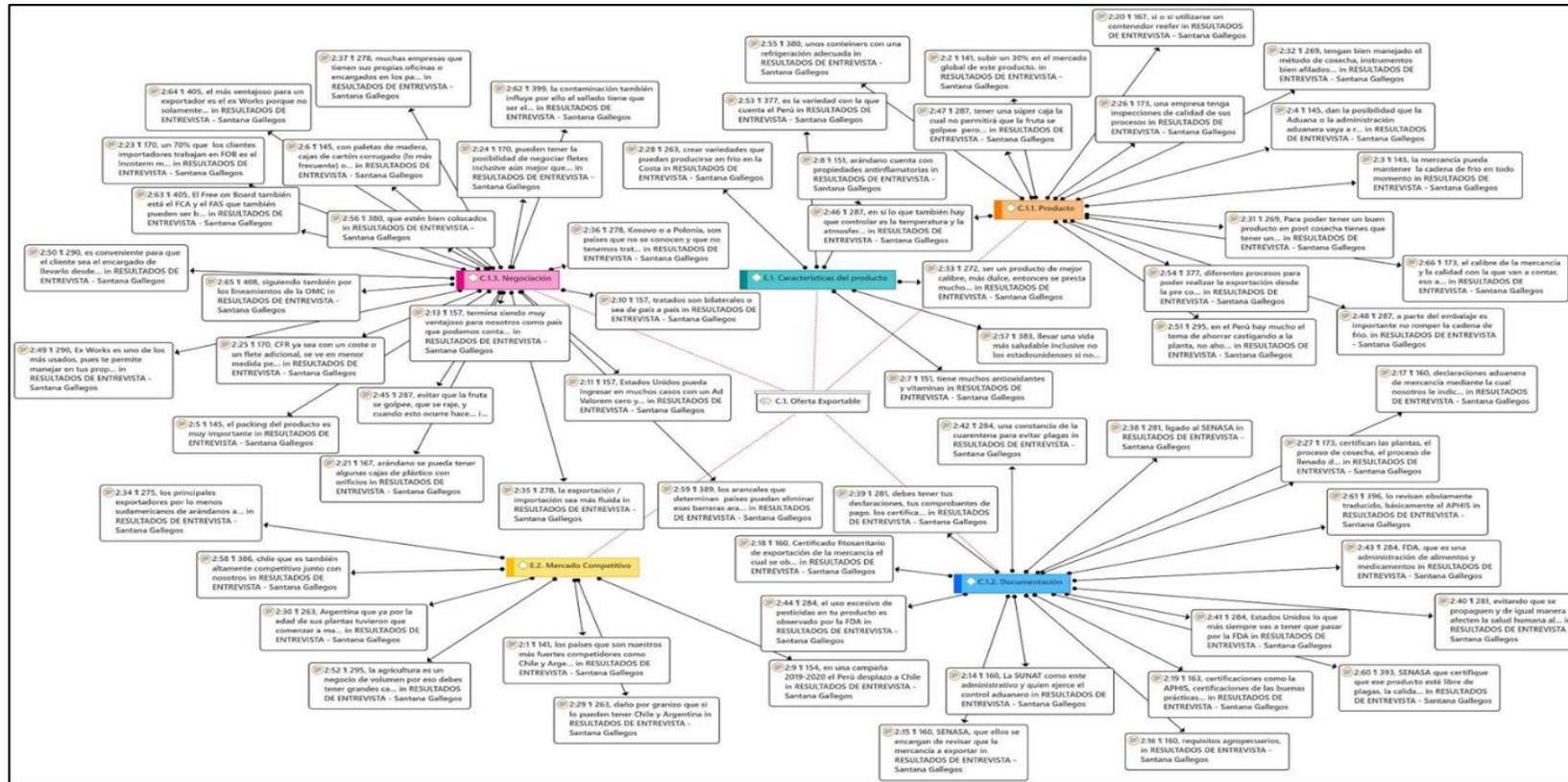
A sí mismo, la negociación es fundamental saber en primer lugar cuáles son los acuerdos comerciales que se tienen directamente con el país destino, puede generar facilidades y/o abstenerse de algunos cobros, también el envase y embalaje forman parte de los requerimientos de los clientes, en la actualidad existen diferentes medidas o formas de

exportar un producto por ejemplo algunos clientes desearán que se manden el arándano fresco desgranado y otras que sean enviados en tapers plastificados, entre otras opciones, incluso influye el mercado destino el mercado de los EE.UU. no es el mismo que el Europeo tienen diferentes características; finalmente cabe mencionar que la investigación se basará en el transporte marítimo por ello es muy importante el Incoterm que se va emplear existen 11 diferentes opciones, saber cuál es el más conveniente para el exportador y sobre que el importador esté de acuerdo.

Por último, son dos subcategorías emergentes que respaldan a la investigación la primera es la característica del producto, saber que se va vender al mercado objetivo y la segunda y no menos importante el mercado competitivo, como se encuentran posicionados otros países en la venta de este producto.

Figura 8

Categoría oferta exportable del resultado cualitativo de la investigación



Fuente: elaboración propia

4.2.2 Subcategoría producto

La figura 10, detalla la subcategoría producto que se basará en tres indicadores el primero es la calidad, el segundo el transporte y el tercero la estacionalidad basándose en el arándano fresco del Perú, el primero en presentar será la calidad del fruto siendo este punto primordial en el mercado competitivo, El ing. Agropecuario Fernando Arias Roda nos detalla que en el Perú antiguamente y hace años atrás buscaban ahorrar maltratando a la planta, el menciona como ejemplo comparativo y real el caso de un niño que realizaba mal una tarea del colegio, lo castiga dejándolo sin comer u otros castigos extremistas, que pasaba el niño se llegaba a enfermar de anemia y/u otras enfermedades y si no te rendía anteriormente peor iba ser después de los acontecimientos, es igual a veces las empresas grandes o medianas ahorran de tal manera que los productos que aplicaban como los pesticidas las vitaminas o entre otros eran de baja calidad eso generaba que los cultivos no logren grandes resultados, a su vez recalca también que en la actualidad todo va mejorando y existen carreras más enfocadas en fortalecer los procesos de cultivo de la planta y su objetivo es más que todo ahorrar en los procesos administrativos, así mismo el Abogado Johan Rodríguez Santander nos cuenta que existe una posibilidad para que la administración aduanera pueda ir a verificar la mercancía a su lugar de producción, eso hará que cuando llega a un puerto de embarque la Aduana no abra la mercancía para revisar y no se maltrate,

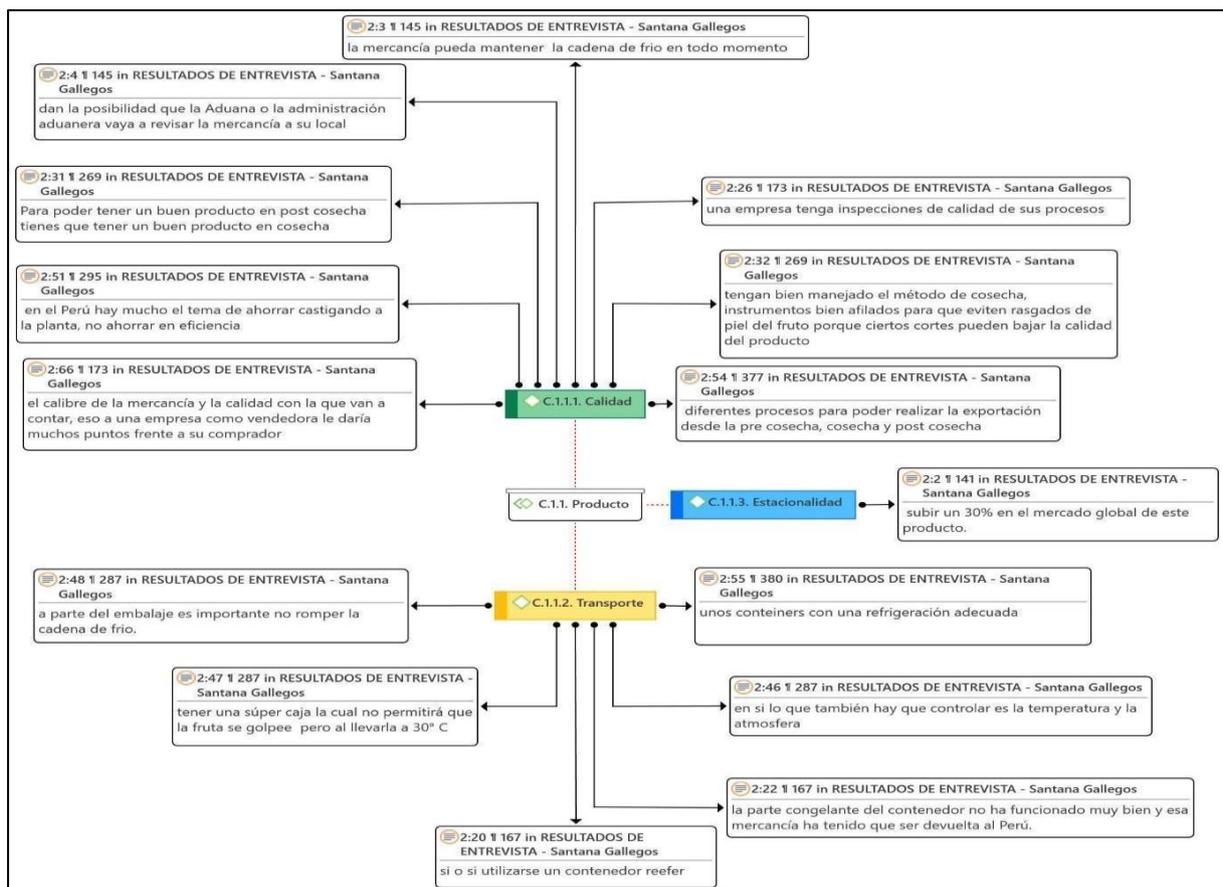
Por otro lado, el transporte es importante para realizar los traslados de la mercancía, se sabe que el fruto del arándano es un producto que mantiene una cadena de frío para que se mantenga conservado el fruto, los profesionales entrevistados coinciden en que de nada vale que tengas un excelente proceso de la precosecha, cosecha y una post cosecha si al momento de transportarlo no esté expuesto a una temperatura adecuada y el arándano se pudra, por ello hay que estar seguro principalmente que el contenedor del que se va exportar este tipo de

mercancía sea a través de un contenedor llamado reefer y que se encuentre en óptimas condiciones.

Para finalizar la estacionalidad es importante para el producto porque nos detalla cuales son las temporadas que más volúmenes se exportan, por ejemplo, el mercado Estados Unidos también es productor de arándanos frescos sin embargo en los tiempos que se encuentra en escasez de este producto realizan las importaciones necesarias para satisfacer a sus ciudadanos, el Abogado Johan Rodríguez Santander detalla que sería una gran oportunidad para crecer en el mercado global y poder lograr posicionarse en otros mercados.

Figura 9

Subcategoría producto del resultado cualitativo de la investigación.



Fuente: elaboración propia

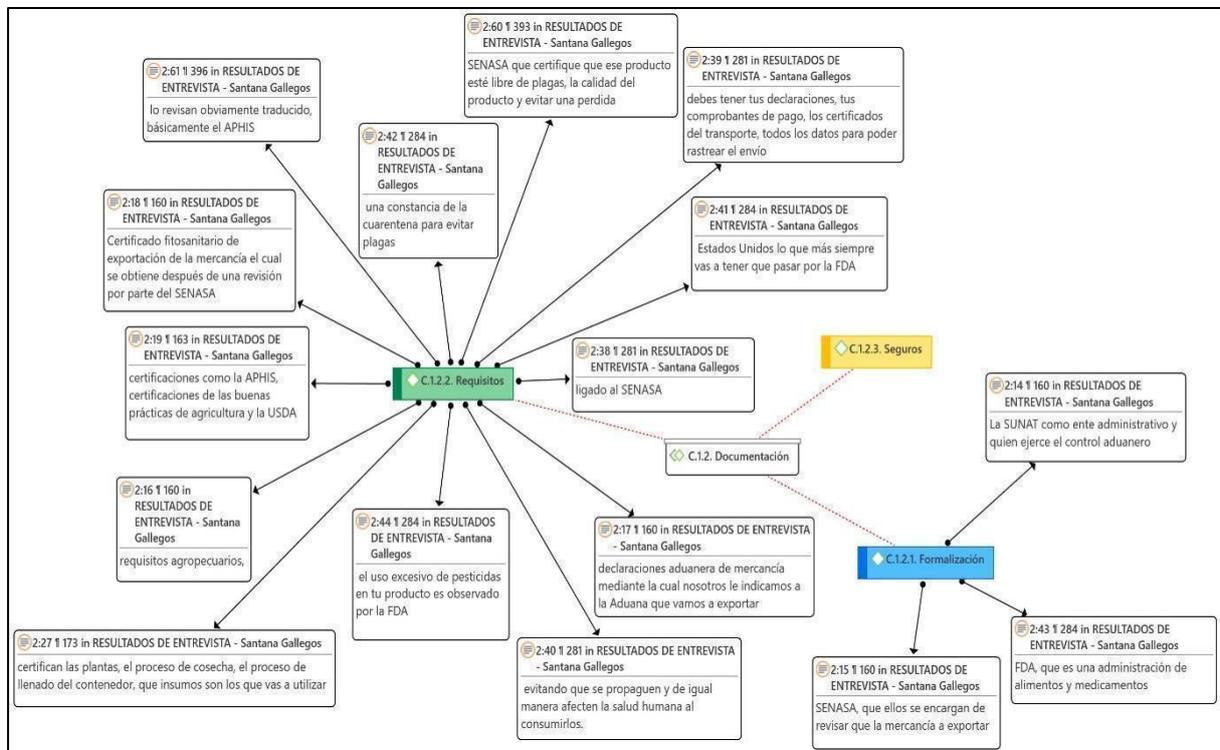
4.2.3 Subcategoría Documentación

La subcategoría documentación, es sobre todo una rama más administrativa, en el cual se basará en tres aspectos la formalización, los requisitos y el seguro; el número uno se enfocará en la formalización, este punto más que todo detalla la formalidad de las empresas y las entidades que verifiquen que los procesos realizados sean factibles para la exportación entre ellos se encuentran las entidades peruanas como SENASA, SUNAT y entidades internacionales en este caso los Estados Unidos como APHIS, FDA, entre otros.

En el número dos tenemos los requisitos que se evalúan el Abogado Johan Rodríguez Santander destaca que el más importante es el certificado fitosanitario sin ello la mercadería no podría salir del país y para que ingrese la mercadería al mercado estadounidense los permisos más importantes es del APHIS y del FDA, la Abogada Martha Antezana Córdova nos menciona que se tiene que presentar a la SUNAT los comprobantes de pago, las boletas y/o facturas electrónicas, la declaración jurada, el documento autorizado de transporte y número tres el seguro aunque no fue mencionado por los entrevistados es importante para los riesgos que pueda tener la mercancía y pueda ocasionar grandes pérdidas por terceros.

Figura 10.

Subcategoría documentación del resultado cualitativo de la investigación.



Fuente: Elaboración Propia

4.2.4. Subcategoría Negociación

La subcategoría negociación, tiene como objetivo tres principales puntos a tratar el envase y embalaje, los acuerdos comerciales y los Incoterm, primeramente el envase y el embalaje son importantes porque como se mencionó en la categoría exportable, en la actualidad existe la facilidad de optar por diferentes tamaños y maneras de exportar un producto, el Ing. Agropecuario Fernando Arias y el Abogado Johan Rodríguez Santander exponen que el envase más adecuado para la exportación de arándanos son los de plástico agujereados que también cumplirán una función importante para mantener la cadena de frío y también coinciden que otro punto importante es la manera en que serán colocados en el pallet, se pueden desestabilizar

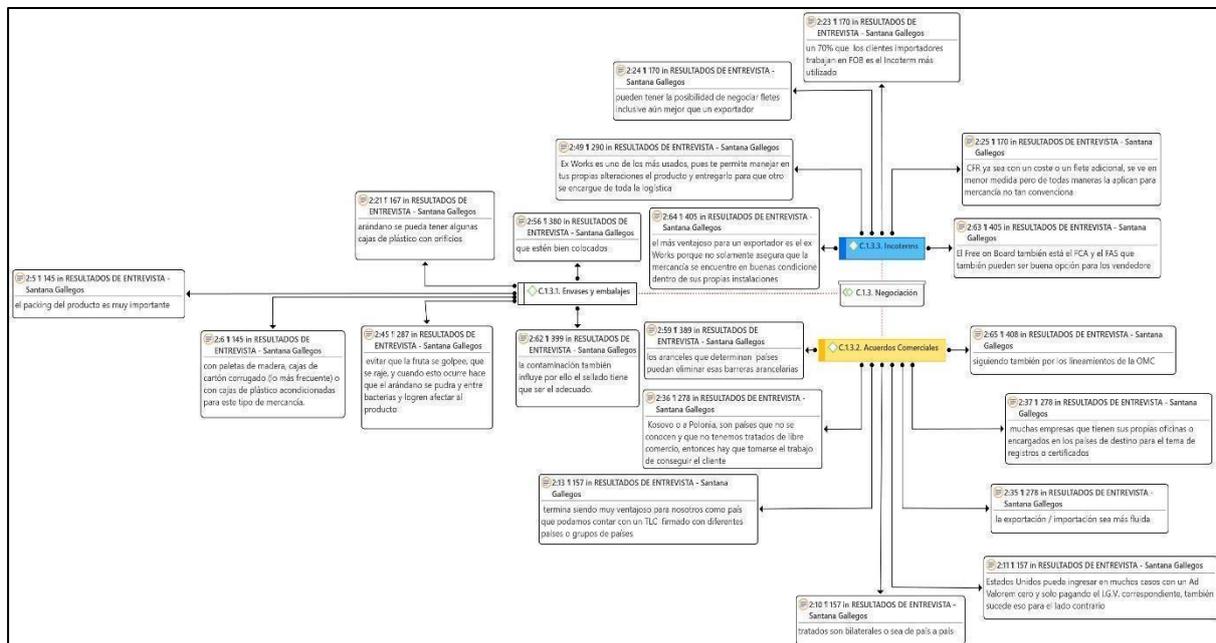
y originar una caída, en la actualidad las cajas que utilizan para este tipo de mercancía son los cartones corrugados y troquelados.

En segundo lugar los acuerdos comerciales sirven para detallar qué oportunidades de negocio tenemos con los otros países, sean reducción de costos en procesos administrativos un ejemplo de ello es libre de aranceles que es el más reconocido en un tratado de libre comercio, uno de los entrevistados detalla que con Kosovo o Polonia no tenemos acuerdos comerciales entonces es menos beneficio entrar a ese mercado pero no imposible, también se indica que existen empresas que ya tienen oficinas en los países destinos que exportan y realizan sus acuerdos comerciales con mayor facilidad, no obstante es importante siempre seguir un patrón que indica la OMC.

Finalmente en tercer lugar el Incoterm que vas a utilizar para realizar la exportación, es importante que la empresa sepa cuál será el más beneficioso porque también afecta a los costos de exportación, se menciona que el Ex Works es uno de los más empleados por lo que el exportador solo deja su mercadería en sus almacenes y el importador se encarga del resto del procedimiento, sin embargo me parece objetivo la intervención de la Abogada porque menciona al FCA como una alternativa y sería una excelente opción es ahí donde el vendedor le entrega la mercancía en un punto coordinado con el comprador, cabe resaltar que la entrega de la mercancía será siempre en el país de origen.

Figura 11

Subcategoría negociación del resultado cualitativo de la investigación.



