

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“ANÁLISIS DEL MERCADO CANADIENSE PARA DETERMINAR
LA OPORTUNIDAD DE EXPORTAR ARÁNDANO FRESCO DEL
DISTRITO LA JOYA, AREQUIPA. 2016”**

Tesis presentada por las Bachilleres:

Gina Ingrid Quintanilla Zavala

Pierina Rocio Prieto Loayza

Para optar el Título Profesional de:

Ingeniero Comercial

AREQUIPA-PERÚ

2016

DEDICATORIA

Gina Ingrid Quintanilla Zavala

La presente tesis está dedicada a Dios porque siempre está a mi lado, por darme salud y perseverancia para seguir y culminar mi carrera. A mis padres Gino y Vilma por ser mi fuerza, por brindarme todo su apoyo y confianza, por sus consejos y su amor infinito. A mi hermana Ana, por estar siempre a mi lado, y motivarme a seguir creciendo. A José Carlos, por impulsarme a ser mejor cada día. A mi compañera de trabajo Pierina, por su amistad y apoyo que me brindo a lo largo de nuestra carrera universitaria. Gracias a todos ustedes, por el invaluable apoyo que aportaron a mi vida.

Pierina Rocío Prieto Loayza

Dedico esta tesis a Dios, por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres Miguel y Rocío por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por brindarme los recursos necesarios para estudiar. A mis hermanos Miguel, Romina y Daniela por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. A Gina, mi compañera desde el primer año de Universidad, por su cariño y comprensión en todo momento a lo largo de estos años de linda amistad.

RESUMEN

El trabajo de investigación se realizó para determinar la oportunidad de exportar arándanos frescos del distrito de la Joya al mercado de Canadá, a través del análisis de las características del mercado y la oferta exportable. Se analizaron bases estadísticas de Trademap, SIICEX y PROMPERU sobre exportaciones, importaciones, producción nacional, precios, áreas de siembra; los resultados fueron procesados utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22.0. Se realizó el análisis documental de los diferentes estudios realizados por otros países, especialmente Chile a través de Programa de Fomento de las Exportaciones. Se concluye que Canadá es un mercado atractivo para las exportaciones de arándanos arequipeños, el cual es un producto que forma parte de la cultura nacional canadiense donde los consumidores están altamente sensibilizados con la alimentación saludable y están dispuesto a pagar más por un producto de mayor calidad; las compras se realizan en supermercados localizados en los principales mercados de Toronto, Montreal y Vancouver. Arequipa cuenta con condiciones favorables para el desarrollo de los blueberries, posee una oferta exportable de 562 toneladas al año, localizadas en el distrito de La Joya, que se desarrollan por encima de los 2000 m.s.n.m. Las principales oportunidades para la exportación de arándanos a Canadá son: Ingreso del producto en contra-estación, entre los meses de setiembre y noviembre se posee una ventana óptima entre la semana 34 y 47, altos precios de la fruta (US\$7.55 por kilogramo), en épocas de escases se podría vender hasta el US\$12 / Kg, incremento en el consumo per-cápita canadiense, el cual alcanza 1.66 Kg./persona, mayor tendencia al consumo de productos con alto contenido de vitaminas, mineral y antioxidantes.

Palabras Clave: Arándano, Mercado Canadiense, Oferta Exportable.

ABSTRACT

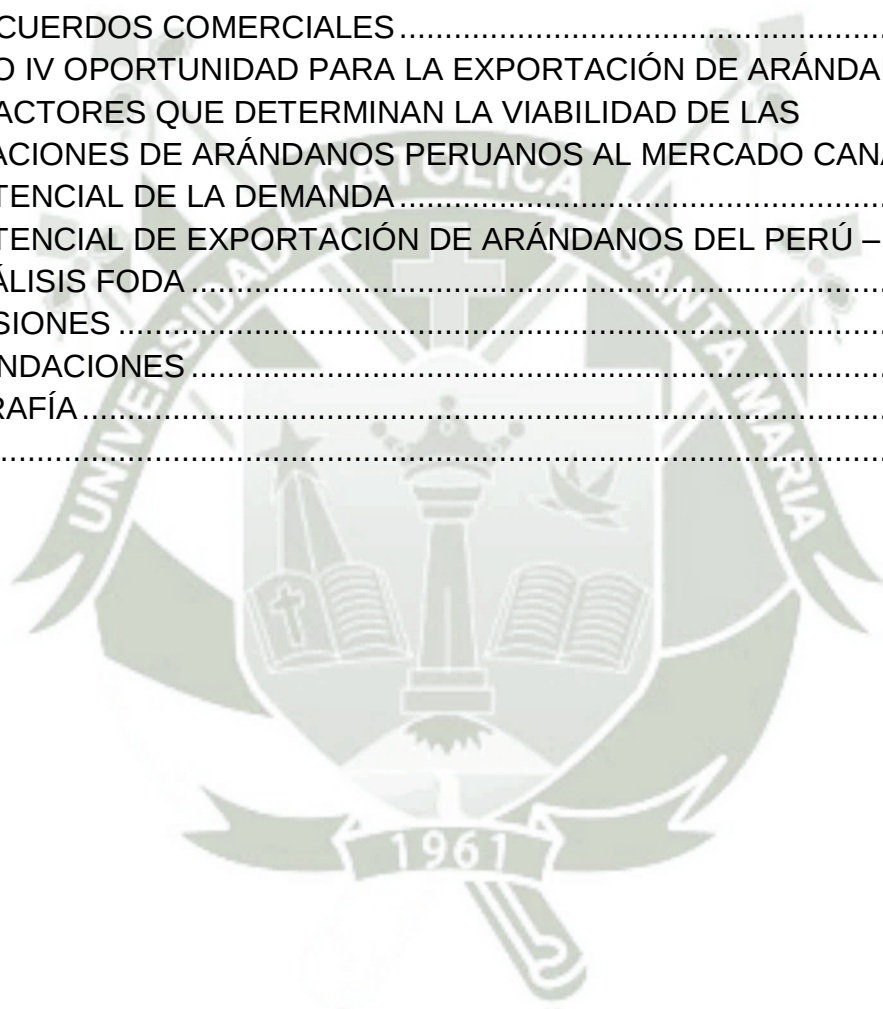
The investigation work was carried out to determine the opportunity to export fresh blueberries of the district from the Jewel to the market of Canada, through the analysis of the characteristics of the market and the exportable offer. Statistical bases of Trademap, SIICEX and PROMPERU were analyzed it has more than enough exports, imports, national production, prices; the results were processed using the statistical package SPSS version 22.0. He/she was carried out the documental analysis of the different studies carried out by other countries, especially Chile through Program of Development of the Exports. You concludes that Canada is an attractive market for the exports of blueberries Arequipeños, which is a product that is part of the Canadian national culture where the consumers are highly sensitive with the healthy feeding and they are willing to pay more for a product of more quality; the purchases are carried out in supermarkets located in the main markets of Toronto, Montreal and Vancouver. Arequipa has favorable conditions for the development of the blueberries; it possesses an exportable offer of 562 tons a year, located in the district of The Jewel that you/they are developed above the 2000 m.s.n.m. The main opportunities for the export of blueberries to Canada are: I enter of the product in against-station, between the months of September and November a good window is possessed among the week 34 and 47, high prices of the fruit (US\$7.55 for kilogram), in encases times one could sell until the US\$12 / Kg, increment in the consumption Canadian per-capita, which reaches 1.66 Kg. / person, bigger tendency to the consumption of products with high content of vitamins, mineral and anti-oxidants.

Keywords: Blueberry, Canadian Market, Offers Exportable.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: MERCADO DE CANADÁ	1
1.1 ASPECTOS GENERALES	1
1.1.1 PBI PER CÁPITA DE CANADÁ	3
1.1.2 GOBIERNO.....	5
1.1.3 IDIOMA	5
1.1.4 CLASE SOCIAL	7
1.1.5 COMERCIO PERÚ-CANADÁ Y CON EL MUNDO.....	7
1.2 SECTOR DE ALIMENTOS EN CANADÁ	11
1.3 GASTOS PERSONALES EN BIENES DE LA POBLACIÓN CANADIENSE....	11
CAPÍTULO II: MERCADO DEL ARÁNDANO A NIVEL MUNDIAL Y EN CANADÁ....	13
2.1 EXPORTACIÓN MUNDIAL DE ARÁNDANOS	13
2.2 DEMANDA MUNDIAL	15
2.3 PRODUCCIÓN CANADIENSE DE ARÁNDANOS	16
2.4 ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO	18
2.5 EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS.....	19
2.6 DEMANDA CANADIENSE	21
2.6.1 IMPORTACIÓN DE ARÁNDANOS	21
2.6.2 DEMANDA APARENTE.....	22
2.6.3 CONSUMO	24
2.7 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR	25
2.8 FERIAS ESPECIALIZADAS PARA ARÁNDANOS EN CANADÁ.....	29
2.9 FLUCTUACIONES DE LAS IMPORTACIONES.....	30
2.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	31
2.11 PRECIO	35
2.11.1 PRECIO DE IMPORTACIÓN DEL ARÁNDANO A CANADÁ	35
2.11.2 PRECIO DE EXPORTACIÓN DEL ARÁNDANO CANADIENSE.....	36
2.11.3 PRECIO PROMEDIO MENSUAL MAYORISTAS EN CANADÁ.....	37
2.12 NORMALIZACIÓN	38
2.12.1 REQUISITOS SANITARIOS	38
2.12.2 REGULACIÓN DE ETIQUETADO	39
2.12.3 CERTIFICACIONES EXIGIDAS POR EL PAÍS.....	41
CAPÍTULO III: OFERTA EXPORTABLE	42
3.1 PRODUCCIÓN DEL ARÁNDANO	42
3.1.1 ATRIBUTOS DEL PRODUCTO	42
3.1.2 CARACTERÍSTICAS AGRONÓMICAS.....	43

3.1.3	ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO.....	43
3.1.4	PRODUCCIÓN NACIONAL DE ARÁNDANO.....	45
3.1.5	PRODUCCIÓN DE ARÁNDANO DEL DISTRITO DE LA JOYA.....	46
3.2	EXPORTACIÓN DEL ARÁNDANO PERUANO	48
3.2.1	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES.....	48
3.2.2	EMPRESAS EXPORTADORAS.....	50
3.2.3	ARANCELES	52
3.2.4	ACUERDOS COMERCIALES	58
	CAPÍTULO IV OPORTUNIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO	59
4.1	FACTORES QUE DETERMINAN LA VIABILIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS PERUANOS AL MERCADO CANADIENSE .	59
4.2	POTENCIAL DE LA DEMANDA	61
4.3	POTENCIAL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS DEL PERÚ – LA JOYA .	65
4.4	ANÁLISIS FODA	66
	CONCLUSIONES	71
	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFÍA.....	74
	ANEXOS.....	82



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Indicadores Macroeconómicos de Canadá y Perú	4
Tabla N° 2 Evolución del comercio Perú-Canadá y con el Mundo, 2013-2015	8
Tabla N° 3 Comercio Perú-Canadá, 2013-2015	10
Tabla N° 4 Exportación de Arándano por País 2013-2015	13
Tabla N° 5 Países importadores de Arándanos (miles de dólares).....	15
Tabla N° 6 Exportaciones del arándano canadiense al mundo	20
Tabla N° 7 Países importadores de Arándanos (Toneladas).....	21
Tabla N° 8 Demanda Aparente de arándano en Canadá	22
Tabla N° 9 Proyección de la Demanda Aparente	23
Tabla N° 10 Consumo de arándanos en Canadá (valor per-cápita)	24
Tabla N° 11 Participación de Supermercados en el Mercado.....	29
Tabla N° 12 Ferias especializadas para arándanos	30
Tabla N° 13 Importaciones del arándano a Canadá.....	31
Tabla N° 14 Importadores de Arándano 2015	32
Tabla N° 15 Precio de Importación de Arándano a Canadá	35
Tabla N° 16 Precio de Exportación de Arándano Canadiense	36
Tabla N° 17 Taxonomía del Arándano	43
Tabla N° 18 Volumen de exportaciones peruanas por país de destino (Kilogramos) ..	49
Tabla N° 19 Valor de las exportaciones peruanas por país de destino (FOB US\$) ...	50
Tabla N° 20 Empresas Exportadoras	51
Tabla N° 21 Impuestos Provincial sobre Servicios – PST.....	55
Tabla N° 22 Factores que determinan la viabilidad de las exportaciones	59
Tabla N° 23 Características de consumidor	63
Tabla N° 24 Análisis FODA	66
Tabla N° 25 Factores EFI.....	68
Tabla N° 26 Factores EFE	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 PBI Pér-cápita Canadá y Perú	3
Gráfico N° 2 Distribución del Idioma Canadiense	6
Gráfico N° 3 Evolución de la Balanza Comercial Perú - Canadá.....	9
Gráfico N° 4 Distribución de gastos personales en bienes	12
Gráfico N° 5 Lista de países exportadores de Arándanos 2015	14
Gráfico N° 6 Producción de arándanos	16
Gráfico N° 7 Estacionalidad del arándano en Canadá.....	18
Gráfico N° 8 Exportación de Arándanos 2013-2015.....	19
Gráfico N° 9 Demanda Aparente de arándano en Canadá.....	23
Gráfico N° 10 Precio promedio mensual mayorista en Canadá 2015	37
Gráfico N° 11 Estacionalidad del arándano en Perú.....	44
Gráfico N° 12 Superficie sembrada de arándanos en Perú y proyección	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Mapa de Canadá.....	1
Figura N° 2 Arándanos Azules	42
Figura N° 3 Zonas de producción de arándanos	46

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N° 1 Producción de Arándano Empresa La Joyita - Yuramayo	47
---	----

INTRODUCCIÓN

El arándano o blueberrie es el frutal más rentable del mundo, por sus características nutricionales y antioxidantes; es uno de los cultivos con mayor crecimiento y mercado potencial a futuro, especialmente en los mercados de Norteamérica.

Nuestro país posee las condiciones edafoclimáticas favorables para el desarrollo del cultivo a gran escala en las zonas costera y es considerado por los programas del Estado como Sierra Exportadora como un cultivo alternativo para los productores.

El trabajo se organiza en cuatro capítulos. En el primer capítulo se analiza el Mercado de Canadá desde sus aspectos generales, PBI, tipo de Gobierno, Idioma, Clase Social, Comercio con el Perú, sector de alimentos, gastos personales.

En el segundo capítulo se reseña en el mercado del arándano a nivel mundial y en Canadá, desde el análisis de la estacionalidad, exportación, demanda nacional, consumo, características del consumidor, ferias especializadas, fluctuaciones de las importaciones, canales de distribución, precio, normalización, requisitos sanitarios, regulación y certificaciones.

En el tercer capítulo se analiza la oferta exportable, desde la producción, atributos, características agronómica, estacionalidad del producto, producción nacional, distrital, exportación del arándano peruano, aranceles, acuerdos comerciales.

Finalmente en el cuarto capítulo se narra la oportunidad para la exportación, donde se incluye los factores que determinan la viabilidad de la exportación de arándano, potencial de la demanda, potencial de la exportación y el análisis FODA. Finalmente se narran las conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPÍTULO I: MERCADO DE CANADÁ

1.1 Aspectos Generales

Canadá está conformado por diez provincias y tres territorios, de los cuales la zona central concentra el 60% de la población total (35.9 millones de habitantes) y está conformado por las provincias de: Ontario, Quebec, Atlántica Norte, New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island y New Foundland; seguido de la zona Oeste (Manitoba, Saskatchewan, Alberta y Columbia Británica) y Norte (Territorios de Yukón, Noreste y Nuнавut). (Absolut Canadá, Canada, 2016)

Figura N° 1: Mapa de Canadá



Fuente: <http://www.canadaintercambio.com> (Intercambio, 2016)

Los principales mercados son:

- A) Toronto: Capital de la provincia de Ontario, posee una población promedio de 5.9 millones de personas, es la ciudad más grande de Canadá, además de ser el centro industrial y financiero dominante del país, donde se han establecido más de la mitad de las 180 industrias con incidencia económica. Las características de desarrollo económico la han convertido en la ciudad con mayor costo de vida de todo el país. (Absolut Canadá, Canada, 2016)
- B) Montreal: Situado en la provincia Francófona de Quebec, es la 2da ciudad más populosa de Canadá con 3.9 millones de habitantes, además de ser la ciudad de lengua francesa más grande del mundo fuera de Europa, la gente de negocios domina el inglés. Montreal es un centro financiero – comercial muy importante. Montreal es un mercado atractivo para el exportador. (Absolut Canadá, Canada, 2016)
- C) Vancouver: Es una ciudad puerto de la costa del Pacífico, siendo el centro urbano más importante de la región occidental de Canadá y también puerta de entrada a la región asiática del Pacífico con la cual mantiene estrechos vínculos comerciales. Posee una población de 2.5 millones de habitantes, gran cantidad de ellos inmigrantes de Hong Kong y países asiáticos. Las compañías mineras y forestales constituyen la base empresarial de la ciudad. (Absolut Canadá, Canada, 2016)
- D) Calgary: Tiene 851,600 habitantes, es un mercado próspero y atractivo, lleno de posibilidades; los ingresos sobrepasan en un 15% el promedio nacional. Se ha constituido como el segundo centro financiero de Canadá, y base de la industria de Hidrocarburos. (Absolut Canadá, Canada, 2016)
- E) Edmonton: Posee una población de 1.2 millones de habitantes, su capital es Alberta, debido a su importante ubicación es cruce obligatorio para rutas tanto del este como del oeste de Canadá. La industria Petroquímica ha

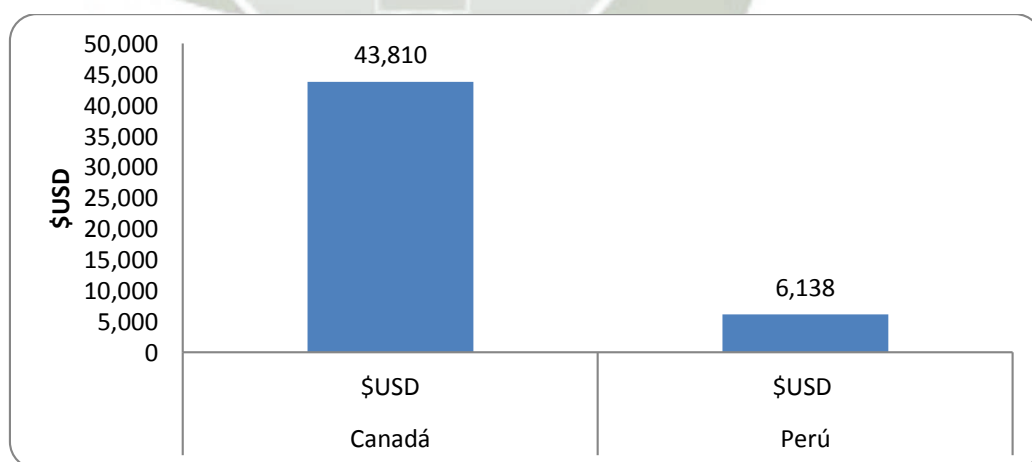
generado un fuerte empleo significativo, instalándose numerosas refinerías y centros financieros. (Absolut Canadá, Canada, 2016)

1.1.1 PBI Per cápita de Canadá

El PBI per-cápita de Canadá el año 2015 alcanzó los US\$ 43,810 (MINCETUR, 2015); siete veces el PBI per-cápita peruano, supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a otros 193 países que conforman la orbe mundial (UNORG, 2016); es la economía número 11 según su volumen de PBI el cual representa 1,572,781 millones de dólares, habiendo disminuido 14% con respecto al periodo anterior, significativamente mayor a la disminución del PBI peruano en el mismo periodo, el cual descendió en 6% en el periodo 2014-2015.

El PBI per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida (Datos Macro, 2016), El PBI es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. (Banco Mundial, 2016)

Gráfico N° 1 PBI Pér-cápita Canadá y Perú



Fuente: Elaboración propia en base a la información del MINCETUR 2015

La deuda pública canadiense en el año 2014 fue de 1,568.783 millones de dólares, un 87,91% del PBI y su deuda per cápita de 44.222\$ dólares por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Canadá es de febrero de 2016 y fue del 1,4%. (Datos Macro, 2016)

El flujo de crecimiento del PBI canadiense en los últimos siete años fue positivo con una tasa de variación promedio de 1%, a diferencia de la tasa de variación peruana que alcanzó valores del 5%, siendo menos estable que la canadiense.

Tabla N° 1 Indicadores Macroeconómicos de Canadá y Perú

Año	Canadá			Perú		
	Población	PBI	PBI per cápita	Población	PBI	PBI per cápita
	millones	US\$ millones	US\$	millones	US\$ millones	US\$
2011	34.1	1,758,680	51,574	29.5	176,042	5,968
2012	34.4	1,738,954	50,551	29.8	176,761	5,932
2013	35.2	1,825,062	51,848	30.5	204,113	6,692
2014	35.5	1,793,797	50,529	30.8	202,984	6,590
2015	35.9	1,572,781	43,810	31.2	191,500	6,138

Fuente: Elaboración propia en base a la información del MINCETUR 2015

1.1.2 Gobierno

El sistema de gobierno de Canadá es una monarquía parlamentaria federal (MINCETUR, 2015) que tiene a un Jefe de Estado y a un Primer Ministro. La soberana es la Reina Isabel II cuya tarea es ser el Jefe formal del Estado de Canadá y responsable del poder ejecutivo y legislativo. A su vez quien representa a la Reina y ejerce las funciones de Jefe de Estado es el Gobernador General o Virrey. (Absolut Canadá, Canada, 2016)

El Poder Ejecutivo es el que garantiza que las leyes creadas por el poder legislativo se cumplan, lo componen la Reina, representada por el Gobernador General, el gabinete conformado por altos funcionarios del gobierno incluido el primer ministro y la administración. (Absolut Canadá, Canada, 2016)

El Poder Legislativo se desarrolla en el Parlamento y este es considerado como la principal institución política de Canadá y está compuesto por la Reina representada por el Gobernador General, la Cámara de los Comunes y el Senado. Y el Poder Judicial es el encargado de administrar la justicia interpretando y aplicando la ley. (Absolut Canadá, Canada, 2016)

1.1.3 Idioma

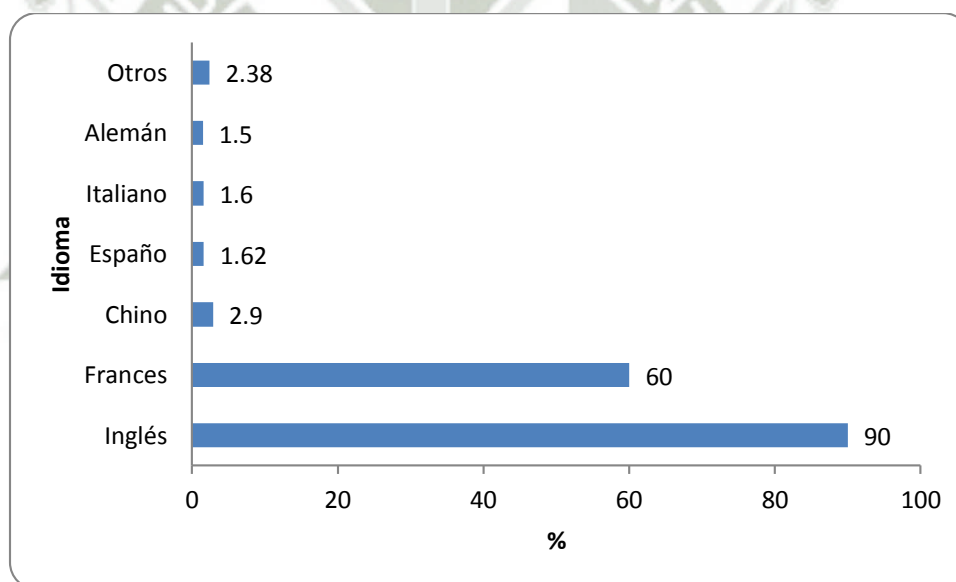
Antiguamente, Canadá heredó un enorme territorio donde sentaron raíces dos de las sociedades lingüísticas más importantes de todo el mundo: la comunidad de habla inglesa y la de habla francesa. En la actualidad, las lenguas oficiales son el inglés (que cuenta con más de 25 millones de canadienses que tienen conocimientos del idioma), el francés (idioma de casi 7 millones de canadienses), varias lenguas aborígenes en los Territorios del Noroeste y el inuktitut es lengua oficial en Nunavut. (Absolut Canadá, Canada, 2016)

La población del país es en su mayoría monolingüe, ya que sólo el 18% de los canadienses puede hablar con fluidez tanto el inglés como el francés.