Fuente: Elaboración Propia

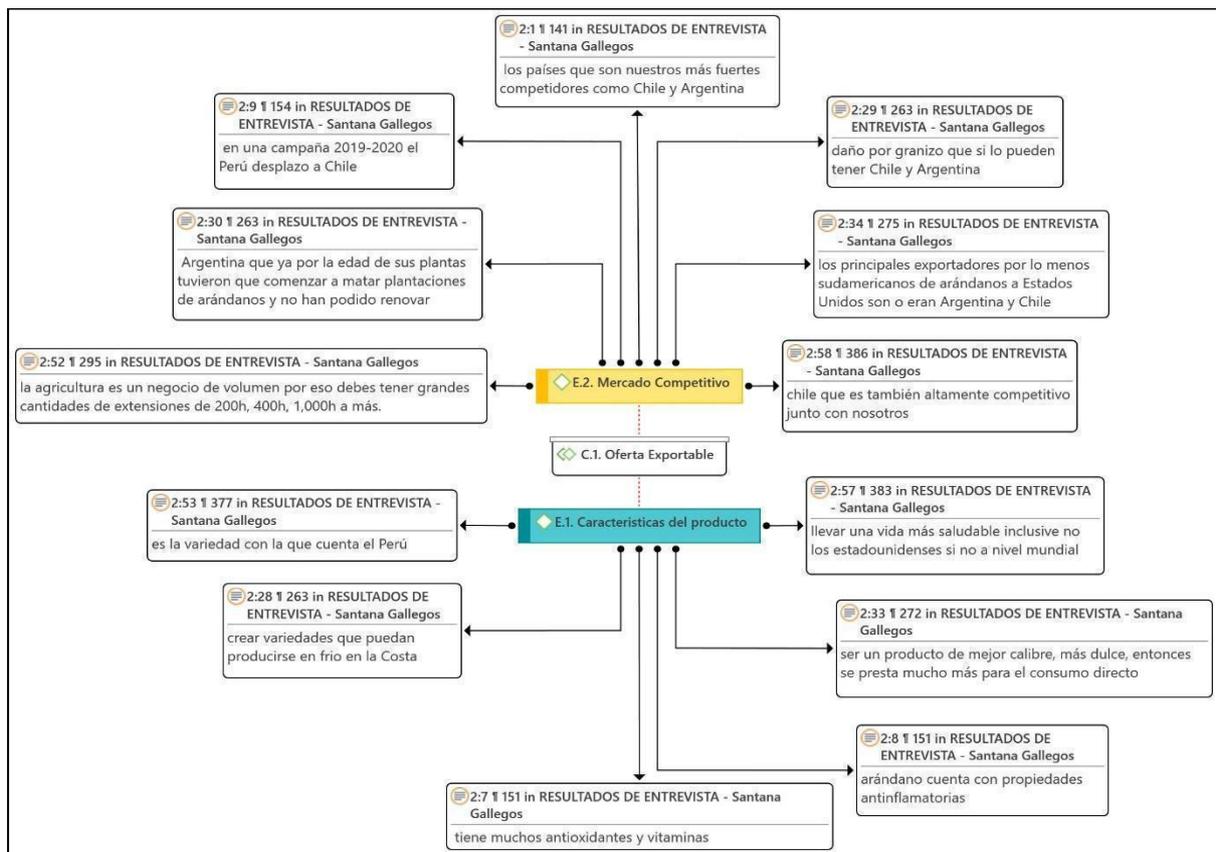
4.2.5 Categorías emergentes

Las emergentes, se enfocaron en dos el primero es la característica del producto y el segundo es el mercado competitivo, la característica del producto será fundamental para dar a conocer las ventajas y desventajas de consumir este fruto, aunque en su mayoría son características positivas la más conocida es que es un fruto antioxidante, la Abogada Martha Antezana menciona que también están consumiendo el arándano por la coyuntura que estamos atravesando de la epidemia llamada COVID – 19, las personas se están preocupando demasiado por su alimentación y no solo para el mercado estadounidense si no a nivel mundial, se estima que la mayor parte de muertos de COVID – 19 fue a causa de la obesidad y este fruto ayudaría a reducir dicho efecto, también menciona que en la actualidad estudios revelan que también es esencial para la vista, así mismo el Ing. Agropecuario Fernando Arias detalla que las variedades de este producto y sus diferentes sabores ha cautivado al mercado internacional y el segundo es el mercado competitivo sabemos según los resultados que Chile y Argentina son nuestro

competidores Latinoamérica directos sin embargo en Chile ha influenciado mucho la mano de obra que es cara y por ende los precios son más elevados y en Argentina sus plantaciones o lugares de producciones son antiguos y han tenido que comenzar desde cero por falta de mantenimiento a través de la crisis económica que atraviesan

Figura 12

Categorías emergentes del resultado cualitativo de la investigación.



Fuente: Elaboración Propia

4.3 Diagnóstico

La oferta exportable forma parte del comercio internacional, a nivel mundial los productos no tradicionales del sector agropecuario en los últimos tres años 2018,2019 y 2020 se han posicionado en el mercado internacional en especial en los Estados Unidos, así mismo en la exportación de arándanos frescos, Perú se encuentra como el primer proveedor a nivel

mundial pasándolo a Chile, en los últimos cinco años Estados Unidos se colocó como el primer importador de este producto, cabe destacar que se van sumando más departamentos de la costa y la selva para el cultivo de este fruto, en la Sierra aún se están haciendo diferentes estudios del suelo y también de su sistema climático, sin embargo, existen otras variedades de productos en materia prima que cumplen con la características que tiene la región en suelo y clima, por ejemplo la papa, camote, entre otros; no obstante las empresas peruanas en los últimos años han aumentado en su producción a consecuencia de ello también se ha tenido que aumentar las hectáreas de los lugares de cultivo.

De acuerdo a SIICEX, Estados Unidos es nuestro principal importador de productos peruanos tradicionales y no tradicionales, a su vez tiene entidades que evalúan el ingreso de productos provenientes de otros países en este caso de Perú, y son más exigentes con los productos que formen parte de la alimentación directa de sus ciudadanos, una de las entidades más importantes es el departamento de agricultura de los Estados Unidos por su nombre en el idioma inglés sus siglas son USDA, ese departamento está compuesto por varias certificaciones que aprobaron que el producto importado se encuentre limpio, por ejemplo libre de plagas y enfermedades, un de las certificaciones más solicitada y reconocida mundialmente por sus siglas en el idioma inglés APHIS, se encarga de los productos que los productos que ingresen cumplan con los requisitos fitosanitarios, otro punto que se detalla es que los productos agrícolas están sujetos a un certificado cuarentenario, es decir el producto se encontrara en el almacén hasta que SENASA realice la certificación sanitaria que indique que la mercadería a exportar se encuentre limpio y en buen estado.

Por otro lado, la calidad del producto también será fundamental para continuar en el mercado competitivo y mantenernos en el primer lugar, de nada vale que tengamos los

container reefer, la mejor gestión, entre otros puntos, si el fruto es de baja calidad, es importante que durante su proceso de pre- cosecha, cosecha y post cosecha se apliquen productos que sean de alta calidad, eso también implica que los valores en peso kg y valor FOB USD en la exportaciones suben, en el último año 2020 se exportaron 87,578,548.64 kg de arándanos y un valor en FOB USD de 528,375,035.92. a los EE.U.U.

Así mismo, los acuerdos comerciales forman lazos necesarios con el fin de avalar las diferentes negociaciones con los países del mundo, un ejemplo es que los Estados Unidos realizan las exportaciones mediante la agrupación Nafta que es el tratado de libre comercio de América del Norte, eso nos garantiza que el Perú y Estados Unidos se encuentren con un comercio libre, con la finalidad de que el mercado estadounidense siga importando este producto sin ningún problema, también es importante que las entidades formales de certificaciones fitosanitarias y que el productor cumpla con los requisitos y no se retrasen los procesos logísticos y a su vez siga habiendo un grado de confiabilidad y respaldo que el producto se encuentren limpios, por consiguiente cabe mencionar que en el año 2020 el segundo importador de arándanos frescos fue los países bajos es decir Holanda y detalla que lo hizo mediante la Unión Europea el cual tiene como objetivo principal velar por el consumo seguro de sus ciudadanos.

Es importante también satisfacer las necesidades del cliente estadounidense, una oportunidad de negociación puede ser el envase y el embalaje tanto en su peso como en la forma, por ejemplo, los arándanos pueden empaquetarse en grandes cajas plastificadas y desgranados o la otra opción es en envases pequeños plastificado con agujeros en diferentes cantidades, cabe señalar que los envíos de estos productos se caracterizan mucho por cómo llega el fruto al mercado destino para ello el transporte también influye en ese proceso, se saben

que los arándanos fresco tienen que ser trasladados en contenedores frigoríficos que mantengan la calidad del producto y revisar antes que salga del puerto de embarque con la finalidad de que tu producto llegue bien y no presente daños en el camino por temperatura, a su vez existen negociaciones que se realizan para la entrega de la mercancía en contrato de compra y venta llamado Incoterm que es pieza clave para una negociación exitosa, cabe mencionar que existe mayor riesgo en las importaciones que en las exportaciones, es por ello que los Incoterm se adhieren a un conjunto de términos formadas por tres letras y que especifican la responsabilidades que tomaran tanto del comprador y el vendedor en diferentes momentos, según los resultados el Ex Works y el FCA fueron mencionados.

Por último las características del producto influyen en sus exportaciones, en los años 2019 y 2020 las exportaciones de arándanos frescos se posicionaron en el primer lugar de productos agropecuarios más exportados a los Estados Unidos y es porque la coyuntura del Covid 19 ha llevado a que las personas cuiden más su alimentación es decir se alimenten de manera saludable, es por ello que el arándano cuenta con características positivas, la principal es que es un fruto antioxidante es decir permite prevenir enfermedades que pueden originarse en el ser humano, por otro lado el mercado competitivo va reactivando nuevos procesos para mejorar su calidad en el fruto o buscar nuevas oportunidades de negociación en el mercado estadounidense.

4.4 Propuesta

4.4.1 Priorización de los problemas

En la oferta exportable de arándanos frescos, se han priorizado tres problemas:

Problema N°01: Falta de estudios de mercado que determine el posicionamiento de la exportación actual de arándanos frescos en el mercado estadounidense.

Problema N°02: Carencia de una cadena logística adecuada que simplifique los procesos de exportación de arándanos al mercado estadounidense

Problema N°03: Ausencia de estrategias que ayuden en el incremento de las exportaciones de arándanos frescos al mercado estadounidense.

4.4.2 Consolidación del problema

En la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de destino se identificó tres problemas que tienen una gran importancia, los cuales son: i. Falta de estudios de mercado que determine el posicionamiento de la exportación actual de arándanos frescos en el mercado estadounidense, debido a que no se está considerando cómo se encuentra el Perú en el mercado competitivo y así mismo como se encuentra su competencia.

ii Carencia de una cadena logística adecuada que simplifique los procesos de exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense depende principalmente de tener un buen producto en la post cosecha que no se golpee ni se maltrate, mantener la mercancía fresca y en buen estado para ello se tiene que realizar traslados en un contenedor reefer que son aquellos que funcionan como refrigeradoras que te emanan a un ambiente frío, con la temperatura adecuada dependiendo de las subidas y bajadas que se hayan programado en el contenedor pues la mercancía se va a poder conservar bien y por último

iii Ausencia de estrategias que ayuden en el incremento de las exportaciones de arándanos frescos al mercado estadounidense, debido a que no se está considerando actividades que eleven los volúmenes de exportación al mercado estadounidense.

4.4.3 Categoría solución (conceptualización)

El fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos, plantea una mejora para la exportación de este producto a través de su posicionamiento dentro del mercado estadounidense, así como la optimización de los procesos logísticos actuales. Asimismo, la implementación de estrategias que incrementen las ventas enfocándose en su calidad y características del producto.

4.4.4 Objetivo general de la propuesta

Analizar un estudio de mercado que permita mejorar el posicionamiento de la exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense, así mismo determinar un plan logístico para simplificar los procesos involucrados en la exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense y por último implementar estrategias para incrementar las exportaciones de arándanos frescos al mercado estadounidense.

4.4.5 Impacto de la propuesta

Los arándanos frescos son alimentos con un alto valor nutricional. Como parte de sus beneficios, se tiene que contribuyen a la prevención de enfermedades cardiovasculares, colesterol entre otros. Según MIDAGRI, actualmente es el segundo productor agropecuario más exportado al mercado estadounidense con un 54% de la producción total de arándanos, sin embargo, existen procesos que retrasan las exportaciones de este fruto a los Estados Unidos. Esto puede ser usado como ventaja por el mercado competitivo, como por ejemplo Chile y México, principales proveedores de arándanos al mercado estadounidense. Es por ello que, al elaborar un perfil de mercado, un plan logístico y un plan de exportación, se trazan de mejor forma los procesos para la distribución internacional de este producto, disminuyendo los obstáculos que se presentan actualmente.

4.4.6 Direccionalidad de la propuesta

Cuadro 2

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Objetivo	Actividades	Cronograma	Presupuesto	KPI	Entregable
Objetivo 1. Analizar un estudio de mercado que permita mejorar el posicionamiento de la exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense.	Actividades 1	Inicio: Mayo 2021 Fin: Junio 2021	Ingreso S/ Egresos S/ 400.00	Volumen de exportaciones del producto N° de proveedores de arándanos en el mercado Grado de oportunidad de negocio del arándano en USA.	Perfil de Mercado
	Definir la oferta actual del producto en el mercado EE.UU.		400.00		
	Evaluar la competencia en el mercado objetivo.		400.00		
Objetivo 2. Determinar un plan logístico para simplificar los procesos involucrados en la exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense.	Actividades 2	Inicio: Mayo 2021 Fin: Junio 2021	Ingreso S/ Egresos S/ 600.00	Rentabilidad de los procesos en la cadena actual Lead time de procesos implementados N° de errores producidos durante la validación	Plan de Logística
	Establecer el estado actual de los procesos en la cadena logística.		600.00		
	Proponer procesos logísticos simplificados en la cadena actual.		600.00		
Objetivo 3. Implementar estrategias para incrementar las exportaciones de arándanos frescos al mercado estadounidense.	Actividades 3	Inicio: Mayo 2021 Fin: Junio 2021	Ingreso S/ Egresos S/ 800.00	Cant. exportada/Cant. exportado año anterior x 100 % participación de arándano en mercado EE.UU. % incremento de volúmenes de exportación.	Plan de exportación
	Analizar la situación actual de exportaciones de arándano.		800.00		
	Identificar estrategias comerciales adecuadas.		800.00		
	Proponer procedimientos para incrementar las ventas.		800.00		

Entregable 1

El primer entregable se basó en tres actividades: definir la oferta actual del producto en el mercado EE.UU., evaluar la competencia en el mercado objetivo, evaluar el potencial exportador del producto, mediante informes estadísticos detallando el posicionamiento de la exportación de arándanos en el mercado estadounidense.

Actividad 1 - Definir la oferta actual del producto en el mercado de los EE.UU.

E MIDAGRI (2020), detalla que el mercado estadounidense también es productor de arándanos y ellos mismos abastecer su mercado, sin embargo, existen épocas donde su producción es escasa lo cual conlleva a que importen este producto de otros países proveedores, también detalla que la producción en el sur de Estados Unidos termina en Julio generando oportunidades de exportación para países que producen este fruto, en este caso el Perú, que es el primer importador de arándanos, así mismo de Setiembre a Noviembre el precio del arándano es elevado a comparación de los otros meses del año, eso quiere decir que se genera una disminución de la oferta por la escasez de este producto a nivel mundial, no obstante es donde el mercado nacional tiene que realizar las más grandes negociaciones.

Las tabla 19 y las figura de la 13 presentadas, representan las exportaciones de arándanos a los Estados Unidos son generadas especialmente en los meses que se registra una escasez de este producto a nivel mundial, por ello los precios de los arándanos tiene un costo elevado, en la figura 14, en el mes de octubre del 2016 las exportaciones alcanzan su más alta puntuación en el mes de noviembre con 3,831,132.21 kilogramos exportados, a partir del año 2017 hasta el año 2020 las exportaciones se centraron en el mes de octubre, finalmente también se manifiesta que la oferta sube en los meses que Estados Unidos se encuentra en su propia producción de arándanos, en mayo y junio del año 2016 Estados Unidos no importo ni un kg

de arándanos al mercado estadounidense, así mismo en el mes de Mayo del 2020 tampoco se realizaron exportaciones de este fruto.

Tabla 19

Exportaciones de arándanos frescos al mercado estadounidense.

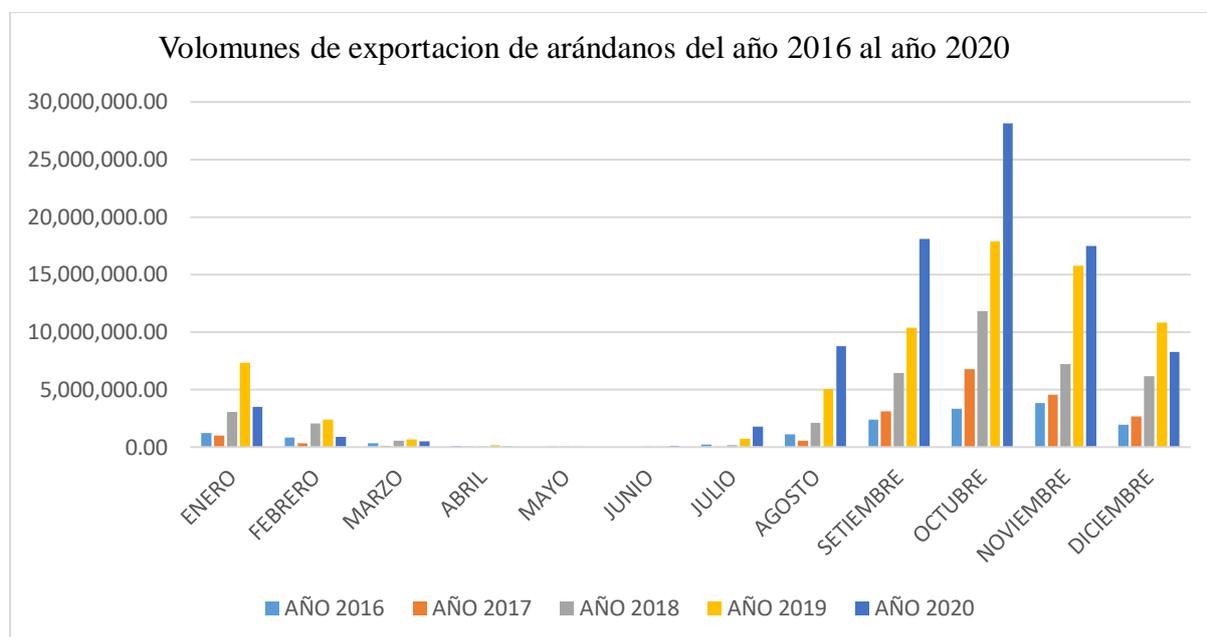
EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS A LOS ESTADOS UNIDOS POR EL PESO					
NETO EN Kg					
MES / AÑO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
ENERO	1,213,463.06	976,652.32	3,054,617.86	7,324,189.15	3,506,622.32
FEBRERO	850,839.20	315,135.12	2,036,656.95	2,383,152.77	876,255.74
MARZO	321,641.96	135,280.73	553,379.56	689,947.32	502,793.43
ABRIL	99,501.12	7,160.40	22,136.04	170,497.60	13,056.00
MAYO	0	3,580.20	25,780.86	53,936.66	0
JUNIO	0	0	38,786.55	51,102.72	113,078.88
JULIO	207,289.13	720	143,719.61	705,919.87	1,754,085.56
AGOSTO	1,126,422.62	545,074.10	2,111,161.40	5,029,997.43	8,791,385.99
SETIEMBRE	2,366,624.99	3,121,043.03	6,464,557.32	10,369,213.33	18,120,855.75
OCTUBRE	3,307,138.23	6,787,302.15	11,827,604.13	17,863,150.17	28,165,011.50
NOVIEMBRE	3,831,132.21	4,580,388.70	7,215,445.04	15,781,861.59	17,480,319.52
DICIEMBRE	1,937,611.29	2,666,673.29	6,175,612.60	10,821,236.62	8,255,083.96

Fuente: SIICEX – promperú

Elaboración propia.

Figura 13.

Gráfica de exportaciones de arándanos mensuales en el año 2016



Fuente: Elaboración propia

3.7.1.2 Actividad 2 - Evaluar la competencia en el mercado objetivo

Las exportaciones de arándanos frescos peruanos se han incrementado en los últimos años a los Estados Unidos, cabe destacar que Chile era su primer proveedor, en la actualidad aún se encuentra en el ranking de los países proveedores de arándanos al país mencionado junto a México.

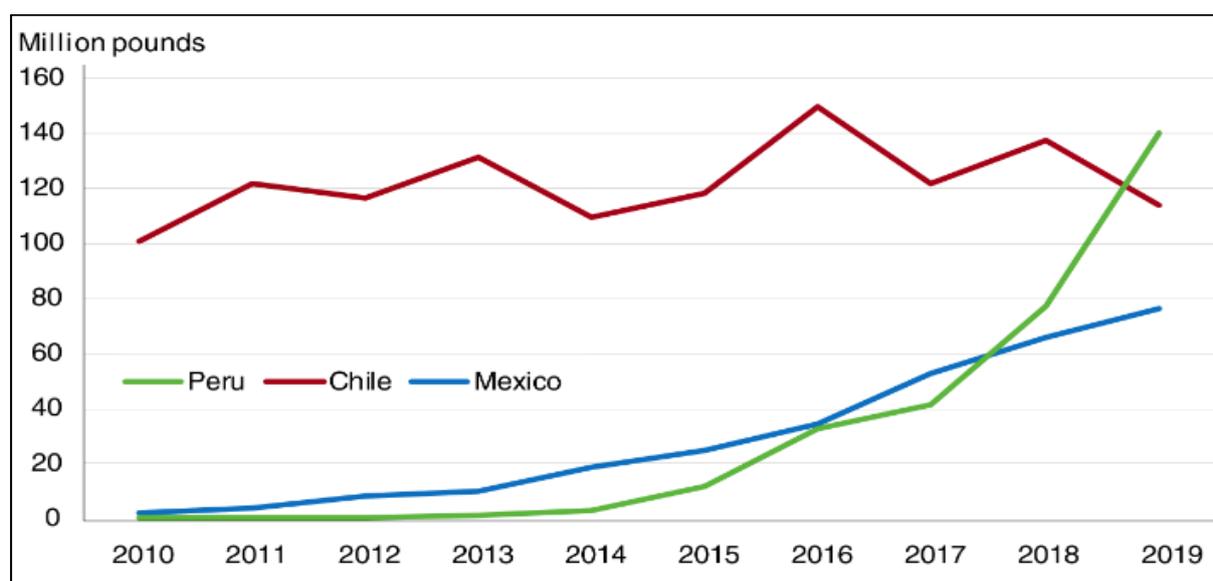
Blueberries (2020), detalla que desde el 2010 Chile se encuentra como el primer proveedor de arándanos obteniendo un ingreso anual de un VALOR FOB más de 100,000,000, una de las ventajas más importantes de estos tres países es la variedad de arándanos y satisfacer los volúmenes de producción gracias a las grandes hectáreas de cultivo que tenemos han

alcanzado que esos tres países se mantengan en el mercado estadounidense, cabe señalar que entre el 2017 y 2018 el fruto peruano logra pasar al mercado fruto mexicano.

Asoex (2021), en la figura 14 otro aspecto importante es que Chile se encuentra entre los primeros exportadores de arándano orgánicos a nivel mundial, no obstante, se detalla que para estos productos se necesitan otros códigos arancelarios el cual la mayoría de países aún no lo tienen, a excepción de Chile y Estados Unidos, así mismo en el año 2019- 2020 Chile alcanzó un nuevo récord de 20,000 toneladas de arándanos orgánicos y a su vez un 18 % del mercado total, sumado a ello México y Argentina en el periodo 2020 – 2021, también muestran un gran desempeño en estos productos, Argentina en la actualidad se posiciona en el primer lugar de exportación de arándanos orgánico con un 30% de exportaciones aproximadamente y México en el segundo lugar con la cuarta parte del porcentaje total, se identifica un crecimiento óptimo en la exportación de arándano orgánicos aunque aún no se actualizan las cifras en las exportaciones realizadas por el estado peruano.

Figura 14.

Evolución de los países proveedores de arándanos a los Estados Unidos.



Fuente: Blueberries - USDA

Figura 15

Hectáreas de cultivo de arándanos.



Fuente: MIDAGRI

Chile alimentos (2020), explica que otro país que está subiendo cada vez más sus exportaciones a pesar de la coyuntura que se atraviesa del COVID – 19 es Colombia según las cifras demostradas por Procolombia en el primer cuatrimestre del año 2020, alcanzó 125,3 millones de dólares, aunque su principal lugar destino es Europa.

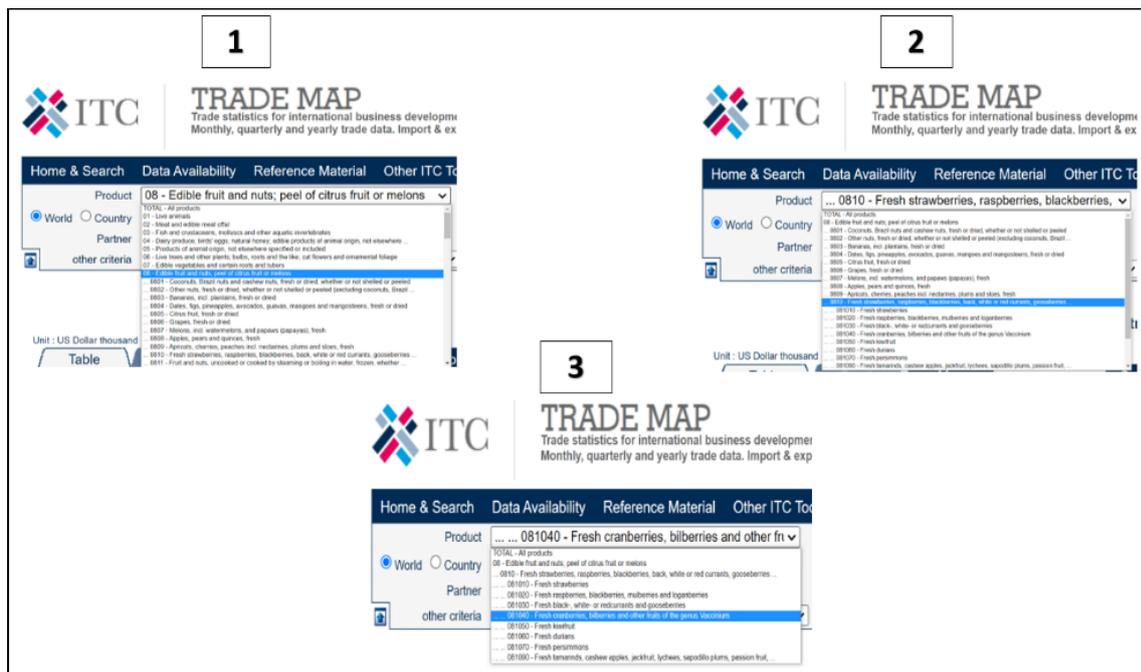
Actividad 3 - Evaluar el potencial exportador del producto.

La figura 16, muestra la base de datos de los Estados Unidos, el Trade statistics for international business development o conocido como sus siglas en inglés el ITC, los principales países exportadores de arándanos son Perú, Chile, Nueva Zelanda, Spain, entre otros; cabe detallar que para obtener los datos correspondientes de los arándanos tienes que seguir los dos siguientes pasos, el primero será ingresar en Product la numeración 08 que se

refiere a edible fruit and nuts; peel of citrus or melons, luego la numeración siguiente será la 0810 que se llama fresh strawberries, raspberries, blackBerry y por último la opción que se referirá al producto de arándanos y se encuentra en la 081040 descrito como fresh cranberries, biberries and other fruits.

Figura 16

Procedimiento para el ingreso de base de datos de los Estados Unidos



Fuente: Elaboración propia.

La información correspondiente a la tabla 18 y la figura del Centro que se encarga del comercio de manera internacional más conocido por sus siglas en inglés (ITC) nos muestra las exportaciones en un valor FOB en dólares desde el año 2016 hasta el año 2020.

Tabla 18

Países exportadores de arándanos según el ITC de los Estados Unidos

Exporters	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018	Exported value in 2019	Exported value in 2020
World	2,225,946	2,334,315	3,017,869	3,521,534	3,933,680
Perú	237,120	361,613	548,104	809,619	1,002,975
Chile	571,676	407,415	579,673	571,198	526,875
Netherlands	214,077	252,468	328,681	408,727	500,674
Spain	288,217	308,831	389,857	377,942	432,310
United States of america	191,161	189,844	211,530	252,072	248,554
Morocco	71,737	99,503	125,876	182,105	211,045
México	65,140	83,787	103,506	154,269	173,605
Canadá	165,223	161,961	183,212	156,213	134,496
Poland	57,063	81,752	94,757	107,990	126,456
South Africa	25,074	49,992	80,409	106,486	125,144
Hong Kong, China	26,231	30,190	48,647	62, 712	77,258

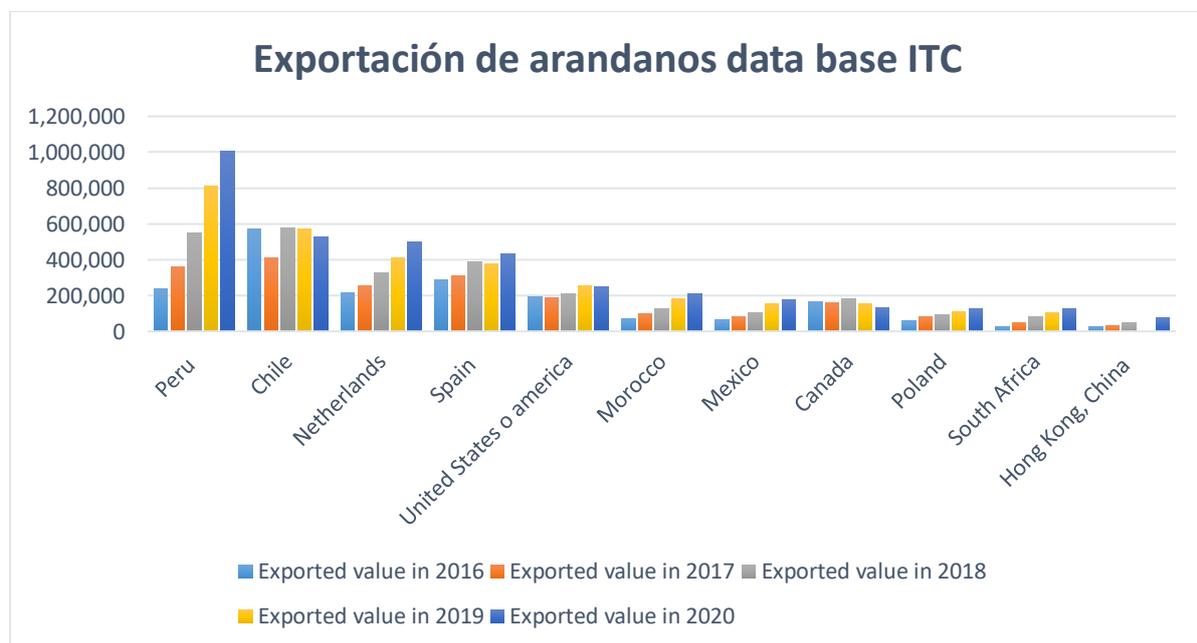
Fuente: ITC - trade map

ITC detalla que Perú se posiciona como el primer exportador de arándanos a nivel mundial, en el año 2016 Chile duplica aproximadamente las exportaciones peruanas, en el año 2018 Chile y Perú solo tuvieron una diferencia de 30 mil dólares, en el año 2019 Perú logra

pasar a Chile con un valor significativo, bordeando los 250 mil dólares, y en el 2020 logra duplicar las exportaciones de Nueva Zelanda y también del mismo Chile, sin embargo como se sabe Estados Unidos es el primer importador de arándanos pero según el ITC se encuentra en el quinto lugar de la exportación de la producción de sus arándanos nacionales, correspondiente a la figura 16.

Figura 17.

Cuadro estadístico de la exportación de arándanos según ITC.



Fuente: ITC – trade map

Elaboración propia

El MIDAGRI informó que en la temporada 2020 – 2021 los lugares destinos más relevantes son Estados Unidos, Europa y Asia en el cual directamente las exportaciones van dirigidas a China en un 94%.

Así mismo los porcentajes se asemejan a los datos de los años anteriores, Estados Unidos sigue posicionándose en el primer lugar e importe más del 50% de la producción

nacional de arándanos, Europa también ha aumentado en las importaciones de arándanos logrando un 35% y el continente asiático que ha logrado un ligero crecimiento cabe mencionar que Perú en los próximos meses tendrá una auditoría con China sobre la exportación de productos no tradicionales, correspondiente a la tabla 21 y figura 22.

Tabla 19

Lugares destino de las exportaciones de arándanos peruanos en el año 2020.

LUGAR DE EXPORTACIÓN	CANTIDAD POR TONELADAS
Estados Unidos	87,957.00
Europa	56,402.00
Asia	17,663.00

Fuente: Pro Arándanos

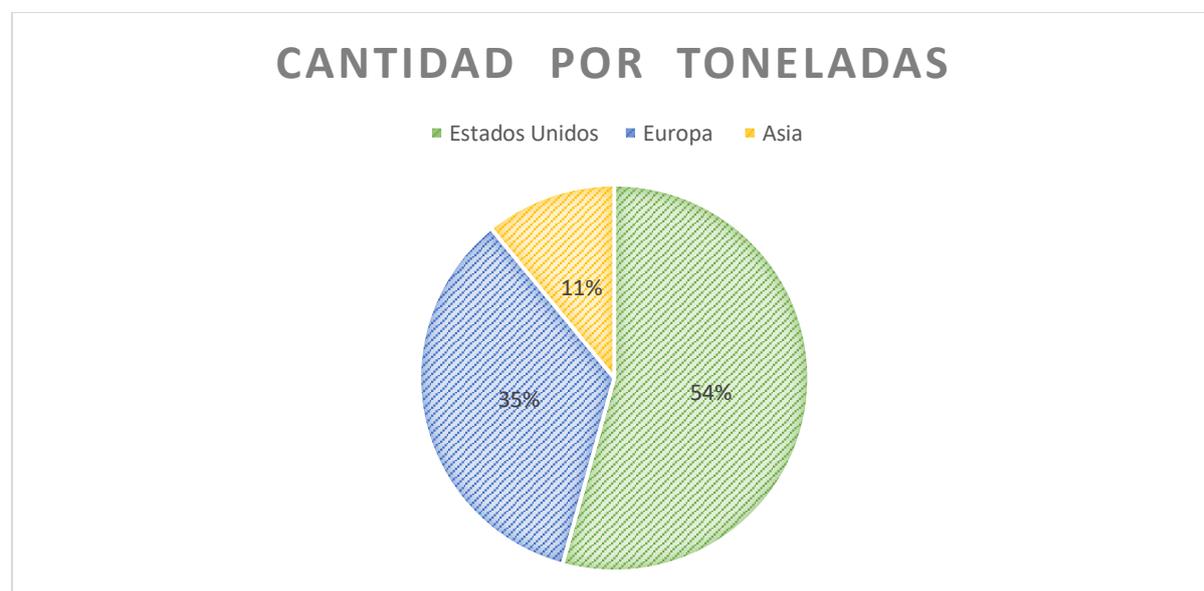


Figura 22. Porcentaje de los lugares destino de exportación de arándanos

Fuente: Pro Arándanos

Así mismo los porcentajes se asemejan a los datos de los años anteriores, Estados Unidos sigue posicionándose en el primer lugar e importe más del 50% de la producción nacional de arándanos, Europa también ha aumentado en las importaciones de arándanos logrando un 35% y el continente asiático que ha logrado un ligero crecimiento cabe mencionar que Perú en los próximos meses tendrá una auditoría con China sobre la exportación de productos no tradicionales.

Entregable 2 – Plan Logístico

El segundo entregable realizó tres actividades: la primera establecer el estado actual de los procesos en la cadena logística, proponer procesos logísticos simplificados en la cadena actual y validar los procesos logísticos propuestos por medio de piloto.

Actividad 1 - Establecer el estado actual de los procesos en la cadena logística.

La cadena logística de la exportación de arándanos se basa en diferentes pasos que se determinan a continuación:

El primer paso se basará en el transporte de la mercancía desde su punto de almacenaje hasta su punto de embarque, cabe señalar que el producto tiene que haber cumplido los diferentes requerimientos de las entidades que evalúan esta actividad en este caso la entidad más importante que respalda al producto y verifique que se encuentra apto para su exportación en el Perú es SENASA mediante los certificados fitosanitarios, luego la mercancía lista para su exportación será colocada en el respectivo medio por el cual va ser traslado y que a su vez cuenta con características particulares puesto a que el fruto del arándano tiene que estar con una temperatura controlada y seguir una cadena de frío para conservar la calidad del producto, de acuerdo a Intagri (2021), las temperaturas de conserva del arándano fresco oscilan entre 0° C a 3°C y así mismo la red agrícola (2018) informa que influye al enfriamiento del fruto las

características de su embalaje una de ellas es que un pallet de menos peso va ser más rápido de enfriar que un pallet con mayor peso de arándanos, otro caso es el embalaje por ejemplo que se encuentre posicionados los clamshells de arándanos en cajas sin ventilación entre otros.

Figura 18.

Presentación correcta del envase, embalaje y transporte del arándano.



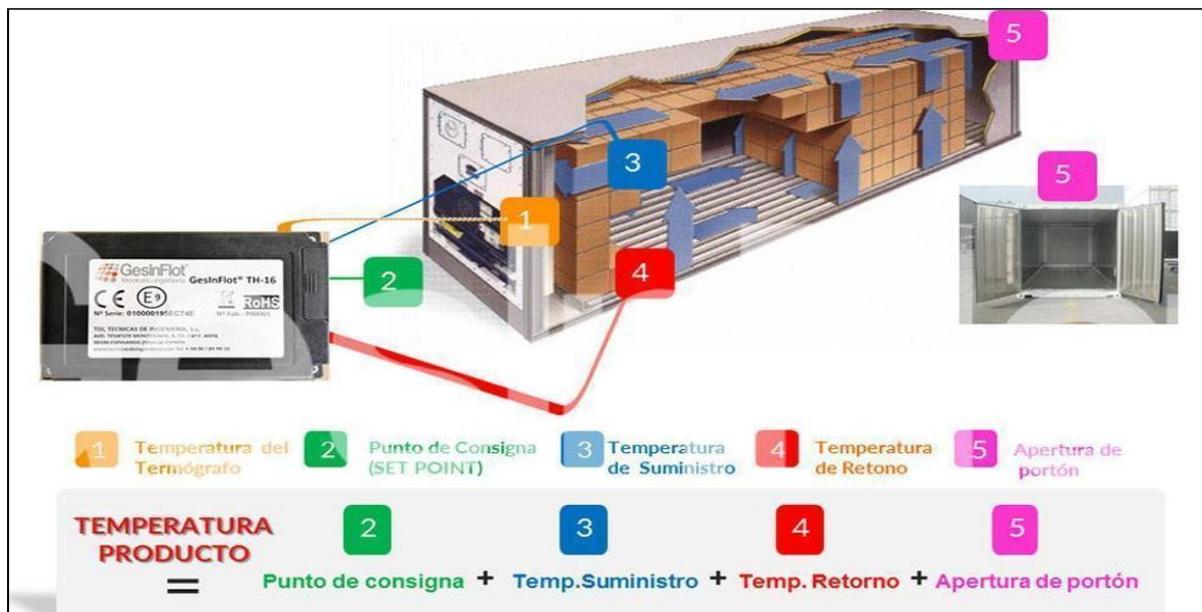
Fuente: elaboración propia.