Por esta razón se adoptó una Ley sobre las lenguas oficiales de Canadá, mediante la cual, el Gobierno Federal canadiense ha puesto en práctica una serie de iniciativas que testifican de su firme convicción para promover el francés y el inglés en la sociedad canadiense. La Ley no le exige a los ciudadanos que hablen las dos lenguas, sino que alienta exclusivamente al gobierno. La Ley también exige que ciertos establecimientos de servicios (como los de salud o seguridad pública) ofrezcan sus servicios tanto en francés como en inglés, para permitirles a los ciudadanos que elijan su manera de comunicarse. (Absolut Canadá, Lenguas oficiales de Canadá, 2016)

En cuanto a todas las lenguas, su distribución es la siguiente:

Gráfico N° 2 Distribución del Idioma Canadiense



Fuente: Elaboración propia en base a la información del MINCETUR 2015

1.1.4 Clase social

Tradicionalmente ha sido un país de clase media desde mediados del Siglo XX. Y aunque aún en el año 2013, la mayoría de Canadienses pertenecen a las clases medias, el segmento de la población considerado rico, es decir con activos invertibles de 1 millón de dólares, creció más que el segmento clase media en el año 2012. (Canada en español, 2016)

Según un reporte del Banco Royal Bank of Canadá, la población de ricos en Canadá creció un 6.5% a 208,000 personas con por lo menos 1 millón de dólares en activos líquidos. Pero eso no es todo. El segmento de los súper ricos, Canadienses que tienen \$30 millones de dólares o más, creció en un 11% (4,500 personas). Estas cifras colocan a Canadá en el sitio #7 de países con mayor número de millonarios. (Canada en español, 2016)

Las desigualdades por ingreso se han incrementado, un fenómeno que la globalización y la tecnología han acelerado en los últimos 20 años. Esto no quiere decir que abogamos por igualdad de ingresos, no. Lo que queremos es que exista oportunidad económica para que todos los ciudadanos puedan aspirar a vivir con dignidad al nivel de la clase media y que esta clase media mantenga un estándar de vida aceptable. Creemos que las sociedades más prósperas y en paz, son aquellas que tienen un alto grado de justicia social en donde la clase media es la gran mayoría. (Canada en español, 2016)

1.1.5 Comercio Perú-Canadá y con el Mundo

La balanza comercial entre Perú y Canadá es positivo, es decir, las exportaciones son mayores a las importaciones (hay ingreso de divisas), sin embargo la variación interanual muestra disminución del 9.3% en el año 2015, habiéndose mejorado con relación al periodo 2013/2014 donde la variación fue negativa, mayor al 19%. (PROMPERU, 2015)

Las exportaciones son importantes en la economía canadiense representaron el 26% del PBI en el 2015. (PROMPERU, 2015)

Tabla N° 2 Evolución del comercio Perú-Canadá y con el Mundo, 2013-2015
(US\$ Millones)

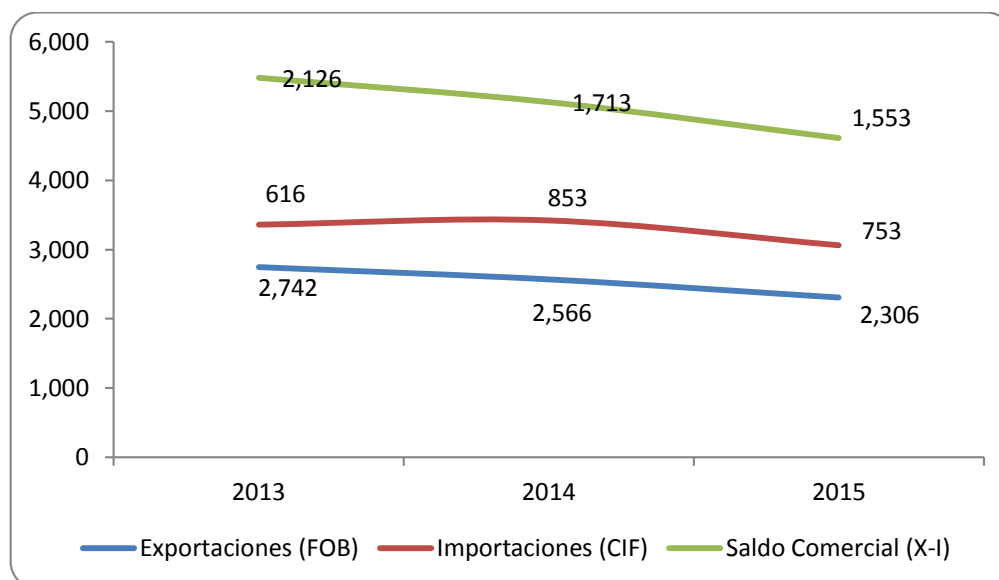
		2013	2014	2015
	Comercio Canadá - Mundo			
	Exportaciones (FOB)	458392	469987	409430
	Importaciones (CIF)	461921	465896	422651
	Saldo Comercial (X-I)	-3529	4091	-13221
	Comercio Perú - Mundo			
(A)	Exportaciones (FOB)	42567	38641	33246
(B)	Importaciones (CIF)	43327	42184	38066
	Saldo Comercial (X-I)	-760	-3543	-4820
	Comercio Perú - Canadá			
(C)	Exportaciones (FOB)	2742	2566	2306
	(C) /(A)	6.4	6.6	6.9
(D)	Importaciones (CIF)	616	853	753
	(D)/ ((B)	1.4	2.0	2.0
	Saldo Comercial (X-I)	2126	1713	1553

Elaboración propia en base a datos de MINCETUR-VMCE-DGIECE

FMI-IFS (cifras de exportaciones e importaciones 2010-2014 para Canadá), IC (cifras de exportaciones e importaciones 2015 para Canadá) y SUNAT (cifras de exportaciones e importaciones 2010-2014 para Perú)

Las exportaciones peruanas a Canadá representan el 6.9% del total exportado al mundo, sin embargo, todo el valor de las exportaciones peruana representa solo el 8.12% del total exportado por Canadá.

**Gráfico N° 3 Evolución de la Balanza Comercial Perú - Canadá
(US\$ Millones)**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR-VMCE-DGIECE

Los principales productos comercializados del Perú a Canadá corresponden a productos tradicionales como son los minerales (especialmente el oro y el plomo), petróleo y gas natural, aceite de pescado, harina de pescado y café, lo cual representa un valor FOB de 2'305,9 millones de dólares; respecto a los productos no tradicionales las exportaciones alcanzaron los 203.5 millones de dólares y están conformado por productos agropecuarios (quinua, cochinilla, espárragos, etc.), sidero-metalúrgicos artesanales, textiles, pesqueros, químicos entre los principales. Recientemente en setiembre del año 2015 se pudo exportar arándanos con un volumen de 21.8 toneladas valorizado en 286,924 dólares, a un precio de 13 dólares por kilogramos (PROMPERÚ, 2015), lo cual representa un avance considerable respecto al cumplimiento de las barreras fitosanitarias impuestas por Canadá para el ingreso de berries peruanos.

Tabla N° 3 Comercio Perú-Canadá, 2013-2015
(US\$ Millones / Variaciones %)

Sector	2013	2014	Var 2014/2013	2014	2015	Var 2015/2014
Exportaciones (FOB)	2 741,7	2 566,3	-6,4%	2 566,3	2 305,9	-10,1%
Tradicional	2 609,3	2 388,6	-8,5%	2 388,6	2 102,3	-12,0%
Minero	2 521,0	2 277,7	-9,7%	2 277,7	2 025,4	-11,1%
Oro	2 038,8	1 829,6	-10,3%	1 829,6	1 579,5	-13,7%
Plomo	369,7	303,7	-17,9%	303,7	274,8	-9,5%
Zinc	17,1	48,9	185,9%	48,9	50,7	3,7%
Cobre	52,8	30,0	-43,1%	30,0	47,8	59,1%
Plata Refinada	42,7	55,5	30,0%	55,5	41,6	-25,0%
Estaño	-	10,0	-	10,0	31,0	210,1%
Metales Menores	0,0	0,0	-58,5%	0,0	0,0	-68,8%
Petróleo y gas natural	6,5	6,0	-7,1%	6,0	3,4	-43,2%
Petróleo, derivados	6,5	6,0	-7,1%	6,0	3,4	-43,2%
Gas natural, derivados	0,0	-	-100,0%	-	-	-
Petróleo, crudo	0,0	-	-100,0%	-	-	-
Pesquero	59,9	75,5	26,0%	75,5	40,2	-46,8%
Aceite de Pescado	50,2	59,1	17,6%	59,1	31,9	-46,0%
Harina de Pescado	9,7	16,5	68,9%	16,5	8,3	-49,7%
Agrícola	21,8	29,4	34,4%	29,4	33,4	13,7%
Café	21,8	29,3	34,6%	29,3	33,3	13,8%
Azúcar y chancaca	0,1	0,1	-11,5%	0,1	0,1	-29,4%
Resto	0,0	0,0	4883,2%	0,0	0,0	-96,8%
No Tradicional	132,4	177,7	34,3%	177,7	203,5	14,5%
Agropecuario	71,7	108,4	51,2%	108,4	107,9	-0,5%
Sidero-metalúrgico	8,7	7,1	-19,0%	7,1	35,6	404,7%
Textil	24,2	21,1	-12,9%	21,1	24,2	14,6%
Pesquero	10,6	11,3	6,7%	11,3	13,5	19,4%
Químico	7,5	14,0	86,4%	14,0	8,0	-42,8%
Varios (incluye joyería)	2,0	2,2	9,5%	2,2	7,4	232,4%
Metal-mecánico	6,2	12,8	105,3%	12,8	6,2	-51,7%
Maderas y papeles	0,8	0,4	-54,7%	0,4	0,3	-26,1%
Minería no metálica	0,5	0,4	-13,8%	0,4	0,3	-36,5%
Pieles y cueros	0,1	0,1	-3,4%	0,1	0,2	148,7%
Artesanías	0,0	0,0	-98,6%	0,0	0,0	-
Importaciones (CIF)	616,1	853,5	38,5%	853,5	753,3	-11,7%
Bienes de Consumo	67,0	73,2	9,2%	73,2	77,1	5,3%
Materias Primas y Productos Intermedios	391,3	599,6	53,2%	599,6	545,2	-9,1%
Bienes de Capital y Materiales de Construcción	157,7	180,7	14,6%	180,7	131,0	-27,5%
Diversos	0,1	0,0	-98,0%	0,0	0,0	165,4%
Saldo Comercial (X-M)	2 125,5	1 712,8	-19,4%	1 712,8	1 552,6	-9,4%
Intercambio Comercial (X+M)	3 357,8	3 419,8	1,8%	3 419,8	3 059,2	-10,5%

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR-VMCE-DGIECE

Los productos importados desde Canadá corresponden a bienes de consumo y materias primas, productos intermedios que corresponden especialmente al trigo, trigo duro y lentejas, cloruro de potasio; bienes de capital (partes de máquinas y aparatos diversos).

1.2 Sector de Alimentos en Canadá

El sector de alimentos canadiense posee las siguientes características:

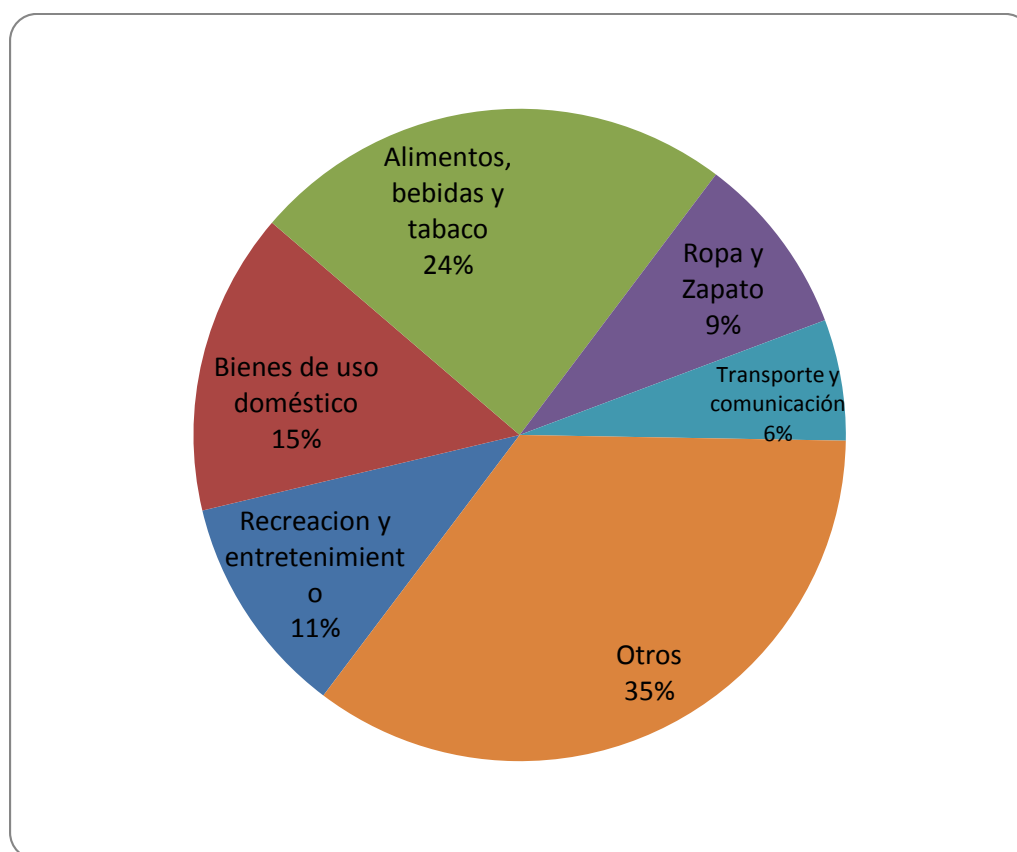
- Canadá representa el 0.49% de la población mundial, la producción y consumo de alimentos a escala global alcanza el 1.1% y 0.8% respectivamente. Es un país autosuficiente en cuanto a la agroalimentación, básicamente tiene limitaciones productivas derivadas de sus condiciones climatológicas y su cercanía con los EEUU.
- Concentra el 48% de sus exportaciones de alimentos dirigidos al mercado estadounidense e importa el 56% de sus compras de su país vecino. Lo que posibilita un volumen bruto de intercambio entre Canadá y EEUU cercano a los 101 millones de dólares.
- Ontario y Quebec son las provincias con mayor número de ventas sumando el 57% de las ventas totales de supermercado en el 2015.
- Canadá ha realizado acuerdos internacionales de liberalización del comercio con la mayoría de países del mundo; mantiene barreras no arancelarias que constituyen importantes elementos de proteccionismo comercial. El sector agroalimentario es restrictivo en algunos productos (carne, horto-frutas, lácteos y bebidas alcohólicas).
- La aportación de la industria a la alimentación del PBI significa un 2.5% del PBI nacional.

1.3 Gastos personales en bienes de la población canadiense

La distribución de los gastos personales promedio de la población canadiense están determinados por los gastos de alimentación, donde invierte el 24% de sus ingresos, seguido por bienes de uso doméstico (15%), recreación y entretenimiento (11%), Ropa y el calzado (9%) y transporte – comunicaciones

(6%). La tendencia por la salud, le impulsa a consumir productos de mayor calidad y valor nutricional.

Gráfico N° 4 Distribución de gastos personales en bienes



Fuente: Manual de exportación a Canadá 2013

CAPÍTULO II: MERCADO DEL ARÁNDANO A NIVEL MUNDIAL Y EN CANADÁ

2.1 Exportación Mundial de Arándanos

A nivel mundial el producto se concentra en el hemisferio norte, en países productores y consumidores como Estados Unidos y Canadá (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

En el periodo 2014-2015, el líder en exportaciones tuvo un lento crecimiento, 3.91% en el volumen exportado.

Las exportaciones totales suman 373, 137 toneladas, de las cuales el 29% proceden de Canadá

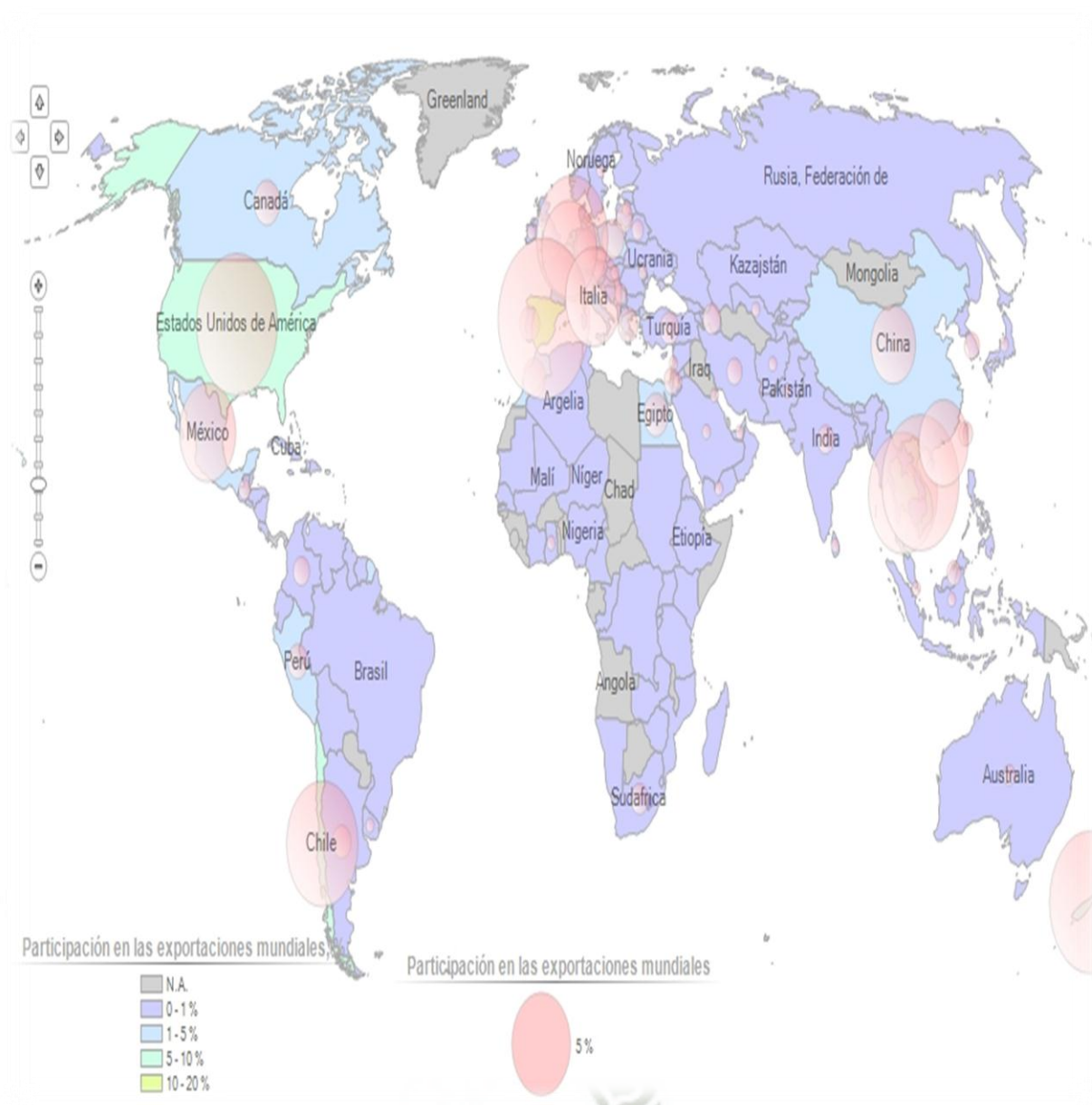
Tabla N° 4 Exportación de Arándano por País 2013-2015

(Toneladas)

Exportadores	2013	2014	2015	Evolución 2014/ 2015%
Canadá	90,218	94,183	106,888	13.49
Chile	81,656	83,914	87,194	3.91
Estados Unidos de América	59,362	49,036	42,070	-14.21
España	14,725	23,250	30,249	30.10
Países Bajos	11,982	16,122	17,388	7.85
Argentina	12,225	16,302	14,780	-9.34
Polonia	8,981	11,142	13,781	23.69
Perú	1,513	2,899	10,210	252.19
Mundo	326,171	338,200	373,137	10.33

Fuente.: Elaboración propia en base a datos de <http://www.trademap.org/>

Gráfico N° 5 Lista de países exportadores de Arándanos 2015



Fuente: Gráfico realizado en consulta de datos online <http://www.trademap.org/>

2.2 Demanda Mundial

El arándano es un fruto muy apreciado a nivel mundial por sus propiedades nutricionales y alto aporte de vitaminas, mineral y antioxidante para el beneficio de la salud del consumidor.

A nivel mundial el valor importado en USD \$ en el 2013 fue de 1'566,929,000 y en el 2015 se importó arándanos con un valor USD \$ de 1,987,866,000.

Los principales países que consumen el producto están conformados por Estados Unidos, Reino Unido y Canadá.

Tabla N° 5 Países importadores de Arándanos (miles de dólares)

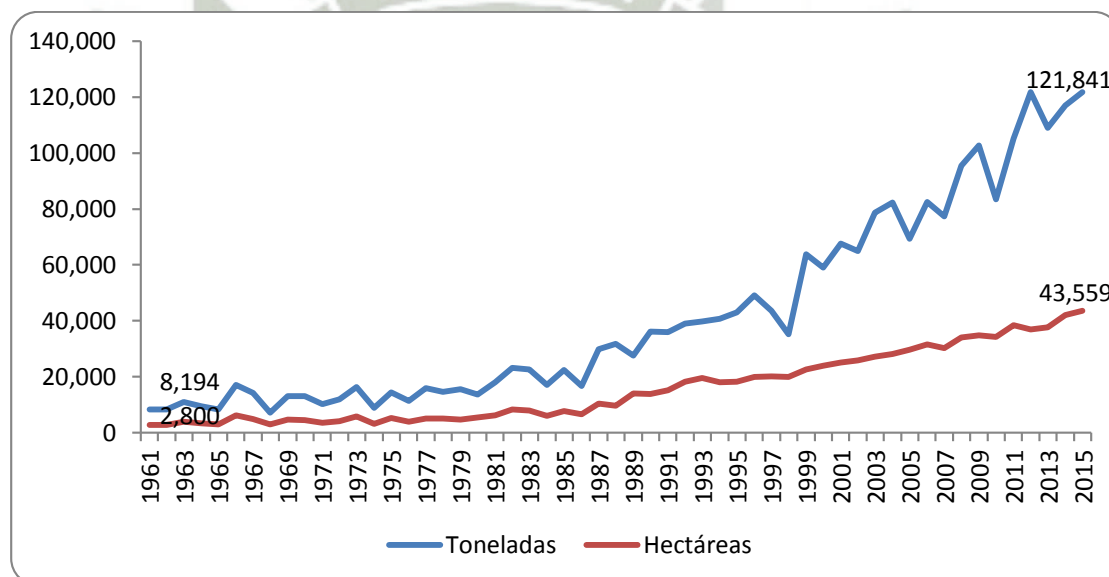
Importadores	2013	2014	2015	Variación 2015/2014 %
Estados Unidos de América	610330	675748	797334	17.99
Reino Unido	181941	197441	220801	11.83
Canadá	202184	186059	197445	6.12
Países Bajos	100218	160448	162566	1.32
Alemania	90238	109145	126228	15.65
China	16914	40836	68586	67.95
España	20738	36532	45816	25.41
Mundo	1,566,929	1,806,597	1,987,866	10.03

Fuente: <http://www.trademap.org/>

2.3 Producción Canadiense de Arándanos

La producción de arándanos en Canadá el año 2015 alcanzó las 121,841 toneladas de las cuales exporto el 88%, en la producción utiliza 43,559 hectáreas; se observa un incrementado progresivamente desde la década de los años sesenta, donde se inició sembrando 2,800 hectáreas, comparativamente, el Perú alcanzó una siembra de 2,250 hectáreas, la producción de Chile, líder latinoamericano de producción de arándanos, este se encuentra alcanzando más de 100,000 toneladas/año y posee un proceso de alta tecnificación, a comparación con la producción nacional.