La segunda parte es el embarque de la mercadería, por ende se detalla si es por vía marítima cual fue el contrato de compraventa entre el exportador e importador, por ejemplo que la elección haya sido el Incoterm FAS se determina que las responsabilidades del fruto, los costos en la documentación entre otros se haga cargo el exportador hasta el punto de entrega previo acuerdo con el importador, para ello influye que la mercadería también sea llevada por medio de un container reefer y no se rompa la cadena de frío, otro punto que también se destaca es los acuerdos comerciales que tenemos con los Estados Unidos, según MINCETUR, el Acuerdo de Promoción Comercial entró en vigencia el 1ero de febrero del 2009 y su principal objetivo es promover el comercio entre ambos países por ejemplo eliminar el pago aranceles, incrementar la seguridad al inversionista entre otros y por último el tiempo que demora los

envíos del arándano a los estados unidos depende mucho del puerto destino por ello, si es un puerto que pertenezca a la costa este de los Estados unidos tendrán un promedio de 13 días pero si pertenecen a la costa oeste los envíos demorarán un mes aprox.

Figura 19.

Presentación de las partes objetivas del contenedor reefer.



Fuente: elaboración propia.

El tercer punto es primordial para el ingreso de la mercadería mediante las certificaciones de las entidades estadounidenses, según MINCETUR, la primera sería la USDA que se encarga de certificar que el fruto del arándano cuente con todos los protocolos fitosanitarios a su vez forma parte de ello el servicio de inspección sanitaria de plantas y animales llamado por sus siglas en inglés Aphis, se encargará principalmente como se ha mencionado, la empresa se encuentre libre de plagas según el manual para importar frutas y vegetales frescos, en caso falte documentación que respalde algún proceso se comunicaran directamente con la entidad del país origen encargada en este caso SENASA, no obstante el

envase y marcado que requiere el mercado estadounidense también tiene sus propias características que se encuentran en el Código de Regulaciones Federales. , un ejemplo la letra tiene que ser de tamaño 21, si todos los procesos se encuentran de manera correcta la empresa importadora realizará el desaduanaje de la mercadería para trasladar a sus centros de almacenes.

En el cuarto lugar el producto del arándano será puesto a la venta, cabe destacar según Blue Services (2021) detalla que las empresas exportadoras y productoras nacionales de arándanos mantenga un precio estándar en el mercado y que no afecte en la demanda del producto, así mismo tener como objetivo principal satisfacer las necesidades del consumidor por ello se forma la coalición internacional del arándano con la finalidad de que no existan restricciones para las importaciones de arándanos, ellos plantean que afectara al consumidor porque a consecuencia de ello puede haber una escasez de producto y en la actualidad se consume en Estados Unidos 1.79 libras de arándanos por persona.

Actividad 2 - Proponer procesos logísticos simplificando en la cadena actual.

Uno de los procesos logísticos que puede generar pérdidas de tiempo o sobre todo monetarios es la documentación requerida por las entidades peruanas, con la finalidad de que la mercancía sea enviada sin ningún problema al país destino, por ello lo primero que tiene que hacer una empresa es estar registrado en SENASA el cual le brindara un código que será útil para los procesos de certificación que realice, cabe detallar que el primer paso que se realice con el código brindado, es el Certificado de lugar de producción (LP), ese permiso detalla que el producto exportado, cumple con las normas fitosanitarias de manera correcta, brindando una garantía al importador de que la mercancía se encuentre libre de plagas y enfermedades.

Así mismo el proceso se puede realizar a través de dos formas una de ellas es por mesa de partes y la segunda es por medio de la página web de la VUCE y el formulario a llenar es el SNS024, por otro lado después de haber cumplido con el proceso correspondiente y haber adjuntado los anexos que se requiere el SENASA, el inspector irá a tu lugar de producción de manera personal, el cual evaluará 100 frutos en 60 lugares diferentes, así mismo el inspector también puede evaluar las hojas de los árboles, los tallos, los frutos que se desprenden, entre otros, existen dos puntos que recomienda SENASA para el proceso se lleve a cabo exitosamente, el primero es recoger los frutos que se encuentran regados en el suelo y el segundo es no dejar que la planta se maltrate con las altas temperaturas es decir que se encuentren bajo sombra.

Figura 20

Inspección de los lugares de producción por SENASA



Fuente: SENASA

El segundo punto que se evalúa también es la condición de tránsito que detalla los acontecimientos desde el lugar de producción hasta el lugar de empaquetado, uno de los puntos

importante que forman parte de ese certificado es la trazabilidad es cuando SENASA realiza un seguimiento al fruto mediante un ticket, un registro o también se puede dar a través de un documento, asimismo el resguardo fitosanitario que se requiere en el transporte donde se va a trasladar la mercancía se encuentre con mallas y/o carpas con la finalidad de evitar que se contaminen en ese proceso.

Figura 21

Imagen del transporte enmallado y con carpa.



Fuente: SENASA

En el tercer punto se encuentra la certificación de plantas empaquetadoras, este permiso respaldara que el producto en los procesos de empaquetado, envase, entre otros, no se contamine de plagas y/o enfermedades, por ello se debe tener un croquis que indique el flujo de procesos es decir saber dónde comienza y dónde termina; cabe señalar que el lugar donde se dejará la mercadería deben estar cubiertos de mallas y encontrarse aislados; a su vez se tiene que habilitar una oficina al personal de SENASA para que realice las evaluaciones correspondientes que tiene que estar implementado por una computadora, una impresora, alumbrado, sin embargo existen algunas observaciones que se pueden solucionar en el

momento como una malla rota, reforzar un embalaje, entre otros, como también existen observación que tendrán que ser reprogramadas una de ellas es que el almacén no tenga doble puerta, la mercadería se encuentre al intemperie y pueda ingresar algún insecto y contamine el fruto, otro punto importante para este producto será fundamental la temperatura controlada para mantenerlos conservados.

Figura 22.

Imagen del área de almacenamiento.



Fuente: SENASA

El cuarto punto es la certificación que brinda respaldo fitosanitario de productos vegetales, en este caso se verifica que los productos se van a ser exportados cumplan con los requerimientos de SENASA, más que todo para los productos de la categoría 03, SENASA detalla que los arándanos se encuentran en productos naturales primarios, sobre todo revisar que todos los procesos sean viables, la revisión documentaria, la revisión de cómo se va enviar la mercadería, para el caso de los EE.UU. se escogen de 30 a 35 cajas y se evalúa un

aproximado de 5 a 10 frutos por caja y finalmente el empaquetado que cumpla con los requerimientos del país importador.

Figura 23.

Especificaciones para el muestreo y la inspección de envíos de exportación

		Anexo 4.2: ESPECIFICACIONES PARA EL MUESTREO Y LA INSPECCION DE ENVIOS DE EXPORTACION						
Producto vegetal	País de destino	Tamaño de muestra extraída en forma aleatoria	No de unidades a disectar como mínimo	Lugar de inspección	Emisión de certificado y Precinto	Otros	Observaciones	
Arándano (con trat. Irradiación en punto de ingreso)	EEUU	Se extrae 30 a 35 cajas y se evalúa 5 a 10 frutos de cada caja	60 bayas	En producto terminado al embarque	En emparadoras certificadas en origen y con precinto			
Arandanos	China	2% del envío	Frutas sospechosas de tener plagas internamente	En producto terminado al embarque	En emparadoras certificadas en origen y con precinto			
Arandanos	Taiwán	4% del envío	Frutas sospechosas de tener plagas internamente	En producto terminado al embarque	En emparadoras certificadas en origen y con precinto			
Arandanos	EEUU, Canadá y Chile	1% del envío	Frutas sospechosas de tener plagas internamente	En producto terminado al embarque	En emparadoras certificadas en origen y con precinto			
Arandanos	Demás países	1% del envío	Frutas sospechosas de tener plagas internamente	En producto terminado al embarque	En emparadoras certificadas en origen	---	El precintado solo aplicara para aquellos países que lo exigen como requisito fitosanitario	

Fuente: SENASA

Figura 24.

Imagen de la revisión para el muestreo y la inspección de envíos de exportación



Fuente: SENASA

Actividad 3- Validar los procesos logísticos propuestos por medio de piloto

En la tabla 20 detallamos, principalmente en el transporte del arándano por ello se realizaron nuevas propuestas de envase y embalaje, para disminuir la pérdidas y que el producto llegue en buen estado después de su post cosecha, teniendo relación con el tamaño del contenedor frigorífico o reefer que se va utilizar para las exportación de arándanos frescos a Estados Unidos como país destino, cabe señalar que se eligió el contenedor reefer de 40 pies quiere decir 12.192 metros, teniendo en cuenta que el valor de un pie equivale a 0.3048metros.

Así mismo se explica que en un container de 40 pies ingresan 21 pallet Américas con las mediciones correspondientes de 1.20 m de largo y 1 m de ancho, también el peso

aproximado por pallet en peso neto de arándanos es de 350 a 450 kilos aproximadamente, cabe destacar que será de gran importancia la calidad de envase y empaquetado que se utilice.

Tabla 20

Medidas del contenedor de 40 pies.

Tara	Capacidad de Carga	Capacidad Cúbica	Longitud Interna
4,800 kg	27,700 kg	59.3 m ³	11.56 m
10,584 lbs	61,078.5 lbs	2,093.3 cu ft	37.9 ft

Ancho Interno	Altura Interna	Ancho apertura de Puertas	Alto apertura Puertas
2.28 m	2.25 m	2.29 m	2.26 m
7.5 ft	7.4 ft	7.5 ft	7.4 ft

Fuente: DSV global transport and Logistics

Figura 25.

Imagen del contenedor de 40 pies



Fuente: Frimaral

Así mismo el tamaño del pallet, en este caso se optó por el pallet americano o universal con las medidas que se detallan a continuación, como se detalla en la figura 21.

Tabla 21

Medidas del Pallets americano o universal

LARGO	ANCHO	ALTURA
1.20 m	1 m	0.145 m
120 cm	100 cm	14.5 cm
1200 mm	1000 mm	145 mm

Fuente: Comercio exterior y aduanas

Elaboración Propia

Figura 26.

Imagen del pallet americano



Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, se emplearán cajas de cartón troquelado, se llaman así porque los modelos que se realicen serán confeccionados mediante un troquel que se adhieran especialmente a productos que se transporten a temperaturas bajas siendo en este caso el producto del arándano; las medidas empleadas para esta propuesta se basarán en la siguientes.

Largo: 38.5 cm

Ancho: 25 cm

Altura: 12 cm

Figura 27

Presentación de la caja troquelada.



Fuente: Empresa Trupal.

Finalmente, el envase se realizará en tapers de plástico agujereado de 250 gramos que formarán parte de la conservación del fruto desde su lugar de origen hasta su país destino como se detalla en la tabla 22.

Figura 28

Imagen del envase del arándano.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

Medidas específicas del envase de 250 g de arándanos

PESO DE ENVASE 250 g	
Peso por caja de arándanos	4.5 kg
N° de cajas por pallets	80
N° de pallets por contenedor	20
Peso neto por pallet	360 kg
Peso neto por contenedor	7200 kg

Fuente: Elaboración propia

Entregable 3 – Plan de exportación

El tercer entregable realizó tres actividades: la primera analizar la situación actual de exportaciones de arándanos, el segundo identificar estrategias comerciales adecuadas y por último proponer procedimientos para incrementar las ventas.

Actividad 1 - Analizar la situación actual de exportaciones de arándanos

Las exportaciones de arándanos en el año 2020 como se detalla en los resultados cuantitativos, se encuentran en el primer lugar a nivel mundial, sin embargo, el 54% van destinados al país de los Estados Unidos, correspondiente a la tabla 23, así mismo en el año 2019, se logro 71,244,205.24 kg de exportación de arándanos al mercado norteamericano en el año 2020 se exporto 87,578,548.64 kg y para finalizar en el años 2021 la base de datos se encuentra actualizada hasta el mes de mayo y hasta esa fecha se ha exportado 3,669,863.32 kg de arándanos.

Tabla 23

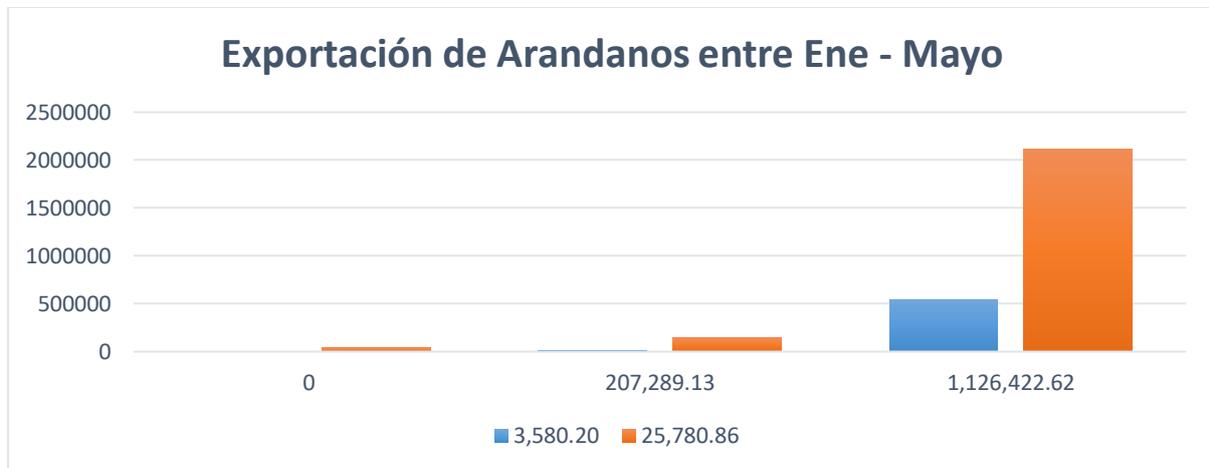
Exportación de arándanos a los Estados Unidos

ARÁNDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMÁS FRUTOS DEL GÉNERO		
VACCINIUM, FRESCOS		
AÑO	PESO KG	VALOR FOB
2019	71,244,205.24	462,260,364.43
2020	87,578,548.64	528,438,564.61
2021	3,669,863.32	21,662,978.22

Fuente: SIICEX – Promperú

Figura 29

Exportación de arándanos entre enero y mayo



Fuente: SIICEX

Elaboración propia

Actividad 2- Identificar estrategias comerciales.

Se realizó un análisis FODA.

1. Fortalezas

Características del arándano son beneficiosas para la salud del ser humano

Producto posicionado en el mercado internacional, en especial en el mercado estadounidense.

Mano de obra barata.

Óptima calidad de producto en el mercado internacional.

2. Oportunidades

Acuerdos comerciales con países destino, como el TLC que tenemos con Estados Unidos

Las condiciones climáticas que se realizan los cultivos del arándano

Grandes volúmenes de producción en los tiempos de escasez de arándanos, ejemplo en los Estados Unidos entre septiembre y diciembre.

Las características del suelo y las variedades de arándanos.

3. Debilidades

Pocas personas capacitadas para el cultivo del arándano

Empresas que cuenten con los suficientes transportes refrigerados para respaldar los volúmenes de exportación

Implementación de tecnología para la mejora de los procesos en las empresas.

Estrategias comerciales que aumenten las exportaciones de arándanos.

4. Amenazas

Aspectos políticos que afecten en la economía

Mejora de la competencia en la producción de arándanos

Efectos climáticos que afectan al cultivo de arándanos por ejemplo el fenómeno del niño

Plagas y enfermedades que afecten a la planta

Es importante dar a conocer que el Perú está preparado para competir en las exportaciones de arándano fresco en cualquier estación del año, lamentablemente hay épocas en que algunos países entre ellos Estados Unidos suelen mayormente generar su propia producción de arándano fresco, así como también comercializarlo, y ello hace que logren abastecer a su población, pero existen periodos en el que Estados Unidos empieza a congelar su producción en vista de que los cambios de estación no le favorecen en este caso el frío, quiere decir que para no dejar de comercializar los arándanos frescos hacia sus consumidores,

Estados Unidos inicia procesos de importación en grandes volúmenes con algunos países como Argentina, Chile, Sudáfrica, Perú, entre otros.

Es cierto que en algunos puntos de Estados Unidos tienen un periodo de producción de arándanos frescos entre los meses de abril a julio y es donde culmina su periodo para poder abastecer a sus consumidores estadounidenses, entonces existe una brecha o ventana comercial de agosto a marzo, la cual hay que darle importancia para que Perú tenga la oportunidad y las facilidades de poder abastecer en grandes volúmenes a los Estados Unidos, sin embargo hay que tener en cuenta que entre setiembre y noviembre se infla el precio de este fruto por tener un abastecimiento reducido de arándanos frescos y Perú podría verse afectado en los costos. Por otro lado, Perú no es el único exportador de arándanos frescos hacia el mercado estadounidense, siempre habrá países en competencia (Chile, Argentina, México, Canadá), es por ello que Perú debe tener en consideración como estrategia, que durante los meses más convenientes de exportación y sabiendo que existe competitividad en los periodos de producción, debe fortalecer en incrementar hectáreas que tengan un buen resultado en la post-cosecha, a fin de obtener mayor volumen de producción y que esto logre una calidad óptima que le permita a Estados Unidos tener la satisfacción y tranquilidad para abastecer a sus consumidores de este producto saludable.

Estados Unidos dentro del ámbito comercial es muy competitivo y a su vez cuida a sus consumidores, por ello tiene en consideración ciertas restricciones fitosanitarias cuando se refiere a un TLC donde suele adquirir productos agrícolas importados, en este caso arándanos frescos, la calidad del producto es esencial para el bienestar de la población, en tal sentido se buscará presentar un producto en buen estado con las especificaciones que el exportador

considere relevantes, y con la finalidad de incrementar las ventas en el mercado estadounidense.

Para ello, se participará en ferias relacionadas a la exportación en los Estados Unidos, poniendo como prioridad la salud del consumidor estadounidense, el procedimiento previo a la feria será en primera instancia determinar un presupuesto general, así como un programa que indique el desarrollo de las actividades, por otro lado se prepararon banners, volantes, entre otros, que especifiquen las características, beneficios nutricionales, variedades y precios del arándano fresco, también se harán invitaciones a clientes de alta competitividad en el mercado, siempre se tendrá en consideración a la competencia.

Así mismo se va a seleccionar el producto a mostrar y que este se encuentre en un lugar estratégico que permita la visibilidad del cliente; durante la feria se tendrá presente la formalidad y profesionalismo al momento de hacer la introducción del producto, y de acuerdo a ello se recopiló toda la información en una data y posteriormente se harán comparaciones a nivel competitivo, para promover aún más el producto se asistirá a otros eventos como juntas de negocios, conferencias, etc. Posterior a la feria se ordenará toda la información captada, y según el resultado se hará el seguimiento respectivo para luego tener las evaluaciones pertinentes del éxito obtenido.

Cabe mencionar que, estar participando en una feria de exportación de un producto en especial el arándano fresco no es un indicio de disminuir la inversión, por el contrario, es una oportunidad que da la probabilidad de llegar a obtener ganancias y el éxito en las ventas.

Figura 30.

Imagen de las ferias de arándanos para impulsar su cultivo y consumo.



Fuente: Promperú

Actividad 3- Proponer procedimientos para incrementar las ventas

Las ventas de arándanos en el mercado estadounidense han tenido un promedio entre 5 a 6 dólares por kilogramo a comparación de otros países, sin embargo, en Estados Unidos el precio del kilo de arándanos cuesta entre 12 y 15 dólares aproximadamente como se detalla en la tabla 24.

Así mismo según MINCETUR nos indica que las principales cadenas de supermercados que venden arándanos peruanos frescos en los Estados Unidos son Walmart que es un supermercado minorista de productos tradicionales y no tradicionales, a su vez los supermercados convencionales son Aldi, Kroger, Publix, y el supermercado Whole food markets donde se encuentran productos orgánicos y naturales, entre otros; no obstante esos

mercados mencionados también venden sus propios productos nacionales como se mostrará en la siguiente figura.