Gráfico N° 6 Producción de arándanos



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a los datos de FAOSAT 2016

Las principales provincias de Canadá donde se cultiva arándano son: British Columbia, Ontario, Quebec y de la región del Atlántico, el cual se recolecta a mano los frutos más dulces destinados al mercado de consumo, mientras que los arándanos que serán congelados y procesados se cosechan mecánicamente. Canadá es el segundo productor y exportador del mundo de estas deliciosas bayas, después de Estados Unidos, y son un cultivo muy apreciado. Estas pequeñas esferas azules siempre han sido valoradas y por

siglos constituyeron uno de los frutos favoritos de las Primeras Naciones de Canadá. Mucho antes de la llegada de los europeos, habían aprendido a procesar este fruto silvestre para consumirlo en invierno, a mezclarlo con miel y harina de maíz para hacer pudín de arándano y para elaborar jarabe de arándano con el fin de curar la tos. Actualmente se producen comercialmente las variedades de arándano azul canadiense, tanto silvestres como cultivadas, algo que no sucede con ningún otro fruto canadiense. (Agriculture and Agri-Food Canada, 2015)

Debido a que los campos de arándanos azules silvestres pueden tener varios sistemas distintos de brotes, las bayas no suelen tener un aspecto uniforme, pero el delicioso sabor es siempre el mismo. Los “arándanos altos” son las plantas de arándano cultivadas que fueron desarrolladas a partir de la variedad silvestre durante la primera mitad del siglo XX. Aunque la mayor parte del arándano azul cultivado se produce en British Columbia (93%), también se cultiva en Ontario, en Quebec y en Nova Scotia. Debido a que el arándano cultivado se cosecha antes que el arándano silvestre, además de ser más grande y menos perecedero, es idóneo para ser enviado a los mercados minoristas. Por lo anterior, la mayor parte de los arándanos cultivados se venden frescos, mientras que los arándanos silvestres suelen ser procesados y congelados. (Agriculture and Agri-Food Canada, 2015)

El cultivo de arándanos azules canadiense se realiza en condiciones higiénicas y saludables. Su cultivo es supervisado por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (ACIA), que asegura el cumplimiento de las normas de clasificación, embalaje y etiquetado. Los arándanos azules son frutos delicados, que se cosechan con mucho cuidado para asegurar una calidad óptima, mientras los avances en materia de procesamiento permiten que lleguen hasta el consumidor en las mejores condiciones posibles. (Agriculture and Agri-Food Canada, 2015)

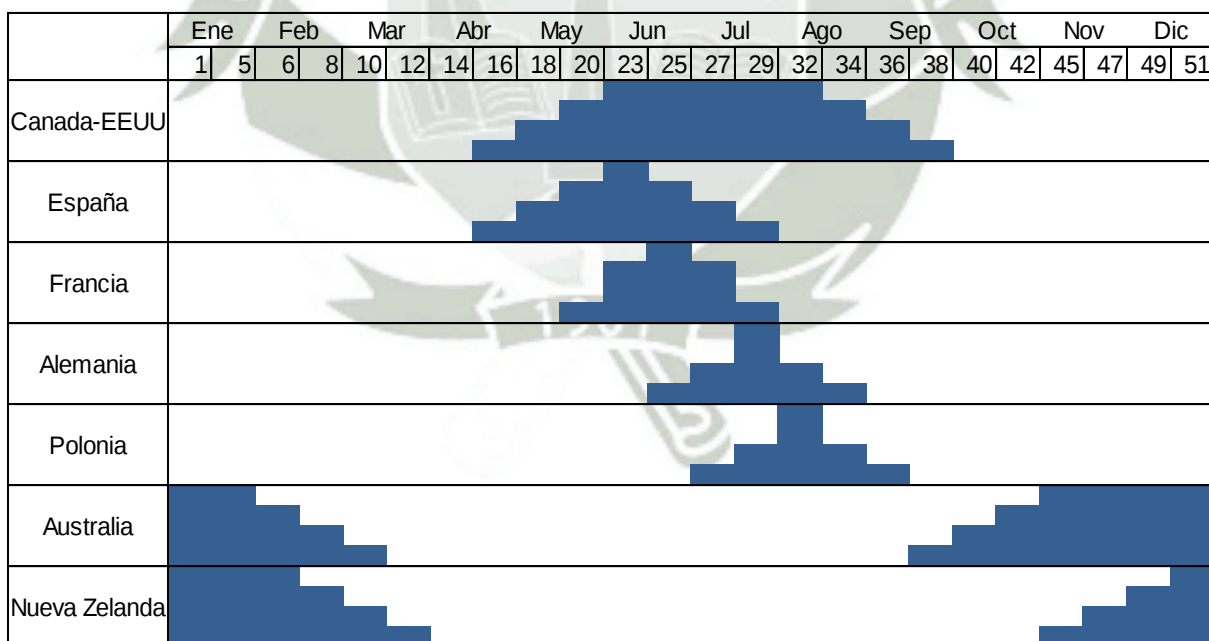
2.4 Estacionalidad del Producto

En Canadá, la cosecha de arándanos azules se lleva a cabo durante los soleados días de finales del verano y principios del otoño. En las provincias de British Columbia, Quebec y Nova Scotia (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015), se recolectan a mano los frutos más dulces destinados al mercado de consumo, mientras que los arándanos que serán congelados y procesados se cosechan mecánicamente. (Agriculture and Agri-Food Canada, 2015)

Canadá es el principal productor del mundo de “arándano azul enano” o “silvestre”, que se cultiva principalmente para fines comerciales en las provincias de Quebec y Atlántico. (Agriculture and Agri-Food Canada, 2015)

La temporada canadiense va desde finales de abril (semana 16) hasta finales de septiembre (semana 38), con máxima cosecha entre las semana 23 y 32, teniendo una sola producción durante el año.

Gráfico N° 7 Estacionalidad del arándano en Canadá



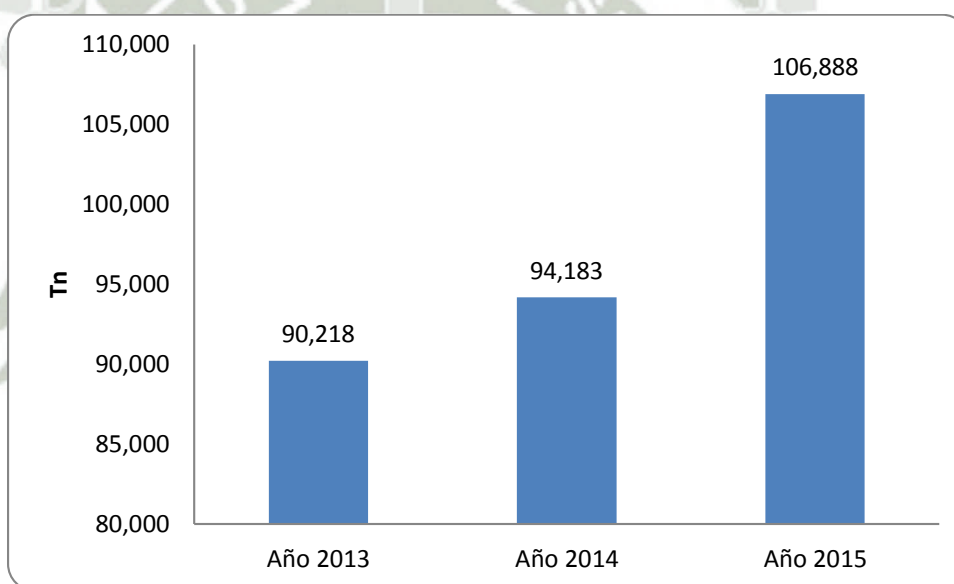
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR-VMCE-DGIECE

2.5 Exportación de Arándanos

La exportaciones de arándano representaron en el 2015 el 0.12% del PBI, se exporto a 22 países, entre los cuales resalta su principal socio comercial - Estados Unidos de Norteamérica, quien adquiere el 98% de las exportaciones; entre el periodo 2014/2015 dichas exportaciones se incrementaron en un 14.82% con tendencia a incrementarse.

Las exportaciones desde Canadá, están desarrollando mercado en Latinoamérica, en especialmente a Chile, el cual actúa como un importante exportador – importador de arándano.

Gráfico N° 8 Exportación de Arándanos 2013-2015



Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

Tabla N° 6 Exportaciones del arándano canadiense al mundo

	Flujos en dólares (miles de US\$)			Evolución
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	2015/2014 %
Alemania	307,592	87,223	110,291	26.45
Australia		53,449	298,068	457.67
Bélgica	223,007	420,385	330,899	-21.29
Brasil		296,419	201,979	-31.86
Chile		55,687	761,467	1,267.41
China	53,648	210,013	28,434	-86.46
Emiratos A.U.	22,066	0	86,761	0.00
Estados Unidos	168,160,222	158,740,790	182,261,796	14.82
Francia	174,998	5,478	28,793	425.61
Hong Kong	136,994	300,800	207,948	-30.87
Indonesia	28,668	16,113	15,593	-3.23
Irlanda	36,127	17,293	101,072	484.47
Japón	777,063	404,707	404,844	0.03
Letonia		24,379	41,903	71.88
Malasia	32,077	42,235	35	-99.92
Países Bajos	526,138	698,172	120,800	-82.70
Polonia		59,472	52,354	-11.97
Reino Unido	343,009	373,881	173,583	-53.57
Rep. Checa	80,236		216,620	0.00
San Pedro y Miquelón	1,022	1,405	1,535	9.25
Singapur		91,377	173,238	89.59
Tailandia	2,438	14,584	13,624	-6.58
Mundo	173,044,102	162,229,601	185,928,761	14.61
Var %		-6	15	

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

2.6 Demanda Canadiense

2.6.1 Importación de Arándanos

Se observa que la cantidad importada de arándanos en el año 2013 fue un total de 54 751 toneladas y el año 2015 un total de 57,497 toneladas, observándose un crecimiento de 24% con respecto al periodo anterior.

Tabla N° 7 Países importadores de Arándanos (Toneladas)

Importadores	2013 (Tn)	2014 (Tn)	2015 (Tn)	Evolución 2015/ 2014 (%)
Estados Unidos de América	164,777	164,728	187,238	13.66
Canadá	54,751	46,353	57,497	24.04
Bahamas	4	11	35,150	319445.45
Reino Unido	24,924	24,814	29,957	20.73
Países Bajos	14,805	21,135	22,464	6.29
Alemania	12,236	14,673	18,855	28.50
España	3,045	5,402	6,907	27.86
China	2,482	5,169	6,459	24.96
Francia	3,016	3,440	6,285	82.70
Austria	4,081	3,127	4,054	29.65
Otros	40,485	47,776	25,523	-46.58
Mundo	324,606	336,628	380,390	13.00

Fuente: <http://www.trademap.org/>

2.6.2 Demanda Aparente

La demanda aparente ha sido determinada en base a las exportaciones, importaciones, producción nacional; se encuentra conformada por la siguiente expresión matemática:

$$DA= PN+ I - X + - S$$

En donde:

DA= Demanda Aparente

PN= Producción nacional

I = Importaciones

X = Exportaciones

S = Formación de Stocks

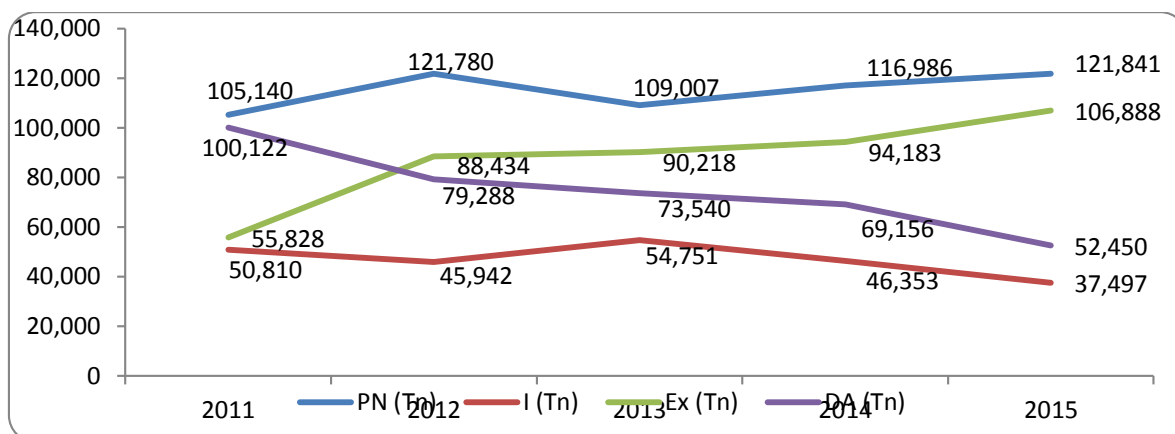
Se observa que la demanda aparente en toneladas ha disminuido en -24.16% entre el periodo 2014/2015 debido al incremento de la producción nacional canadiense, con tendencia a continuar decreciendo; sin embargo al ser un país importador - exportador de arándanos se observa que la dependencia de las importaciones se incrementa alcanzado el 71% el año 2015.

Tabla N° 8 Demanda Aparente de arándano en Canadá

		2013	2014	2015
Producción Nacional	PN (Tn)	109,007	116,986	121,841
Importación	I (Tn)	54,751	46,353	37,497
Oferta Disponible		163,758	163,339	159,338
Exportación	Ex (Tn)	90,218	94,183	106,888
Consumo o Demanda aparente DA= PN+I-X+-Stock	DA (Tn)	73,540	69,156	52,450
Inventarios	SN	--	--	--
Consumo Real		73,540	69,156	52,450
Población	Millones (personas)	35,200	35,500	35,009
Dependencia de la importaciones	Porcentaje	74	67	71

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade map (<http://www.trademap.org>)

Gráfico N° 9 Demanda Aparente de arándano en Canadá



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade map (<http://www.trademap.org>)

La demanda aparente al año 2016 es equivalente a 39,709 toneladas, lo que representa tres veces la exportación total de arándanos realizado por el Perú (10,2010 toneladas). La dependencia de las importaciones se incrementa a pesar que la producción interna se ha incrementado, al igual que las exportaciones.

Tabla N° 9 Proyección de la Demanda Aparente

Año	Producción	Importaciones (Tn)	Exportaciones (Tn)	DA	Dependencia Importaciones %
2013	109,007	54,751	90,218	73,540	74
2014	116,986	46,353	94,183	69,156	67
2015	121,841	37,497	106,888	52,450	71
2016	158,931	36,826	156,047	39,709	93

Fuente: Elaboración propia

2.6.3 Consumo

Tabla N° 10 Consumo de arándanos en Canadá (valor per-cápita)

Consumo de Arándanos	2013	2014	2015	Variación 2015/2014 %
Per cápita	1.26	1.44	1.66	15.28

Fuente: <http://www.trademap.org/>

La demanda per cápita en Canadá ha crecido en la última década, con énfasis en el periodo 2015/2014 alcanzado valores de 1.66 Kg/persona, lo cual significa una variación positiva del 15% con respecto al año anterior. Este consumo está impulsado por un mayor interés de consumidor en la alimentación saludable y esfuerzos conjuntos entre la empresa privada y el Estado (Ministerio de Salud) para sensibilizar sobre beneficios del consumo de arándanos.

El consumidor canadiense es conocedor y conscientes del valor nutricional de los arándanos y sus diferentes usos, las empresas deberán promocionar su disponibilidad durante el invierno del Hemisferio Norte. Para ello, una estrategia central ha sido la entrega de folletos con recetas de cocina para incorporarlos en platos que tradicionalmente se sirven durante el invierno.

Canadá es un espacio comercial consolidado para el arándano, el potencial de crecimiento de las ventas se ve reflejado en el “segmento del food service, ahora que empresas como McDonald’s y Wendy’s han comenzado a incorporar los arándanos en sus menús”. (Committee Chilean Blueberry, 2012)

2.7 Características del consumidor

El consumidor canadiense en general es un comprador altamente sensibilizado en relación a los beneficios de una alimentación sana, saludable y respetuosa del medio ambiente, de tal manera que están dispuestos a pagar más por un producto de mayor calidad. (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

El producto fresco se utiliza en general en los hogares para comerlos en el desayuno con diferentes cereales, además se utiliza cada vez más como snack en barras proteicas y como snack fresco propiamente tal. Se elaboran helados naturales en diferentes establecimientos, con fabricación en frente del consumidor al igual que jugos naturales en restaurantes y hoteles, en el formato hecho allí mismo. (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

De acuerdo al perfil del consumidor canadiense, podemos establecer una serie de preferencias y características del mismo: (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

- Debido a la ausencia de fuertes tradiciones culinarias propias y de las limitaciones de la producción nacional, una parte creciente de los consumidores canadienses buscan productos de importación. Buscan que ostenten un contexto histórico y cultural que los defina y les permita acercarse culturalmente a otras nacionalidades o grupos étnicos. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)
- El consumidor canadiense busca productos con una presentación exterior excelente, con envases fáciles y cómodos, al mismo tiempo que ecológicos.

- La falta de tiempo para cocinar, y la necesidad de soluciones sanas y rápidas, hace que sea importante ofrecer conveniencia y comodidad a los consumidores canadienses. Salsas, mezclas de vegetales, fruta lista para tomar, guarniciones y acompañamientos ya sazonados y listos para servir son la clase de productos que resultan atractivos para el consumidor medio y que le aportan un valor añadido frente a los productos frescos.
- Es necesario y obligatorio que los productos contengan un cúmulo importante de información nutricional, tal y como se mencionó en lo referente al etiquetado. Y que las etiquetas contengan la información en inglés y francés, los dos idiomas oficiales de Canadá.
- El precio de esos productos de importación, debe guardar una relación razonable con el precio de los productos sustitutivos locales, ya que el consumidor medio se guía en gran medida en base al precio del producto.
- El consumidor valora cada vez más el uso de productos completamente naturales, ya que contienen vitaminas y otras propiedades antioxidantes.
- Sobre los gustos, podemos afirmar que el consumidor canadiense está abierto a sabores exóticos y étnicos. En general, responde bien a las mezclas de varios sabores y a la fusión de cocinas de distintas culturas.
- Aprecio por el comercio justo, es muy importante exponer el origen de los productos importados.
- Los factores que influyen en la decisión de compra son salud (66%), sabor (38%), seguridad (30%) y medio ambiente (26%).

Finalmente, existe un creciente interés por los productos orgánicos, que se han puesto de moda por sus supuestas características de beneficio a la salud, empiezan a crecer en importancia dentro del sector agroalimentario. (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

Canadá es un importador neto de berries, principalmente debido a su corta temporada de producción. Sobre el 75% de su producción es procesada (principalmente congelada) para proveer el mercado local y externo durante todo el año. British Columbia es el mayor productor de los cranberries, las frambuesas (notablemente, más de 80% de la producción canadiense) y los arándanos cultivados. Ontario es el mayor productor de frutillas, mientras Quebec está más especializado en arándanos silvestres, frutillas y recientemente en cranberries. La provincia de Nova Scotia es también un importante productor de berries. (ProChile, El Mercado de Arándano en Canadá, 2015)

En general, el consumidor canadiense tiene la posibilidad de poder comprar la fruta fresca todo el año sin perjuicio a la temporada del año.

Canadá representa un potencial de mercado importante para los berries peruanos, debiéndose tener en cuenta las siguientes tendencias a la hora de exportar sus productos:

- Se prevé un aumento de la demanda de frutas y verduras debido a la gran campaña de sensibilización que está llevando a cabo el Ministerio de la Salud (Health Canadá) para que la población incremente su consumo de estos productos.
- Los canadienses dedican menos tiempo que otras nacionalidades a la compra y preparación de los alimentos.

Los consumidores se ven atraídos hacia aquellos productos que son cómodos, fáciles y rápidos de preparar y consumir.

- Cada vez hay una mayor exigencia en la calidad de los alimentos. Esto se traduce en una mayor disposición a pagar precios más elevados por productos de mayor calidad. La aparición reciente de tiendas de alimentación especializadas es una consecuencia de este hecho.

La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver. Una característica del sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

Varios de los importadores son las mismas tiendas de autoservicio (retail) que los venden, como es el caso de Safeway, Metro, Costco, Loblaw's, Sobeys y Provigo. Esto es importante considerarlo, ya que las grandes compañías de supermercados que venden directamente al público (retail) juegan un papel doble al realizar la importación y la comercialización de los productos, eliminando la participación de un intermediario. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

En canal supermercados, la cadena LOBLAW es el principal actor con sus tiendas Real Canadian Superstore, No Frills, Loblaw's, Maxi, Dominion, T&T, Atlantic Superstore, entre otras. Luego se encuentra la cadena SOBEY'S con sus tiendas Sobeys, IGA, FreshCo, Price Chopper, Thrifty Foods, Foodland, Safeway. METRO con sus tiendas Metro, Food Basics, Super C, Metro Richelieu, 5 Seasons. OVERWATTEA FOODS CON sus tiendas Save-On Foods, PriceSmart Foods, UrbanFare. Finalmente supermercados de gran

superficie tales como COTSCO y WALMART. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

Tabla N° 11 Participación de Supermercados en el Mercado

2015	Ventas netas \$ canadienses	Tiendas	Espacio Venta	% Ventas Comestibles	Participación de mercado
Loblaws	\$31,451	1118	6.077	60%	29%
Metro	\$12.002	913	2.043	75%	8%
Sobeys	\$23.473	1352	3.889	65%	25%
Walmart	\$20.356	388	5.734	35%	16%
Costco	\$9.228	85	1.106	32%	6%

Fuente: Prochile 2015

Los tipos de envases para los arándanos frescos son las cajas plásticos transparentes (“clamshell”) que resultan especialmente adecuados para el consumidor canadiense, que demanda que se mantengan preservadas para consumir y conservar en una forma saludable, sanitaria, y fácil para ver ya que son frutas muy sensibles a tocarlas. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

Los importadores reconocen el arándano fresco como un producto de calidad, no es necesario introducir o agregar demasiada información en su presentación, los importadores valoran la seriedad de los manejos prediales en relación a la certificación orgánica. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

2.8 Ferias especializadas para arándanos en Canadá

Las principales ferias se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N° 12 Ferias especializadas para arándanos

Nombre	Lugar / Fecha 2016	Página web
Grocery Innovations	Toronto 28-29 setiembre	www.groceryinnovations.com
The restaurants Candad Show	Toronto 29-29 febrero y 1 de marzo	www.restaurantshow.ca
Canadian Produce Marketing Association (CPMA) Annual Convention & Trade Show	Calgary, 12-14 abril	www.cpma.ca
SIAL Canada	Montreal, 13-15 abril	www.sialcanada.com

Fuente: Prochile 2015

2.9 Fluctuaciones de las importaciones

El valor de las importaciones en el 2015, suman US\$167, 444,794; se observa una importante participación de países latinoamericanos que actualmente están exportando sus productos directamente a Canadá como son Chile y Argentina y Uruguay; quienes lideran el proceso comercial y otros que buscan consolidar sus relaciones comerciales como son: Perú, Colombia, Costa Rica, Rep. Dominicana.

El principal país exportador de arándanos a Canadá son los EEUU de Norteamérica y Chile quienes aglomeran el 87% del mercado; las importaciones de estos países ha disminuido a razón de 11.8% y 7.5% respectivamente.

Tabla N° 13 Importaciones del arándano a Canadá

	Flujos en dólares (miles de US\$)			Evolución
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	%
Argentina	15,471,230	17,256,790	14,209,066	-17.66
Australia	-	-	125,490	--
Bangladés	11,362	5,980	5,215	-12.79
Chile	61,005,632	60,753,840	56,187,596	-7.52
Colombia	425	-	218	--
Costa Rica	75	369	79	-78.59
Estados Unidos	121,675,950	102,065,095	90,006,212	-11.81
India	26,601	17,123	9,960	-41.83
Marruecos	-	46	119	158.70
México	1,198,223	2,661,959	3,429,692	28.84
Perú	116	37	687,053	1,856,800
Rep. Dominicana	1,543	414	1,542	272.46
Tailandia	617	15,926	1,294	-91.87
Uruguay	1,127,372	1,419,664	1,138,816	-19.78
Mundo	202,184,339	186,059,189	167,444,794	-10.00
Var %		-8	-10	

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

2.10 Canales de Distribución

Las redes de distribución deben ser altamente centralizadas debido a la baja densidad demográfica en el país, las grandes distancias y las condiciones climáticas adversas. La creciente importancia de mercados regionales, mercados en nichos y productos hechos a pedido ha diversificado la distribución. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver. Una característica del sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos. Con frecuencia se utilizan Toronto y Vancouver para realizar una exploración inicial del mercado, ya que

son considerados por los importadores y agentes como buenos predictores del comportamiento del resto del país. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

La importación de berries está muy concentrada ya que alrededor de 16 importadores acapararon el 79% del mercado de arándanos importados en el país durante 2015.