Tabla 24

Precio de arándanos promedio por kilogramos

ORIGEN	PERIODO	PRECIO PROMEDIO	UNIDAD
México	21/01/2020	8.6	USD/ kg
Perú	21/01/2020	6.18	USD/ kg
Estados Unidos	21/01/2020	16.64	USD/ kg
Chile	21/01/2020	5.03	USD/ kg
México	17/01/2020	7.54	USD/ kg
Perú	17/01/2020	5.8	USD/ kg
Estados Unidos	16/01/2020	12.32	USD/ kg
Chile	16/01/2020	3.94	USD/ kg
México	16/01/2020	8.62	USD/ kg
Perú	16/01/2020	5.68	USD/ kg
Chile	15/01/2020	3.8	USD/ kg
Argentina	15/01/2020	10.78	USD/ kg
México	15/01/2020	6.33	USD/ kg
Perú	15/01/2020	6.08	USD/ kg
Chile	14/01/2020	5.01	USD/ kg
Estados Unidos	14/01/2020	12.64	USD/ kg
México	14/01/2020	7.59	USD/ kg
Argentina	14/01/2020	10.78	USD/ kg
Perú	13/01/2020	5.87	USD/ kg
Estados Unidos	13/01/2020	12.06	USD/ kg
Chile	13/01/2020	4.5	USD/ kg
Argentina	13/01/2020	10.78	USD/ kg
México	13/01/2020	7.59	USD/ kg
Perú	13/01/2020	5.66	USD/ kg

Fuente: Centro de investigación de economía y negocios globales.

En el mercado Walmart también se encuentra la empresa productora de arándano Alfine Fresh de Estados Unidos y el precio por kg oscila entre 12 dólares aproximadamente ; por ello un procedimiento para incrementar las ventas sería ofrecer al mercado importados las variedades de arándanos a los diferentes importadores y distribuidores de arándanos, así mismo como se describe en los resultados cualitativos la coyuntura por la cual atravesamos exige que la persona tenga una buena alimentación, maquillar bien la oferta y así obtener más demanda; y el arándano forme parte de ello, también el envase previa coordinación el importador, más que todo coordinar el clamshell para las exportaciones.

Figura 31

Supermercado Walmart venta de arándanos



Fuente: Elaboración Propia

En el mundo de las exportaciones es esencial brindar la mejor versión del arándano fresco, por ello el tener conocimiento de las necesidades del consumidor estadounidense, hará que el comercio crezca y logre el éxito anhelado en los próximos años.

Sabemos que este producto saludable aporta grandes beneficios al ser humano por sus antioxidantes y gracias a sus ácidos orgánicos le dan un color especial, también contiene minerales importantes como la vitamina C y B, magnesio, entre otros, la FDA determinó que el arándano por su naturaleza no contiene sodio y grasas, por lo que previene enfermedades que afectan al corazón, ojos, memoria, metabolismo, etc.

Para obtener un arándano fresco óptimo para el consumidor estadounidense, se usarán técnicas de cultivo que logren la firmeza del fruto con un buen sabor y calibre, esto quiere decir que se va a fortalecer el hábitat para el proceso de polinización creando conductos a una temperatura adecuada para las abejas, de igual manera se aplicará nutrientes de mejor calidad a las plantas tales como el fósforo, calcio, zinc, potasio, etc., estos elementos son importantes porque van a fortalecer el aumento de semillas y por ende habrá más giberelinas que aportarán al crecimiento del fruto, por otro lado se implementarán métodos de poda que eviten el envejecimiento de las plantaciones y se pierdan hectáreas para la siguiente campaña, así mismo se aplicará fertilizantes de buena calidad a fin de evitar la propagación de plagas según la fenología de las plantas.

4.3 Discusión

Los resultados de la propuesta colocan a Perú como el primer exportador de arándanos frescos al mercado estadounidense y así mismo Estados Unidos es el primer importador de arándanos frescos, la calidad del producto será parte de este crecimiento de nada vale exportar grandes volúmenes de arándanos si no cumple con los estándares de calidad o requisitos fitosanitarios que exige el mercado estadounidense y que brinden la seguridad del consumo de este fruto, también formará parte de ello el transporte que se utilice para los traslados del fruto,

la estacionalidad cabe destacar que Estados Unidos también es productor directo de arándanos frescos y según los resultados cuantitativos las fechas donde se generan más exportaciones son entre setiembre y noviembre, por otro lado la documentación y las negociaciones también formarán de la oferta exportable de arándanos frescos.

Es por ello que las estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos, coinciden con el estudio publicado en Colombia, Tarazona (2019), que se trata de cómo facilitar la técnica, economía para las agroempresas productora y comercializadoras de arándanos, en el cual se obtuvo como finalidad determinar cómo contribuye en las empresas agroexportadores la técnica que emplean para los diversos procesos, su economía y el mercado en la parte pre operativa, incluyendo las características del producto, los hábitos de compra y como se encuentra el mercado nacional, no se puede realizar una oferta exportable adecuada si es que el mercado nacional cuenta con algunos problemas un ejemplo de ello es la mano de obra, la escasez de recursos para mantener la calidad del producto, entre otros, así mismo coincide en la recolección de datos de los estudios cualitativos por que la investigación se obtuvo por opiniones del personal relacionado con la actividad de exportación de arándanos.

El trabajo se realizó en Colombia, Amman (2019), que detalla la exportación de los productos del sector agropecuario, coincide con la investigación y se enfocó en la importancia de las estrategias que se deben emplear para cumplir con las características del mercado destino es por ello que relacionan la calidad del producto, las medidas fitosanitarias y la certificaciones que se empleen, en el caso de los Estados Unidos la USDA se encarga de liberar la mercadería y respaldar a los arándanos frescos peruanos, enfocándose en que se encuentren libre de plagas y enfermedades, así mismo la USDA está conformado por varias certificaciones una de ellas

el APHIS que se encarga de respaldar que los alimentos importados ingresen al mercado estadounidense en buen estado para el consumo del ciudadano estadounidense, cabe destacar que SENASA también cumple un rol muy importante en el Perú, siendo el primer filtro para respaldar que el arándano peruano cumpla con los diversos requisitos como el embalaje, envase, entre otros.

El primer antecedente nacional también coincide con los resultado obtenido el trabajo de investigación fue realizado por Canales, L. y De la Vega García, M. (2020) indica los análisis de factores más relevantes de los factores en las exportaciones de arándanos de Peru y Chile a los Estados Unidos, el cual nos detalla las diferentes estrategias comerciales que se pueden generar mediante los aspectos políticos es decir mediante los acuerdos comerciales con el país destino en el caso de Estados Unidos, el Perú tiene un TLC conocido como NAFTA que nos brinda realizar una negociación con mayor seguridad, reducir costos, entre otros.

Los resultados también nos muestran la situación actual de los volúmenes de exportación, sin embargo para mantenernos en el mercado competitivo se deben realizar mejoras y que las cantidades exportadas asciendan logrando una mayor ventaja con los otros países, según MINCETUR el 54% del total de producción destinados a la exportación de este fruto va a los Estados Unidos, cabe destacar que en los resultados cuantitativos en los últimos 5 años el mercado estadounidense se posiciona como el principal mercado destino, así mismo hasta el año 2018 Chile era el primer proveedor del país mencionado en adquirir este fruto según Latinoamérica.

A su vez se generó una coincidencia con el cuarto antecedente internacional que se realizó en Chile, Cerda, M. (2016) indica las actitudes del consumidor hacia el etiquetado de

arándano (*vaccinium corymbosum*) en fresco en el canal moderno de comercialización (supermercados), donde se enfoca en mejorar los volúmenes de exportación mediante el estudio del mercado moderno y buscar nuevas formas o maneras para realizar su etiquetado, también se destacó en el estudio del fruto del arándano hay personas que los consumen por temporada y personas que lo consumen por todo el año, así mismo explica que es fundamental aumentar los volúmenes de exportaciones mediante la información que tiene el consumidor del producto, saber por qué lo consume cuáles son sus características, en este caso en los estudios cualitativos se describe al arándano como un fruto antioxidante que previene de enfermedades cardiovasculares, también que aporta en una alimentación saludable, por ejemplo para personas que sufren de diabetes, colesterol, entre otros, y que la descripción del arándano debe ir en el etiquetado de este producto.

Por otro lado el antecedente nacional de Hidalgo E. (2017) indica la, exportación de jugo de arándanos al mercado de Estados Unidos, 2016, nos explica en mejorar los volúmenes de exportación por medio de lograr darle al arándano un valor agregado en este caso el jugo de arándano, así mismo brindándole al agricultor nuevas técnicas de cultivo y mantenimiento de la planta del arándano, e incentivar el consumo de esta planta, por otro lado existe una coincidencia con la tesis realiza por Gamarra, J. (2016) indica las Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017, donde se enfoca en estudiar al mercado competitivo, con la finalidad de no perder la calidad del producto o también buscar nuevas oportunidades en el mercado internacional dándole al cliente lo que busca, una evaluación que realiza el trabajo de investigación es cuál sería una posibilidad para darle al mercado competitivo la materia prima más un valor agregado sin perder la calidad del fruto, como se sabe la exportación de arándanos ha crecido en los últimos años, no solo ello si no también el sector agropecuario perteneciente a los productos

no tradicionales se ha posicionado satisfactoriamente en el mercado internacional, es el momento aprovechar las oportunidades que se nos presenta para crecer no solo como profesionales sino también como país.

Los procesos logísticos son fundamentales en la oferta exportable de arándanos frescos, sin embargo existen algunos puntos que pueden retrasar la exportación de estos productos es por ello que mantenernos en el mercado competitivo va a depender de cómo gestionemos dichos procesos, los resultados coinciden con el tercer antecedente que se realizó en Argentina, Vivanco, C. (2018) menciona la evaluación de pre factibilidad de exportación compartida entre PYMES productoras de arándano orgánico, de los países de Argentina y Chile, hacia el mercado hortofrutícola de Hong Kong, China, el cual detalla los comportamientos de las pequeñas y medianas de Argentina y Chile que se encuentren relacionadas con la exportación de arándanos orgánicos al mercado estadounidense y detalla que Argentina es potencia en temas agroindustriales por lo que sus suelos son fértiles y eso ha generado que no tengan un tope en sus picos máximos de producción.

Sin embargo los aspectos políticos han influenciado en el desarrollo de sus exportaciones la crisis política que atraviesa no ha dejado que se siga desarrollando de forma positiva, otro punto es los pocos acuerdos comerciales que tiene Argentina con los demás países, en cambio Chile sigue entre los primeros exportadores de arándanos frescos y su principal objetivo es no perder la calidad del producto y su prestigio, así mismo recalca que la tecnología será un factor necesario para la pre cosecha, cosecha y post cosecha del arándanos y así poder culminar los procesos logísticos con mayor efectividad, el antecedente nacional de Espinoza, R. (2018), enfocado en los principales limitaciones que enfrenta la producción de arándanos en la Región de La Libertad para su oferta exportable para el mercado de los Estados Unidos, también coincide con los resultados obtenido por lo que el objetivo principal de la

investigación es encontrar qué factores afectan a la oferta exportable de arándanos donde detalla que el servicio logístico influenciara en las exportaciones de arándanos un ejemplo de ellos es la refrigeración en los traslados del fruto es de suma importancia no romper la cadena de frío, también resaltó que la Libertad es uno de los principales productores de arándanos a nivel nacional.

Por último, la finalidad del trabajo de investigación se encargará de plantear diferentes estrategias de fortalecimiento para mejorar la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de los Estados, cabe detallar que los volúmenes de exportación y los procesos logísticos forman parte del desarrollo de la exportación de arándanos, es por ello que mantenerse en el mercado competitivo como los primeros exportadores del mundo no será tarea fácil, sin embargo, debemos enfocarnos principalmente en el producto, las oportunidades que podemos tomar como referencia para seguir posicionándonos en el mercado estadounidense, la documentación que se debe presentar, cabe resaltar que en el tema de exportación de productos agropecuarios es importante los requisitos fitosanitarios y finalmente cerrar grandes negociaciones mediante acuerdos comerciales, el contrato de compraventa y sobre todo el envase y embalaje que requiere el importador.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera : Se estableció como propuesta, el fortalecimiento de la exportación de arándanos frescos peruanos a través de la elaboración de un perfil de mercado. Asimismo, se planteó un plan de logística el cual propone la optimización de los procesos llevados a cabo actualmente. Por último, se elaboró un plan de exportación el cual define estrategias comerciales adecuadas para incrementar la rentabilidad en la exportación de estos productos.

Segunda : Se analizó la situación actual de los volúmenes de exportación a través del instrumento cualitativo aplicado, el cual muestra mejorar la oferta exportable que se da en los arándanos frescos en el Perú hacia los EEUU. Los entrevistados evidenciaron la problemática actual de los procesos logísticos establecidos.

Tercera : Se identificaron los factores de mayor relevancia en la oferta exportable, de acuerdo a factores secundarios obtenidos de Siicex, Sunat y el BCRP por el cual se encontró la falta de un estudio estructurado del mercado actual, además de una ausencia de estrategias que permitan el crecimiento de las exportaciones.

5.2 Recomendaciones

Primera : Se sugiere hacer uso del perfil de mercado establecido para posicionar de forma correcta la exportación de arándanos frescos en el mercado actual. De igual forma, se recomienda aplicar el plan de logística elaborado para establecer una cadena logística que simplifique los procesos de exportación. Por último, se recomienda aplicar el plan de exportación de forma que se incremente la rentabilidad y exportaciones del producto estudiado.

Segunda : Se sugiere realizar un análisis situacional constante a través del instrumento cualitativo aplicado, para identificar el estado de la oferta exportable.

Tercera : Se sugiere establecer medidas que mejoren la oferta exportable dentro del mercado actual realizando capacitaciones e informando los pasos correctos para gestionar una documentación adecuada y cumplir con los requerimientos en las certificaciones fitosanitarias, el envase y embalaje.

REFERENCIAS

- Datasur (2019). Resumen del mercado mundial del arándano 2019/20. En *Datasur*. Obtenido de <https://www.datasur.com/resumen-del-mercado-mundial-del-arandano-2019-20/>
- Asoex (2020). Situación del Mercado Internacional del Arándano: Destaca la venta de arándanos en racimos en China y comportamiento mixto en consumo en Europa. En *simfruit.cl*. Obtenido de <https://www.simfruit.cl/situacion-del-mercado-internacional-del-arandano-destaca-venta-de-arandanos-en-racimos-en-china-y-comportamiento-mixto-en-consumo-en-europa/>
- Blueberries, (2020). Chile: Exportaciones de arándanos alcanzarían más de 150 mil toneladas en la temporada 2020 – 2021. En *blue magazine berries consulting*. Obtenido de <https://blueberriesconsulting.com/chile-exportaciones-de-arandanos-alcanzarian-mas-de-150-mil-toneladas-en-la-temporada-2020-2021/>
- Senasa (2020). Exportación de arándanos superaría las 150 mil toneladas este 2020. En *Agronoticias*. Obtenido de <https://agronoticias.pe/ultimas-noticias/exportacion-de-arandanos-superaria-las-150-mil-toneladas-este-2020/>
- Mincetur (2021). Mincetur tras decisión de EE. UU: “Perú seguirá abasteciendo de arándanos al mundo”. En *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mincetur-tras-decision-de-eeuu-peru-seguira-abasteciendo-de-arandanos-al-mundo-noticia/?ref=gesr>
- Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank. (2021). Perú exportará más de US \$1,000 millones en arándanos en el 2021. En *Agro noticias*. Obtenido de <https://agronoticias.pe/ultimas-noticias/peru-exportaria-mas-de-us-1000-millones-en-arandanos-el-2021/>

- Tarazona, F. (2019). *Factibilidad técnica, económica y de mercado para el establecimiento y puesta en marcha de una Agroempresa Productora y Comercializadora de Arándanos en el municipio de Guaca, Santander*. (Tesis de título profesional). Universidad Santo Tomas, Bucaramanga, Colombia.
- Amman, C. (2019). *Exportación de Productos Agropecuarios Colombianos a Suiza – Oportunidades y Barreras*. (Tesis de Maestría). Universidad EAFIT Escuela de Economía y Finanzas; Medellín, Colombia.
- Vivanco, C. (2018). *Evaluación de pre factibilidad de exportación compartida entre PYMES productoras de arándano orgánico, de los países de Argentina y Chile, hacia el mercado hortofrutícola de Hong Kong, China*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Cerda, M. (2016). *Actitudes del consumidor hacia el etiquetado de arándano (*vaccinium corymbosum*) en fresco en el canal moderno de comercialización (supermercados)*. (Tesis de título profesional). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.
- Cáceres, M. (2016). *Estudio la problemática en las exportaciones de arándanos y perspectivas de mercados principales a futuro*. (Tesis de título profesional). Universidad Técnico Federico Santa María, Santiago de Chile, Chile
- Canales, L. y De la Vega García, M. (2020). *Análisis de los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú y Chile a Estados Unidos en el periodo 2012-2018*. (Tesis de título profesional). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Espinoza, R. (2018). *Principales limitaciones que enfrenta la producción de arándanos en la Región de La Libertad para su oferta exportable para el mercado de los Estados Unidos*. (Tesis de título profesional). Universidad San Martín de Porres, Perú.

- Chipana, K. y Velarde, S. (2017). *Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima*. (Tesis de título profesional). Universidad San Martín de Porres, Perú.
- Hidalgo, E. (2017). *Exportación de jugo de arándanos al mercado de Estados Unidos, 2016*. (Tesis de título profesional). Universidad Privada Norbert Wiener, Perú.
- Gamarra, J. (2016). *Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándanos (vaccinium spp.) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017*. (Tesis de maestría). Universidad Agraria de la Molina, Perú.
- Ricardo, D. (1987). *Principios de economía política y tributación*. Inglaterra: John Murray
- Ronderos, C. (2006). *El ajedrez del libre comercio: integración, competitividad y globalización en Colombia y los países andinos*. Colombia: Planeta Colombiana.
- Bertalanffy, L. (1968). *Teoría general de los sistemas*. New York: George Braziller.
- Prebisch, R. (1984). *Capitalismo periférico: crisis y transformación*. Santiago de Chile, Chile: México, D.F.Fondo de Cultura Económica.
- Krugman, P., Obstfeld, M. y Melitz, M. (2012). *Economía Internacional, Teoría y Práctica* (9na edición). España: Pearson Educación
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). *Comercio Exterior* (3era edición).Perú: MINCETUR.
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional* (Primera edición). Tlalnepantla, México: Red tercer milenio.
- Canta, A. (2014). *Comercio Internacional en el Siglo XXI*. Argentina: Dunken.

- Valero, G., Rodenes, M. & Rueda, G. (2016). *La internacionalización de las empresas exportadoras*. Revista Le Bret, 8. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Belio, J. y Sainz, A. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid, España: Wolters Kluwer España, S.A.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing* (1era edición). Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.
- Bonta, P. y Farber, M. (1994). *199 preguntas sobre Marketing y publicidad*. Bogotá, Colombia: Norma S.A.
- Shewhart, W. (1997). *Control Económico de la calidad de productos manufacturados*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Mauleón, T. (2013). *Transporte, operadores, redes*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Araus, J. (2001). *Diseños de series temporales: Técnicas de análisis*. España: Universitat de Barcelona, Servicio de Publicaciones.
- Bustelo, C. (2018). ¿Qué es una política de gestión documental? En *consultoría independiente*
Obtenido de: <https://n9.cl/jv30>
- PROMPERÚ (2016). Manual de documentos de exportación. En *servicios al exportador*.
Obtenido de: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

- Nayar, L. (2010). La gestión documental. En *consultora de ciencias de la información*.
Obtenido de: <http://eprints.rclis.org/15028/1/020.pdf>
- Muñoz, R. y Nevado, D. (2007). *El desarrollo de las organizaciones del siglo XXI*. España:
Grupo Especial Directivos.
- MIDAGRI (2015). Cuáles son los requisitos básicos para exportar. En *Ministerio de desarrollo agrario y riego*. Obtenido de: <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/670-cuales-son-los-requisitos-basicos-para-exportar>
- Ballesteros, A. (2001). *Comercio Exterior: teoría y práctica* (2da edición). España: F.G. Graf S.L.
- Guerra, F. (2018). *Estrategias de Negociación* (1era edición). México: Grupo editorial patria, S.A. de C.V.
- Martínez, J. (2018). *Negociación Internacional* (1era edición). España: Ediciones Paraninfo, SA.
- Peña, C. (2016). *Negociación para el comercio internacional*. México: Marge books.
- Moreno, J. (2010). *Manual de buenas prácticas de participación en reuniones del Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio (OMC)*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Jerez, J. (2007). *Comercio internacional* (3era edición). España: Esic editorial.