Tabla N° 14 Importadores de Arándano 2015

Número de importadores	Valor de la Importaciones (\$CDN)	Acumulativo
3	20'547790	46.40
6	27'138316	61.28
10	31'404,306	70.92
15	35'176,683	79.43
Total	44'284,014	100.00

Fuente: Elaboración propia en base a datos de oficina de Toronto Prochile

Varios de los importadores son las mismas tiendas de autoservicio (retail) que los venden, como es el caso de Safeway, Metro, Costco, Loblaw, Buy Low Foods y Provigo. Esto es importante considerarlo, ya que las grandes compañías de supermercados que venden directamente al público (retail) juegan un papel doble al realizar las importación y la comercialización de los productos, eliminando la participación de un intermediario. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

La cadena de distribución más típica es del productor/exportador al importador/agente, quien distribuye a un mayorista o usuario industrial, quien a su vez distribuye a los comerciantes y éstos a los consumidores. A continuación se describen las características más destacadas de los principales actores de la cadena de distribución (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015):

- **Importadores y Agentes:** Los importadores y agentes poseen un gran conocimiento de los canales de comercialización y son responsables directos de la mayor parte de las importaciones del extranjero. Los importadores y agentes suelen estar más dispuestos a correr los riesgos asociados con comercializar con nuevos proveedores por primera vez. Sin embargo, también son más proclives a realizar un concienzudo examen de nuevos proveedores extranjeros antes de decidirse a entrar en tratos comerciales. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)
- **Mayoristas y Usuarios Industriales:** Los mayoristas son una pieza clave en la cadena de distribución, ya que no sólo distribuyen los productos, sino que en ocasiones también organizan actividades promocionales con varios canales de comercialización tipo grandes supermercados, tiendas de alimentación especializada y establecimientos de hostelería. Los usuarios industriales suelen procesar de nuevo las frutas a fin de elaborar productos listos para el consumo, uno de los canales y usos frecuentes de estos frutos secos son los procesadores de repostería. También se encargan de envasar y etiquetar de nuevo para el comercio minorista aquellos productos importados en grandes cantidades. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)
- **Grandes Superficies (Cadenas de Supermercados):** La mayoría de los canadienses compran la comida en grandes superficies. Este tipo de supermercados ofrece todo tipo de productos, incluyendo una gran variedad de fruta fresca, congelada y preparada. Aunque algunas cadenas de supermercados compran directamente a los

exportadores, la mayoría se resiste a hacerlo así por la mayor burocracia que conlleva y por la inseguridad respecto a las fechas de entrega y la calidad de los productos. Debido a esto, la mayor parte de los supermercados se abastece a través de importadores locales. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

- El distribuidor que trabaja en Toronto o Montreal cubre la región oriental de Canadá (Ontario, Quebec y Canadá del Atlántico), y otro distribuidor en Calgary o Vancouver cubre Canadá Occidental. Para garantizar la cobertura del mercado nacional, unos cuantos intermediarios ofrecen verdaderas instalaciones de distribución a nivel nacional. Es común la consolidación de los embarques importados a las principales áreas de mercado de Toronto, Montreal y Vancouver. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)
- Los agentes locales venden las importaciones en base a una comisión, aceptando pedidos de los compradores canadienses conforme a los acuerdo con los exportadores. La principal ventaja de los agentes es el conocimiento del mercado canadiense y su ubicación física del mercado objetivo. Ellos pueden ofrecer garantías de producción de pedido para permitir que los proveedores planifiquen la mano de obra y los materiales. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal, 2015)

2.11 Precio

2.11.1 Precio de Importación del Arándano a Canadá

Tabla N° 15 Precio de Importación del Arándano a Canadá

RK	País Socio	Valor unitario US\$/Kg.			Variación 2015/2014
		2013	2014	2015	%
1	Estados Unidos de América	2.88	3.16	3.37	6.68
2	Chile	6.11	5.50	6.83	24.35
3	Argentina	9.02	9.40	9.73	3.56
4	México	8.75	9.15	8.09	-11.57
5	Uruguay	7.88	7.28	7.44	2.22
6	Perú	0.00	0.00	7.55	7449
	Mundo	3.69	4.01	4.45	10.91

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

El precio del arándano chileno aumento en 24.35% en el periodo 2014/2015, esta subida de precio se originó por el incremento en la producción y se ofertó a un mejor precio en temporada de baja en Canadá, sin embargo en el periodo 2013/2014 se observa que disminución del precio en 10%.

El precio del arándano peruano en el 2015, por ser el 1er año de ingreso del producto al mercado canadiense alcanzó los US\$ 7.55 por kilogramo, no se puede realizar la comparación con un año anterior, sin embargo, con las primeras exportaciones realizadas en el segundo trimestre de año 2016 el precio se mantiene al alza, alcanzando USD 12.00

2.11.2 Precio de Exportación del Arándano Canadiense

Tabla N° 16 Precio de Exportación del Arándano Canadiense

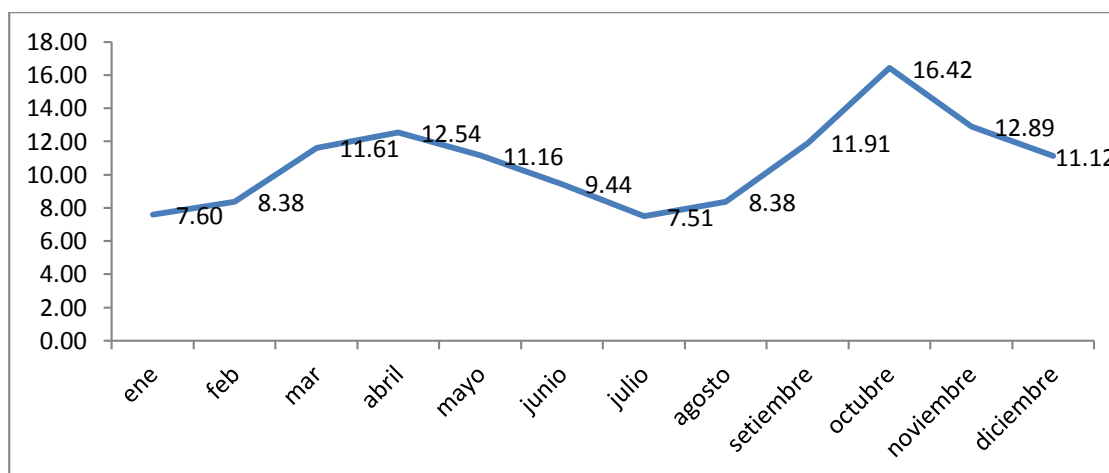
RK	País Socio	Valor unitario US\$/Kg.					Variación 2015/2014
		2011	2012	2013	2014	2015	%
1	Estados Unidos de América	2.40	2.07	1.90	1.71	1.73	0.94
2	Chile				0.63	2.66	323.05
3	Japón	9.92	7.54	10.64	9.21	6.23	-32.31
4	Bélgica	6.70	4.00	2.69	3.75	2.69	-28.24
5	Australia	3.87			2.41	2.48	3.07
6	Taipei Chino	3.51	2.68	3.55	3.62	3.49	-3.48
7	Republica Checa	3.59		3.64	0.00	2.26	225900
8	Hong Kong	6.55	11.09	8.56	7.34	5.94	-19.04
9	Brasil				3.61	3.21	-11.19
10	Reino Unido	5.40	2.45	2.45	1.59	3.16	98.87
11	Singapur				8.27	6.65	-19.57
12	Países Bajos	4.40	4.21	2.04	2.63	2.75	4.40
13	Alemania	4.32	2.99	3.18	3.63	1.22	-66.29
	Mundo	2.45	2.09	1.92	1.72	1.74	0.99

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

Al analizar los precios de los principales mercados compradores de arándano canadiense se puede observar que en los Estados Unidos de Norteamérica (1er comprador) el precio por kilogramo se incrementó en 0.94%. Habiéndose iniciado las primeras exportaciones a Chile, y en plena consolidación de los mercados de Australia, Republica Checa, Brasil y Singapur. En otros países como Japón el cuál compraba al precio al alto (US\$ 9.21) el año 2014, se observa disminución del 32% en el precio ofertado al año siguiente (US\$ 6.23).

2.11.3 Precio promedio mensual mayoristas en Canadá

Gráfico N° 10 Precio promedio mensual mayorista en Canadá 2015



Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

El negocio del arándano para el Perú aparece como un negocio de contra-estación de fruta fresca de exportación, en nuestro caso, tenemos la posibilidad de producir el arándano y entregarlo en la época donde se presentan los mejores precios. (Liliana G, 2014)

La variabilidad en los precios se debe a la estacionalidad en las cosechas de los arándanos: En enero el mercado encuentra abastecido principalmente por las exportaciones chilenas y argentinas. En los meses de febrero, marzo, abril y mayo las principales exportaciones son las mexicanas y las chilenas, encareciendo un poco el precio promedio debido a que el arándano Mexicano es más caro que el argentino y el chileno; Además, la producción canadiense recién se inicia en el mes de abril y solamente en el Sur y en el Oeste. (Liliana G, 2014)

En el periodo junio-agosto los precios descienden debido a que son los únicos meses del año en que todas las regiones de Canadá se producen

arándanos en simultáneo (alcanzando precios parecidos a los de inicios de año). (Liliana G, 2014)

Durante los meses de setiembre, octubre y noviembre el precio promedio del arándano evidencia una fuerte subida de precios debido a que Chile reduce totalmente sus exportaciones, siendo Perú y Argentina los únicos que pueden tener una gran cantidad de oferta exportable para el tiempo de escasez en Canadá. También podemos ver una pequeña ventana comercial en los meses de marzo, abril y mayo donde el precio del arándano llega alcanzar los 12.54 dólares, en ese periodo solo registran cosechas el Sur y el Oeste de Canadá y los únicos exportadores son México y Chile. (Liliana G, 2014)

Observamos que, en el último trimestre del año 2015 es donde se tienen registro de los precios más altos, siendo los principales competidores Chile, Argentina y Uruguay. (Liliana G, 2014)

2.12 Normalización

2.12.1 Requisitos Sanitarios

Una característica que distingue a los productos frescos vendidos en Canadá es su alta calidad. Los consumidores canadienses demandan frutas y verduras con apariencia atractiva y libre de manchas. A pesar que los consumidores están relativamente conscientes del precio, están preparados a pagar mayores precios por la buena calidad. (SIICEX, 2016)

Sin embargo, estos precios deben aún ser competitivos frente a las alternativas producidas en Canadá, EE.UU. y México. Los productos frescos deben ser sanos, saludables, ajustarse al consumo humano, y empacado bajo condiciones sanitarias. (SIICEX, 2016)

Los grados y requisitos de calidad actúan como instrumentos legales para establecer un criterio común que permita la clasificación de algunas frutas y vegetales en diferentes categorías comerciales. (SIICEX, 2016)

Estos parámetros están definidos en la ley canadiense sobre Regulaciones para Frutas y Vegetales Frescos (Fresh Fruit and Vegetable Regulations). <http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.285/index.html>

Existen grados de calidad para los siguientes productos: Frutas: manzanas, albaricoques, arándanos, cerezas, manzana silvestre, cranberries, uvas, melocotones, peras, ciruelas, fresas. (SIIECEX, 2016)

2.12.2 Regulación de Etiquetado

La CFIA es la entidad responsable del cumplimiento del etiquetado de las frutas y vegetales frescos según la normativa y requerimientos estipulados bajo la Food and Drugs Act and Regulations, la Consumer Packaging and Labeling Act and Regulations, y la Fresh Fruit and Vegetables Regulations. (SIIECEX, 2016)

Las regulaciones para frutas y vegetales frescos definen los requisitos de etiquetado para los productos frescos pre-empacados y para los embalajes de productos frescos. (SIIECEX, 2016)

A continuación se presenta un listado de los elementos por considerar según las normas canadienses:

Productos frescos pre empacados. (SIIECEX, 2016)

- La información debe presentarse en inglés y en francés, ya que ambos son idiomas oficiales.
- Nombre común del producto y variedad.
- Cantidad neta, por número, peso o volumen. En Canadá, se utiliza el sistema métrico internacional.
- Nombre y dirección del productor o de la persona que comercializa los productos en Canadá.
- Grado de calidad, si aplica.
- País de origen (con la leyenda “Product of ...”).

Embalaje de los productos frescos (SIIECEX, 2016):

- Nombre común del producto: Si el producto no está inmediatamente visible e identificable, debe imprimirse el nombre por el que se conoce normalmente el producto (por ejemplo arándanos)
- Cantidad neta: se debe declarar por peso o volumen (sistema métrico y canadiense). Las abreviaciones para pounds, ounces, grams, y kilograms deben hacerse en letra minúscula sin “s”, paréntesis o puntos; por ejemplo: NET WT 12 oz 340 g
- Grado de calidad, si aplica.
- Nombre completo y dirección del productor o empacador del producto:
- País de origen del producto importado, las palabras “Product of (nombre del país)” debe aparecer claramente indicado muy cercano a el nombre de la categoría o a la declaración del peso neto.
- La información puede presentarse en inglés o francés. (SIIECEx, 2016)
- Otra Información Obligatoria: que este estipulada en las regulaciones dependiendo de la naturaleza del producto. (SIIECEx, 2016)

Los containers deben incluir en inglés o francés la siguiente información obligatoria en su etiqueta:

- Nombre común del producto
- Peso neto
- Nombre completo y dirección del importador incluyendo código postal
- País de origen. Las palabras “Product of (nombre del país)”.

2.12.3 Certificaciones exigidas por el país

Los documentos necesarios para exportar a Canadá, deberían incluir:

- Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga: Este contrato de transporte emitido por la transportadora marítima o aérea también es un recibo. Otorga el título a los bienes y las copias firmadas son prueba de derecho propietario. (SIIECEX, 2016)
- Certificado de Origen (Formulario A): La CBSA requiere un certificado de origen para establecer dónde se manufacturan los bienes y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros. (SIIECEX, 2016)
- Factura Comercial: Esta la usa el exportador para cobrar los bienes al comprador canadiense. Los exportadores usan sus propios formularios, pero el contenido debe incluir información estándar como fecha de emisión, nombre y dirección del comprador y del vendedor, número de contrato, descripción de los bienes, precio unitario, número de unidades por paquete, peso total y condiciones de entrega y pago. (SIIECEX, 2016)
- Permisos de Exportación: Los permisos como por ejemplo para especies en peligro de extinción los emite el gobierno del país del exportador. (SIIECEX, 2016)
- Certificados de Inspección: Los certificados sanitarios y otros certificados son requeridos para algunos tipos de productos que ingresan a Canadá, incluyendo plantas, semillas, animales, farmacéuticos, material para viveros y carne.
- Lista de Empaque: eventualmente es requerida como suplemento de la factura comercial. (SIIECEX, 2016)

CAPÍTULO III: OFERTA EXPORTABLE

3.1 Producción del Arándano

El Perú se encuentra en proceso de desarrollo en el cultivo de arándanos, la producción se ha desarrollado a partir del año 2005, la inversión privada y la promoción del estado por medio de los diferentes programas como Sierra exportadora, han jugado un rol decisivo logrando incrementar el área sembrada.

3.1.1 Atributos del Producto

“El arándano es una baya casi esférica, cuyo tamaño varía entre 0.7 – 1.8 cm de diámetro y tiene un color azul metálico”. (Carhuaricra Montes, 2012).

- Nombre del producto: Arándano
- Nombre Científico: *Vaccinium myrtillus* L.
- Producto sustituto: aguaymanto, uvas deshidratadas o pasas, ciruelas, entre otros frutos pertenecientes a la familia de berries (mora, frambuesa, fresa, acerola).
- Subproducto: mermelada, conservas, jugos.

Figura N° 2 Arándanos Azules



Fuente: (Agronegocios Perú, 2012)

3.1.2 Características Agronómicas

3.1.2.1 Clasificación taxonómica: El género *Vaccinium* es originario del Hemisferio Norte, concretamente de Norteamérica (EE.UU. y Canadá), América Central, Europa (Alpes, Apeninos centrales, Pirineos) y Eurasia. Este género comprende unas 30 especies, siendo un grupo muy reducido las empleadas comercialmente. En España, la especie más común es *V. myrtillus*, distribuida ampliamente por el norte del país. (InfoAgro, 2015)

Tabla N° 17 Taxonomía del Arándano

Reino	Plantae
Súper División	Spermatophyta
División	Manoliophyta
Clase	Dicotyledonae
Sub Clase	Dicotyledonae
Orden	Ericales
Familia	Ericaceae
Sub Familia	Vaccinioideae
Tribu	Vaccinieae
Genero	<i>Vaccinium</i>
Especie	Sp.

Fuente: (Carhuaricra Montes, 2012)

3.1.2.2 Requerimientos climáticos: “El arándano se adapta a diferentes climas, sus necesidades se adaptan condiciones de frío por lo cual necesita entre 400 a 1100 horas”. (Clima Frutal, 2016)

3.1.3 Estacionalidad del Producto

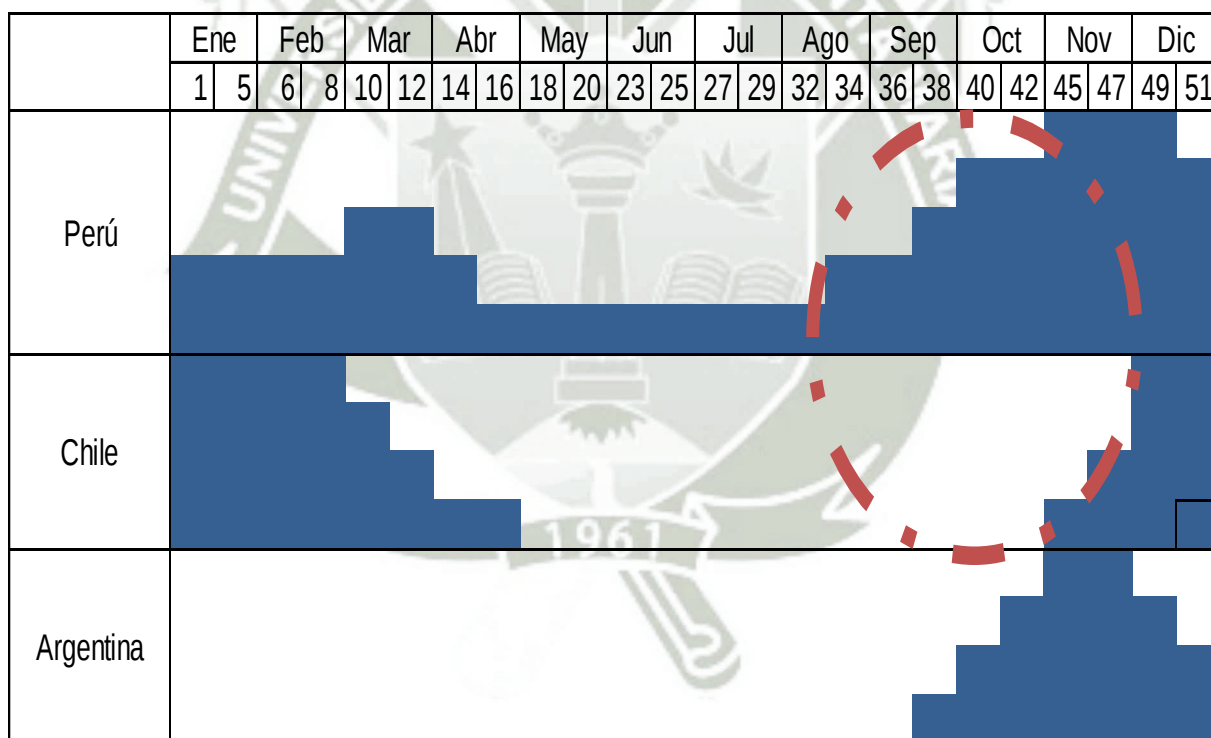
De acuerdo a estudios de zonificación, la zona norte y la sierra del Perú (sur y centro) constituyen espacios geográficos que reúnen condiciones apropiadas para la producción comercial del arándano con fines de exportación, por lo cual

el programa Sierra Exportadora está promoviendo la adopción de tecnologías adecuadas para la implantación del cultivo, a fin de obtener cosechas rentables.

El país cosecha el producto durante todo el año, esta característica le confiere una oportunidad para desarrollarse en el mercado internacional en etapas donde se encuentra desabastecido, y así obtener mejor precio.

Los principales competidores cercanos son Chile (2 cosechas al año) y Argentina (01 cosecha al año); la ventana comercial óptima para que el producto peruano se encuentra entre la semana 34 y 47, que corresponde a la etapa donde aún no empieza la máxima producción de Argentina y Chile, y corresponde al término de la producción de Canadá.

Gráfico N° 11 Estacionalidad del arándano en Perú

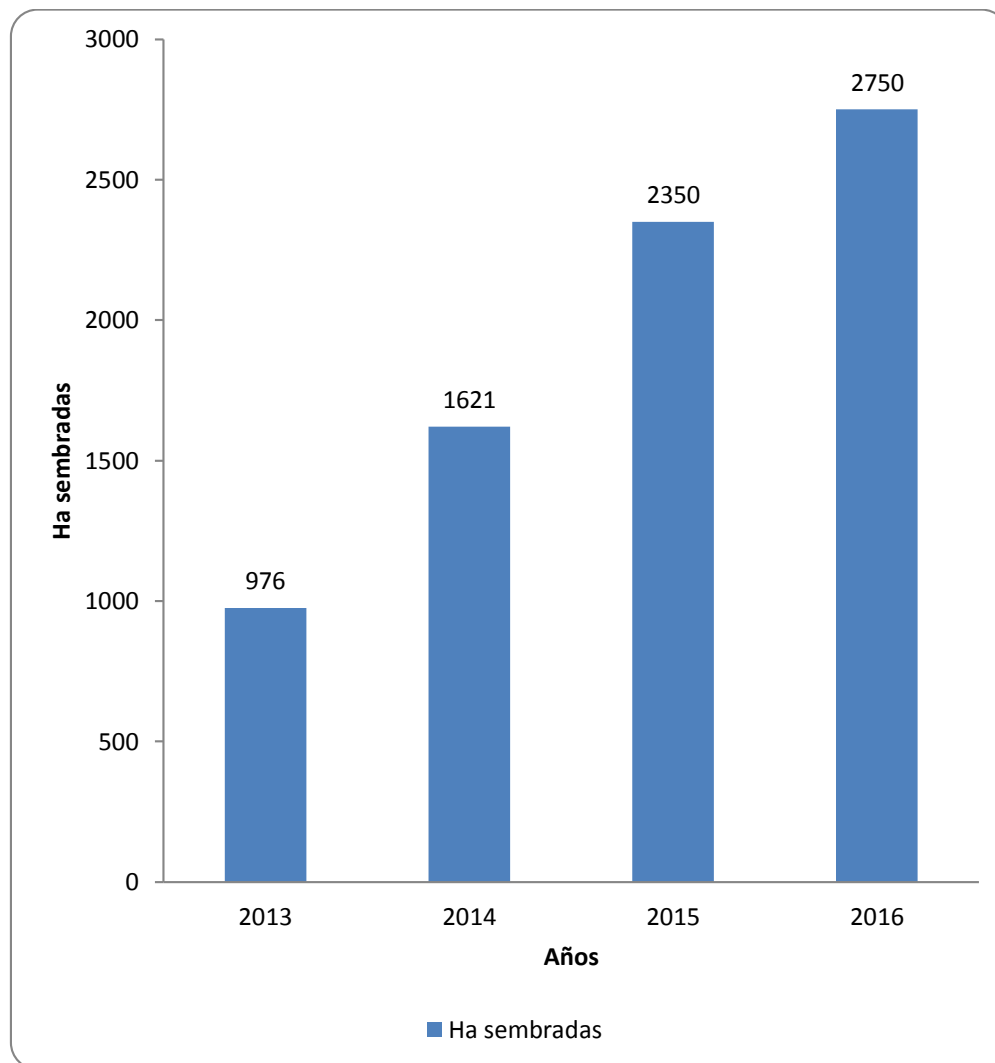


Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR-VMCE-DGIECE

3.1.4 Producción Nacional de Arándano

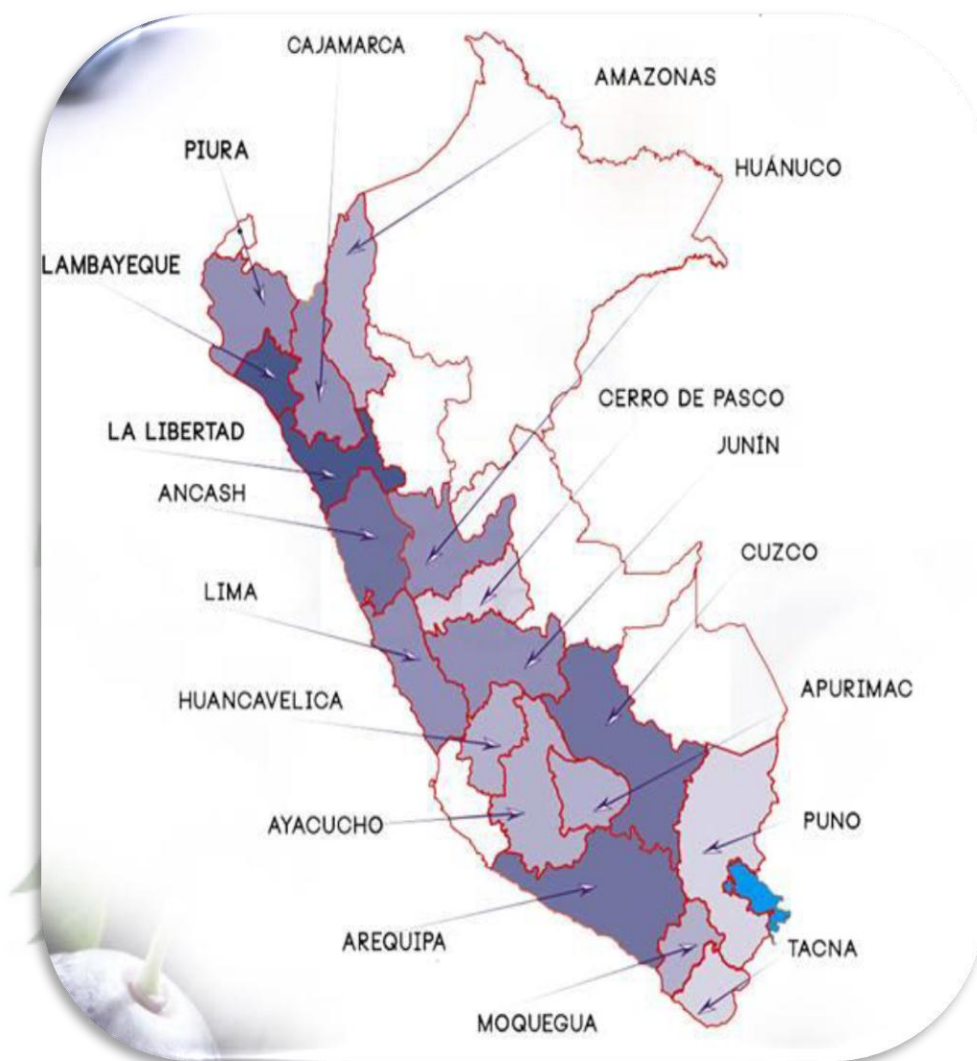
Se tiene sembrado 2,350 hectáreas de arándanos, nuestro país obtiene cosecha todo el año lo cual está generando oportunidades competitivas respecto a los principales competidores directos como es Chile y Argentina.

Gráfico N° 12 Superficie sembrada de arándanos en Perú y proyección



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a datos de Berry Congress 2013

Figura N° 3 Zonas de producción de arándanos



Fuente: Sierra Exportadora 2015

3.1.5 Producción de Arándano del distrito de La Joya

En el distrito rural de La Joya a partir del año 2005 se iniciaron las primeras plantaciones del cultivo de arándanos, en un inicio llamo la atención de empresarios el rendimiento promedio en la producción el cual alcanzaba las 18.75 toneladas/hectárea.

En la zona se tienen 30 hectáreas sembradas que representan una producción estimada en 562 toneladas al año, de acuerdo la información del Ing. Ernesto Ecurra (gerente de la empresa La Joyita), se estima que el potencial de arándano en Yuramayo, se encuentra a razón de 1.5 kg/planta. (Andina, 2015).

La mayoría de especialistas coinciden el Perú se convertirá en el próximo proveedor importante de arándano al mercado internacional (CrawFord, 2016), y se podría maximizar esta oportunidad con la realización de importantes proyectos como es la II Etapa de Majes Siguanas II (38,500 Ha), permitiendo la extensión de áreas para agricultura.

Fotografía N° 1 Producción de Arándano Empresa La Joyita - Yuramayo



Fuente: Fotografía Agencia Andina y Fuente Propia – Empresa La Joyita Yuramayo

3.2 Exportación del Arándano Peruano

3.2.1 Evolución de las exportaciones

Se observa que la tendencia de la exportación de arándanos a finales del año 2015, se ha incrementado en 257% con respecto al año anterior. Los principales países destino fueron Estados Unidos (54%), Holanda (28%) y Reino Unido (14%).

En setiembre del 2015 se logró superar las barreras fitosanitarias impuestas por Canadá, pudiendo exportar 21.8 toneladas equivalentes a 286,924 US\$, a precio promedio de 13 \$US/ kilogramo.

La evolución de la demanda de los principales compradores se encuentra al alza con variaciones significativa mayores al 70% con respecto al año 2014; al primer semestre del año en curso se observa disminución menor al -35%, recordemos que en el 2do semestre se da la máxima producción del año, con lo cual se espera incrementar las exportaciones del producto.

La producción peruana está generando interés en países como Chile, el cual recién en el año 2016 adquirió 2 toneladas de producto, al parecer están evaluando complementar su producción en etapas donde poseen desabastecimiento de producto, siendo un momento de interés para consolidar nuevos contratos y mayores volúmenes.

En general, los volúmenes exportados desde el año 2013 (1,503 toneladas) se han incrementado alcanzando las 10 mil toneladas, con buenas perspectivas de continuar su evolución.

**Tabla N° 18 Volumen de exportaciones peruanas por país de destino
(Kilogramos)**

Países		2013	2014	2015	Part % 2015
US	Estados Unidos	607,273	1,324,773	5,623,643	54.3
NL	Países Bajos Holanda	337,440	694,371	2,907,985	28.1
GB	Reino Unido	171,061	296,770	1,404,308	13.6
CR	Costa Rica	10,150	17,224	19,488	0.2
CA	Canadá			21,823	0.2
SG	Singapur	3,085	10,716	60,046	0.6
CH	Suiza			15,981	0.2
AE	Emiratos Árabes Unidos	1,650		10,193	0.1
HK	Hong Kong	298,828	485,169	153,196	1.5
IT	Italia	1,701	600	11,309	0.1
CL	Chile				0.0
ES	España	32,378	40,642	54,275	0.5
FR	Francia		3,805	23,421	0.2
MY	Malasia	1,440	3,674	7,290	0.1
Total		1,513,091	2,902,123	10,353,198	100
Var %		3,058	92	257	

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a base de datos SIECEX PROMPERUSTAT 2016

Tabla N° 19 Valor de las exportaciones peruanas por país de destino (FOB US\$)

		2013	2014	2015	Part. % 2015
US	Estados Unidos	6,944,788	12,936,902	53,407,131	55.3
NL	Países Bajos (Holanda)	3,717,988	7,223,279	27,142,677	28.1
GB	Reino Unido	1,810,913	3,151,380	12,158,697	12.6
CR	Costa Rica	99,765	170,786	189,227	0.2
CA	Canadá			286,924	0.3
SG	Singapur	33,749	113,630	485,893	0.5
CH	Suiza			169,219	0.2
AE	Emiratos Árabes Unidos	17,670		68,060	0.1
HK	Hong Kong	3,701,634	5,916,457	1,422,908	1.5
IT	Italia	18,880	10,212	112,510	0.1
CL	Chile				0.0
ES	España	428,255	379,567	519,628	0.5
FR	Francia		37,569	215,871	0.2
MY	Malasia	21,120	43,541	64,896	0.1
Total		17,386,084	30,230,089	96,629,407	100
Var %		3,637	74	220	
Precio Unitario Promedio (US\$/Kg)		11.0	10.6	9.5	

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a base de datos SIECEX PROMPERUSTAT 2016

3.2.2 Empresas exportadoras

Existen 19 empresas exportadoras de arándanos y otras seis empresas locales que aún no exportan, vendiendo el producto a similares. Las principales empresas productoras de arándanos son Camposol y Tal S.A. ubicados en el departamento de La Libertad, seguido Inka Berries (Lima), Intipa Flower (Caraz).

Tabla N° 20 Empresas Exportadoras

Productor	Localidad	Superficie sembrada (Ha)	Participación %
Fundo La Losada	Arequipa	4	0
Frutícola La Joyita	Arequipa	22	1
Berries Arequipa	Arequipa	4	0
Blueberries Perú	Cañete	89	4
Inka Berries	Lima	249	11
Arándanos Perú	Huaral	110	5
Iberagro	Anchas	130	6
Agrícola Athos	Caraz	50	2
Camposol	La Libertad	641	27
Berries Pacasmayo	La Libertad	148	6
Tal S.A.	La Libertad	336	14
Valle y Pampa	Pisco	60	3
Intipa Food	Caraz	220	9
Berries Cajamarca	Cajamarca	110	5
Finca Tradiciones	Cajamarca	110	5
Pichupampa	Sierra de Lima	8	0
Frutícula Paján	Trujillo	20	1
Antonio Tipismana	Mala	20	1
José Luis Dibós	Mala	20	1
Total		2,350	100

Fuente: (Rconsulting, 2015)

El departamento de La Libertad exporta el 50% del total exportado a diferentes países, especialmente a Estados Unidos de Norteamérica, Lima se está perfilando como una ciudad importante por el aumento de la producción de arándanos, teniendo una participación del 11%. En el caso de Arequipa aún se mantienen una participación baja con respecto a la cantidad total de área sembrada, sin embargo su parámetros de productividad superan a la mayoría (18.75 Kg/Ha).

3.2.3 Aranceles

En materia de aranceles de importación, las condiciones para el arándano fresco son favorables en los mayores de mercados compradores, encontrándose libre del pago de impuestos a la importación en Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea. (ProChile, Mercado Internacional para Arándanos frescos, 2011)

El importador, utilizando la información del proveedor, debe proporcionar una descripción detallada de los productos, incluyendo los Códigos del Sistema Armónico de diez dígitos, y conocer su valor y origen

El 97% de los productos peruanos exportados a Canadá cuentan con preferencia arancelaria por el Tratado de Libre Comercio suscrito con Canadá, el que está vigente desde agosto de 2009.

Las empresas exportadoras peruanas deberán gestionar el Certificado de Origen, para acceder al beneficio arancelario del TCL.

Dentro del arancel canadiense, los productos peruanos que ingresan con arancel cero se pueden identificar por las siglas PT (Perú Tariff). (SIIECEX, 2016)

3.2.3.1 Partida Arancelaria

Las partidas arancelaria 081040 (correspondiente a Arándanos rojos (cranberries), mirtilos y demás frutos del género Vaccinium) y sus sub-partidas gozan de un arancel general del 0%.

3.2.3.2 Código armonizado

El código armonizado internacional para los arándanos es:

0810.40.00—Arándanos Rojos, Mirtilos y Demás Frutos del Género Vaccinium Frescos

3.2.3.3 Partida Arancelaria Perú

0810.40.00—Arándanos Rojos, Mirtilos y Demás Frutos del Género Vaccinium Frescos

3.2.3.4 Partida Arancelaria Canadá

La nomenclatura aduanera de Canadá se rige por el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, más conocido como “Sistema Armonizado” (Harmonized System o H.S.). Una de las características principales es que los bienes son clasificados por 6 dígitos, que aumentan a 8 dígitos con fines de exportación y hasta 10 dígitos en el caso de bienes importados (ProChile, Perfil de Mercado, 2005). La agencia aduanera nacional, la Canadá Customs and Revenue Agency (CCRA) estipula que todo producto importado deberá ser identificado en todo momento mediante los 10 dígitos del sistema HS, a continuación se muestra la sección, el capítulo, las partidas y sub-partidas objeto de estudio:

Sección II del Código: Productos Vegetales

Capítulo 8: Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos) o de melones

0810 Las demás frutas u otros frutos, frescos

081040 Arándanos (cranberries), mirtilos y demás frutos del género Vaccinium

081040.10 En su estado Natural

081040.1010 Cranberries

081040.1021 Arándanos (blueberries) silvestres

081040.1022 Arándanos (blueberries) cultivados

3.2.3.5 Otros países con ventajas arancelarias

Para la partida 081040 y sus sub-partidas, los siguientes países y organizaciones están sujetos al mismo arancel preferencial del 0% del que goza Perú:

- Estados Unidos de América y México (NAFTA), Israel y Costa Rica, que son países con los que Canadá mantiene Acuerdos de Libre Comercio semejantes al firmado con Perú. Mientras que Israel y Costa Rica no son exportadores netos de estos berries, los EEUU, México, Argentina y Chile se perfilan como el competidor internacional más directo de Perú en este terreno.
- Países beneficiarios del tratamiento de Sistema Generalizado Preferencial
- Mercado Común de Naciones del Caribe
- Países de menor desarrollo

3.2.3.6 Otros impuestos

Son principalmente de dos tipos: el GST o Impuesto Federal sobre Bienes y Servicios (Goods and Services Tax) y el PST o Impuesto Provincial sobre Servicios (Provincial Services Tax). En algunas provincias en lugar de gravar cada impuesto por separado se aplica un impuesto combinado, suma del GST y del PST, denominado HST o Impuesto Armonizado de Servicios (Harmonized Service Tax).

El GST es el mismo en todas las provincias y asciende al 7%. Se aplica sobre el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. Los productos del mar, ya sean frescos o congelados, e independientemente de su presentación enteros o en filetes, están totalmente exentos del pago del GST. Esto ocurre con la mayoría de los productos alimenticios básicos, productos agrícolas, animales de granja, productos y aparatos médicos, todos los cuales entran dentro de la categoría “zero-rated (0%) goods and services”.

El PST varía entre el 0 y el 10% dependiendo de las provincias (véase desglose por provincia en el cuadro que figura a continuación). Al igual que el GST, su base imponible es el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. Sin embargo, en las provincias de Québec y Prince Edward Island el valor del PST se calcula en base a precios que ya incluyen GST, de ahí que el valor del impuesto total sea significativamente más alto que en otras provincias.

Tabla N° 21 Impuestos Provincial sobre Servicios – PST

Provincia	Valor PST	Provincia	Valor PST
Alberta	0%	Nunavut	0%
British Columbia	7%	Ontario	8%
Manitoba	7%	Prince Edward Island	10%
New Brunswick	8%	Quebec	7.5%
Newfoundland	8%	Saskatchewan	7%
Northwest Territories	0%	Yukon Territory	0%
Nova Scotia	8%		

Fuente: ProChile 2015

Es importante mencionar que Canadá se reserva el derecho de imponer aranceles compensatorios a todo tipo de bienes importados que puedan perjudicar a la industria canadiense por recibir subsidios en el país de origen. También se aplicarían antidumping en el caso de que los bienes se exportaran a Canadá a precios más bajos de los alcanzados en el país de origen. Todo ello se encuentra regulado en el Special Import Measures Act de la Agencia Canadiense de Aduanas (Canadá Border Services Agency - <http://cbsa-asfc.gc.ca/import/>)

3.2.3.7 Requisitos y Barreras de Ingreso

Los productos comestibles agrícolas, ya sean frescos o procesados están regulados por las disposiciones de la Canadian Food Inspection Agency (CFIA). En su página web se encuentra toda la información referente a requisitos de importación, inspección, normativas fitosanitarias y reglamento para el envasado y el etiquetado de alimentos.

A continuación se detallan los reglamentos que se aplican específicamente a los berries frescos:

- **Canadá Agricultural Products Act**

Regula la categoría de los productos, los envases y marketing. Dentro de la legislación general para todos los productos comestibles agrícolas, de especial relevancia en el caso de berries frescas son las disposiciones del Fresh Fruit and Vegetable Regulations y del Licensing and Arbitration Regulations (Justicia y Leyes Canadienses, 2016).

- **Food and Drug Act and Regulations**

Regula los aditivos, conservantes y otras sustancias autorizadas en el caso de productos de alimentación comestibles (Justicia y Leyes Canadienses, 2016).

- **Consumer Packaging and Labeling Act and Regulations**

Sólo se podrán utilizar en los productos importados aquellas etiquetas que estén conformes con las disposiciones vigentes en Canadá en materia de etiquetado. Los exportadores deberán consultar con el comprador local los datos que deberán incluir en las etiquetas, y obtener su aprobación antes de imprimirlas. La CFIA cobra una cantidad por examinar las etiquetas si así lo solicitan las empresas. Si faltara algún dato en las etiquetas de los exigidos por las autoridades canadienses se

prohibiría la venta del producto. Se puede obtener información sobre las normas de envasado y etiquetado exigidas por las autoridades canadienses. (Justicia y Leyes Canadienses, 2016)

▪ **Plant Protection Act and Regulations**

Busca prevenir la importación y diseminación de pestes dañinas. Específicamente aplicable a Chile para el caso de importación de blueberries es la siguiente directiva D-96-06 Plant Protection Import Requirements for Fresh Blueberries from Chile en Anexo III (Justicia y Leyes Canadienses, 2016)

3.2.3.8 Barreras arancelaria

A diferencia de otros productos alimenticios, los productos frescos no están sujetos a cuotas de importación. Los embarques de fruta y vegetales frescos que ingresen a Canadá deben cumplir los siguientes requisitos:

a) El importador canadiense debe poseer licencia otorgada por la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) y/o ser miembro de la Dispute Resolution Corporation (DRC) (<http://www.fvdr.com>). Para determinar si un importador posee dicha licencia el exportador puede consultar a cualquier oficina regional de la CFIA o a la DRC al 1-613-234-0982. Si el importador canadiense no posee dicha licencia o no es miembro de la DRC, el exportador no tendrá derecho a los servicios de solución de controversias del Board of Arbitration.

b) Respetar la categoría Mínima (niveles de calidad) establecida por la Fresh Fruit and Vegetable Regulations para algunos frutos y vegetales frescos. Entre estos caen los berries: blueberries, cranberries y frutillas; en Anexo IV se entrega la descripción en inglés de los Grades (categorías) y Standards establecidos para estos productos. Por ejemplo un producto puede ser Canadá

Nº1 Grade, y Canadá 2 Grade; Canadá Nº2 Grade es la categoría mínima. Los productos frescos importados, o importados y reempacados en Canadá, no deben usar la palabra Canadá.

c) Containers. Los productos frescos importados a Canadá no pueden ser comercializados en containers que excedan los 25 kilos netos en el caso de las manzanas y los 50 Kilos el resto de los productos frescos. No obstante los embarques mayores de 50 Kg, a granel y generalmente para ser reprocesados o empacados en destino, pueden optar a una Excepción Ministerial, la cual debe ser solicitada por el importador a la CFIA antes de efectuar la importación.

3.2.4 Acuerdos Comerciales

El 29 de mayo del 2008 entró en vigor un acuerdo de libre comercio con Perú. (El Peruano, 2009). Los objetivos del país para suscribir estos tratados, como en otros casos, fue alcanzar el desarrollo económico a través de un comercio libre.

Canadá ofrece acceso inmediato al 100% de las exportaciones peruanas y 97% de partidas arancelarias. Es importante destacar que los gravámenes para arándano es 0% gracias a la firma del TLC.

Los principales productos que se exportan a Canadá son: oro, gasolina, minerales de plata, cobre y plomo, plata en bruto, aceite de pescado, mineral de zinc, harina de pescado, gas natural productos agropecuarios, mandarina, uvas frescas, artesanía, maderas y papeles, metal-mecánico, minería no metálica, pesquero, pieles y cueros, químicos, siderometalúrgico, textiles, joyería.

Capítulo IV Oportunidad para la exportación de Arándano

4.1 Factores que determinan la viabilidad de las exportaciones de arándanos peruanos al mercado Canadiense

Los principales factores que hacen interesante la exportación a Canadá están dado por:

Tabla N° 22 Factores que determinan la viabilidad de las exportaciones

Factor	Oportunidad
Estacionalidad	La oportunidad más importante para Perú está en la estacionalidad del producto: Ingreso en contra – estación entre los meses de setiembre y noviembre, en ella se evidencia poca oferta de arándanos frescos y un alza en los precios importante. Le abastecedor de arándanos de calidad, puede generar ventajas competitivas.
Regulación y normas de ingreso	A partir de setiembre del 2015, se realiza las primeras exportaciones superándose la barrera fitosanitaria y cumpliendo con los requisitos exigidos por el gobierno de Canadá La Macroregión sur del país y Arequipa está libre de la plaga mosca de la fruta.
Acuerdo Comercial	El 29 de mayo del 2008 entró en vigor un acuerdo de libre comercio con Perú. Canadá ofrece acceso inmediato al 100% de las exportaciones peruanas y 97% de partidas arancelarias.

Aranceles	En materia de aranceles de importación, las condiciones para el arándano fresco son favorables en los mayores de mercados compradores, encontrándose libre del pago de impuestos a la importación en Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.
Impuestos	En Canadá no existe el pago al impuesto de valor agregado (IVA), ni otros impuestos para la comercialización mayorista, lo cual nos indica que no existen otros impuestos para la exportación de arándanos.
Transporte y distribución	La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver. Una característica del sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos. Con frecuencia se utilizan Toronto y Montreal para realizar una exploración inicial del mercado, ya que son considerados por los importadores y agentes como buenos predictores del comportamiento del resto del país.
Experiencia de exportación de empresas agroexportadoras	Exportar a Canadá es operativamente similar que exportar a EEUU, el cual es uno de los principales mercados destino de las exportaciones peruanas.
Precio y rendimiento	La empresa La Joyita S.A.C. de capitales chileno-peruano, vine exportando arándanos para el consumo directo cumpliendo con la normatividad de Estados Unidos, Reino Unido, Holanda y Alemania (Omar Paredes , 2015), no habiendo incursionado en el mercado canadiense; en la

	entrevista realizar al Gerente Escurra Sanz, indica que las condiciones que favorecen están dadas por: ▪ Altos precios de la fruta (US\$ 9 por kilogramo) ▪ En épocas de escases se podría vender hasta el US\$12 / kg. ▪ Mayor rendimiento por hectárea (promedio es de 10 Tn), en Arequipa se han obtenido rendimiento superiores a 18Tn/Ha/
Demanda y Consumo per cápita	El incremento en el consumo pér-cápita el cual alcanza promedio superiores a 1.66 kg./persona, habiéndose registrado variaciones positivas en la demanda. Se prevé aumento de la demanda por la promoción de consumo de parte del Ministerio de Salud (Heath Canadá) Los tres principales consumidores tradicionales e importadores de arándanos son: Estados Unidos, Reino Unido y Canadá.

Fuente: Elaboración Propia

4.2 Potencial de la demanda

La producción y consumo mundial de arándano se concentra en el hemisferio norte, en especial en países como Estados Unidos y Canadá, donde los frutos son muy apreciados por su alto contenido de vitaminas, minerales y antioxidantes, los cuales son elementos que benefician la salud. Esta tendencia por el consumo de productos naturales está creciendo, mucho más es la preocupación por este tipo de alimentos en países desarrollados.

La alimentación es un tema importante y de vital relevancia para poder llevar una vida sana. Se quiere resaltar que el consumidor del siglo 21 se preocupa por su aspecto físico y por el consumo de productos que benefician su salud mediante aportes nutritivos. (Ríos Cuenca, 2014)

El crecimiento de las importaciones en volumen del producto en los países meta se ha incrementado en 13% para Estados Unidos y 24% para el caso de Canadá, en este último se observa que el consumo per cápita se incrementó en 15% alcanzando valor de 1.66 Kg./persona.

Canadá es un espacio comercial consolidado para el arándano, el potencial de crecimiento de las ventas se ve reflejado en el “segmento del food service, ahora que empresas como McDonald’s y Wendy’s han comenzado a incorporar los arándanos en sus menús”.

El consumidor canadiense busca una alimentación sana y saludable; de tal forma que están dispuestos a pagar más por un producto de calidad. Es un importante importador y exportador de berries, el 75 % de su producción es procesada, con el fin de proveer al mercado local y externo durante todo el año.

Para poder entender el comportamiento de las industrias a futuro, se debe de analizar las ideologías de los consumidores, estas ideologías apuntan al tipo de producto que se encuentra en el mercado como fast food, nutraceuticas, slow food, alimentos funcionales, entre otros; aquellos productos que hacen que el consumidor cuente con una alimentación personalizada y que reflejen el autocuidado.

Se identifican dos tendencias de consumo en el sector de alimentos:

1.- Salud y Bienestar: Constituida por tres ramas

- Alimentos Funcionales: Aquellos alimentos a los que se les agrego, eliminó, redujo algún componente con el fin de mejorar las condiciones tanto físicas como mentales de las personas que los consumen.
- Alimentos Orgánicos: Deben cumplir con ciertos estándares de calidad, no deben contener aditivos químicos, esto con el fin de garantizar que son naturales.

- Alimentos Naturales: Son productos que no contiene aditivos adicionales, y el producto final es 100 % natural

2.- Conveniencia: Un producto será considerado conveniente si cumple estas características: es fácil de conseguir, rápido de preparar, empaques abre fácil, bajo precio, listos para comer. Generalmente este tipo de productos pertenecen a los fast foot.

- Sofisticación: Es un estilo reflejado en gustos más exigentes, en paladares que buscan nuevos sabores, exóticos. Por lo general este tipo de consumidores tiene alto poder adquisitivo.
- Sensaciones: Está relacionado con diferentes tipos de productos entre ellos: los alimentos funcionales, naturales, sofisticados; están ligados a las apreciaciones sensoriales que producen comerlos. (COMECYT).

Tabla N° 23 Características de consumidor

CARACTERÍSTICAS	
Fluctuaciones	- Demanda constante, debido al incremento en el consumo per cápita el cual alcanza promedio superiores a 1.66 kg./persona - Se prevé aumento de la demanda por la promoción de consumo de parte del Ministerio de Salud (Heath Canadá)
Características de la demanda	- Comprador altamente especializado. - Tiene posibilidad de comprar la fruta fresca todo el año debido a la oferta de los diferentes países. - Preferencia por producción agroecológica y orgánica. - Prefieren productos listos para comer. - Consumidor dedica menos tiempo que otras nacionalidades a la compra y preparación de alimentos. - Consumidor atraído a productos cómodos, fáciles y rápidos de preparar. - La población se concentran: Toronto, Montreal y Vancouver.