- Fernández, O. (2006). *Cartas de crédito y otros pagos medios de pago en Comercio Internacional*. (1era edición). Venezuela: Editores Millenium.
- Ministerios de Comercio Exterior y Turismo (2009). *Guías de envase y embalaje (1era edición)*. Ministerio de comercio exterior y turismo. Obtenido en: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>
- Cabrera, A. (2020). *Manual de uso de las reglas de Incoterms 2020*. España: Ediciones Marge books.
- Águila, A. y Día, R. (2020). Las estrategias de exportaciones en cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 292-302.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2da edición). México: Pearson educación de México, S.A. de C.V.
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. y Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación Holística* (1era edición). Ecuador: Departamento de investigación y posgrados Universidad Internacional del Ecuador, extensión Guayaquil.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3era edición). Colombia: Pearson educación.

Taylor, S., y Bogdan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Estados Unidos: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Robles, P. y Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*. Recuperada de: https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf

Molina, F. (2008). *La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas*. España: Rubes editorial.

CIFE (2016). *Metodología del registro documental para la búsqueda y organización de la información científica* (1era edición). México: CIFE.

Sistema Integrado de Comercio Exterior (2021). Partidas arancelarias del producto, exportados en los últimos años. En *SIICEX*. Obtenida de: https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=0810400000.

Banco Central de Reserva del Perú (2021). Gerencia Central de estudios económicos. En *BCRPData*. Obtenida de: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN37532BM/html/2016-1/2021-3/>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para exportar alimentos a los Estados Unidos*. Perú: MINCETUR.

- Elhadi, M. (2016). Manejo y tecnología Postcosecha de Berries. En *Intagri*. Obtenida de: <https://www.intagri.com/articulos/frutillas/manejo-y-tecnolog%C3%ADa-postcosecha-de-berries?p=registro>
- Armando, C. (2020). *Estacionalidad de las exportaciones peruanas de arándanos frescos y el mercado norteamericano*. Perú: ROF MINAGRI.
- ASOEX (2021). Chile lidera exportaciones de arándanos orgánicos del hemisferio sur. En *Simfruit*. Obtenida de: <https://www.simfruit.cl/chile-lidera-exportaciones-de-arandanos-organicos-del-hemisferio-sur-incluyendo-mexico/>
- Arturo, C. (2011). ABC de las participaciones en ferias agrícolas en EE.UU. En *Agrariape*. Obtenida de: <https://agraria.pe/noticias/abc-de-las-participaciones-en-ferias-agricolas-en-eeuu-1135>.
- Penelo, L. (2019). Arándanos: propiedades, beneficios y valor nutricional de unas bayas muy sanas. En *la vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/comer/materiaprima/20180710/45783544503/aran-danos-frutas-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>.
- Ferreya, R. (2021). Condiciones del suelo y desarrollo de las raíces. En *Red agrícola*. Recuperada de: <https://www.redagricola.com/co/condiciones-del-suelo-y-el-desarrollo-de-raices/>
- Allendes, G. (2021). Componente y factores que influyen en la calidad del fruto: claves de la nutrición. En *Tecnología Hortícola*. Recuperada de: <https://www.tecnologiahorticola.com/maxima-calidad-frutos-arandanos/>.

Blueberries (2019). Fertilización Orgánica del arándano. En *portalfruticola*. Recuperada de:
<https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/08/02/fertilizacion-organica-del-arandano-recomendaciones-esenciales/>.

Pumasunco, L. (2020). Reporte de precio del arándano en Estados Unidos y su impacto del Covid- 19. En *CIEN*. Recuperado de: <https://www.cien.adexperu.org.pe/reporte-de-precio-del-arandano-en-estados-unidos-y-su-impacto-covid-19/>.

Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (2021). Procedimiento Unificado de Exportación Vegetal. En *SENASA*. Recuperado de:
<https://www.senasa.gob.pe/senasa/exportacion-vegetal/>.

ANEXO

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Fortalecimiento de la oferta exportable de arándano frescos al mercado de Estados Unidos, período 2022.

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Oferta Exportable				
		Sub categorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿Cómo mejorar la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022?	Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.	Producto	1. Calidad	1		
			2. Transporte	1		
			3. Estacionalidad	1		
		Documentación	4. Formalización	1		
			5. Requisitos	1		
			6. Seguro	1		
		Negociación	7. Acuerdos Comerciales	1		
			8. Incoterms	1		
			9. Envase y embalaje	1		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría 2:				
¿Cuál es la situación de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense?	Analizar la situación actual de los volúmenes de exportación para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense.					
¿Cuáles son los factores de mayor relevancia en la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense?	Identificar los factores de mayor relevancia que retrasa los procesos logísticos para la mejora de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense.					
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos			
Sintagma: holística Tipo: proyectiva Nivel: comprensivo Método: inductivo. deductivo	Población: 20 fuentes secundarias Muestra: 3 fuentes secundarias Unidad informante: 3 entrevistados	Técnicas: Entrevista / Análisis documental Instrumentos: Guía de Entrevista/Registro Documental	Procedimiento: Validación del asesor metodólogo Análisis de datos: Excel / Atlas ti 9			

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

ENTREGABLE 2 - Plan logístico

Manual de guía de cosecha del arándano fresco:

El Suelo, la humedad, se debe mantener controlada relacionando el agua con una resistencia mecánica, estos valores logran una esencia particular cuando se trata de la preparación del suelo, hay que tener en cuenta que a más humedad habrá menos resistencia mecánica y esto puede generar una asfixia radicular en las raíces, así como también la pérdida de manganeso y hierro. Se tiene en cuenta también ciertas características del suelo tales como su forma, su textura, como se encuentra distribuido, el grosor de sus poros y ciertas manifestaciones que presente (Red agrícola, 2021).

Figura 32.

Plantaciones de arándano fresco



Fuente: Red agrícola

El aire, hará una función importante siempre y cuando exista un suelo que contenga grandes poros, quiere decir que permita al fluido del aire ser distribuido a través de la porosidad del suelo, a fin de hacer crecer sus raíces efectivamente (15% macro poroso), en el caso del

arándano, hay zonas donde es esencial que el suelo tenga un 45% macro poroso (Red agrícola, 2021).

Figura 33.

Desarrollo de raíces en suelo poroso.



Fuente: red agrícola

La raíz del fruto del arándano se basa principalmente en el suelo ideal permitirá que las raíces de la planta del arándano puedan desarrollarse a gran magnitud, las raíces de los arándanos por naturaleza no cuentan con pelos radiculares, el fin de que este fruto logre reproducirse es la dependencia del aumento radicular (citoquininas), para ello se debe adquirir plantas de calidad que no contengan raíces maltratadas ni enredadas (tecnologiahorticola, 2021).

Figura 34.

Raíces enredadas de una plantación de arándanos



La Fertilización, existen dos tipos de fertilización, una de ellos es la convencional donde se aplica al suelo cierta cantidad de fertilizante por periodos. Por otro lado, se encuentra la fertilización orgánica donde se consideran ciertos principios de fertilización que estén autorizadas, tales como abonos verdes y compost, las cuales van a requerir que el suelo sea participe, en vista de que el proceso orgánico para la obtención de ciertos nutrientes toma su tiempo, entre ellos tenemos el fósforo (P), azufre (S), calcio (Ca), magnesio (Mg), nitrógeno (N) y potasio (K), cabe mencionar que con abonos verdes y compost se tiene la facilidad de producirse en las mismas zonas del predio con residuos vegetales y/o animales (portalfruticola,2019).

Figura 35

Fertilizante orgánico



mejorar el oxígeno y el ingreso de la luz solar para que alimente a la planta, es recomendable dejar de 2 a 3 ramas como prioridad para que los futuros brotes realcen al fruto y tenga un buen calibre (Intagri, 2016).

Figura 38

Poda en verde, retiro de ramillas



Fuente. Intagri

Figura 39

Poda de rejuvenecimiento



La Polinización, cuando los insectos inician el proceso de polinización es importante mencionar que por naturaleza el polen queda pegado en sus cuerpos, eso permite que las

abejas/abejorros lo trasladan a otras flores que visitan, así mismo estos insectos al rozar el estigma de la flor quedan restos de polen obteniendo de esta manera una mayor polinización, la cual beneficia al arándano fresco a tener un mejor desarrollo durante todo su proceso de crecimiento (Agtechamerica, 2019).

Figura 40

Grupo de flores polinizadas



En la Cosecha, existen ciertas características que se les da al arándano fresco al momento de su cosecha, tenemos dentro de ellas el ser visible, esto quiere decir que se va a identificar la forma y calidad del arándano, así mismo tenemos la organoléptica basada en cuanto de azúcares y ácidos contiene el arándano fresco a través de compuestos según corresponda, significa que previamente el fruto pasa por un proceso de nutrición que conlleva al producto final, dando como resultado un arándano rico, firme, sin estar lastimado, buen aroma y sabor, y aquello dependerá también de la mano de obra que se encuentre debidamente capacitada cuando se realice el proceso de cosecha (blubberies, 2018).

Figura 41

Reposo del arándano fresco recogido.



Perú se ha enfocado en fortalecer en estos últimos años el aumento de la producción y por ende la venta del arándano fresco, por ser un fruto diverso, rico en vitaminas y nutrientes que fortalece el sistema inmunológico del ser humano, la presentación que el país ha brindado al mercado ha sido en su mayoría el cultivo del arándano Biloxi abarcando en la oferta un 80% a nivel nacional. Por otro lado, la peculiaridad de esta variedad es que no tiene un sabor muy agradable para los consumidores. Últimamente conforme han ido creciendo los cultivos en el Perú en zonas como el norte apoyándose con empresas exportadoras, han incursionado en nuevas variedades de arándano fresco con un mejor calibre y que presenta un sabor más agradable, como por ejemplo los arándanos Emerald, Misty y Legacy (redagricola, 2021).



Figura 42.

Clases de arándanos más exportados a EE.UU.

Anexo 3: Instrumento cualitativo

Guía de entrevista

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	PRODUCTO	Conforme a su experiencia, ¿Qué factores aportaron al crecimiento y desarrollo del arándano consolidando al Perú como primer exportador de este fruto?
2		¿De qué manera se puede conservar el fruto del arándano durante el proceso de exportación, manteniendo su calidad obtenida de la post cosecha?
3		¿Qué características del fruto del arándano son más relevantes para que el consumidor estadounidense los adquiera con frecuencia?
4		Conforme a su experiencia, ¿Qué otros países exportan arándanos al mercado estadounidense y, por qué Perú mantiene una alta competitividad en el mismo?
5	NEGOCIACIÓN	¿En que facilita los TLC o diferentes acuerdos comerciales en las negociaciones con el mercado internacional?
6	DOCUMENTACIÓN	¿Cuáles son los principales requisitos que SUNAT exige para que la mercancía pueda salir del país?
7		¿Cuáles son las certificaciones que exige el mercado estadounidense para que ingresen los volúmenes requeridos de arándanos?
8	NEGOCIACIÓN	Conforme a su experiencia, ¿Cuáles son las ventajas que se generan al realizar un embalaje adecuado durante el transporte del fruto del arándano?
9		Conforme a su experiencia, ¿Cuál es el INCOTERMS más utilizado en una empresa agroexportadora? y ¿Por qué?
10		En una negociación, ¿Qué aspectos considera importantes para que su empresa en calidad de proveedora logre obtener resultados en la venta de arándanos hacia el mercado estadounidense?

INSTRUMENTO QUE MIDE CUALITATIVO

Ficha de registro documental

Título del documento:	Fortalecimiento de la Oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.	
Período o año:	2021	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Identificar las diversas oportunidades que se pueden aplicar a una empresa agroexportadora formal, enfocándose en mejorar la oferta exportable de arándanos frescos al mercado estadounidense, con la finalidad de aumentar los volúmenes de exportación y reducir los tiempos y/o costos en los procesos logísticos.	El análisis de los documentos consolidados aportará la validez de la información correspondiente al fruto del arándano, así como su evolución basándose en los índices, estadísticas u otras pruebas presentadas.	La información adquirida se basará en el área logística de las empresas exportadoras dedicadas al sector agrario.

Nro.	Nombre del Documento	Descripción	Datos que brinda el documento	Indicadores de medición	Análisis/resumen
1	Incoterms 2020	Documento basado en los once contratos de compraventa que se realizan para realizar una exportación y/o importación.	Descripción de los contratos de compra y venta.	Incoterms	El análisis de este documento se basó en los contratos de compraventa en la actualidad, es por ello que existen 11 incoterms que forman parte de los contratos que se realizan en una negociación y en qué momento del proceso se intercambian las responsabilidades del vendedor al comprador sobre la mercancía, por ello es importante conocer los Incoterms más efectivos para cada actividad comercial efectuada en este caso la exportación.
2	Arándanos en Estados Unidos y el impacto del COVID - 19	Documento basado en los precios del arándano en el mercado estadounidense y las consecuencias del Covid 19.	Reporte de precios del arándano.	Estacionalidad	El documento mencionado se enfocó en el reporte de los precios más actuales del arándano fresco peruano en el mercado estadounidense, así mismo los precios del arándano que pertenecen al mercado competitivo como México y Chile que también son proveedores directos de este fruto al mercado norteamericano, por ello es importante saber la situación del mercado nacional y sobre todo del mercado competitivos

					mediante un panorama general que determine los rangos que se encuentra el mercado actual en exportación de arándanos.
3	Manual de documentos de exportación - 2016	Documento basado en realizar una adecuada documentación para los procesos de exportación.	Procesos correctos para realizar una documentación para exportar.	Formalización Requisitos Seguros	El documento se basó en mostrar los paso adecuado para realizar una documentación correcta al momento de exportar una mercadería al mercado internacional, por ello se basará en tres características que influyen en estos proceso comerciales, el primero es la característica físicos y/o químicas de la mercadería a exportar, el segundo se basa en cuanto esta valorizado la carga monetariamente por el riesgo de perdido para ellos es importante contar con un seguro y por último que los documentos presentado sean evidenciado es decir que la mercadería se encuentre en regla sin ninguna alteración.
4	Guía de requisitos de acceso de alimentos a los estados unidos - 2015	Documento basado en las características y requerimientos de los Estados Unidos como país destino de las exportaciones.	Requisitos que cumplan con la legalidad y técnica que exige el mercado norteamericano.	Calidad Requisitos Acuerdos comerciales Envase y embalaje.	El documento se enfocó en describir los requerimientos del mercado norteamericano con la finalidad que la mercancía agropecuarias peruanas ingrese sin ninguna dificultad, así mismo se enfoca en los acuerdos comerciales vigentes que tiene el Perú con los Estados Unidos, los certificados fitosanitarios exigidos por la USDA y finalmente se basara en el envase y embalaje más comunes en el transporte de las frutas y/U hortalizas, que se encuentren permitidos para que la mercadería ingrese al país destino sin ningún problema.
5	Requisitos de envases y embalajes -2015	Documento basado en la descripción de envases y embalajes permitidos.	Los envases y embalajes cumplan con la norma técnica peruana.	Envases y embalajes.	El documento presentado por Indecopi establece normas que aportaran en los envases, empaquetados y embalajes permitidos para las exportaciones correspondientes, así mismo las normas Isos que se encargan de ordenar las diversas gestiones de una empresa, con las diferentes negociaciones internacionales.
6	Guía de transporte y logística Internacional - 2013	Documento de las características de la guía de transporte y los diversos procesos logísticos en el mercado internacional.	Requisitos que aportan a la guía de transporte y los procesos logísticos.	Transporte Documentación Envases y embalajes Calidad.	El documento se enfoca principalmente es mejorar los procesos de transporte marítimo y así mismo realizar una cadena logística adecuado para realizar una exportacion, por otro lado, detalla las calidades de embalaje que existen para transportar tu mercadería y que se encuentre regularizadas por las entidades evaluadoras de que la mercancía se encuentre limpia y pueda salir del país sin ningún problema.

Anexo 4: Fichas de validación de la propuesta



Anexo.....Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022

Nombre de la propuesta: Estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos fresco al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.

Yo, **José Antonio BAZÁN TANCHIVA**, identificado con DNI Nro 16720503, especialista en **Logística y Aduanas**, actualmente laboro en **CR Ocean Air Agente de Carga Internacional/ RyR Agencia de Aduanas**, ubicado en **Calle Hermanos Catari N° 418, Maranga – San Miguel**, procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

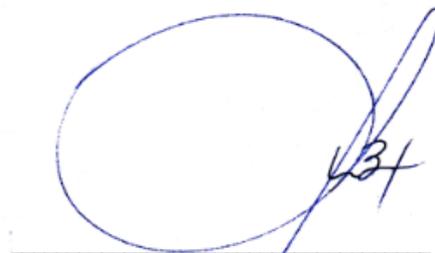
Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. La propuesta es coherente en cuanto el problema y la solución.
2. La propuesta aporta a los objetivos.
3. La propuesta se entiende sin dificultad.

Es todo cuanto informo;



Firma

Fecha: 12/07/2021

Apellidos y nombres:	BAZÁN TANCHIVA, José Antonio		
Profesional en:	Adm. y Negocios Internacionales	Máximo grado:	Maestría en Gestión de Organizaciones
Experiencia en años:	14	Experto en:	Logística y Aduanas
DNI:	16720503	Celular:	93897-4928

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022

Nombre de la propuesta: Estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos fresco al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.

Yo, Victoria Gardi Melgarejo identificado con DNI Nro 04066364 Especialista en Administración Actualmente laboro en Universidad Norbert Wiener Ubicado en.....Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			

9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. La propuesta es viable y coherente
2.
3.

Es todo cuanto informo;



Firma

Fecha: 13 de julio del 2021

Apellidos y nombres:			
Profesional en:	Administración de empresas	Máximo grado:	Doctora
Experiencia en años:	20	Experto en:	Administración
DNI:	04066364	Celular:	965048970

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Fortalecimiento de la oferta exportable de arándanos frescos al mercado de Estados Unidos, periodo 2022

Nombre de la propuesta: Estrategias de fortalecimiento para la mejora de la oferta exportable de arándanos fresco al mercado de Estados Unidos, periodo 2022.

Yo, Leoncio Robinson SANCHEZ ROQUE identificado con DNI Nro 43339740. Especialista en Docente temático . Actualmente laboro en la Escuela de Administración y Negocios Internacionales. Ubicado en Av. Petit Thouars. Lince. Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. La propuesta es consistente.
2. El planteamiento se constituye en un aporte en la resolución de la problemática identificada
3. Se debe continuar con los siguientes pasos hasta la sustentación

Es todo cuanto informo;



Firma

Fecha: 10 de Julio 2021

Apellidos y nombres:	Sánchez Roque Leoncio Robinson		
Profesional en:	Licenciado en Educación/Ciencias militares	Máximo grado:	Doctor en Administración/Ciencias de la Educación
Experiencia en años:	13 años	Experto en:	Docente-Temático
DNI:	43339740	Celular:	995607633

Anexo 5: Transcripción de las entrevistas

Cargo o puesto en que se desempeña		ABOGADO
Nombres y apellidos		Johan Rodríguez Santander
Código de la entrevista		Entrevistado1 (Entrev.1)
Fecha		11 de Mayo del 2021
Lugar de la entrevista		Plataforma zoom
Nro.	Preguntas	Respuestas
1	Conforme a su experiencia, ¿Qué factores aportaron al crecimiento y desarrollo del arándano consolidando al Perú como primer exportador de este fruto?	Considero dos puntos importantes, que es la condición climática que en Perú es bastante buena como ya sabemos, y por otro lado también las áreas de cultivo no afectadas, sería muy bueno poder revisar el tema de las fechas de la cosecha de la mercancía en este caso el arándano, por lo cual se ha podido realizar o ver que en la experiencia sudamericana normalmente los países que son nuestros más fuertes competidores como Chile y Argentina por ejemplo, comienzan un poco retrasados, para la cosecha del arándano eso nos ha ayudado bastante a que podamos subir un 30% en el mercado global de este producto .
2	¿De qué manera se puede conservar el fruto del arándano durante el proceso de exportación, manteniendo su calidad obtenida de la post cosecha?	Entendiendo el proceso de exportación desde el llenado del contenedor vacío que llega a planta del exportador hasta su embarque en el puerto es muy importante, nosotros siempre nos preocupamos en ello, que la mercancía pueda mantener la cadena de frío en todo momento, entonces por eso los exportadores de arándano sin excepción alguna optan por este tipo de embarque que es desde el local del exportador, eso quiere decir que dan la posibilidad que la Aduana o la administración aduanera vaya a revisar la mercancía a su local, entonces de esa forma hace que cuando el contenedor llegue a puerto o algún depósito temporal de Paita por ejemplo, no se tenga que abrir el contenedor por parte de la Aduana, de esa manera se logra conservar mucho más la mercancía, como lo dije anteriormente no se pierde la cadena de frío, por otro lado el packing del producto es muy importante que cuenten con paletas de madera, cajas de cartón corrugado (lo más frecuente) o con cajas de plástico acondicionadas para este tipo de mercancía.
3	¿Qué características del fruto del arándano son más relevantes para que el consumidor estadounidense los adquiera con frecuencia?	Bueno, definitivamente como sabemos el arándano es una alimento muy saludable está más que comprobado que tiene muchos antioxidantes y vitaminas, entonces dada la coyuntura mundial creo aún más todavía es de preocupación para las personas en este caso estadounidense poder alimentarse mejor y pues digamos poder mejorar sus sistema inmunológico, entonces el arándano es una muy buena opción mejorar una dieta, mantener el azúcar bajo en la sangre, y se ha descubierto que este arándano cuenta con propiedades antiinflamatorias, es una muy buena fruta en realidad.

4	<p>Conforme a su experiencia, ¿Qué otros países exportan arándanos al mercado estadounidense y, por qué Perú mantiene una alta competitividad en el mismo?</p>	<p>Te cuento que hace poco en una campaña 2019-2020 el Perú desplazó a Chile, el cual era el primer exportador de arándanos a nivel mundial ahora somos nosotros, porque es muy importante por ejemplo lo que señalé hace un momento, el tiempo de cosecha del arándano, Perú vio como una muy buena oportunidad para ser más competitivos que se pueda adelantar la fecha de la cosecha en relación a Chile y además también en Argentina la cual también tiene mucha exportación de arándano, se ha adelantado la fecha entre julio y setiembre aproximadamente y adicionalmente a ello también se está estudiando la posibilidad de poder cosechar ese tipo de mercancías en la Sierra, lo cual incluso nos ayudaría mucho más ya que estaríamos hablando que la cosecha iniciaría entre mayo y julio de los años correspondientes, entonces comenzamos más en la competencia y nos lograríamos afianzar en el mercado mundial.</p>
5	<p>¿En que facilita los TLC o diferentes acuerdos comerciales en las negociaciones con el mercado internacional?</p>	<p>Siento que la mayoría de estos tratados son bilaterales o sea de país a país, facilita mucho en el sentido que nosotros le concedemos a esos países que puedan exportar mercancías al Perú, lo que haría posible que ingrese esa mercancía con menos carga tributaria, te pongo un ejemplo muy rápido, con Estados Unidos tenemos un arancel negociado en muchas partidas arancelarias, y eso nos permite a que mercancía que proviene de Estados Unidos pueda ingresar en muchos casos con un Ad Valorem cero y solo pagando el I.G.V. correspondiente, también sucede eso para el lado contrario, lo que nos beneficiaría a nosotros completamente en el sentido de que nuestra fruta entraría a esos mercados específicamente el de Estados Unidos, pagando un arancel muy bajo, muy reducido y hasta en ocasiones también en cero todo dependiendo del cronograma de rebajas arancelarias y de cómo vaya avanzando año tras año, entonces termina siendo muy ventajoso para nosotros como país que podamos contar con un TLC firmado con diferentes países o grupos de países, porque va a permitir que nuestros productos ingresen a esos países y sean más competitivos frente a otros productos de igual calidad de repente, pero de otros países que no tienen esos tipos de tratados.</p>
6	<p>¿Cuáles son los principales requisitos que SUNAT exige para que la mercancía pueda salir del país?</p>	<p>La SUNAT como ente administrativo y quien ejerce el control aduanero siempre nos va a requerir que toda mercancía que ingrese o salga del país sea sometida a su control quiere decir que pueda la Aduana determinar cuándo una mercancía sale y cuando no y para eso nosotros realizamos las declaraciones aduanera de mercancía mediante la cual nosotros le indicamos a la Aduana que vamos a exportar determinada mercancía, en determinado contenedor, a tal país y va a un determinado importador, entonces la Aduana principalmente nos requiere ello, el requisito de someterla a su control aduanero, por otro lado también existen otras entidades gubernamentales como por ejemplo en este caso SENASA, que ellos se encargan de revisar que la mercancía a exportar cumpla con todos los requisitos agropecuarios, es decir que no tenga bichos muchos alojados en la fruta, que no tenga plagas o que incluso en la madera en la que está viajando esa mercancía no tenga insectos, cuestiones que hagan que esa mercancía no pueda ingresar al país de destino, principalmente es eso y como documento que nos pide SENASA y a la vez SUNAT para que la mercancía pueda ser exportada sería un Certificado fitosanitario de exportación de la mercancía el cual se obtiene después de una revisión por parte del SENASA y es importante contar con ese documento a tiempo para que el importador haya en el destino no tenga inconvenientes para poder desaduanar su mercancía.</p>

7	<p>¿Cuáles son las certificaciones que exige el mercado estadounidense para que ingresen los volúmenes requeridos de arándanos?</p>	<p>En principio como te señale siempre la Aduana estadounidense en este caso va a solicitar el certificado fitosanitario emitido por la entidad peruana SENASA, traducido al idioma correspondiente del país importador, luego de ello tenemos certificaciones como la APHIS, certificaciones de las buenas prácticas de agricultura y la USDA, que son básicamente certificaciones de calidad de la mercancía.</p>
8	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuáles son las ventajas que se generan al realizar un embalaje adecuado durante el transporte del fruto del arándano?</p>	<p>Comencemos a ver el tema del embalaje desde el contenedor, para ese tipo de mercancías tiene que si o si utilizarse un contenedor reefer que son aquellos que funcionan como refrigeradoras por así decirlo que te emanan un ambiente frío adentro con la temperatura adecuada dependiendo las subidas y bajadas que se hayan programado en el contenedor pues la mercancía se va a poder conservar bien, ahora ya yendo un poco más a la mercancía como te señalé es importante que como embalaje propio del arándano se pueda tener algunas cajas de plástico con orificios lo que ayudará a que ante el movimiento del mar pueda absorber el impacto además de ello pues también que la atmósfera fría pueda ingresar a la fruta misma, es importante también para que las pueda conservar correcta y llegue a su destino, nos ha pasado que en algunas ocasiones la parte congelante del contenedor no ha funcionado muy bien y esa mercancía ha tenido que ser devuelta al Perú.</p>
9	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuál es el INCOTERMS más utilizado en una empresa agroexportadora? y ¿Por qué?</p>	<p>Normalmente para las exportaciones te diría en un 70% que los clientes exportadores trabajan en FOB es el Incoterms más utilizado por los exportadores y encuentro la razón en el sentido de que estamos hablando de muchos casos de importadores que tienen grandes cadenas de supermercados en el exterior y que posiblemente ellos al comprar tanta mercancía por todo el mundo pueden tener la posibilidad de negociar fletes inclusive aún mejor que un exportador, de esa forma el comprador pueda ser beneficiado al tener un flete marítimo más económico de lo que le podría ofrecer el exportador, por eso entiendo porque mayormente se trabaja en FOB, por otro lado digamos que el segundo Incoterms más utilizado sería el CFR ya sea con un coste o un flete adicional, se ve en menor medida pero de todas maneras la aplican para mercancía no tan convencional o mercancía que no se trabaja a menudo, igual de todas maneras lo suelen utilizar.</p>

10	<p>En una negociación, ¿Qué aspectos considera importantes para que su empresa en calidad de proveedora logré obtener resultados en la venta de arándanos hacia el mercado estadounidense?</p>	<p>Inicialmente yo estaría de acuerdo que una empresa tenga inspecciones de calidad de sus procesos, no sucede mucho en el mercado estadounidense pero en muchas ocasiones el mercado japonés viene a los fundos de Piura y revisa cual es el proceso y certifican a esas empresas, tengo entendido que también sucede para empresas estadounidenses que certifican las plantas, el proceso de cosecha, el proceso de llenado del contenedor, que insumos son los que vas a utilizar, entonces yo creo que es importante para que una empresa sea altamente competitiva debe ser abierta a la posibilidad de ser inspeccionada o auditada por alguna certificadora y por supuesto la calidad de su mercancía, no necesariamente verificar cuando se encuentre en el contenedor sino puede ser al inicio de la cosecha o al inicio de la exportación, yo creo que como comprador es mucho más sano para ellos porque saben lo que les va a llegar, saben el calibre de la mercancía y la calidad con la que van a contar, eso a una empresa como vendedora le daría muchos puntos frente a su comprador, por otro lado también el tema de la logística al recibir asesorías profundas y especializadas de esta forma se puede además de ahorrar, lograr conservar muy bien la mercancía, lo cual es importante que llegue en buenas condiciones a su destino, en este caso a Estados Unidos.</p>
----	--	---

Cargo o puesto en que se desempeña	AGROPECUARIO	
Nombres y apellidos	Fernando Arias Roda	
Código de la entrevista	Entrevistado 2 (Entrev.2)	
Fecha	11 de Mayo del 2021	
Lugar de la entrevista	Plataforma zoom	
Nro.	Preguntas	Respuestas
1	<p>Conforme a su experiencia, ¿Qué factores aportaron al crecimiento y desarrollo del arándano consolidando al Perú como primer exportador de este fruto?</p>	<p>Yo creo que lo principal de todo es que se lograron crear variedades que puedan producirse en frío en la Costa, inicialmente se trajeron variedades que si necesitaban frío y tenían que cosechar en la Sierra, la logística de transporte en la Sierra no solo es sacar los productos del campo hacia los principales puertos sino también el llevar insumos, la mayor parte de la Sierra es ladera la cual dificulta la siembra o cosecha y al poder haber creado variedades que no necesitan frío y se puedan sembrar en la Costa ha ayudado que hagamos uso de la logística bastante bien dominada que ya teníamos en la Costa para poder hacer crecer el cultivo, adicionalmente está el tema del clima en la Costa que es un clima templado no tenemos problemas de daño por granizo que si lo pueden tener Chile y Argentina lo mismo en Estados Unidos o por heladas, casi no hay lluvias así como no hay problemas de plagas o enfermedades debido a la lluvia , los climas son bastante estables, lo otro que también ha ayudado es tener una mano de obra barata y en cantidad eso nos hace más competitivo por ejemplo con Chile, el cual tiene un buen mercado de arándanos el tema es que ellos tienen la mano de obra más cara que es lo que le está pasando en su momento a Estados Unidos y Europa entonces ellos tratan de mecanizar mucho más, también te puedo llevar a un poco de problemas de la post cosecha porque no es lo mismo que sacar con cuidado fruto por fruto a mano, que tener que pasar una máquina para hacerlo, y además de esto tenemos el caso de Argentina que ya por la edad de sus plantas tuvieron que comenzar a matar plantaciones de arándanos y no han podido renovar como deberían entonces han abierto una ventana más al mercado y nos ha permitido ingresar por ese lado.</p>

2	<p>¿De qué manera se puede conservar el fruto del arándano durante el proceso de exportación, manteniendo su calidad obtenida de la post cosecha?</p>	<p>Para poder tener un buen producto en postcosecha tienes que tener un buen producto en cosecha de té sirve traer un producto caliente del campo, traerlo golpeado del campo o que viene rajado o chancado del campo, porque en tu planta no vas a poder mejorarlo, entonces antes de pensar en post cosecha pensaría en una calidad óptima en cosecha, se sabe que no puedes ingresar una cámara de frío en campo pero si puedes tener toldos de malla aspersores que voten un tipo de neblina que te pueda enfriar más rápido el fruto, capacitar a las personas para que tengan bien manejado el método de cosecha, instrumentos bien afilados para que eviten rasgados de piel del fruto porque ciertos cortes pueden bajar la calidad del producto y podría generar problemas de hongos o bacterias en la post cosecha, primero sería tener un buen manejo de la cosecha, y también en el transporte de nada sirve colocar mucho peso si luego el fruto termina aplastado entonces hay que usar canastas adecuadas, evitar que el transporte pase por trocha y si es así que pase despacio para que no se maltraten.</p>
3	<p>¿Qué características del fruto del arándano son más relevantes para que el consumidor estadounidense los adquiera con frecuencia?</p>	<p>En general, es una súper fruta porque es alta en antioxidantes y es por eso que su consumo tanto en Estados Unidos como en Europa ha ido creciendo en los últimos años, así como las frambuesas, el aguaymanto en el Perú, creo que en esta campaña o marketing por así decirlo de estas súper frutas han logrado posicionarse, el propio arándano peruano viene a ser un producto de mejor calibre, más dulce, entonces se presta mucho más para el consumo directo, las variedades anteriores eran más ácidas que han sido más para industrialización.</p>
4	<p>Conforme a su experiencia, ¿Qué otros países exportan arándanos al mercado estadounidense y, por qué Perú mantiene una alta competitividad en el mismo?</p>	<p>Como te había comentado los principales exportadores por lo menos sudamericanos de arándanos a Estados Unidos son o eran Argentina y Chile, en el caso de Argentina han reducido áreas porque ya tenían plantaciones muy viejas y por las condiciones económicas no se pudieron renovarlas y por las condiciones la logística se complica, la mano de obra es carísima de igual manera para Chile cada día va aumentando el costo, a diferencia de Perú que no tiene mucho problema de cambios bruscos de clima, tiene también una posición geográfica buena por el traslado de los productos en general, asimismo las variedades del arándano en el Perú vienen a ser más dulces similares a los de Argentina, y además tenemos muchos proyectos de irrigación entonces tenemos más áreas de cultivo que ellos, lo cual nos ayuda a crecer mucho más rápido y a ser más competitivos.</p>

5	<p>¿En que facilita los TLC o diferentes acuerdos comerciales en las negociaciones con el mercado internacional?</p>	<p>El tratado lo bueno es que te permite que la exportación / importación sea más fluida, como te digo si quieres importar como ejemplo a Kosovo o a Polonia, son países que no se conocen y que no tenemos tratados de libre comercio, entonces hay que tomarse el trabajo de conseguir el cliente, de viajar hasta allá, de hacer la conexión, de dar las garantías, de ver que se cumplan todos los permisos adicionales que te puedan pedir, lo que es bajo un TLC se agiliza, ya hay muchas empresas que tienen sus propias oficinas o encargados en los países de destino para el tema de registros o certificados también hay facilidades, es mucho más fácil trabajar con un TLC, como por ejemplo nosotros compramos textiles de un lado o tecnología de Estados Unidos, ellos nos dan las facilidades también de venderles lo nuestro cuando hay preferencia, no ocurre lo mismo cuando es un país chico y no tenga tratado con Estados Unidos y quiera exportar arándanos, es más factible para uno que sí tenga un tratado.</p>
6	<p>¿Cuáles son los principales requisitos que SUNAT exige para que la mercancía pueda salir del país?</p>	<p>Yo creo que lo principal es lo que esté ligado al SENASA, lógicamente debes tener tus declaraciones, tus comprobantes de pago, los certificados del transporte, todos los datos para poder rastrear el envío, por otro lado los certificados sanitarios que cumplan con requisitos en campo de plagas del muestreo de los productos que se encuentran listos para salir, evitando que se propaguen y de igual manera afecten la salud humana al consumirlos.</p>
7	<p>¿Cuáles son las certificaciones que exige el mercado estadounidense para que ingresen los volúmenes requeridos de arándanos?</p>	<p>Certificaciones se entiende más por orgánico, o que sea ISO-9000 etc., pero Estados Unidos lo que más siempre vas a tener que pasar por la FDA, que es una administración de alimentos y medicamentos y ellos te van a pedir todos los certificados, te mencione de la SENASA, también necesitas si es que fuera el caso una constancia de la cuarentena para evitar plagas, el tema ahí es que hay plagas que son cuarentenarias otras que no, por ejemplo si yo tengo la cochinilla arenosa en Perú, el cual es un insecto que chupa la savia y que transmite enfermedades y que es una plaga me puede causar daño en algún cultivo en Estados Unidos basta que tenga un solo huevo para ya afectar todo el cultivo, básicamente es eso certificados inocuidad, para que sean productos sanos para el consumo humano para que no vayas a intoxicar, que sea un producto limpio para el lado de plagas y enfermedades a otros cultivos o arándanos en Estados Unidos o en los países que se exportan y que tenga también todos sus certificados de calidad por ejemplo ISO-9000, hay que tener en cuenta también que el uso excesivo de pesticidas en tu producto es observado por la FDA, que tampoco haya explotación de las personas y que sean bien remuneradas, todo eso te ayuda a sumar puntos.</p>

8	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuáles son las ventajas que se generan al realizar un embalaje adecuado durante el transporte del fruto del arándano?</p>	<p>Básicamente es evitar que la fruta se golpee, que se raje, y cuando esto ocurre hace que el arándano se pudra y entre bacterias y logren afectar al producto , entonces también a parte del embalaje básicamente se usan las cajitas para para sus diferentes destino, hay algunos que vienen acolchados y parte del empaque en sí lo que también hay que controlar es la temperatura y la atmósfera, el mantener la temperatura adecuada de frío es sumamente importante, de nada sirve tener una súper caja la cual no permitirá que la fruta se golpee pero al llevarla a 30° C va a generar de qué fruta se pudra rápidamente, entonces a parte del embalaje es importante no romper la cadena de frío.</p>
9	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuál es el INCOTERMS más utilizado en una empresa agroexportadora? y ¿Por qué?</p>	<p>Bueno, yo creo que Ex Works es uno de los más usados, pues te permite manejar en tus propias alteraciones el producto y entregarlo para que otro se encargue de toda la logística, sí, hay empresas que envían su nombre hasta el puerto de Estados Unidos y ellos se encargan de distribuirlo ahí mismo, se puede manejar de las dos maneras, yo creo que les conviene más porque ya hay empresas que hacen pequeñas plantaciones de arándanos y es conveniente para que el cliente sea el encargado de llevarlo desde Perú.</p>
10	<p>En una negociación, ¿Qué aspectos considera importantes para que su empresa en calidad de proveedora logre obtener resultados en la venta de arándanos hacia el mercado estadounidense?</p>	<p>Creo que manejando bien la planta, tener buenos técnicos, en el Perú hay mucho el tema de ahorrar castigando a la planta, no ahorrar en eficiencia, supongamos si la planta no me produjo tanto este año entonces como tengo menos plata le coloco menos fertilizante o uno de menos calidad, yo siempre hago la comparación con un niño, si se saca malas notas en el colegio y tú lo tratas o lo haces sentir mal, lo dejas sin comer, al final el niño va a estar más distraído y se convierte en un niño con anemia, no va a estudiar, entonces una planta a la que tú castigas y le das un fertilizante más barato que no va a ser igual absorbible o que tiene metales pesados o le vas a quitar agua porque tiene que ahorrar en el bombeo de agua, no te va a rendir bien, entonces hay que saber ahorrar en eficiencia y no en plata, en cómo echar el fertilizante que cantidad exacta necesita, o capacitar a las personas y explicarles en donde se debe aplicar el fertilizante para que la planta pueda absorber mejor, y eso es mucha investigación y desarrollo, lamentablemente en Perú recién se están poniendo las pilas, las empresas grandes hace unos años si es que existía esta área era un saludo a la bandera, ahora si se han dado cuenta y han comenzado a poner más empeño en investigar, la agricultura es un negocio de volumen por eso debes tener grandes cantidades de extensiones de 200h, 400h, 1,000h a más.</p>