Uso	- Alimentación directa y procesada: cereales, snack, barras proteicas, helados naturales.
Tendencia y perspectivas	- Dispuesto a pagar más por un producto de mayor calidad. - 75% de la producción interna se congela para proveer al mercado local y externo todo el año. - British Columbia es mayor productos (80% de la producción)
Sistema de Distribución	- Se concentra en tres núcleos urbanos: Toronto y Montreal, quienes realizan exploraciones de mercado y son considerados por los importadores y agentes como buenos predictores del comportamiento del país.
Principales Retail	- Safeway, Metro, Costco, Loblaws, Sobeys y Provigo
Presentación	- Cajas de plástico transparente (clamshell) - Preservados para consumir en forma saludable, sanitaria y fácil de ver. - No requiere mucha información, porque el consumidor reconoce el arándano fresco.
Gustos	- El consumidor canadiense está abierto a sabores exóticos y étnicos. En general, responde bien a las mezclas de varios sabores y a la fusión de cocinas de distintas culturas.
Factores que Influye en decisión de compra	- Los factores que influyen en la decisión de compra son salud (66%), sabor (38%), seguridad (30%) y medio ambiente (26%).

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a informes de la Oficina Comercial Pro-Chile Montreal

4.3 Potencial de Exportación de Arándanos del Perú – La Joya

Desde el año 2009, cuando se realizaron estudios de zonificación agraria de cultivos en el Departamento; se determinó que La Joya constituye un ámbito geográfico potencial para la plantación de arándanos azules. La Joyita estima que el potencial de arándano en Yuramayo se encuentra en 1.8 Kg/ planta superior a lo obtenido en los diferentes departamentos a nivel nacional, y actualmente la empresa vienen apostando fuertemente por el cultivo del arándano.

De acuerdo a las estadísticas del MINAG, se determinó que nuestro departamento cuenta con 10,000 hectáreas que aún no han sido utilizadas para el cultivo. Esta cifra nos indica que tenemos tierras suficientes para incrementar la producción de arándanos en nuestra región, proyectando al 2017 una superficie de 60 hectáreas de producción. En la región se puede producir variedades High Bush las cuales son muy demandada por Canadá y Estados Unidos por su sabor y consistencia, como la variedad Biloxi, que actualmente se produce en la costa norte del Perú.

En los próximos años se prevé un aumento en la producción del arándano, no solo por la expansión del cultivo sino principalmente porque las plantaciones actuales son bastante jóvenes y continuarán incrementando su rendimiento por planta hasta que lleguen a su etapa de madurez y la producción sea constante.

La producción del Arándano en el distrito y a nivel Departamental es bastante joven, se observa que el arándano peruano tiene claras ventajas competitivas como la experiencia de las empresas que actualmente exportan a Estados Unidos, principal socio comercial del Perú, el comercio con Canadá posee similares condiciones comerciales que facilitan su acceso. Los principales problemas para la exportación de arándanos que impiden que se sumen la exportación los pequeños productores promovidos por el programa del Estado Sierra Exportadora están en la estandarización de los procesos de producción, escasa de tecnología post – cosecha, tecnologías de viaje, ausencia de plantas procesadoras (packing) y a los procedimientos aduaneros.

4.4 Análisis FODA

Tabla N° 24 Análisis FODA

DEBILIDADES	AMENAZAS
Demora en el establecimiento del cultivo para llegar a su máxima producción	Incremento de la producción nacional en países destino
Bajo volumen para la comercialización en forma mensual con respecto a los competidores directos	Incremento de la competencia de otros países con mejores condiciones
Ausencia de valor agregado a la producción de arándanos (arándano deshidratado)	Tendencia de imposición regulatoria con mayores controles al ingreso de productos naturales
Alto costo en la instalación del cultivo	Aumento de la tecnología en competidores (packing de frío)
Escasa mano de obra especializada para ampliar el área de cultivo en las primeras fases de siembra	Mayor sofisticación en el consumidor directo por nuevos productos
Poco conocimiento del producto a nivel nacional de parte de los productores y posibles consumidores	Escasa confianza comercial en productores Latinoamericanos
Escasa estandarización de procesos de producción en productores	Fluctuaciones del precio irregular
Escasa tecnología post cosecha	
Escaso conocimiento de procedimiento aduaneros por parte de pequeños productores de arándanos	
Escaso incentivo por parte del estado para las pequeña y mediana empresa, únicamente se apoya a asociaciones de productores rurales	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Producción durante todo el año	Ingreso en contra – estación entre los meses de setiembre y noviembre
Experiencia en la exportación de Arándano	Se superó la barrera fitosanitaria impuesta por Canadá
Mayor rendimiento por hectárea (promedio es de 10 Tn), en Arequipa se han obtenido rendimiento superiores a 18Tn/Ha/	El TLC con Canadá ofrece acceso a exportaciones peruanas
Condiciones edafoclimáticas favorables para ampliar la producción	El arándano está libre del pago de impuestos a la importación en Canadá

Buena calidad del producto final	En Canadá no existe el pago al impuesto de valor agregado (IVA), ni otros impuestos para la comercialización mayorista
Apoyo de programas de Estado para producción y comercialización del arándano	El sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos
Aplicación de protocolos para la introducción de material genético especial como arándano a territorio peruano	Altos precios de la fruta (US\$ 9 por kilogramo), en épocas de escases se podría vender hasta el US\$12 / kg.
Plantaciones instaladas actuales son bastantes jóvenes, se espera que en el 2016 y 2017 alcancen madurez por planta	El incremento en el consumo pér-cápita el cual alcanza promedio superiores a 1.66 kg./persona y en ascenso
	Promoción en el consumo de arándano de parte del Ministerio de Salud (Heath Canadá)
	Tendencia por el consumo de productos naturales con alto valor en vitaminas, minerales y antioxidantes

Fuente: Elaboración Propia

Se realizará un análisis de los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) utilizando para ello una matriz de evaluación conformado por un peso relativo con respecto a su categoría (factores internos o externos), una calificación (1 a 4) y finalmente un valor promedio (multiplicación entre el peso relativo y su calificación).

Tabla N° 25 Factores EFI

MATRIZ EFI (FACTORES INTERNOS)			
Factores	Peso (%)	Calificación	Calificación Ponderada
Debilidades	50		
Demora en el establecimiento del cultivo para llegar a su máxima producción	0.06	2	0.12
Bajo volumen para la comercialización en forma mensual con respecto a los competidores directos	0.05	2	0.1
Ausencia de valor agregado a la producción de arándanos (arándano deshidratado)	0.07	2	0.14
Alto costo en la instalación del cultivo	0.08	2	0.16
Escasa mano de obra especializada para ampliar el área de cultivo en las primeras fases de siembra	0.05	1	0.05
Poco conocimiento del producto a nivel nacional de parte de los productores y posibles consumidores	0.03	1	0.03
Escasa estandarización de procesos de producción en productores	0.04	1	0.04
Escasa tecnología post cosecha	0.06	1	0.06
Escaso conocimiento de procedimiento aduaneros por parte de pequeños productores de arándanos	0.03	1	0.03
Escaso incentivo por parte del estado para las pequeña y mediana empresa, únicamente se apoya a asociaciones de productores rurales	0.03	1	0.03
Fortalezas	50		
Producción durante todo el año	0.08	4	0.32
Experiencia en la exportación de Arándano	0.07	3	0.21
Mayor rendimiento por hectárea (promedio es de 10 Tn), en Arequipa se han obtenido rendimiento superiores a 18Tn/Ha/	0.08	4	0.32
Condiciones edafoclimáticas favorables para ampliar la producción	0.08	4	0.32
Buena calidad del producto final	0.07	4	0.28
Apoyo de programas de Estado para producción y comercialización del arándano	0.04	4	0.16
Aplicación de protocolos para la introducción de material genético especial como arándano a territorio peruano	0.04	4	0.16
Plantaciones instaladas actuales son bastantes jóvenes, se espera que en el 2016 y 2017 alcancen madurez por planta	0.04	3	0.12
Totales	100		2.65
Calificar entre 1 y 4	4	Fortaleza Mayor	
	3	Fortaleza Menor	
	2	Debilidad Mayor	
	1	Debilidad Menor	

Fuente: Elaboración Propia

El análisis sectorial a través de la matriz EFI arroja un resultado de 2.65, lo que quiere decir que las condiciones son adecuadas para afrontar el ambiente interno, utilizando las fortalezas para enfrentar las debilidades. El resultado de los factores internos que las fortalezas tienen mayor impacto que las debilidades en la producción a nivel local, sin embargo, se debe aprovechar de la mejor manera las fortalezas y mitigar

debilidades, en especial promover la producción y exportación en países con alta demanda como Canadá.

Tabla Nº 26 Factores EFE

MATRIZ EFE			
(FACTORES EXTERNOS)			
Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
AMENAZAS	50		
Incremento de la producción nacional en países destino	0.09	4	0.36
Incremento de la competencia de otros países con mejores condiciones	0.09	4	0.36
Tendencia de imposición regulatoria con mayores controles al ingreso de productos naturales	0.06	2	0.12
Aumento de la tecnología en competidores (packing de frio)	0.05	4	0.2
Mayor sofisticación en el consumidor directo por nuevos productos	0.08	4	0.32
Escasa confianza comercial en productores Latinoamericanos	0.06	2	0.12
Fluctuaciones del precio irregular	0.07	3	0.21
OPORTUNIDADES	50		
Ingreso en contra – estación entre los meses de setiembre y noviembre	0.07	4	0.28
Se supero la barrera fitosanitaria impuesta por Canadá	0.05	4	0.20
El TLC con Canadá ofrece acceso a exportaciones peruanas	0.05	2	0.10
El arándano esta libre del pago de impuestos a la importación en Canadá	0.04	3	0.12
En Canadá no existe el pago al impuesto de valor agregado (IVA), ni otros impuestos para la comercialización mayorista	0.04	3	0.12
El sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos	0.05	2	0.10
Altos precios de la fruta (US\$ 8 por kilogramo), en épocas de escases se podría vender hasta el US\$12 / kg.	0.06	4	0.24
El incremento en el consumo pér-cápita el cual alcanza promedio superiores a 1.66 kg./persona y en ascenso	0.06	4	0.24
Promoción en el consumo de arándano de parte del Ministerio de Salud (Heath Canadá)	0.04	3	0.12
Tendencia por el consumo de productos naturales con alto valor en vitaminas, minerales y antioxidantes	0.04	4	0.16
Totales	100		3.37
Calificar entre 1y 4	4	Muy Importante	
	3	Importante	
	2	Poco Importante	
	1	Nada Importante	

Fuente: Elaboración Propia

El análisis sectorial a través de la matriz EFE arroja un resultado de 3.37, lo que quiere decir que las condiciones son adecuadas para afrontar el entorno, utilizando las oportunidades para enfrentar las amenazas.

Podemos observar que las oportunidades tiene un impacto mayor que las amenazas, la producción provincial y departamental debe aprovechar las oportunidades identificados y buscar cubrirse de las amenazas latentes para posicionar la producción en el mercado internacional.

Las principales oportunidades que predisponen la exportación de arándanos al mercado canadiense son:

- Ingreso en contra estación entre los meses de setiembre y noviembre
- Altos precios de la fruta, en épocas de escases se podría vender hasta US\$ 12 / Kilogramo.
- Incremento en el consumo per-cápita el cual alcanza promedio superior a 1.66 Kg./persona
- Se superó la barrera fitosanitaria impuesta por Canadá
- Tendencia por el consumo de productos naturales con alto valor en vitaminas, minerales y antioxidantes.

Conclusiones

Primera.- El distrito de la Joya cuenta con condiciones favorables para el desarrollo de los blueberries durante todo el año, posee una oferta exportable de 562 toneladas, con un rendimiento promedio de 18 Toneladas / Hectárea, promovidos por tres empresas que han acumulado el Know-How para la producción de arándanos, el cultivo utiliza en forma intensiva mano de obra, conocimiento técnico y logístico.

Segunda.- Canadá es un mercado consolidado y atractivo para la exportación de arándanos, el cual es un producto que forma parte de la cultura nacional, se tiene una sola producción al año, recolectada desde fines de abril hasta setiembre; posee un PBI ocho veces mayor al peruano, caracterizado por el aumento en el consumo de productos naturales que benefician la salud de la población; la demanda aparente proyectada es 39,709 toneladas al año (tres veces la producción nacional), el consumo per-cápita alcanza valores de 1.66 Kg./persona con clara tendencia a continuar incrementándose, promovido por el Ministerio de Salud por el alto contenido nutricional; el sistema de distribución del producto se inicia en los principales núcleos urbanos como son: Toronto, Montreal y Vancouver.

Tercera.- Los consumidores canadienses son compradores abiertos a sabores exóticos y étnicos, altamente sensibilizados con la alimentación sana, saludable y respetuosa del medio ambiente, en especial valoran la certificación orgánica, agroecológica y el comercio justo; están dispuestos a pagar más por un producto de mayor calidad; tienen menos tiempo para preparar alimentos, son atraídos por productos cómodos, fáciles y rápidos de preparar y consumir; adquieren los productos en cajas de plástico transparente “clamshell” que necesariamente deben contener información nutricional y del origen en los idiomas oficiales (Inglés y Francés), mayoritariamente las compras de arándano se realizan en supermercados.

Cuarta.- Las principales oportunidades para la exportación de arándanos frescos procedentes del distrito de la Joya son:

- Ingreso del producto en contra-estación, entre los meses de setiembre y noviembre se posee una ventana óptima entre la semana 34 y 47.
- Altos precios de la fruta (US\$ 7.55 por kilogramo), en épocas de escasas se podría vender hasta el US\$12 / kg.
- Incremento en el consumo per-cápita canadiense, el cual alcanza 1.66 Kg./persona
- Se superó la barrera fitosanitaria impuesta por Canadá.
- Mayor tendencia al consumo de productos con alto contenido de vitaminas, mineral y antioxidantes.



Recomendaciones

Primera.- El Estado Peruano debe fomentar la asociación privado – público para unir esfuerzos que permitan la promoción del cultivo de arándanos en agricultores a través del programa PROCOMPITE, el cual facilita el acceso de recursos públicos no reembolsables en modalidad de planes de negocio para cadenas productivas con alto valor económico.

Segunda.- PROMPEX, la Cámara de Comercio y el Ministerio de Agricultura – MINAG, deben coordinar esfuerzos para promover el ingreso de productos en Ferias especializadas de Canadá a fin generar ventanas comerciales para los empresarios y productores locales.

Tercera.- PROMPERU, la Cámara de Comercio, CONCYTEC, MINAG y las universidades regionales deben promover y sentar las bases para incursionar en nuevos cultivos (frambuesa, frutillas, aguaymanto, moras, etc.) y generar valor agregado a través de la Investigación y Desarrollo, con la finalidad de poder mejorar la oferta exportable.

Cuarta.- Las empresas productoras de arándanos en el departamento deben invertir en tecnología para obtener productos con valor agregado como arándano deshidratado a fin de poder incrementar sus ganancias, y tener la posibilidad de entregar el producto en época donde se presentan los mejores precios.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, J., & Casp, A. (2003). *Procesos de conservación de alimentos*. España: Mundi-Prensa.

Absolut Canadá. (12 de 04 de 2016). *Canada*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paises/canada>

Absolut Canadá. (12 de 04 de 2016). *Lenguas oficiales de Canadá*. Obtenido de <http://www.absolut-canada.com/lenguas-oficiales-de-canada/>

Academia. (24 de 06 de 2016). Obtenido de http://www.academia.edu/9369641/Proyecci%C3%B3n_de_tendencias

ADEX. (2013). *Arándanos deshidratados*. Lima.

Adolfo Jimenez, C. F. (2010). *Comercializacion de arandanos en España*. Madrid.

Agriculture and Agri-Food Canada. (12 de marzo de 2015). *Agriculture and Agri-Food Canada*. Obtenido de Arándanos azules canadienses: <http://www5.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/CB-MC/PDF/5318-spa.pdf>

Agronegocios Perú. (26 de Junio de 2012). Obtenido de http://www.agronegociosperu.org/noticias/260612_n2.htm

Andina. (19 de Noviembre de 2015). *Andina Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de Entrevista a Ernesto Ecurra: www.andina.com.pe

Ardila Gelvez, E. J., & Porras Remolina, L. (2007). *Estudio de Pre-Factibilidad Técnica y Económica para el montaje de una planta deshidratadora de Uchuva*. Bucaramanga.

Banco Mundial. (12 de 04 de 2016). Obtenido de Datos Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

Benavides, L. (s.f.). *Estudio de Prefactibilidad para la producción y comercialización de arándanos en condiciones de Villes Andinos*. Lima.

Benguria Puebla, S., Martín Alarcón, B., Valdés López, M., Pastellides Pascales, & Gómez Colmenarejo, L. (2010). *Métodos de Investigación en Educación Especial*.

Blog Spot. (29 de Junio de 2016). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.pe/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Canada en español. (2 de 04 de 2016). *Canada en español*. Obtenido de <http://www.canadaenespanol.com/2013/09/la-distribucion-de-la-riqueza-en-canada.html>

CAPAB. (17 de Junio de 2016). *Guía del Emprendedor*. Obtenido de <http://www.guiadelemprendedor.com.ar/Arandanos.htm>

Carhuaricra Montes, C. H. (2012). *El cultivo de arándano y sus principales características*. Huacho.

Carrión, C. F. (2013). *Proyecto de Factibilidad para producción y exportación de jugo natural de arándano al mercado Árabe*. Quito.

CENTA. (15 de Julio de 2016). *Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal Enrique Álvarez Córdova*. Obtenido de <http://centa.gob.sv/upload/laboratorios/alimentos/BROCHURE%20DESHIDRATADOS.pdf>

Chile, R. (2013). *Estudio sobre nuevos procesos industriales que permitan ampliar las alternativas de uso para los berries en Chile*. Santiago .

Clima Frutal. (17 de Junio de 2016). Obtenido de <https://climafrutal.wordpress.com/el-arandano/>

COMECYT. (s.f.). *Estudio de tendencias y oportunidades para el sector de alimentos procesados del estado de México*. Mexico.

- Comerciales, A. (s.f.). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de *Acuerdos Comerciales*:
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=64&Itemid=87
- Committee Chilean Blueberry. (2012). *Arándanos Expanden su presencia en todo el mundo. Arándanos de Chile*.
- CrawFord. (16 de marzo de 2016). *Andina*. Obtenido de www.andina.com.pe
- Cueva Villegas, C. F. (2001). *Contabilidad de costos*. Bogotá: D´vinni Ltda.
- Datos Macro. (12 de abril de 2016). *Datos Macro*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paises/canada>
- De Borrero, J. C. (s.f.). *Marketin Estratégico*. Lima: San Marcos.
- Díaz, B., Jarufe, B., & Noriega, M. (2008). *Disposición de Planta*. Lima: Universidad de Lima.
- El Peruano. (01 de agosto de 2009). *Tratado de Libre Comercio entre Canadá y la República del Perú*.
- Etzel, M., Walker, B., & Staton, W. (2007). *Marketing*. EEUU: Editorial McGraw-Hill.
- Exportadora, S. (2012). *Estudio de Prefactibilidad para la producción y comercialización de Arándanos en condiciones de valles andinos*.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. Madrid: McGraw Hill.
- Forbes, P., Mangas Ramis, E., & Pagano, N. (2009). *Produccion de Arandanos*. Argentina.
- GBD NETWORK. (Enero de 2015). <http://www.prospectiva2020.com/>. Obtenido de <http://www.prospectiva2020.com/>: <http://www.prospectiva2020.com/>
- Gerencie. (24 de Junio de 2016). Obtenido de <http://www.gerencie.com/precio.html>

- Guevara Puerto, D. M. (2006). *Estudio de prefactibilidad para el establecimiento de una empresa exportadora de frutas deshidratadas*. Honduras.
- Gutiérrez, G. (2002). *Tratamiento y análisis de la documentación*. Habana.
- Hernández, I. S. (1997). *Monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos14/analisisdocum/analisisdocum.shtml>
- InfoAgro. (11 de 11 de 2015). *El cultivo del Arándano*. Obtenido de http://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_del_arandano.asp
- Intercambio. (02 de mayo de 2016). *Acerca de Canadá*. Obtenido de <http://www.canadaintercambio.com/es/acerca-de-canada/mapa-de-canada/>
- Juan Carlos García Rubio, Guillermo García Gónzales de Lena. (s.f.). *Orientaciones para el cultivo de Arándano*. España.
- Justicia y Leyes Canadienses. (11 de Julio de 2016). *Regulación de alimentos y drogas*. Obtenido de Justicia y Leyes: <http://laws.justice.gc.ca/>
- Keat, P., & Young, P. (2004). *Economía de Empresa*. México: Pearson Educación.
- Koo, W. (13 de Mayo de 2016). <http://www.agrodataperu.com/>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, Hair, & Mc, D. (1998). *Marketing*. Estados Unidos: Thompson.
- Leyton Muñoz, M. A., & Rodríguez Rodríguez, A. (s.f.). *PROSPECCION Y EXPORTACION DE ARANDANOS FRESCOS AL MERCADO ESTADOUNIDENSE*. Chile.

- Liliana G, B. (2014). *Estudio de prefactibilidad para la producción y comercialización de arandanos, en condiciones de valles andinos*. Lima, Perú: Sierra Exportadora.
- Livias, A. D. (2000). *Calculo de Indicadores Económicos*. Lima.
- López Pérez, P., & Urrutia Sepúlveda, R. (2014). *Potencial del arándano deshidratado de la Región del Biobío*. Chillán.
- Magazine, E. S. (30 de 05 de 2016). *Fresh Plaza*. Obtenido de <http://www.freshplaza.es/article/98012/Aumenta-el-consumo-global-de-frutos-secos-y-deshidratados>
- Mazzone, D. P. (2016). *Mercados internacionales Comercio Argentino*.
- MINCETUR. (2015). *Reporte de Comercio Bilateral Perú - Canadá*. Lima: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior.
- Montemayor Gallegos, J. (2012). *Métodos de Pronósticos para Negocios*. Monterrey: Digital Tecnológico de Monterrey.
- Morales, L. C. (2009). *Evaluación técnica de los procesos de deshidratación osmótica y convectiva durante una práctica vinculada en una planta deshidratadora de berries*. . Valdivia-Chile.
- Network, M. o. (2016). *Perspectivas 2015 y Balance 2014*.
- Ninahuanca, C. (06 de Enero de 2014). Berries peruanos: una fruta de moda. *La republica*.
- Nosa, M. T. (2010). <http://marcelo-torres-nosa.idoneos.com/>.
- ODEPA. (2016). *Estudio sobre nuevos procesos industriales que permitan ampliar las alternativas de uso para los berries en Chile*. Santiago, Chile.
- ODEPA. (2016). *Mercado y proyección del cultivo de arándanos*.

- Omar Paredes , L. (12 de setiembre de 2015). *Agraria.pe*. Obtenido de <http://agraria.pe/noticias/2015-el-boom-de-los-arandanos-973>
- Pérez Eusebio, L. J., & Willis Zoeger , V. I. (2015). *Proyecto de Inversion para la instación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la provicnia de Celedin para la exporacion al Mercado de New York, EE.UU.* Chiclayo.
- Pérez-Urria Carril, E. (2014). *Arándano Rojo*. Madrid.
- PERU 21. (10 de mayo de 2016). Exportación de arándanos podría superar los US\$200 millones. Lima, Lima, Perú.
- ProChile. (2005). *Perfil de Mercado*. Toronto, Canadá: Dirección de Promoción de Exportaciones.
- ProChile. (2011). *Mercado Internacional para Arandanos frescos*. Chile.
- ProChile. (2015). El Mercado de Arándano en Canadá. *Oficina Comercial en Canadá*.
- ProChile. (2015). *Mercado Internacional para Arándanos Frescos -Oficina Comercial Montreal*. Santiago: Departamento de Información Comercial.
- PROCHILE, S. d. (2016). *Oportunidades en el Mercado*.
- PROMPERÚ. (11 de octubre de 2015). *Exportación por partidas*. Obtenido de www.siicex.gob.pe:
http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaíses_x_Partida.aspx
- PROMPERU. (2015). Guía del Mercado de Canadá. *Servicios al Exportador*, 5.
- Quintanilla Zavala, G., & Prieto Loayza, P. (2016). *Análisis del Mercado Canadiense para determinar la oportunidad de Exportar arándanos frescos del distrito de la Joya, Arequipa 2016*. Arequipa.
- Rconsulting. (2015). *Situación de los arándanos frescos y procesados y perpectivas próxima temperoada 2016/2017*. Lima.

- Ríos Cuenca, C. A. (2014). *Estudio de Factibilidad Económica para el procesamiento, comercialización de snacks de frutas deshidratadas en el Cantón Machala*. Machala.
- Roja, N. (21 de Agosto de 2015). *Agronegocios Perú*. Obtenido de <http://agronegociosperu.org/noticias/arandanos-en-peru-superan-las-2250-hectareas.htm#.V2RkCbvhDIU>
- Saavedra Lopez, C. (s.f.). *Tamaño de Planta I*.
- Sapag Chain, N. (2001). *Evaluación de Proyectos De Inversión en la Empresa*. Gráfica Pinter S.A.
- Seis Proyecciones sobre economía peruana para el 2016. (20 de Diciembre de 2015). *Comercio*, pág. 1.
- Sierra Exportadora. (12 de enero de 2015). *Sierra Exportadora*. Obtenido de http://www.sierraexportadora.gob.pe/productos/catalogo-de-productos/arandano/#ficha_comercial
- Sierra Exportadora. (05 de Mayo de 2016). *Sierra Exportadora*. Obtenido de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/sierra-exportadora-realizo-curso-sobre-deshidratado-de-frutas-y-berries-en-la-provincia-de-huaura/>
- SIICEX. (15 de 01 de 2016). *Estudio para la identificación de requisitos, acceso a mercado y regulaciones para el ingreso de productos alimenticios a canada*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/FDA-%20Guia-de-Etiquetado-Canada-2009.pdf>
- SIICEX. (12 de Junio de 2016). *PROMPERUSTAT: Arandano rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaíses_x_Partida.aspx
- SIIECEX. (16 de febrero de 2016). *Estudio para la identificación de requisitos, acceso a mercado y regulaciones para el ingreso de productos alimenticios a Canada*.

Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/FDA-%20Guia-de-Etiquetado-Canada-2009.pdf>

SlideShare. (26 de Junio de 2016). Obtenido de <http://es.slideshare.net/ffernandez3000/canales-de-comercializacin-9939137>

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de marketing*. Publicaciones de la Universitat Jaume I.

UNORG. (6 de mayo de 2016). *Wwwunorg*. Obtenido de <http://www.un.org/es/members/>

Zecchi, B. (2006). *Modelado de la deshidratación osmótica de arándanos*. Montevideo.



Anexos

ANEXO 1

PLAN DE TESIS

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. PROBLEMA:

Análisis del mercado canadiense para determinar la oportunidad de exportar Arándano frescos del distrito La Joya, Arequipa. 2016

1.2. DESCRIPCIÓN:

“El arándano o blueberrie es el frutal más rentable del mundo, por sus características nutricionales y antioxidantes; es uno de los cultivos con mayor crecimiento y mercado potencial a futuro, especialmente en los mercados de Norteamérica”. Federico Beltrán, Gerente de Terra Business SAC.

También es considerado uno de los cultivos más caros para su instalación a gran escala, aproximadamente US\$ 80,000 por hectárea, superando a lo requerido para instalar del cultivo de uva; lo que motiva al inversionista es el precio el cual se encuentra entre los 09 y 16 US\$ por kilogramo.

Canadá es el único país que oferta el máximo precio por kilogramo, nuestro país a la fecha no ha realizado exportaciones por existir barreras fitosanitarias a ser superadas, se plantea que para agosto del 2016 se tengan los permisos necesarios para poder ingresar al mercado.

A nivel nacional se viene exportando los blueberries procedentes del norte del país, especialmente del departamento de La Libertad; el cual ha mostrado un crecimiento espectacular y es allí donde se encuentran la mayor cantidad de hectáreas, impulsados por las empresas CAMPOSOL S.A. y TAL S.A; es una labor que se ha venido realizando años atrás año, a través de probar

diferentes técnicas de sembrío, variedades, climas, abonamientos, fertilizantes, etc.

Nuestro país posee las condiciones edafoclimáticas favorables para el desarrollo del cultivo a gran escala en las zonas costera y es considerado por los programas del Estado como Sierra Exportadora como un cultivo alternativo para los productores rurales.

La estrategia es posicionar a los arándanos en los meses de setiembre a noviembre, donde el mercado de frutas se encuentra desabastecido, convirtiéndose en una oportunidad comercial para el Perú. A la fecha nuestra producción es mínima si lo comparamos con los demás países exportadores que desde el año 2008 ha desarrollado su producción a gran escala.

En el departamento de Arequipa se tienen instalados 30 Hectáreas de arándanos en el distrito de la Joya, es necesario mejorar su posicionamiento en el mercado y ampliar producción si buscamos ser competitivos al largo plazo, ello supone orientar técnicamente al productor respecto al mercado, sus cambios, sensibilidad y procesos de internacionalización.

1.2.1. CAMPO, ÁREA, LÍNEA:

Campo: Ciencias Económicas y Administrativas

Área: Ingeniería Comercial

Línea: Comercio Internacional

1.2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Descriptiva, porque busca especificar las propiedades y características de las variables e indicadores de estudio en forma independiente de otras; el énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o como se manifiestas las variables, pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre características.

Explicativa, porque pretende conducir a un sentido de comprensión o entendimiento sobre el funcionamiento del mercado internacional de arándanos, por lo tanto está orientado a comprobar las hipótesis.

1.2.3. VARIABLES

a. ANÁLISIS DE VARIABLES:

- **Variable Dependiente:** Exportación de Arándano
- **Variable Independiente:** Mercado canadiense

b. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

Tipo de Variable	Variable	Sub Variable	Indicador
Variable Dependiente Exportación de Arándanos frescos	Oferta exportable	Producción interna nacional	Toneladas
		Propiedades	Atributos del producto
		Características agronómicas	Requerimientos del cultivo
		Estacionalidad del producto	meses
	Exportación	Evolución de exportaciones	Toneladas Monto US\$ valor FOB
		Empresas exportadoras	Nombre, Volumen, Área
		Aranceles	Descripción
		Acuerdos comerciales	Descripción
	Oportunidad de Exportación	Factores favorables para exportar	Descripción
		Potencial de la demanda	Descripción
Variable Independiente: Mercado de Canadá Es el análisis de las variables intervinientes en el mercado canadiense, que necesita arándano fresco y tiene la posibilidad, el deseo y la autoridad para comprarlos	Aspectos Generales	PBI per cápita	Ingreso anual en dólares
		Gobierno	Tipo
		Idioma	Oficial y de negocios
		Clase sociales	Tamaño porcentual
		Comercio Perú – Canadá	Producto en general
		Sector de alimentos en Canadá	Descripción tendencias

		Gastos personales en bienes	Porcentajes distribución gastos
	Oferta	Producción Nacional	Toneladas
		Estacionalidad	Meses de producción
		Exportación Nacional	Toneladas Ingreso anual en dólares
	Demanda	Características del consumidor	Preferencias
		Ferias especializadas	Nombre
		Fluctuaciones de la importaciones	Meses y volúmenes de importación
		Demanda aparente	Toneladas
		Canales de distribución	Descripción
	Precio	Fluctuaciones Históricas	Monto US\$ valor FOB
	Normalización	Normas y Regulaciones de ingreso	Requisitos sanitarios
			Regulación de etiquetado
			Certificaciones exigidas por el país

1.2.4. INTERROGANTES BÁSICAS:

- ¿Cuáles son las características de la oferta exportable de arándanos frescos precedentes del distrito de La Joya?
- ¿Cuáles son las características del mercado Canadiense para la exportación de Arándano fresco?
- ¿Cuáles son las características del consumidor Canadiense dispuesto a consumir Arándano fresco?
- ¿Cuáles son las principales oportunidades para la exportación de arándanos frescos al mercado de Canadá?

1.3. JUSTIFICACIÓN:

La investigación es considerada:

Importante y original, porque, es un estudio no realizado a nivel local, de los resultados se obtendrán conclusiones que nos permitan posicionar la oferta exportable del departamento de Arequipa en el mercado internacional y disminuir los riesgos para los inversionistas, a través de analizar las perspectivas y oportunidades por las preferencias y el comportamiento de compra de los clientes y/o consumidores.

Actual, porque, ante un escenario donde el PBI posee clara tendencia a disminuir en los próximos cinco años, lo cual desacelera la disminución de la pobreza a nivel nacional y regional, es importante fortalecer las iniciativas empresariales que promuevan la exportación e inversión, y pueda incrementar la economía peruana. Hoy en día incursionar en el mercado internacional es más difícil especialmente por las exigencias del mismo, tanto en volumen como en calidad de producto, por ello los productores y empresas exportadoras deben adecuarse al cambio y manejar información que lo posicione un paso delante de sus competidores.

Académica, es una oportunidad de conocer y analizar las oportunidades para analizar los tratados de libre comercio, para incentivar y promover las exportaciones con fin de tener ventaja competitiva, con ello se espera disminuir la brecha entre la Universidad y la Sociedad, a través de brindar un instrumento para la toma de decisiones.

Verificable, porque a través de los procesos metodológicos que se van a utilizar en el desarrollo de la investigación, cualquier profesional puede llegar a las mismas conclusiones y generar tendencias de mercado en los próximos años.

Factible, se cuenta con recursos financieros de las investigadoras y coordinación con las empresas productoras de arándanos en el departamento de Arequipa.

1.4. **OBJETIVOS:**

1.4.1. **OBJETIVO GENERAL:**

Determinar las oportunidades para exportar arándanos frescos al mercado de Canadá

1.4.2. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar las características de la oferta exportable de arándanos frescos precedentes del distrito de La Joya
- Identificar las características del mercado Canadiense para la exportación de Arándano fresco.
- Analizar las características del consumidor Canadiense dispuesto a consumir Arándano fresco

1.5. MARCO TEÓRICO:

1.5.1. ESQUEMA ESTRUCTURAL:

MARCO CONCEPTUAL:

a) Exportación

a. Definición

De acuerdo con SUNAT, la exportación es definida como “la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior”¹. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero.

b. Beneficios

Beneficios de la exportación para su negocio:

- Los pequeños negocios que deciden exportar, gozan de un crecimiento de hasta un 20% y su probabilidad de que fracasen como negocio es 9% menor comparado con las compañías que no exportan.
- En un nivel macroeconómico, la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país.
- Exportar implica una demanda para la producción doméstica de bienes, y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los exportadores.
- Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables, y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos.
- Promueve la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes

¹ SUNAT “Aprendiendo sobre exportación”. Presentación consultada el 9/11/2015 de la página web: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.

c. Tipos de exportación²

1. Exportación Directa: Se da un mayor control en el proceso de exportación a través de:
 - a. Agentes
 - b. Distribuidores
 - c. Minoristas
 - d. Venta directa a consumidores finales
2. Exportación Indirecta: Existen dos maneras
 - a. Empresa vende un producto a un cliente nacional quien finalmente exporta el producto.
 - b. Empresa contrata un trading quien busca compradores en los mercados extranjeros.

En ambos tipos la empresa asume menores riesgos.

d. Aranceles

Un arancel es un tipo de impuesto que grava las ventas de bienes importados. Un arancel aumenta tanto el precio recibido por los productores nacionales como el precio pagado por los consumidores nacionales.³

Un arancel, en su uso más extendido, es un impuesto indirecto que grava los bienes que son importados a un país y que tiene dos propósitos: (1) proteger los bienes nacionales; (2) servir como fuente de ingresos para el estado. Arancel, además, es el texto en donde se encuentran relacionados todos los

² MINCETUR (). "Guía práctica del exportador". Presentación consultada el 11/11/2015 de la página web http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/guias/Guia_Practica_del_Exportador_2.pdf

³ Krugman P. (2008). Fundamentos de Economía. Editorial Reverté

derechos de aduana convertidos generalmente en una Ley. Arancel también es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o la exportación.

e. Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías.

El objetivo de las barreras arancelarias es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países.

f. INCOTERMS ⁴

Las reglas Incoterms definen las responsabilidades de las empresas compradoras y vendedoras en la entrega de mercancías al amparo de los contratos de compraventa. Son reglas autoritativas que determinan cómo se asignan los costos y los riesgos entre las partes.

Dichas reglas se incorporan con regularidad en los contratos de compraventa en todo el mundo y se han convertido en parte del lenguaje cotidiano del comercio.

Los Incoterms explican un conjunto de términos comerciales de tres letras que reflejan usos entre empresas en los contratos de compraventa de mercancías y describen principalmente las

⁴ ICC Cámara de Comercio Internacional. Reglas de ICC para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales. Publicación ICC núm. 715S, pp. 7- 11. Consulta: 20 de Noviembre de 2015.
[http: www.iccbooks.com](http://www.iccbooks.com)

tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancías de la empresa vendedora a la compradora.

Las once reglas Incoterms 2010 se presentan en dos grupos diferentes:

REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE

- EXW En Fábrica
- FCA Franco Porteador
- CPT Transporte Pagado Hasta
- CIP Transporte y Seguro Pagados Hasta
- DAT Entregada en Terminal
- DAP Entregada en Lugar
- DDP Entregada Derechos Pagados

REGLAS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES

- FAS Franco al Costado del Buque
- FOB Franco a Bordo
- CFR Costo y Flete
- CIF Costo, Seguro y Flete

El primer grupo incluye las siete reglas Incoterms 2010 que pueden utilizarse con independencia del modo de transporte seleccionado y de si se emplean uno o más modos de transporte. EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP y DDP pertenecen a este grupo. Pueden usarse incluso cuando ni siquiera existe transporte marítimo. Es importante recordar, no obstante, que estas reglas pueden emplearse en los casos en que se utiliza un buque en parte del transporte.

En el segundo grupo de reglas Incoterms 2010 -el punto de entrega y el lugar al que la mercancía se transporta a la empresa compradora son ambos puertos; de ahí la etiqueta de reglas marítimas y de vías navegables interiores. FAS, FOB, CFR y CIF pertenecen a este grupo. En las tres últimas reglas Incoterms, todas las menciones a la borda del buque como punto de entrega se han suprimido en favor de la entrega de la mercancía cuando esté –a bordo, del buque. Refleja con más precisión la realidad comercial actual y evita la imagen, bastante anticuada, del riesgo oscilando de un lado a otro sobre una línea perpendicular imaginaria”.

g. TLC del Perú-mundo⁵

Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. A fin de profundizar la integración económica de los países firmantes, un TLC incorpora además de los temas de acceso a nuevos mercados, otros aspectos normativos relacionados al comercio, tales como propiedad intelectual, inversiones, políticas de competencia, servicios financieros, telecomunicaciones, comercio electrónico, asuntos laborales, disposiciones medioambientales y mecanismos de defensa comercial y de solución de controversias. Los TLC tienen un plazo indefinido, es decir, permanecen vigentes a lo largo del tiempo por lo que tienen carácter de perpetuidad.

⁵ MINCETUR (2011) “Acuerdos comerciales del Perú” Lo que debemos saber de los Acuerdos. Presentación consultada el 11/11/2015 en la página web http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc

- TLC Perú- OMC (Organización Mundial de Comercio)
- TLC Perú- CAN (Comunidad Andina)
- TLC Perú - Los Estados Parte del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay)
- Foro de cooperación económica Asia – Pacífica
- TLC Perú - Cuba
- TLC Perú - México
- TLC Perú - Estados Unidos
- TLC Perú - Canadá
- TLC Perú - Singapur
- TLC Perú - China
- TLC Perú - Corea del Sur
- TLC Perú - Tailandia
- TLC Perú - Japón
- TLC Perú - Panamá
- TLC Perú - Unión Europea
- TLC Perú - Costa Rica
- TLC Perú - Venezuela
- TLC Perú - Chile
- TLC Perú - los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio
- TLC Perú - los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio
- Alianza del Pacífico

b) Arándanos**a. Denominación**⁶

Vaccinium es un género de arbustos de la familia Ericaceae que incluye a todas las especies llamadas arándano, como el arándano azul (*Vaccinium corymbosum*). Este género contiene alrededor de 450 especies cuyo hábitat es, principalmente, las regiones frías del hemisferio norte, aunque también hay especies tropicales en regiones tan distantes como Madagascar y Hawái. Estas plantas, sin embargo, prefieren terrenos abiertos así como zonas de monte bajo.

b. Taxonómica de especie

El género *Vaccinium* es originario del Hemisferio Norte, concretamente de Norteamérica (EE.UU. y Canadá), América Central, Europa (Alpes, Apeninos centrales, Pirineos) y Eurasia. Este género comprende unas 30 especies, siendo un grupo muy reducido las empleadas comercialmente. En España, la especie más común es *V. myrtillus*, distribuida ampliamente por el norte del país⁷

⁶ Sierra Exportadora (2015). "Generando Riqueza en los Andes". Presentación consultada el 11/11/2015 en la página web: <http://www.sierraexportadora.gob.pe/productos/catalogo-de-productos/arandano/>

⁷ InfoAgro (). "El cultivo del Arándano". Presentación consultada el 11/11/2015 en la página web: http://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_del_arandano.asp

Tabla 1: Taxonomía

Reino	Plantae
Super División	Spermatophyta
División	Magnoliophyta
Clase	Magnoliopsida
Sub Clase	Dicotyledonae
Orden	Ericales
Familia	Ericaceae
Sub Familia	Vaccinioideae
Tribu	Vaccinieae
Género	Vaccinium
Especie	Sp.

Fuente: Monografía Cultivo del Arándano⁸

c. Variedades⁹

- Arándano azul: da frutos de color negro azulado y de mayor tamaño que el arándano común.
- Arándano americano en mata: la baya es de color negro azulado de entre 6,5 y 12,5mm de diámetro.
- El arándano agrio o acerbo silvestre es de color rojo brillante, de unos 8mm de diámetro y de sabor muy agrio.
- El arándano trepador americano o acerba americana tiene grandes frutos de hasta 18mm de diámetro.
- El arándano rojo (*Vaccinium macrocarpon*) da frutos de unos 8,5mm de diámetro de color rojo intenso. Su sabor es similar al del arándano común.

⁸ Carhuarica Montes C(2012). Monografía "El cultivo del arándano". Presentación consultada el 26/11/2015 en la página web: <http://190.116.38.24:8090/xmlui/bitstream/handle/123456789/267/MONOGRAFIA-EL%20CULTIVO%20DE%20ARANDANO%20Vaccinium%20sp.pdf?sequence=1>.

⁹ Frutas y hortalizas (2015). "Arándano". Presentación consultada el 26/11/2015 en la página web: <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Tipos-variedades-Arandano.html>

d. Productividad según pisos ecológicos¹⁰

Una particularidad de la producción del arándano en el Perú es que se puede tener producción todo el año, especialmente la sierra. En la costa, con podas y otros manejos, se logra producir dos veces al año.

En la sierra se puede encontrar en una misma planta, fruta grande para cosecha, mediana y fruta pequeña o cuajada, y en flor. Esa es una ventaja que permite tener producción permanente gracias al clima y al manejo. Otra ventaja es que la fruta de sierra es mucho más dulce, la productividad es la misma en costa que en sierra, pero esta es de mayor calidad, mayor grado brix, mejor sabor, mejor color.

e. Requerimientos agrícola y tecnológicos¹¹

A continuación se muestran los estándares y certificaciones voluntarios, que permiten el acceso a determinados nichos del mercado para alimentos, principalmente frutas y productos frescos.

¹⁰ Agro Negocios Perú (2006) "Arándanos en Perú superan las 2250 hectáreas" artículo consultado el 20/11/2015 en la página web: <http://www.agronegociosperu.org/noticias/arandanos-en-peru-superan-las-2250-hectareas.htm#.VlfDXnYvfiW>

¹¹ PROMPERU(2014) "Perfil producto mercado arándanos en Alemania" artículo consultado el 27/11/15 en la página web: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/740579467rad82A5D.pdf>

Tabla 2: Estándares y Certificaciones

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Vigente desde	Link para ubicar publicación
Comisión Europea	Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas (CELEX 32013R1308)	Diciembre 2013	Enero 2014	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32013R1308
Comisión Europea	Voluntario - Productos de producción ecológica (CELEX 32008R0889)	Setiembre 2008	Enero 2009	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32008R0889
Comisión Europea	Labels of foodstuffs Directive 2000/13/EC (OJ L-109 06/05/2000) (CELEX 32000L0013)	Marzo 2000	Mayo 2000	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32000L0013
Comisión Europea	Maximum levels for certain contaminants in foodstuffs (CELEX 32006R1881)	Diciembre 2006	Marzo 2007	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32006R1881
Comisión Europea	Control fitosanitario - (CELEX 32000L0029)	Mayo 2000	Julio 2000	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32000L0029
Comisión Europea	General foodstuffs hygiene rules (CELEX 32004R0852)	Abril 2004	Enero 2006	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004R0852
Comisión Europea	Traceability, compliance and responsibility in food and feed (CELEX 32002R0178)	Enero 2002	Enero 2005	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32002R0178

Fuente: PROMPERU

f. Manejo agronómico y factores afectan producción¹²

Plagas, enfermedades, riesgos en arándanos

Riesgos sanitarios en los cultivos

Hay dos plagas claves, en la fase inicial y fase vegetativa la heliothisvirences y la anómala sp. En la fase reproductiva, las aves. Las plagas potenciales en las dos primeras fases de la planta son la prodiplosislongifila y las queresas, y en la fase reproductiva, la botrytis. La plaga cuarentenaria en este frutal es la mosca de la fruta.

La heliothisvirences causa defoliación de brotes, terminales y frutos. Hasta 40% de daño sobre la población total de plantas. Esta plaga está presente todo el año, se realizan hasta 25 – 30 aplicaciones/año de agroquímicos.

Anómalas sp.- Se alimentan de raicillas jóvenes, causando muerte de la planta cuando hay alta incidencia. Se ha reportado hasta 30% de muerte de planta. Esta plaga está presente todo el año, y aun no hay control efectivo definido.

Aves.- Perforan y comen frutos maduros de arándano. En aves tenemos una pérdida de 10% del total de la fruta. Posible uso de malla anti pájaros, 10Kg./Ha de inversión. En cuanto las plagas potenciales, la Prodiplosislongifila, atacan especialmente en zonas donde se cultiva espárrago, las queresas atacan en zonas donde se cultiva palto.