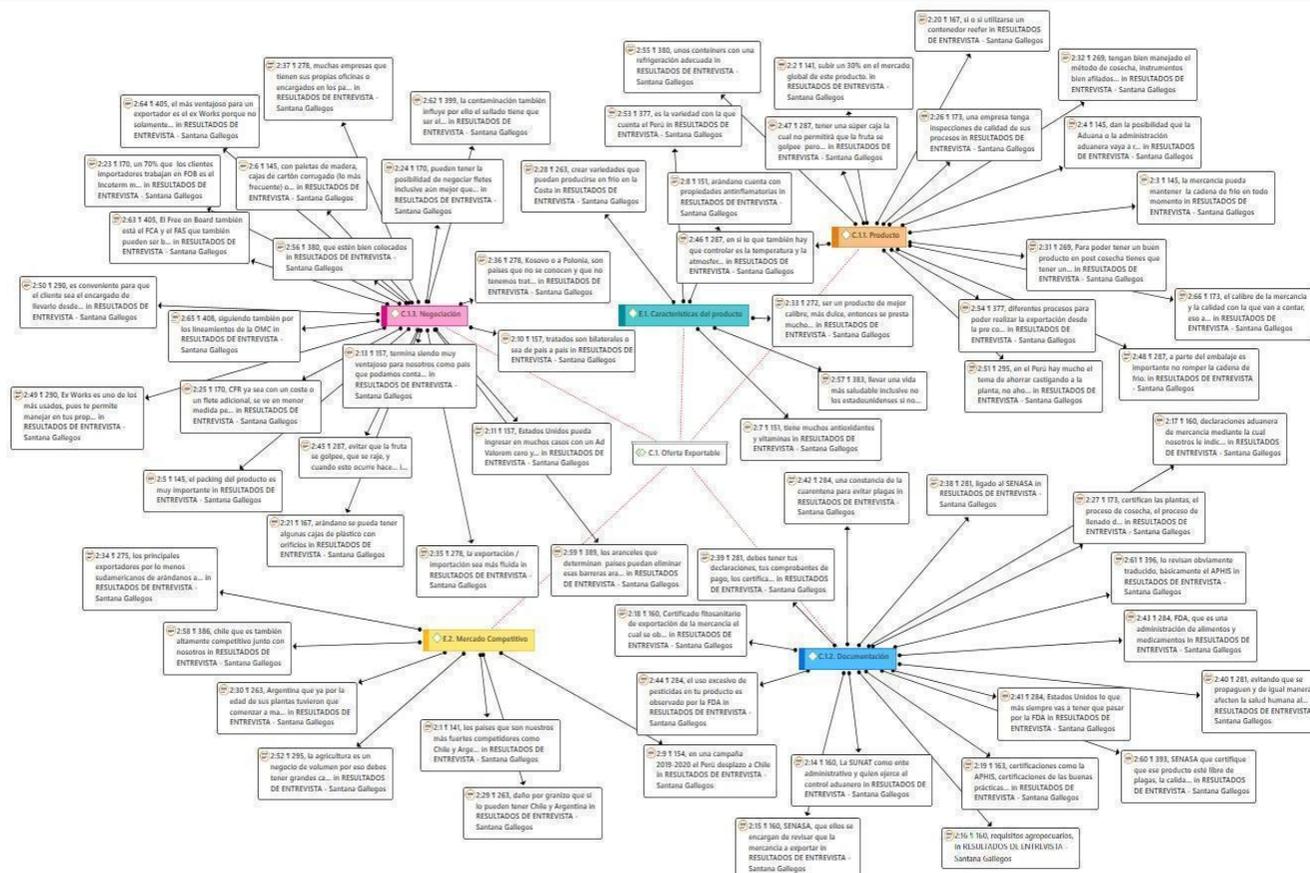
Cargo o puesto en que se desempeña	ABOGADA	
Nombres y apellidos	Martha Antezana Córdova	
Código de la entrevista	Entrevistado 3 (Entrev.3)	
Fecha	12 de Mayo del 2021	
Lugar de la entrevista	Plataforma zoom	
Nro.	Preguntas	Respuestas
1	Conforme a su experiencia, ¿Qué factores aportaron al crecimiento y desarrollo del arándano consolidando al Perú como primer exportador de este fruto?	Uno de los factores que ha aportado bastante al crecimiento a la exportación de arándanos, es la variedad con la que cuenta el Perú, otro factor importante podría ser también la logística porque a través de ellos se establecen diferentes procesos para poder realizar la exportación desde la precosecha, cosecha y post cosecha.
2	¿De qué manera se puede conservar el fruto del arándano durante el proceso de exportación, manteniendo su calidad obtenida de la post cosecha?	Eso depende mucho de los empaques por ejemplo también o los congelados uno que tengan una buena refrigeración porque estos frutos son bien delicados por eso al momento de tratar de exportarlos tiene que tener unos contenedores con una refrigeración adecuada y para que estén bien colocados.
3	¿Qué características del fruto del arándano son más relevantes para que el consumidor estadounidense los adquiera con frecuencia?	Como bien sabes los estadounidenses tienen un gran índice de masa corporal entonces ahora último con lo que ha sucedido de la pandemia todos los ciudadanos están buscando llevar una vida más saludable inclusive no los estadounidenses si no a nivel mundial, entonces así como se ha descubierto que los arándanos tienen propiedades beneficiosas para el cuerpo tienen antioxidantes, vitaminas han descubierto que también es bueno para la visión, para el corazón es también un antiinflamatorio aparte que le hacen mucha publicidad a todos los productos que son orgánicos ha influido mucho en la concientización de los norteamericanos por los cuales ellos están buscando adquirir y que a la larga le resulte beneficiosos para ellos llevando un estilo de vida saludable, hay que recalcar también que E.E.U.U. a la vez es también un importante productor y

		<p>consumidor de arándanos en lo cual nos beneficia a nosotros también incursionar en ese mercado por eso ya tenemos unos buenos compradores ahí también.</p>
4	<p>Conforme a su experiencia, ¿Qué otros países exportan arándanos al mercado estadounidense y, por qué Perú mantiene una alta competitividad en el mismo?</p>	<p>Tenemos el caso por ejemplo de Chile que es también altamente competitivo junto con nosotros y Argentina lo que ha pasado ahora es que Argentina se ha envuelto en una seria de crisis, no ha podido sustentar sus gastos de procesamiento, Chile es un gran exportador de arándanos y lo que ha pasado con ellos es que ha bajado su producción por la pandemia entonces ahí nosotros hemos entrado a tallar y hemos obtenido buenos resultados a pesar de que la pandemia se ha suscitado en los agricultores en las empresas agroexportadoras tenían bastante miedo de que sus ingresos se vean perjudicados pero eso ha resultado más bien beneficioso.</p>
5	<p>¿En que facilita los TLC o diferentes acuerdos comerciales en las negociaciones con el mercado internacional?</p>	<p>Los Tratados de Libre Comercio o los TLC son acuerdos bilaterales que se dan entre países y traen en sí un beneficio muy importante por ejemplo los aranceles que determinan que países puedan eliminar esas barreras arancelarias a través de aquí se busca reducir los costos, no solamente en el caso de los arándanos sino por ejemplo cuando el Perú quiere importar cosas no solo materia prima o productos que acá no se elaboran, nos es más factible adquirir productos de afuera y nosotros darles lo que ellos necesitan con ese cambio con esa estrategia que se realiza entre ambos países, es bueno para nosotros porque no solo Perú tiene ventajas sino países aledaños y al ver esto también el otro país que con un producto se mengua esa barrera arancelaria también está dispuesto a poder realizar otros intercambios de diferentes productos ya que el país tiene una economía abierta.</p>
6	<p>¿Cuáles son los principales requisitos que SUNAT exige para que la mercancía pueda salir del país?</p>	<p>Los requisitos ya están previamente establecidos por SUNAT pues si no cumples con eso no puede salir la mercancía entre estos están los comprobantes de pago, boleta su factura electrónica, la declaración jurada, el documento de transporte ya sea un transporte aéreo, marítimo o terrestre; otro es la certificación de SENASA que certifique que ese producto esté libre de plagas, la calidad del producto y evitar una pérdida estos requisitos puedes encontrarlos en la página de SUNAT donde se encuentran más detallados.</p>

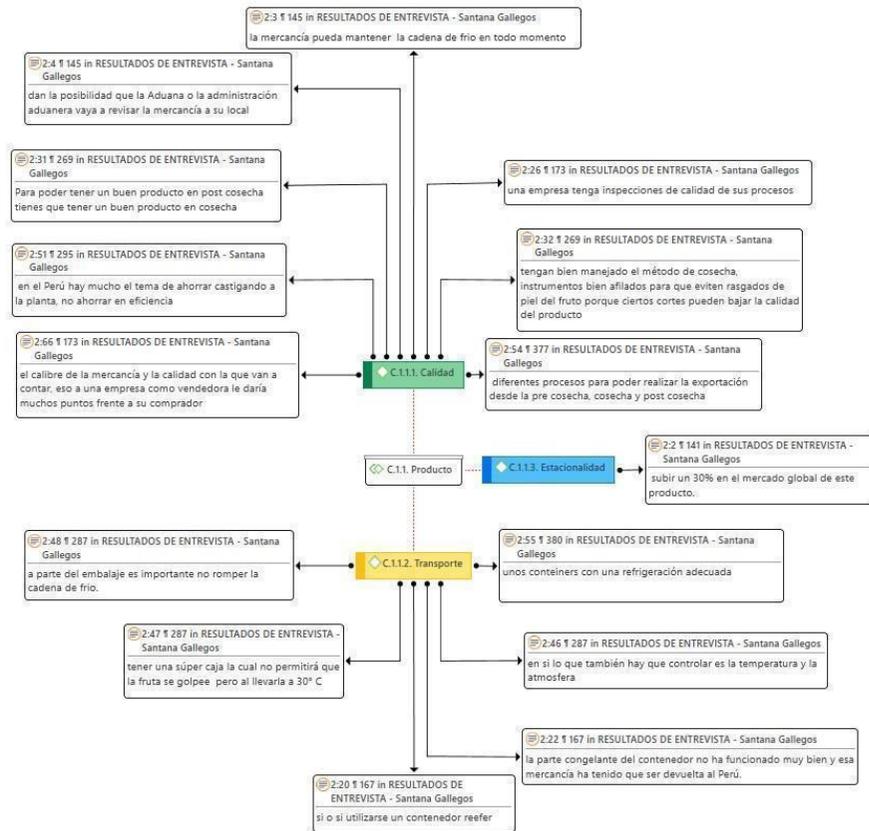
7	<p>¿Cuáles son las certificaciones que exige el mercado estadounidense para que ingresen los volúmenes requeridos de arándanos?</p>	<p>Previamente tener el certificado de SENASA el certificado va allá, ellos lo revisan obviamente traducido, básicamente el Aphis que elaboran un listado de las frutas u hortalizas que requieren los permisos de importación en los ESTADOS UNIDOS.</p>
8	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuáles son las ventajas que se generan al realizar un embalaje adecuado durante el transporte del fruto del arándano?</p>	<p>El embalaje es muy importante porque te da la seguridad para qué, para tu producto porque también es un riesgo para el agroexportador, así mismo detallar que el producto tenga una buena calidad si el producto no la tiene nadie te la va a volver a comprar inclusive puede haber reclamos o penalidades, detallar que la contaminación también influye por ello el sellado tiene que ser el adecuado.</p>
9	<p>Conforme a su experiencia, ¿Cuál es el INCOTERMS más utilizado en una empresa agroexportadora? y ¿Por qué?</p>	<p>El free on Board también está el FCA y el FAS que también pueden ser buena opción para los vendedores porque se ocupan solamente de cargar la mercancía transportarla hasta un punto convenido ya sea un puerto o terminal y realizar todas las formalidades que se requieren, pero el más ventajoso para un exportador es el ex Works porque no solamente asegura que la mercancía se encuentre en buenas condiciones dentro de sus propias instalaciones porque es idóneo para las empresas con poca experiencia exportadora y que tengan poco conocimiento de esta cadena logística.</p>
10	<p>En una negociación, ¿Qué aspectos considera importantes para que su empresa en calidad de proveedora logre obtener resultados en la venta de arándanos hacia el mercado estadounidense?</p>	<p>Ofrecer una muestra de tu producto que le garantice esa calidad, al momento de trasladar que mantenga esa calidad, el embalaje es necesario que se resguarde el producto que no sea contaminado, otra manera tener los aspectos claros del contrato que ambas partes sepan que es que lo que están contratando, siguiendo también por los lineamientos de la OMC, el precio por grandes volúmenes, tener un buen contacto con tu comprador, establecer buenos lazos que las negociaciones tengan un carácter apropiado.</p>

Anexo 6: Pantallazos del Atlas. Ti

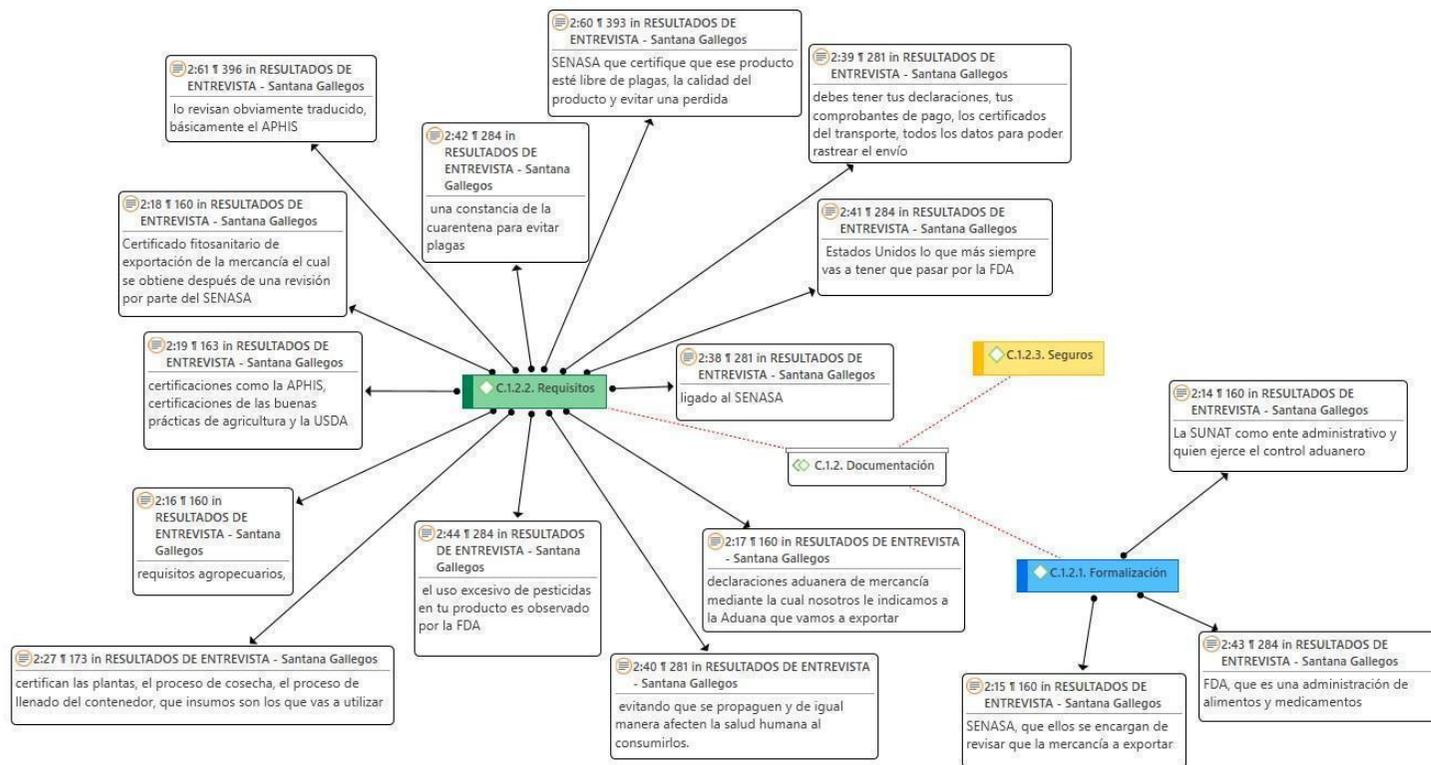
Pantallazo de la red de la categoría oferta exportable del Atlas ti.



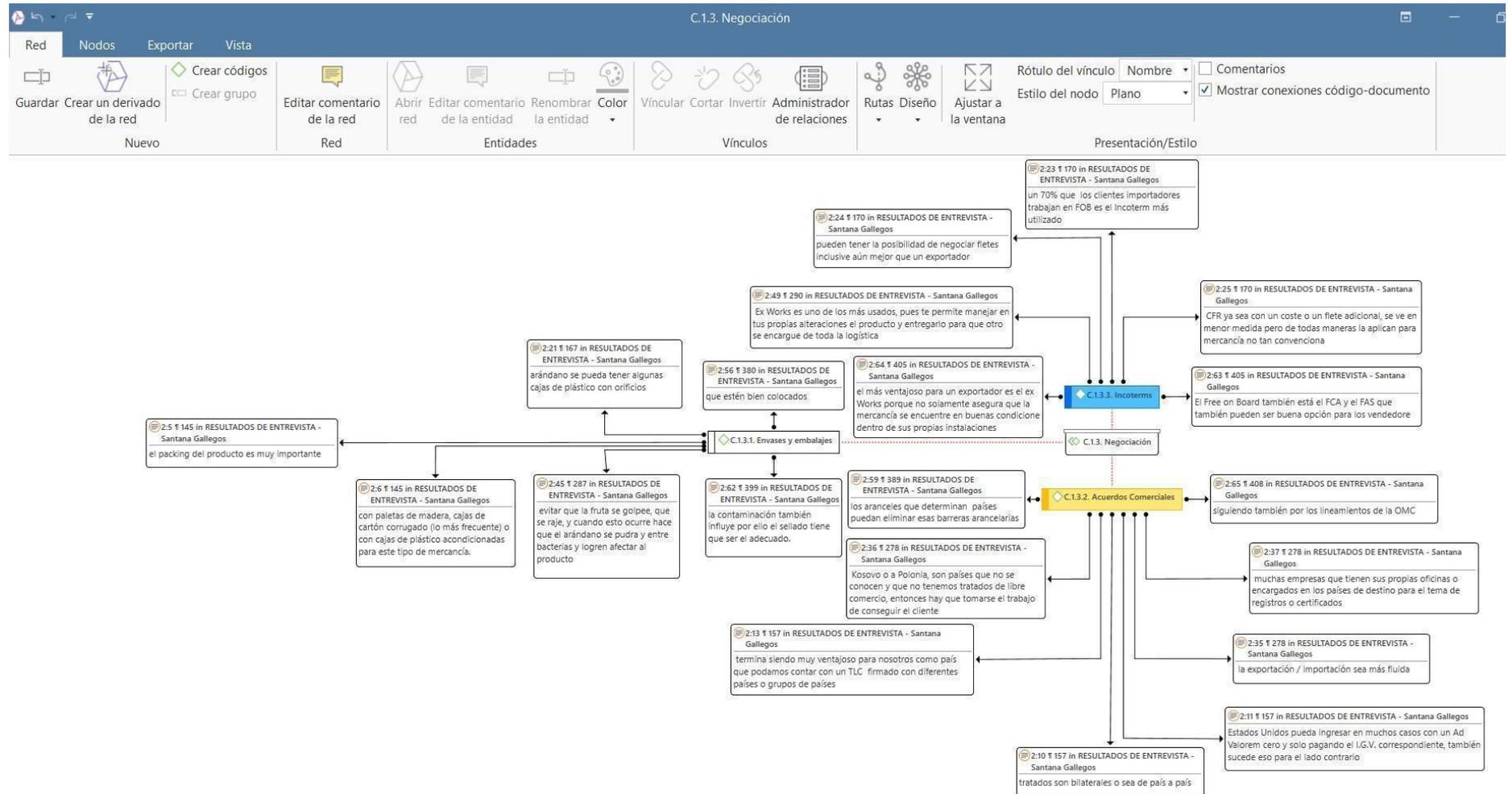
Pantallazo de la red de la sub categoría producto del Atlas ti.



Pantallazo de la red de la sub categoría documentación del Atlas ti.



Pantallazo de la red de la sub categoría negociación del Atlas ti.



Pantallazo de la red de las emergentes del Atlas ti.