¹² Agro Negocios Perú (2006) “Arándanos en Perú superan las 2250 hectáreas” artículo consultado el 20/11/2015 en la página web: <http://www.agronegociosperu.org/noticias/arandanos-en-peru-superan-las-2250-hectareas.htm#.VlfDXnYvfiW>

c) Requerimiento de Mercado

a. Definición del producto final

Con respecto al envase para esta exportación será en pets. Este pet contiene arándanos frescos de 7 y 12 milímetros. Las características del envase son¹³:

MATERIAL: Plástico con agujeros

USO INDUSTRIAL: Alimentos

CERTIFICADO: SGS, BCR, NORMA ISO

COLOR: Transparente

TIPO DE PLASTICO: PP

MODELO: A01-a05

PESO: 50 g

Con un buen manejo de la cadena de frío el arándano fresco puede alcanzar una vida útil (shelf life) típica de entre 14 y 28 días. La temperatura de almacenamiento es de entre -0.6°C y 0°C con una humedad relativa de 95%, que se consigue con un humidificador en la cámara frigorífica.¹⁴

¹³ Arándanos frescos (2013) "Arándanos Frescos" Fecha de consulta 27/11/15 en la página web <http://arandanosfrescos.blogspot.pe/2013/05/tipo-de-carga-y-envase.html>

¹⁴ Carhuarica Montes C(2012). Monografía "El cultivo del arándano". Presentación consultada el 26/11/2015 en la página web: <http://190.116.38.24:8090/xmlui/bitstream/handle/123456789/267/MONOGRAFIA-EL%20CULTIVO%20DE%20ARANDANO%20Vaccinium%20sp.pdf?sequence=1>.

b. Características de producto¹⁵

- Es una baya globosa, de unos 6mm de diámetro y de color negro azulado.
- Su pulpa es aromática, jugosa y de sabor algo ácido.
- Contiene numerosas semillas pardas de pequeño tamaño.
- En la parte superior tiene una pequeña corona que lo distingue de la grosella negra.
- El arándano se puede consumir como fruta de mesa, aunque su uso principal es la elaboración de diversos productos derivados, como confituras, mermeladas, purés, compotas, jaleas y zumos. También se preparan arándanos secos y congelados.
- Crudos se pueden añadir a macedonias, cereales, crepes y gofres.
- El arándano rojo se usa para elaborar bollos, panes, pasteles, tartas y sorbetes. También acompaña los platos de pavo.
- Los arándanos son un alimento rico en vitaminas A y C, y aportan muy pocas calorías, ya que contienen pocas grasas y proteínas.
- Son ricos en antocianinas, sustancias que tienen efectos beneficiosos sobre el aparato digestivo.

c. Normas técnicas de exportación¹⁶

Dependiendo del mercado de destino, se debe coordinar con el importador o comprador, las exigencias que correspondan a su aduana para el ingreso de la mercadería; estando a cargo del exportador gestionar dicha documentación en el mercado

¹⁵ Frutas y hortalizas (2015). "Arándano". Presentación consultada el 26/11/2015 en la página web: <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Tipos-variedades-Arandano.html>

¹⁶Sierra Exportadora. Perfil Comercial de Arándano. Presentación consultada el 26/11/2015 en la página web: http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/PERFIL%20COMERCIAL%20ARANDANOS.pdf

de origen. Normalmente para productos alimenticios se suele solicitar:

- Certificado sanitario - SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria).
- Certificado de origen, verifica la procedencia del producto y en caso el importador se beneficie de la preferencia arancelaria mediante un acuerdo comercial firmado; entre otros.(Tramitarlos en las Cámaras de Comercio de cada Región)
- Certificado de calidad.(Tramitarlos en las empresas privadas del medio).

d. Mercado destino ¹⁷

De acuerdo al ranking de mercados de destino para el arándano, en primer lugar se encuentra Estados Unidos con un valor FOB de 20'902,953; Países Bajos (Holanda) con valor FOB de 7'621,702 Reino Unido con un valor FOB de 2'922,801

18

Tabla 2: Detalle de Exportación por: Partida / Países en el Periodo elegido

Partida : Año : 2015		Partida: ARÁNDANOS ROJOS, MIRTILLOS Y DEMÁS FRUTOS DEL GÉNERO VACCINIUM, FRESCOS Fecha Ini/Fin.: 01.01.1998 / 31.12.9999 Mes : Todo el año		Ordenado por : Valor FOB	
		Consultar			
Total de países: 19					
#	Código País	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.	
1	US	Estados Unidos	2,235,633.66	20,902,953.08	
2	NL	Países Bajos (Holanda)	925,044.64	7,621,702.31	
3	GB	Reino Unido	389,304.16	2,922,801.54	
4	HK	Hong Kong	115,939.67	1,071,629.60	
5	SG	Singapur	41,500.50	333,914.25	
6	CR	Costa Rica	14,058.00	134,058.37	
7	ES	España	9,626.62	70,343.50	
8	MY	Malasia	5,850.00	50,738.00	
9	CA	Canadá	2,203.20	34,240.47	
10	FR	Francia	3,222.00	28,638.00	
11	DE	Alemania	3,240.00	18,790.95	
12	BE	Bélgica	1,230.00	11,278.00	
13	TH	Tailandia	720.00	10,608.00	
14	AE	Emiratos Árabes Unidos	1,085.33	10,153.93	
15	SV	El Salvador	720.00	7,288.61	
16	IT	Italia	324.00	3,313.43	
17	DK	Dinamarca	405.00	3,240.00	
18	RU	Federación Rusa	1,500.00	3,000.00	
19	CH	Suiza	3.00	0.32	
TOTAL LISTADO			3,749,640.180	33,238,702.36	
Total periodo: Año 2015 Mes: Todo el año			Peso Neto Kg. 3,749,640.180	Valor FOB USD. 33,238,702.36	
Total de la Consulta			3,749,640.180	33,238,702.36	
Contribución : Total listado / Total periodo * 100			100.0000%		

Fuente: SIICEX

¹⁷ Pro expansión (2014) "Arándanos en el Perú: Conoce las características de los tres principales mercados europeos " información consultada el 27/11/2015 en la página web: <http://proexpansion.com/es/articles/831-arandanos-de-peru-conoce-las-caracteristicas-de-los-3-principales-mercados-europeos>

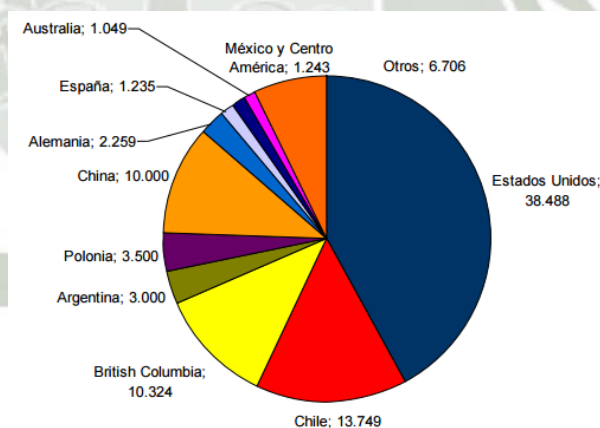
¹⁸ SIICEX (2015) "Detalle de exportación por: Partida /Países en el periodo elegido" información consultada el 15/11/2015 en la página web: www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaíses_x_Partida.aspx

Estados Unidos lidera la superficie global de arándanos con un total de 38.488 hectáreas que representan el 41% del total mundial, seguido por Chile quien representa el 15% con un área de 13.749 en la temporada 2012/2013. Los detalles se pueden observar en el siguiente gráfico. .

El principal mercado de destino del arándano peruano es Estados Unidos que concentra casi la mitad de envíos de arándanos al exterior. Sin embargo, a pesar que Canadá es zona fronteriza del principal demandante; nuestro país aún no ha realizado exportaciones, de acuerdo a los últimos alcances del PROMPEX se está superando las barreras impuestas por el país para el ingreso del arándano peruano.

Gráfico N°1: Superficie Mundial de Arándanos 2012/2013

Hectáreas



Fuente: Sierra Exportadora

Durante el año 2015, el mejor precio pagado fue de Canadá, el cual llegó a US\$ 16 por Kilogramo, seguido por Tailandia (US\$ 15), Italia y El Salvador (US\$ 10); en el caso de EEUU el precio

se ha estabilizado en US\$ 9 y es el principal comprador mundial de arándanos frescos.

Reino Unido

Este mercado es el más exigente de los tres que hemos mencionado. Luego de las manzanas, los berries son la principal fruta de consumo de los británicos. Entre estos berries encontramos las frutillas como la principal, seguida de los arándanos, las moras, cerezas y frambuesas. El año pasado sólo el mercado de arándanos movió cerca de 190 millones de libras esterlinas (298 millones de dólares) El mercado británico es el segundo más grande del mundo luego de Estados Unidos.

El consumidor británico está enfocado en la calidad y no en el precio, por lo que pagará lo que sea necesario siempre y cuando sus necesidades estén satisfechas. Sin embargo, exige que el sabor y calidad sean consistentes, característica en la que aún viene fallando el arándano peruano que no logra dicha consistencia.

Alemania

Es un mercado enfocado en el precio. Los arándanos son la fruta de mayor cosecha en Alemania y una de las favoritas de los alemanes. Su consumo se viene incrementando sostenidamente y ahora muchos alemanes quieren consumir arándanos no sólo en su temporada principal, por lo que vienen importando más de este berry.

Holanda

Es el tercer país de destino del arándano peruano a dónde va el 21% de las exportaciones de este berry. El consumo per cápita en este país es de 950 gr anuales con un crecimiento del 700% desde el 2010, lo que dice mucho sobre el entusiasmo de los holandeses por los arándanos. Sin embargo, a diferencia del Reino Unido o Alemania, Holanda no tiene mucha producción local, por lo que depende de otros países para suplir el consumo local.

Perú ha puesto un nuevo estándar de calidad destacándose entre otros mercados sudamericanos, como el chileno y el argentino, por lo que tiene muchas oportunidades de seguir creciendo. Sin embargo, existe una inconsistencia en el sabor de las producciones de arándanos que ha puesto en duda al mercado británico. Los productores deberán seguir experimentando y probando hasta lograr la exactitud en el volumen, calidad, y sabor, características exigidas por los principales compradores.

Canadá¹⁹

Canadá está implementando los protocolos en las diferentes áreas de los sistemas de aduana canadiense para iniciar luego las exportaciones de arándanos frescos desde el Perú, informó el MINCETUR

El ingreso de los arándanos frescos peruanos al mercado canadiense se concretará próximamente, después que el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) complete los

¹⁹ Diario Gestión (27/08/2015) "Ingreso de Arándanos frescos peruanos a Canadá es inminente" artículo consultado el 11/03/16 en la página web: <http://gestion.pe/economia/ingreso-arandanos-frescos-peruanos-canada-inminente-2141166>

trámites necesarios ante la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Para ello, el SENASA coordina con la Oficina Comercial del Perú en Toronto (OCEX).

Actualmente, las autoridades de Canadá están implementando como proceso final, los protocolos en las diferentes áreas de los sistemas de aduana canadiense para iniciar luego las exportaciones de arándanos frescos desde el Perú.

En el periodo setiembre 2015 a enero 2016, las exportaciones de arándanos frescos peruanos a Canadá alcanzaron los US\$788 mil, logrando que nuestro país se coloque como el cuarto proveedor de este producto a ese mercado después de Chile, Estados Unidos y Argentina.

“Perú produce arándanos durante el año, lo que garantiza la oferta para un gran mercado como Canadá y además es una oportunidad para expandir nuestras exportaciones no tradicionales”, puntualizó la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Magali Silva.

De acuerdo a la OCEX Toronto, la CFIA permitirá el ingreso de arándanos durante un período de prueba, en el cual, el importador canadiense deberá solicitar un permiso previo de compra antes de embarcar el producto del Perú.

Luego de este período, los arándanos frescos peruanos podrán ingresar a Canadá cumpliendo los mismos requisitos aplicados a los demás países exportadores.

Como parte de la estrategia de penetración de productos peruanos en Canadá, la OCEX Toronto está preparando una base de datos de importadores canadienses a fin de difundir y promover la oferta de arándanos en nuestro país, lo que permitirá facilitar la generación de negocios entre empresas peruanas y canadienses.

e. Fluctuación de las exportaciones

El consumo global de berries está en franco aumento, dado que ya se instaló el concepto de “súper fruta” con ello las posibilidades de un mayor crecimiento están abiertas. Tres de cada diez personas en Estados Unidos consumen arándanos en cualquiera de sus formas. El consumo en éste país aumentó en los últimos diez años de 480 gramos a 1.030 gramos por persona, en relación a los arándanos frescos el aumento fue de 156 gramos a 568 gramos y de 321 gramos a 460 gramos cuando se refiere a arándanos procesados. Lo anterior genera que cada año se generen en el mundo más de 400 nuevos productos derivados de los arándanos.²⁰

Como se observa en el cuadro en el puesto 5 se encuentra la partida 0810400000 que presento una variación del 175.4% con respecto a los años 2014 – 2015.²¹

²⁰ Sierra Exportadora (2013). “Situación mundial de los arándanos frescos y procesados y perspectivas próxima temporada 2013/2014”, Información buscada el 25/11/2015 en la página web: <http://www.sierraexportadora.gob.pe/wp-content/uploads/biblioteca-virtual/Oportunidades%20en%20Mercados%20Laborales/SITUACION%20MUNDIAL%20DE%20LOS%20ARANDANOS%20FRESCOS.pdf>

²¹ Adex (2015) “Boletín Exportaciones” Información buscada el 25/11/2015 en la página web: http://www.adexperu.org.pe/images/Boletines/Exportaciones/BOLETIN_DE_EXPORTACIONES_SETIEMBRE_2015.pdf

Tabla 3: Top 20 principales productos exportados con mayor crecimiento
– No tradicionales
Millones US\$ FOB (Ene-Setiembre 2015/2014)

RK.	Partida	Productos Exportados con Mayor Crecimiento	2014	2015	Saldo US\$	Var.% 2014-2015
1	7106912000	PLATA EN BRUTO ALEADA	16	66	50	310.4%
2	0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	120	151	31	25.4%
3	0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	252	278	27	10.6%
4	1801001900	Demás cacao en grano, entero o partido, crudo, excepto para siembra	118	139	21	18.1%
5	0810400000	ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMÁS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS	12	33	21	175.4%
6	0803901100	BANANAS O PLATANOS TIPO "CAVENDISH VALERY" FRESCOS	87	108	21	24.4%
7	0304890000	FILETES CONG. DE LOS DEMÁS PESCADOS	27	47	20	73.8%
8	6908900000	LOS DEMÁS PLAC.Y BALDO.,DE CERAM.,BARNIZADAS O ESMALTADAS, P PAVIMENT.O REVESTIM.,CUB	70	86	16	22.8%
9	0811909900	Demás frutas y otros frutos,sin cocer o cocido en agua o vapor,s/azuc.o edulc.congel	19	33	14	74.5%
10	2807001000	ACIDO SULFURICO	43	56	13	29.9%
11	0811909100	Mango (Mangifera indica L.) sin cocer o cocido en agua o vapor,s/azuc.o edulc.congel	47	59	12	26.6%
12	2005999000	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	42	54	12	0.0%
13	8411910000	PARTES DE TURBORREACTORES O DE TURBOPROPULSORES	0	11	11	5525.3%
14	2510100000	FOSFATOS DE CALCIO NATURALES, ALUMINOCALCICOS NATURALES Y CRETAS FOSFATADAS S/MOLER	239	250	11	4.5%
15	1804001100	Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%	1	10	9	0.0%
16	2701110000	ANTRACITAS	10	19	9	90.5%
17	1604141000	PREPARACIONES Y CONSERVAS DE ATUN	7	15	8	121.4%
18	1604160000	PREPARAC. Y CONSERVAS DE ANCHOAS ENTERO O EN TROZOS, EXCEPTO PICADO	23	31	8	0.0%
19	8517120000	TELÉFONOS MÓVILES (CELULARES) Y LOS DE OTRAS REDES INALÁMBRICAS	5	14	8	148.9%
20	2301209000	HARINA,POLVO Y "PELLETS",DE CRUSTACEOS,MOLUSCOS U OTROS INVERTEBRADOS ACUATICOS	15	23	8	50.6%

Fuente: Adexperu



d) Cultivo en la Región Arequipa

a. Área cultivada Nacional y Regional

El Perú tiene actualmente unas 2,250 hectáreas de arándanos desde que empezó con este cultivo en el año 2008. Hace dos años atrás su crecimiento era de 20% anual en áreas, impulsado por la expansión de las empresas más grandes. Actualmente el crecimiento por año es de 10% a 15%. Hemos pasado en cuatro años de 400 a 2,250 Ha. cultivadas.

No obstante, las grandes empresas siguen anunciando nuevos y grandes emprendimientos y hablan de 300 a 500 hectáreas más de arándanos principalmente en el norte del país, informó William Daga Avalos, Jefe del Programa Perú Berries de Sierra Exportadora, organismo que ha venido impulsando el cultivo de este frutal.²²

Según Clotilde Quispe, especialista en frutas del Ministerio de Agricultura y Riego "Los berries prosperan mejor en la sierra que en otras regiones del país, pues las condiciones de suelo y clima de las zonas alto andinas son ideales para el desarrollo de este tipo de frutales que requieren elevados niveles de frío, amplio rango térmico y suelos ácidos".²³

²² Agro Negocios Perú (2006) "Arándanos en Perú superan las 2250 hectáreas" artículo consultado el 20/11/2015 en la página web: <http://www.agronegociosperu.org/noticias/arandanos-en-peru-superan-las-2250-hectareas.htm#.VlfDXnYvfiW>

²³ La Republica (2014). "Berries peruanos, una fruta de moda". Información consultada el 23/11/2015 en la página web: <http://larepublica.pe/06-01-2014/berries-peruanos-una-fruta-de-moda>

b. Producción nacional ²⁴

La primera plantación que se registró en nuestro país fue en el año 2008, cultivó 10 hectáreas equivalentes a 100,000 plantas en el departamento de Arequipa. La empresa Blueberries Perú, tiene una capacidad anual de producción de 2 millones de plantas, aunque si el cultivo despegara definitivamente podría llegar a multiplicar hasta 4 millones de plantas

Hasta el momento existen 200 ha sembradas, la mayoría de ellas ubicadas en zonas de Costa. Mala, Cañete, Arequipa, La Libertad, Caraz, Trujillo, Pisco, Cajamarca, Cusco y Lima son las localidades que hoy cuentan con al menos una hectárea de arándanos.

La empresa Camposol poseía 50 ha hasta el año 2012 ²⁵ y tiene la perspectiva de sembrar en este año 2013, otras 100 ha más. El otro gran proyecto del país lo maneja el Grupo Rocío y que involucraría 500 ha, de las cuales ya tienen sembradas 50 ha. Empresas privadas como, Agrícola Athos instaló con éxito en Caraz unas 10 ha de arándano, IntipaFoods, también ha plantado 30 hectáreas destinadas principalmente a la exportación.

c. Producción regional ²⁶

En Perú existen 102 hectáreas ya cultivadas de arándano, que son sembradas en seis regiones: Arequipa, Cajamarca, Ancash, Lambayeque, La Libertad y la sierra de Lima.

²⁴ Sierra Exportadora () "Perfil comercial arándano deshidratado". Información consultada del 11/11/2015 en la página web: http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/PERFIL%20COMERCIAL%20ARANDANOS.pdf

²⁵ "Principales Productos Mineros". En: Metales Exportados del Perú. 31 de diciembre del 2012. Fecha de consulta: 01/10/2014. <http://www.minem.gob.pe/_publicaSector.php?idSector=1&pagina=1>

²⁶ Andina Agencia Peruana de Noticias (2015). "Seis regiones del Perú cultivan 102 hectáreas de arándanos". Artículo buscado el 11/11/2015 en la página web: www.andina.com.pe/agencia/noticia-seis-regiones-del-peru-cultivan-102-hectareas-arandanos-436531.aspx

Explicó que Yuramayo, en Arequipa, está llamando la atención de inversionistas y productores de todo el país por el crecimiento parejo y cuidado de las plantas y por el rendimiento que darán 12,500 plantones por hectárea.

El ingeniero agrónomo asesor de Sierra Exportadora en Arequipa, Ernesto Ecurra “estima que el potencial del arándano cultivado en Yuramayo, a razón de 1.5 kg por planta, será de 18 toneladas por hectárea”.

d. Rentabilidad por producción²⁷

Según la experiencia en el negocio de las grandes empresas agroexportadoras como Camposol en el norte del país, la calidad, la disponibilidad de agua, la calidad de los suelos y la climatología son los principales factores a considerar en el éxito del cultivo de los berries.

Según Alfonso Velásquez, presidente ejecutivo de Sierra Exportadora "El retorno económico en los arándanos es fabuloso, pues con una producción expectante de 10 mil kilos por hectárea y un precio promedio de US\$ 12 por kilo para el agricultor, la rentabilidad sería de alrededor de US\$ 50.000”.

²⁷ La Republica (2014). “Berries peruanos, la fruta de moda” información buscada el 11/11/2015 en la página web: <http://larepublica.pe/06-01-2014/berries-peruanos-una-fruta-de-moda>

1.5.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS:

- Sierra Exportadora (2012). Expediente técnico “Instalación del piloto para el cultivo de arándanos de exportación en el distrito de Quicacha, provincia de Caravelí, región Arequipa” Obtenido el 12 de Octubre de 2015 en http://www.sierraexportadora.gob.pe/images/descargas/expediente_tecnico_berries/ExpedienteTecnico_Berries_Circa.pdf.

La importancia de los arándanos se debe en gran medida a la conquista de importantes mercados externos, cuyos consumidores pagan elevados precios por un producto que se consume en sectores de la población que posee altos ingresos.

La instalación de esta parcela beneficiará a los productores locales ya que les permitirá conocer el manejo de un nuevo frutal con mayor rentabilidad por contar con mucha demanda sobretudo en el mercado externo.

- Carhuarica Montes C. (2012). Monografía “El cultivo de arándano *Vaccinium* sp. Y sus principales características” Obtenido el 26 de Octubre de 2015 en <http://190.116.38.24:8090/xmlui/bitstream/handle/123456789/267/MONOGRAFIA-EL%20CULTIVO%20DE%20ARANDANO%20Vaccinium%20sp.pdf?sequence=1>.

El cultivo de arándano es técnicamente factible y económicamente rentable, la ventaja comparativa muy importante que tiene nuestro país como es la producción en contra estación, lo cual nos hace muy competitivos en el mercado internacional”.

El cultivo de arándanos en forma intensiva es una alternativa de exportación viable, con un muy buen retorno de la inversión a largo

plazo y que se encuentra en crecimiento y desarrollo en este último tiempo.

- Salazar Chávez K. (2014). "Oportunidades de negocio en el mercado de estados unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región la libertad". Obtenido el 26 de Octubre de 2015 en <http://repositorio.upn.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/11537/3595/Salazar%20Ch%C3%A1vez,%20Karol%20Milena%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Las exportaciones de arándanos peruanos se han incrementado exponencialmente en los últimos años gracias al aumento de la producción y a la intensa mano de obra puesta en marcha desde el 2008, sin embargo nuestro porcentaje de participación en el mercado de Estados Unidos aún es muy bajo a comparación de los demás países exportadores.

El Perú cuenta condiciones favorables para el desarrollo del cultivo de blueberries. Actualmente La Libertad es el departamento líder en la exportación de blueberries con una participación del 88% en el total de las exportaciones peruanas, además de que grandes empresas liberteñas ya cuentan con el Know-How para la producción de arándanos, teniendo en cuenta que este cultivo intensivo tanto en mano de obra, en conocimiento técnico y logístico por la delicadeza del fruto.

La producción de arándanos peruanos ha venido creciendo de manera constante desde el año 2008 con el fin de atender la demanda internacional. Es por esto, que se espera que en los próximos años la producción no pierda esta tendencia de crecimiento dejando de lado cualquier shock interno como algún fenómeno natural que pueda mermar la producción.

Al igual que nuestro vecino país sureño, el Perú goza de muchas de las características de terreno y con más de 30 especies diferentes, este producto puede ser cosechado básicamente en varias regiones del Perú.

1.6. HIPÓTESIS GENERAL

Dado que:

- El mercado de Canadá está en proceso de desarrollo respecto a las exportaciones de arándanos procedentes del Perú.
- En Canadá se posee tendencia a consumir productos con alto valor nutricional como el arándano por sus propiedades antioxidantes, antibióticas, desinflamatorias y desinfectantes.
- El Perú firmo tratado de libre comercio con Canadá, con quien se puede negociar ingreso de productos.
- Perú y en especial el departamento de Arequipa producen arándanos durante el año, lo que garantiza la oferta para el mercado.

Es probable que, existan oportunidades potenciales para la exportación de Arándano fresco procedente de distrito La Joya.

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL:

2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

2.1.1. TECNICAS:

Para la recolección de datos vamos a emplear la técnica de **revisión documental**, utilizando los reportes de exportación de PROMPERU, SIICEX, MINAG y Cámara de Comercio de Arequipa, y perfiles de mercado a nivel internacional.

Se utilizará la técnica de **observación de campo**, para verificar y corroborar los avances en el cultivo, sus requerimientos edafo-climáticos y fitosanitarios.

También se ha previsto realizar **entrevistas** a Gerente de Empresas productoras y Directores de los programas del Estado que impulsan la producción de arándano.

2.1.2. INTRUMENTOS:

Los instrumentos a utilizar serán:

- Fichas Documentales
- Ficha de Observación de Campo
- Ficha de entrevista

2.3.1. ÁMBITO: Se analizará el Mercado Canadiense para el producto arándanos procedentes del departamento de Arequipa.

2.3.2. TEMPORALIDAD: El análisis de la información se realizará entre abril y julio del año 2016; para el análisis de la información, fluctuaciones y/o proyecciones del mercado se tomará data de las exportaciones realizadas desde el 2009.

2.3.3. UNIDADES DE ESTUDIO:

2.3.3.1. UNIVERSO: No corresponde por tratarse de información secundaria.

2.3.3.2. MUESTRA: No corresponde por tratarse de información secundaria.

2.4. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Para el presente trabajo de investigación se utilizara información secundaria de instituciones como: PROMPERU, PROMPEX, SIICEX, MINAG, CAMARA DE COMERCIO, entre otros; esta información se utilizara para sustentar los resultados obtenidos.

El trabajo de investigación se basara en información secundaria:

- Documentos Institucionales
- Informes de Mercado

- Documentos estadísticos
- Boletines
- Anuarios
- Reportes periodísticos

Y será retroalimentado con las entrevistas a personas especializadas que dirigen las empresas exportadoras y/o encargadas de programas del estado a cargo de promover la producción y comercialización de arándanos del departamento de Arequipa.

2.5. RECURSOS NECESARIOS:

a. RECURSOS HUMANOS

Denominación	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Director del Proyecto	Días de trabajo	96	50	4,800.00
Estadístico	Servicio	01	200	200.00
Sub Total				5,000.00

b. RECURSOS MATERIALES, BIENES Y SERVICIOS

Denominación	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Papel Bond	Millar	04	27	108.00
Tinta de impresora	Cartucho de recarga	01	60	60.00
Copias Fotostáticas	Unidad	1200	0.15	180.00
Movilidad Local	Unidad	30	3	300.00
Empastado	Unidad	06	25	150.00
Laptop	Unidad	01	--	--
Cámara fotográfica	Unidad	01	--	--
TOTAL				798.00

c. COSTO TOTAL DEL PROYECTO Y EJECUCIÓN

Denominación	Costo Total
Recursos humanos	5,000.00
Materiales, Bienes y Servicios	798.00
TOTAL S/.	5,798.00

Fuente: Elaborado por el autor.

RECURSOS FINANCIEROS:

Para realizar este trabajo de investigación se necesitará un presupuesto de S/. 5,798.00. El trabajo será financiado con recursos propios del autor.

2.5. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Revisión del Plan de Tesis	X				
Aprobación del Plan de Tesis	X				
Elaboración de fichas documentales	X				
Análisis de la variable 1 - Búsqueda de información	X				
Redacción del marco teórico de la variable 1	X				
Análisis de la variable 2-Búsqueda de información	X	X			
Redacción del marco teórico de la variable 2		X			
Comprobación de la hipótesis		X			
Elaboración e interpretación de gráficas		X			
Redacción de la presentación de resultados		X			
Redacción de conclusiones y recomendaciones		X	X		
Redacción de Introducción			X		
Elaboración de índice general, de tablas y gráficos			X		
Revisión de redacción y respectiva corrección			X		
Presentación del borrador de tesis			X	X	X

Fuente: Elaborado por las autoras